

V2000-112 15.09.2000

Dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 - SyButikken Norge AS

Sammendrag:

SyButikken Norge AS har fått dispensasjon fra konkurranselovens forbud mot prissamarbeid, slik at de kan sette fellespriser på symaskiner m.m. i forbindelse med tilbudskampanjer.

Vi viser til Deres brev av 16. august i år hvor De på vegne av medlemmene i SyButikken Norge AS (heretter kalt SyButikken) søker om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1, slik at SyButikken kan foreslå utsalgspriser for sine medlemmer i forbindelse med kampanjer. Med å "foreslå" priser forstår Konkurransetilsynet å oppgi veiledende priser.

SyButikken er sentralleddet i en kjede med femten sybutikker. Kjedesentralen eies av medlemmene - dvs. de enkelte butikkene. Kjedesentralens oppgaver består bl.a. i å utarbeide markedsføringsmateriell og å forhandle frem avtaler med leverandører. Kjedesentralen fungerer ikke selv som leverandør til butikkene.

Kjeden har tilbudskampanjer med ujevne mellomrom (ca. to ganger årlig). Disse kampanjene arter seg slik at kjedesentralen foreslår en kampanjepris på de aktuelle tilbudsproduktene og sender ut nødvendig materiell til butikkene. Annonseringen skjer som oftest lokalt, men innenfor samme region hender det at flere av butikkene annonserer sammen.

Forholdet til konkurranseloven

Konkurranseloven § 3-1 - forbud 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". Videre setter § 3-1 annet ledd forbud mot at en eller flere leverandører fastsetter eller søker å påvirke "priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester". At en avtale ikke er formelt bindende gjør ikke samarbeidet lovlig, jf. § 3-1 tredje ledd annet punktum hvor veiledende avtaler uttrykkelig blir omfattet av forbudet. Konkurranseloven § 3-1 fjerde ledd gjør det klart at forbudet i annet ledd ikke er til hinder for at "en enkelt leverandør oppgir veiledende priser for avtakernes salg av varer eller tjenester".

SyButikken ønsker å fastsette veiledende priser for sine medlemmer i forbindelse med ulike markedsføringskampanjer. En slik ordning må ses på som en avtale mellom to eller flere ervervsdrivende som er egnet til å påvirke konkurransen. Slik tilsynet ser det, vil enhver avtale eller et hvert samarbeid av den typen SyButikken ønsker å gjennomføre, potensielt kunne påvirke konkurransen. Loven stiller ikke noe krav om at konkurransen faktisk vil bli påvirket i dette konkrete tilfelle. Strukturen i kjeden - med kjedesentralen som et slags koordinerende organ for sine eiere (dvs.

butikkene) - gjør at vi vurderer dette som et *horisontalt* prissamarbeid, dvs. et prissamarbeid mellom aktører på samme ledd i omsetningskjeden. Etter dette vil det omtalte samarbeidet være i strid med krrl. § 3-1 første ledd. SyButikken og dens medlemmer trenger følgelig dispensasjon for å kunne fortsette med felles tilbudskampanjer.

Dispensasjon etter konkurranseloven § 3-9

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i § 3-9 første ledd gi 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

konkurransereguleringen,

c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller

d) det foreligger særlige hensyn.

Konkurransetilsynets vurderinger

For å vurdere om et eller flere av vilkårene i konkurranseloven § 3-9 er oppfylt, foretar Konkurransetilsynet en vurdering av det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked.

Det relevante produktmarked avgrenses med utgangspunkt i forbrukernes substitusjonsmuligheter, som bestemmes av i hvilken grad forbrukerne kan gå over til å etterspørre andre produkter dersom prisen på et produkt øker. Substituerbarheten mellom de ulike produktene vil særlig avhenge av produktets egenskaper, bruksområde og pris.

Innenfor Sybutikkens varespekter finnes det i hovedsak tre produktgrupper. Disse tre produktgruppene er symaskiner, stoffer og sytilbehør. For forbrukerne vil ikke disse varegruppene være nære substitutter. Det vil også være varer innenfor de enkelte produktgruppene som ikke kan substituere hverandre. Da konklusjonen i denne saken ikke utelukkende vil være avhengig av avgrensningen av markedet, finner vi det hensiktsmessig å se på de konkurransemessige virkningene av prissamarbeidet uten å ta endelig stilling til det relevante produktmarkedet. Konkurransetilsynet vil derfor vurdere alle produktene Sybutikken omsetter samlet.

SyButikkens forretninger er lokalisert i Sør- og Midt-Norge. Det relevante geografiske marked vil være avhengig av hvor langt forbrukeren er villig til å reise for å handle symaskiner, stoffer og sytilbehør. Normalt er transportkostnader den faktoren som har størst betydning for avgrensningen av det relevante geografiske marked. Høye transportkostnader tilsier et avgrenset relevant geografisk marked, mens lave transportkostnader tilsier at det relevante geografiske markedet er større. Konkurransetilsynet legger til grunn at forbrukeren begrenser sine innkjøp av symaskiner, stoffer og sytilbehør til sin region. I de fleste regionene møter SyButikkens medlemmer konkurranse fra andre aktører som fører tilsvarende

produkter som SyButikken. Tilsynet kan derfor ikke se noe grunnlag for å avgrense det relevante geografiske markedet nærmere.

SyButikkens medlemmer har en relativt liten andel av den totale omsetningen av symaskiner, stoffer og sytilbehør. Det søkes dessuten kun om felles prissetting i forbindelse med kampanjer. Prissamarbeidet vil derfor ha begrenset omfang.

På bakgrunn av det ovennevnte legger Konkurransetilsynet til grunn at samarbeidet vil ha liten konkurransemessig betydning.

Konkurransetilsynets vedtak

På dette grunnlag og med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 bokstav c) har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

SyButikken Norge AS gis dispensasjon fra konkurranselovens § 3-1 første ledd slik at selskapet kan fastsette veiledende priser for sine medlemmer i forbindelse med kjedens markedsføringskampanjer.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til og med 15. september 2005.

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](#)