

V1999-81 15.11.99

Varme & Bad kjeden - søknad om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1

Sammendrag:

Stavanger Rørhandel og Bergens Rørhandel (SR/BR) søkte om dispensasjon fra konkurranselovens forbud mot prissamarbeid på egne vegne og for medlemmene av Varme & Bad-kjeden. Konkurransetilsynet uttalte at konkurransen er begrenset i VVS-markedet. Grossistleddet er preget av høy konsentrasjon og SSBs byggevareindeks har vist at prisstigningen på VVS-materiell har vært nær dobbelt så høy som prisstigningen på andre byggevarer på 90-tallet. Sterkere bindinger mellom grossister og detaljister kan generelt gjøre etablering enda vanskeligere i dette markedet og dermed svekke konkurransen ytterligere. Varme & Bad-kjedens markedsandeler var imidlertid så små at samarbeidet ville ha liten konkurransemessig betydning, og dispensasjon ble gitt.

Konkurransetilsynet viser til tidligere korrespondanse og senest til Deres brev av 16. april 1999 angående ovennevnte søknad.

AS Stavanger Rørhandel søkte den 1. april 1998 om dispensasjon til utsendelse av det årlige høstmagasinet med et opplag på 400 000, samt dispensasjon for fellesannonsering av blant annet en vårkampanje. Det søkes om dispensasjon for fellesannonsering for hele eller grupper av Varme & Bad-forretninger. Partene har fra før ingen dispensasjon fra konkurranseloven. Konkurransetilsynet og AS Stavanger Rørhandel har siden 1. april 1998 hatt en omfattende korrespondanse for å skaffe til veie de nødvendige opplysninger for behandling av søknaden. Saksbehandlingen har tatt lang tid og Konkurransetilsynet beklager dette.

Sakens faktum

Varme & Bad er en kjede av rørleggerbedrifter med VVS-butikk for detaljhandel. Kjeden talte 49 medlemmer i 1998. Kjedekonseptet eies av søsterselskapene AS Stavanger Rørhandel og AS Bergens Rørhandel, heretter kalt henholdsvis SR og BR eller samlet SR/BR.

Alle kjedemedlemmene er lokalisert i eller syd for Trondheim. Kjeden har sitt tyngdepunkt på Vestlandet fra Rogaland til Møre og Romsdal hvor 33 av medlemmene holder til. I Østlandsområdet er det 14 medlemmer, og de resterende to medlemmene befinner seg i Trondheimsområdet. Kjeden er ikke representert i Agderfylkene.

Varme & Bad-kjeden drives som en integrert del av SR og BR. Det er ingen selvstendige selskaper som inngår i driften av kjeden. Varme & Bad er et profileringsnavn som medlemmene tillates å bruke så lenge de er med i kjeden. Medlemmenes forhold til kjeden reguleres gjennom en samarbeidsavtale med SR eller BR.

Varme & Bad-kjedens organisasjon består av to råd, aktivitetsrådet og erfaringsgruppen. aktivitetsrådet

velger ut kampanje- og profileringsprodukter og fastsetter prisene til forhandlere og forbrukere. Ifølge SR består aktivitetsrådet kun av personer fra SR/BR. Erfaringsgruppen har som hovedoppgave å utvikle kjedesamarbeidet, ansvar for profilering og design av kjeden samt utvikling av Varme & Bad skolen. I erfaringsgruppen er medlemmene i kjeden representert sammen med representanter for SR/BR.

AS Stavanger Rørhandel og AS Bergens Rørhandel er to større rørgrossister i Norge. Selskapene har samme eiere og samme eierstruktur, og må dermed regnes som én aktør i relasjon til konkurranseloven. Begge selskapene er aktører i VVS- og VA-markedet i tillegg til at de betjener industri- og offshorekunder.

Forholdet til konkurranselovens forbudsbestemmelser

Forbudet mot prissamarbeid - konkurranseloven § 3-1

Ifølge 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 bortsett fra vanlig kontantrabatt. Ifølge § 3-1 annet ledd må én eller flere leverandører av varer tilsvarende ikke fastsette eller søke å påvirke priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester.

Ifølge § 3-1 fjerde ledd er bestemmelsene i annet ledd ikke til hinder for at én enkelt leverandør av varer oppgir veiledende priser for avtakernes salg av varer eller tjenester. Leverandøren må i alle henvendelser uttrykkelig betegne prisene som veiledende.

Konkurransetilsynet nedla i 1992 forbud mot at grossister som var medlem i Norske Rørgrossisters Forening (NRF), herunder SR og BR, kunne oppgi veiledende viderefhandlerpriser. Forbudet mot å oppgi veiledende priser ble senere innskrenket slik at grossistene kunne oppgi veiledende tilbudspriser i kampanjer når veiledende tilbudspriser fra grossistene var lavere enn førstehåndsomsetningsleddets veiledende priser. Videre ble forbudet begrenset slik at grossistene kunne oppgi veiledende priser på importerte produkter.

SRs og BRs veiledningsadgang er dermed begrenset i forhold til lovens hovedregel. Innenfor vedtakets rammer kan imidlertid SR og BR oppgi veiledende priser overfor sine viderefhandlere, også for medlemmer av Varme & Bad-kjeden. For mer informasjon om inngrepsvedtakene vises det for øvrig til vedtak av 3. juli 1992 (Konkurransetilsynets sak nr. 91/344 - Inngrep mot rørgrossister) og 4. juli 1994 (Konkurransetilsynets sak nr. 94/805 - Adgang til prisveiledning for BR/SR.)

Samarbeidsavtalen mellom det enkelte medlem og SR/BR regulerer ikke direkte priser eller prisnivå i Varme & Bad-kjeden. Konkurransetilsynet er heller ikke kjent med andre avtalesett partene imellom som regulerer dette. Ifølge brev fra SR av 1. april 1998 fastsetter imidlertid aktivitetsrådet i kjeden utsalgsprisene. I annonsemateriell distribuert til kjedemedlemmene som Konkurransetilsynet har mottatt fra SR/BR går det ikke frem at de fastsatte utsalgsprisene er veiledende. Dette innebærer en leverandørstyring av prisene i strid med konkurranseloven § 3-1 annet ledd.

Det finnes imidlertid momenter i saken som kan tilsi at samarbeidet om markedsføring og fellesannonsering i realiteten innebærer en avtale mellom ervervsdrivende om pris, i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd.

Kjedens formål er profilering av Varme & Bad-konseptet gjennom aktiv markedsføring som skal gi kjedemedlemmene en felles identitet. Det forutsettes enhetlig opptreden blant forhandlerne og at medlemmene holder fokus på kjedekonseptet. Dette innebærer også enhetlige priser som søkes gjennomført ved at aktivitetsrådet i kjeden beslutter kjedens utsalgspriser. Et enhetlig konsept ville naturlig nok ikke kunne oppnås dersom det stadig ble konkurrert på pris mellom de enkelte forhandlerne i kjeden. Selv om det ikke er eksplisitt uttrykt at prisene som aktivitetsrådet fastsetter skal følges, synes lojaliteten overfor kjedekonseptet å innebære en *forutsetning* om at kjedens priser skal brukes. Dette understøttes også av kjedemedlemmers uttalelser overfor Konkurransetilsynet, hvor de har uttrykt at prisene skal følges. Dette innebærer at det enkelte medlem gjennom kjededeltakelsen forplikter seg til å følge disse priser, og er dermed å betrakte som en avtale om pris i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd. (Se Konkurransetilsynets vedtak V98-66)

SR anfører at kjedens priser fastsettes av aktivitetsrådet som kun består av representanter fra SR/BR. Av referater fra regionmøter i kjeden som er oversendt tilsynet fremkommer imidlertid at kjedemedlemmene deltar i aktivitetsrådet og påvirker den prisen som settes i annonser og magasin. En slik innordning vil utvilsomt innebære at samarbeidet i kjeden er i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd. SR har imidlertid hevdet at denne praksis er fraveket og at kjedemedlemmene nå ikke deltar i prisfastsettelsen.

Konkurransetilsynet legger avgjørende vekt på kjedens fokus på en felles identitet hvor en sentral del av samarbeidet bygger på en forutsetning og aksept for at de priser som kjedeledelsen fastsetter skal følges opp av de enkelte medlemmer. På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets oppfatning at samarbeidet i Varme & Bad-kjeden er i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd.

Forbudet mot markedsdeling - konkurranseloven § 3-3

Ifølge konkurranseloven § 3-3 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 til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensninger.

Ifølge krrl. § 3-3 tredje ledd er forbudet ikke til hinder for at en enkelt leverandør avtaler markedsdeling med eller fastsetter markedsdeling for sine avtakere.

Begrepet "markedsdeling" omfatter etter en naturlig forståelse situasjoner hvor partene deler ett eller flere markeder mellom seg. Markedsdelingsforbudet rammer både deling av ett marked samt deling (fordeling) av flere. Det er altså forbudt for noen som konkurrerer i flere geografiske markeder å fordele disse mellom seg.

I samarbeidsavtalen mellom SR/BR og kjedemedlemmene har partene under punktet "områder" avtalt

bestemmelser for geografisk inndeling. Klausulen lyder at dersom det er flere Varme & Bad-forretninger i området skal geografiske forhold/hensyn lokalt avtales mellom SR/BR avd. sjef og den enkelte forretning.

Etter avtalen er ikke avtakerne gitt noe eksklusivt salgsområde og tilsynet har ikke kjennskap til om nærmere områdedeling er gjennomført. Klausulen åpner imidlertid for at medlemmene i kjeden avtaler områdebeskyttelse med SR/BR når flere medlemmer er lokalisert i samme område. Klausulen vil rent faktisk bevirke at avtakerne får en viss områdebeskyttelse. Konkurransetilsynet antar derfor at klausulen i utgangspunktet rammes av § 3-3 første ledd.

Innledningsvis er det slått fast at SR/BR anses som én aktør. Avtalen om områdebeskyttelse er inngått mellom SR/BR og hvert enkelt medlem. Markedsdelingen er derfor fastsatt av én enkelt leverandør og er dermed i henhold til § 3-3 tredje ledd ikke rammet av § 3-3 første ledd.

Dette innebærer at SR/BRs fastsettelse av markedsdeling for sine avtakere vil være tillatt etter konkurranseloven § 3-3 tredje ledd.

Dispensasjon fra konkurranseloven og omgjøring av tidligere vedtak

I henhold til konkurranseloven § 3-9 kan Konkurransetilsynet innvilge dispensasjon fra lovens forbud dersom ett av følgende kriterier er oppfylt:

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

Prisveiledning er som nevnt ikke tillatt for SR/BR i henhold til inngrepsvedtakene av 3. juli 1992 og 4. juli 1994, dersom produktene ikke er importerte eller prisene er lavere enn leverandørens veiledende utsalgspriser. Hvis Konkurransetilsynet finner at ett av dispensasjonskriteriene er oppfylt slik at det gis dispensasjon til regulering av utsalgsprisene, er det grunn til å omgjøre disse vedtakene slik at de ikke omfatter Varme & Bad-medlemmer. Vi vil ikke her gjøre en selvstendig vurdering av de tidligere inngrepsvedtakene. Disse vedtakene opprettholdes derfor overfor SR/BR med hensyn til detaljister som ikke omfattes av dispensasjonsvedtak i denne saken.

Konkurransemessige virkninger av samarbeidet

For å kunne ta stilling til de konkurransemessige virkningene av en eventuell dispensasjon er det viktig å kartlegge hvilke marked søknaden omfatter.

Det relevante marked

Produktene innenfor dette markedet går under samlebetegnelsen VVS-produkter. Eksempel på denne

typen produkter er blant annet rør og rørdeler, baderoms- og vaskeromsprodukter, varmtvannsberedere, sentralvarmeanlegg, ventilasjonsanlegg, slamavskillere- og tanker samt isolasjonsmateriell. Innenfor VVS-produkter finnes det altså et stort utvalg produkter som ikke er substituerbare og som dermed utgjør flere ulike produktmarkeder.

Etter det Konkurransetilsynet kjenner til er det vanlig at aktørene tilbyr et forholdsvis bredt utvalg av de ulike produktene. Det er altså ikke slik at den enkelte i særlig grad har spesialisert seg innenfor de ulike produktgruppene. Det antas dermed at et prissamarbeid påvirker konkurransen innen de forskjellige produktmarkedene på samme måte. Det er således hensiktsmessig å behandle de ulike produktgruppene under ett.

Samarbeidet mellom aktørene i Varme & Bad-kjeden innebærer bindinger både mellom detaljistene (horisontalt) og mellom detaljistene og grossistene (vertikalt). Samarbeidet har derfor virkning både i detaljistmarkedet og i grossistmarkedet for VVS-artikler. Tilsynet legger disse to markedene til grunn og vil betrakte dem som adskilte relevante markeder. Årsaken til dette er at kundene i hvert av markedene ikke står fritt til å velge hvem som skal forestå leveransene. Mindre sluttbrukere får normalt ikke leveranser direkte fra grossist eller leverandør. Kunder som benytter detaljister har således liten mulighet til å substituere bort leveranser fra disse. Detaljisten på sin side kan vanskelig gå utenom leveringer fra grossist på grunn av VVS-grossistenes sterke stilling i markedet, noe som beskrives nærmere senere.

Detaljistene i VVS-markedet er hovedsakelig rørleggere med VVS-butikk. I de fleste tilfeller vil ikke kundene være store nok til å kunne kjøpe direkte fra grossist. Det vil da ofte være lite effektivt å kjøpe produktene fra andre enn lokale forhandlere på grunn av transportkostnader og tidskostnader. For forbrukeren vil leveranser fra andre steder i landet enn der kunden befinner seg derfor være lite aktuelt. Det relevante geografiske marked for detaljister i VVS-markedet er derfor lokalt.

Grossisten har en vesentlig logistikkfunksjon for detaljisten, noe som innebærer at det for en stor del av detaljistene ikke er noe reelt alternativ med direkte leveranser fra leverandør. Transportkostnader vil som regel hindre at detaljisten henvender seg til grossister i andre deler av landet. Grossistene må derfor som regel være etablert regionalt for å kunne tilby sine varer og tjenester til forhandlerne. Det relevante geografiske marked for grossistene er dermed regionale markeder i Norge.

Detaljistmarkedet

Det foreligger ingen eksakte opplysninger om markedsandelen for Varme & Bad-kjeden, verken lokalt eller på landsbasis. [...] (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.) Teller man antall rørleggere i Norge, er ca 6,2% av disse tilsluttet Varme & Bad. På Vestlandet er kjeden spesielt godt representert med ca. 10,7% av rørleggerne i regionen.

Varme & Bad-kjeden består av små bedrifter som hver for seg anses å ha lite ressurser til produksjon og distribusjon av markedsføringsmateriell. Konkurransetilsynet har funnet at kjedens medlemmer i liten grad konkurrerer direkte med hverandre på en måte som gjør medlemmene samlet i stand til å utøve lokal markedsrett. Et samarbeid om priser forventes imidlertid å kunne bidra til å redusere den enkelte bedrifts kostnader ved annonsering. Dette vil kunne gi incentiver til økt markedsføring og bedre muligheter for å gjennomføre regionale eller nasjonale annonsekampanjer. Markedet forventes derved å bli mer oversiktlig, noe som kan bidra til økt fokusering på pris som konkurranseparameter. En mer effektiv markedsføring ved samlet annonsering kan også innebære en ren effektivitetsmessig gevinst. Denne gevinsten antas imidlertid å være relativt liten sammenlignet med markedets totale omsetning.

Virkningene i form av økt konkurranse kan svekkes dersom konkurransen mellom rørleggere med ulik kjedetilnytning ikke fungerer tilfredsstillende. Byggevarehusene er i noen grad reelle konkurrenter til detaljistleddet i VVS-bransjen og antas derfor å bidra til konkurranse i dette markedet. Byggevarehusenes konkurranseevne på merkevarer hemmes imidlertid av en viss motstand i bransjen mot leveranser utenom rørleggerne.

Basert på markedsandelene til Varme & Bad er likevel tilsynet av den oppfatning at et samarbeid mellom Varme & Bads medlemmer og SR/BR vil ha liten konkurransemessig betydning i detaljistmarkedet isolert sett.

Grossistmarkedet

Tilsynet er bekymret over konkurranseforholdene i grossistmarkedet, som er svært konsentrert, med et fåtall aktører som står for mesteparten av omsetningen. Dette er Brødrene Dahl, Bergen Rørhandel/ Stavanger Rørhandel (SR/BR) og Heidenreich/Trondhjem Rør. Av disse tre er Brødrene Dahl og SR/BR størst med markedsandeler på henholdsvis ca. 45% og 25%. [...] (Unntatt offentlighet i henhold til offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 nr. 2. Opplysningene finnes i vedlegg.). Heidenreich/Trondhjem Rør har en samlet markedsandel på i underkant av 10%, og deltar dessuten sammen med SR/BR i innkjøpssamarbeidet NRE. Alle disse grossistene er igjen medlemmer i Norske Rørgrossisters Forening-VVS. Markedet er således konsentrert.

Etablering synes å være vanskelig i dette markedet. Både produsenter, grossister og rørleggere har i flere tilfeller tidligere vist seg lite villige til å godta inntreden i markedet fra nye aktører. Dette gjelder både byggevarekjeder som ønsker å komme inn på VVS-markedet, og mindre forhandlere som ønsker å etablere seg som grossister eller kjøpe direkte fra produsent. Av nyere dato nevnes spesielt Byggmakker ved Oslo Rørhandel som forsøkte å utvide sitt utvalg av VVS-artikler til også å gjelde varmtvannsberedere. (Konkurransetilsynets vedtak av 15. desember 1997: OSO Hotwaters leveringsnektelse mot Oslo Rørhandel AS.) Levering ble nektet av produsenten av varmtvannsberedere, OSO Hotwater, og Konkurransetilsynet vurderte det slik at leveringsnektelsen var egnet til å begrense konkurransen og påla OSO Hotwater å levere til Oslo Rørhandel. Et annet eksempel som belyser problemer med etablering i markedet, er NKLs vanskeligheter med å få konkurransedyktige leveranser fra produsenter og grossister etter innføring av VVS-produkter i sine byggevareutsalg.

Inntrykket av at konkurransen er redusert, bekreftes av byggekostnadsindeksen som utgis av Statistisk

Sentralbyrå. Her går det frem at priser på VVS-materiell har steget betraktelig mer enn andre byggekostnader i indeksen bortsett fra elektromateriellpriser. I perioden juni 1994 til og med juni 1999 steg prisene på VVS-materiell 4,3% per år i gjennomsnitt. Dette er nesten dobbelt så mye som konsumprisene som steg med 2,2% per år i samme periode. Byggevarekostnadene totalt steg med 2,6% årlig i perioden. Prisøkningen kan være grunnet i andre forhold enn lite konkurranse, men sammenholdt med den sterke konsentrasjonen i markedet og mangel på nyetablering gir dette etter Konkurransetilsynets oppfatning indikasjoner på at konkurransen er begrenset.

SR/BR ønsker dispensasjon til å fastsette priser overfor Varme & Bads forhandlere. En slik kontroll over avtakernes utsalgspriser styrker bindingene mellom grossisten og detaljistene. Sterkere bindinger mellom grossister og detaljister i et konsentrert marked reduserer generelt sannsynligheten for at detaljister skifter grossist, og vil derfor kunne svekke detaljistenes forhandlingsposisjon overfor grossistene. Dette vil igjen svekke grossistenes incentiver til å konkurrere på pris.

Forhandlere som er bundet opp til grossister vil i tillegg være mindre tilgjengelige som detaljister for eventuelle nyetablerte grossister. Vertikale bindinger kan på den måten begrense mulighetene som nye aktører i markedet har til å skaffe seg et distribusjonsnett. Siden distribusjonsnettet er nødvendig for etablering av grossister, vanskeliggjøres nyetablering i grossistmarkedet ved vertikale bindinger. I et konsentrert grossistmarked slik som i VVS-bransjen vil det være særlig vanskelig for nye grossister å skaffe avtakere.

Konkurransetilsynet har tidligere nektet rørleggerkjeden Bademiljø dispensasjon til prissamarbeid Konkurransetilsynets vedtak V98-12. Kjeden var da eid 100% av Brødrene Dahl. Til forskjell fra Varme & Bad-kjeden, hadde Bademiljø en relativt stor markedsandel i detaljistmarkedet. Samarbeidet ville derfor ha mer enn konkurransemessig liten betydning. Konkurransetilsynet fant at samarbeidet innebar vertikale bindingene mellom Brødrene Dahl og detaljistene som kunne begrense konkurransen i grossistmarkedet.

SR/BRs kontroll med Varme & Bad-medlemmenes utsalgspriser vil imidlertid ikke i seg selv hindre etablering av nye grossister på grunn av kjedens små markedsandeler. Slik tilsynet ser det kan det derfor ikke legges til grunn at felles priser for kjeden Varme & Bad har mer enn liten konkurransemessig betydning i grossistmarkedet.

Konklusjon og vedtak

I tillegg til at samarbeidet har liten konkurransemessig betydning i grossistmarkedet, har vi foran lagt til grunn at samarbeidet har liten konkurransemessig betydning i detaljistmarkedet på grunn av kjedens lave markedsandeler.

Konkurransetilsynet konkluderer derfor med at et samarbeid mellom SR/BR og Varme & Bad-kjedens medlemmer om felles priser vil ha liten konkurransemessig betydning. Av den grunn og med hjemmel i krrl. § 3-9 første ledd bokstav c) og forvaltningsloven §35 bokstav a) har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

Stavanger Rørhandel og Bergens Rørhandel gis dispensasjon fra konkurranse-loven § 3-1 annet ledd til å fastsette utsalgspriser på VVS-artikler for medlemmer av Varme & Bad-kjeden.

Stavanger Rørhandel og Bergens Rørhandel og Varme & Bads medlemmer gis dispensasjon fra konkurranse-lovens § 3-1 første ledd til å samarbeide om utsalgspriser på VVS-artikler.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder frem til 1. desember 2004.

Prisdirektoratets vedtak av 3. juli 1992 og Konkurransetilsynets vedtak av 4. juli 1994 vedrørende begrensninger i adgangen for Stavanger Rørhandel og Bergens Rørhandel til å drive prisveiledning omgjøres, slik at de ikke omfatter medlemmer av Varme & Bad-kjeden i dispensasjonsperioden.

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

Det gjøres 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](#)