

V2000-121 20.10.2000

Konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 - Viking Redningstjeneste AS

Sammendrag:

Viking Redningstjeneste AS og tilknyttede servicestasjoner gis dispensasjon fra forbudet om prissamarbeid for å kunne fastsette maksimale innkjøpspriser for assistanse til bilberging.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 14. september 2000 hvor De på vegne av Viking Redningstjeneste AS søker om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1.

1. Sakens bakgrunn

Viking Redningstjeneste AS (Viking) organiserer og markedsfører forskjellige ordninger for bilbergingstjenester og assistanse ved ulykker. Tjenestene selges som abonnementsavtaler. Avtalen gir abonnenten tilgang på assistanse og berging i en havarisituasjon. For å kunne tilby tjenestene sine har Viking knyttet til seg et landsdekkende nett av bergings- og servicestasjoner. Viking formidler enkeltoppdrag til disse. Det enkelte bergings- eller serviceoppdrag er et avtaleforhold mellom den enkelte hjelpestasjon og kunden, men Viking formidler betaling for de oppdrag som faller inn under abonnementsavtaler i henhold til innsendte fakturaer fra bergings- og servicestasjonene. Disse oppdragene er underlagt maksimalpriser og rabatter fastsatt etter diskusjon med Viking interesseorganisasjon (ViO). ViO tilsvare det tidligere regionrådet og består av representanter for bergings- og servicestasjonene.

25. september 1995 fikk Viking innvilget dispensasjon fra konkurranseloven §§ 3-1 og 3-3 for bestemmelser i standardavtalen mellom Viking og de enkelte bergings- og servicestasjonene. Dispensasjonen gjaldt avtalens § 2 om geografiske områder for de tilknyttede bergings- og servicestasjoner, forbudet mot at bergings- og servicestasjonene knytter seg til andre bilbergingorganisasjoner i avtalens § 12 og bestemmelsen om regionrådets deltakelse i fastsettelsen av maksimalpriser i avtalens § 9. Dispensasjonen utgikk 1. oktober 2000.

I forbindelse med utløpet av dispensasjonen, samt revisjon av standardavtalen, bes det om ny vurdering av avtalens innhold i forhold til konkurranseloven bestemmelser, i tillegg til at det søkes om dispensasjon for forbudte klausuler.

2. Forholdet til konkurranselovens forbudsbestemmelser

2.1 Konkurranseloven § 3-1- forbud mot prissamarbeid

Konkurranseloven § 3-1 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 priser, avanser eller rabatter.

Ordlyden i § 3-1 første ledd, "avtale, samordnet praksis eller på annen måte", er meget vid og er ment å ramme enhver form for samarbeid om forbudt konkurranseregulering. NOU 1991:27 s 250

I følge standardavtalens § 13, samt opplysningene tilsynet har fått, fastsetter Vikings styre bindende maksimalpriser etter drøftelse med ViO. Viking anses som selvstendig økonomisk virksomhet og ikke samarbeid mellom ervervsdrivende. Konkurransetilsynets brev av 14. juli 1995 Alle servicestasjonene er imidlertid representert i ViO og deltar dermed aktivt i fastsettelse av maksimalpriser. Etter tilsynets vurdering er det derfor naturlig å se servicestasjonene rolle i ViO som uttrykk for samordnet praksis mellom to eller flere ervervsdrivende i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd. Det er følgelig nødvendig med dispensasjon for denne avtaleregulering.

2.2 Konkurranseloven § 3-3- forbudet mot markedsdeling

Konkurranseloven § 3-3 første ledd forbyr 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, å fastsette eller søke å påvirke til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumbegrensning.

Ordningen slik den er beskrevet i standardavtalens § 4 innebærer en fordelingsordning der kunden ringer inn til redningssentralen, som videreformidler oppdraget til den servicestasjonene som har det bestemte ansvarsområdet. Ansvarsområdene fordeles på bakgrunn av hvilken servicestasjon som i tid ligger nærmest bergingsstedet.

Spørsmålet er om en slik ordning innebærer markedsdeling i strid med krrl § 3-3 første ledd.

Verken loven eller forarbeidene gir noen uttrykkelig definisjon av begrepet markedsdeling. Etter en naturlig lovforståelse omfatter begrepet situasjoner hvor partene deler ett eller flere markeder mellom seg. Begrepet er imidlertid ikke klart, og forarbeidene gir begrenset veiledning for den nærmere fastlegging av forbudets rekkevidde.

Høyesterett kjæremålsutvalg har i en kjennelse av 22. februar 1999 Rt. 1999 s 285 uttalt seg om rekkevidden av markedsdelingsforbudet:

" Utvalget forstår § 3-3 første ledd slik at bestemmelsen gjelder fordeling av ett eller flere markeder mellom konkurrenter eller fremtidige konkurrenter for å oppnå gjensidig beskyttelse mot konkurranse. Dette kan blant annet oppnås ved områdedeling, kundedeling og kvotedeling."

Etter tilsynets praksis er en fordeling av oppdrag tilknyttet en sentral ikke i seg selv "markedsdeling" V1998-92, V2000-106. Etter tilsynets oppfatning må det kreves noe mer for at en slik oppdragsfordeling skal rammes av forbudet i krrl § 3-3, for eksempel ved at en fordeling skjer på en bestemt måte som reelt sett innebærer kundedeling eller områdedeling

Den ovennevnte ordningen skjer etter objektive kriterier og er begrunnet i hvilken servicestasjon som mest hensiktsmessig kan foreta det aktuelle oppdraget vurdert opp i mot et krav om at berging skal skje så raskt som mulig. I tråd med tidligere praksis er dette ikke i seg selv tilstrekkelig for å betegne forholdet som markedsdeling. Fordelingssystemet gir heller ikke beskyttelse mot konkurranse fra andre servicestasjoner innen Vikingordningen, i og med at fordelingen kan fravikes der kunden har spesifikke preferanser. Dette fraværet av gjensidig beskyttelse mot konkurranse indikerer at man befinner seg utenfor markedsdelingsforbudet.

Av denne vurderingen følger det at ordningen faller utenfor markedsdelingsbegrepet i krrl § 3-3.

2.3 Konkurranseloven § 3-3- klausul om konkurranseforbud

Standardavtalens § 16 fastslår at servicestasjonen forbys å inngå samarbeidsavtaler om bilberging med andre aktører som konkurrerer med Viking. Videre har ikke servicestasjonen eller dens innehaver, aksjonærer eller ledende ansatte anledning til å delta som eier/aksjonær eller på annen måte i virksomhet som konkurrerer med Viking eller Vikings servicestasjoner. Spørsmålet er om slike konkurranseforbud rammes av krrl. § 3-3.

Begrepet markedsdeling kjennetegnes ved at det skjer en deling av markedet mellom parter om konkurrerende produkter. Ensidige avtaler som begrenser den ene parts markedsadgang regnes som hovedregel ikke som markedsdeling. I dette tilfellet blir Viking beskyttet mot at servicestasjonene tiltrer konkurrerende kjeder eller aktører. Konkurransen mellom de ulike stasjonene elimineres imidlertid ikke gjennom denne klausulen. Det dreier seg først og fremst om en klausul som krever at servicestasjonen avstår fra involvering med øvrige tredjemenn, noe som etter en naturlig språkforståelse ikke faller inn under begrepet markedsdeling. Konkurranseforbud mot involvering med tredjemenn skal normalt beskytte samarbeidets investeringer i markedsføring, forretningsprofil og lignende og vil derfor i de fleste tilfeller ikke innebære en konkurransebegrensning av en slik karakter. Slike klausuler fastsettes ofte for å opprettholde samarbeidets felles identitet og omdømme, og er som regel en forutsetning for å tiltre et samarbeid.

Som følge av denne konkrete vurderingen legger tilsynet til grunn at samarbeidsavtalens § 16 er en konkurranseklausul som faller utenfor markedsdelingsforbudet.

2.4 Dispensasjon etter konkurranseloven § 3-9

På grunnlag av drøftingen ovenfor finner Konkurransetilsynet at Vikings samarbeid med Viking servicestasjonene kun vil rammes av forbudsbestemmelsen i § 3-1 første ledd.

Tilsynet 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.

For å avgjøre om et eller flere av vilkårene over er oppfylt må Konkurransetilsynet vurdere hvilke markeder som berøres av den forbudte konkurransereguleringen. Nedenfor vurderes derfor avgrensningen av det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet.

3. Det relevante marked

3.1 Det relevante produktmarked

Det relevante produktmarked inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av bestemte behov. Med substituerbarhet menes hvilke produktvarianter etterspørerne kan velge mellom for å tilfredsstille det samme, underliggende behov. Substituerbarheten kan måles ved krysspriselasiteter som angir i hvilken grad en konsument, for sin behovstilfredstillelse, vil gå over til å etterspørre andre produkter dersom prisen på et produkt øker. Dette vil særlig avhenge av produktets egenskaper, bruksområde og pris.

Det Viking søker dispensasjon for er å sette felles maksimalpriser for assistanse til bilberging til sine abonnenter og samarbeidspartnere (forsikringselskap, bilorganisasjoner osv.). Dette prissamarbeidet vil i hovedsak være egnet til å påvirke konkurransen mellom servicestasjonene, ettersom det er der konkurransereguleringen gjøres gjeldene. Det markedet det er aktuelt å avgrense er følgelig det markedet servicestasjonene opptre i.

For mange forbrukere vil det ikke være noen nære substitutter til de tjenestene servicestasjonene leverer. For enkelte vil det imidlertid være et alternativ å få hentet og reparert bilen selv. Det er også en mulighet at flere vil velge dette alternativet ved en stor prisøkning på bilbergingstjenester.

På bakgrunn av det ovennevnte finner Konkurransetilsynet det i denne saken hensiktsmessig å avgrense det relevante produktmarkedet til bilbergingstjenester utført av servicestasjoner eller andre. Avgrensning av det relevante produktmarked er ikke nærmere analysert, fordi det er uten betydning for sakens utfall.

3.2 Det relevante geografiske marked

Det relevante geografiske marked omfatter det området hvor etterspørerne av varer og tjenester i det relevante produktmarkedet foretar sine innkjøp. Transport- og tidskostnader gjør det i de fleste tilfeller lite effektivt for kunden å søke etter tilbud andre steder enn i det lokale området kunden befinner seg.

Markedet for bilbergingstjenester kan deles inn i en rekke lokale markeder. Konkurransetilsynet foretar

ikke en nærmere avgrensning av de relevante geografiske markeder i denne saken, ettersom det ikke er nødvendig av hensyn til vår vurdering.

4. Konkurransetilsynets vurdering og vedtak

De ulike servicestasjonene i samarbeidet er spredd over hele landet og opererer således i ulike geografiske markeder. Dette tilsier at samarbeidet bare i begrenset grad påvirker konkurransen mellom Vikingstasjonene. De fleste servicestasjonene møter konkurranse fra andre aktører som tilbyr tilsvarende tjenester. Denne konkurransen vil imidlertid variere. I enkelte geografiske markeder kan det derfor tenkes at den stedlige Vikingstasjon har markedsrett. I markeder hvor enkelte aktører har markedsrett vil prisene ofte være høyere, og omsatt kvantum lavere enn det nivået som gir den beste utnyttelsen av samfunnets ressurser. Samarbeidet om felles maksimalpris til abonnenter kan i slike tilfeller resultere i priser som er mer samfunnsøkonomisk riktige enn når servicestasjonene alene fastsetter prisene.

I enkelte sammenhenger kan maksimalpriser føre til en normering av hvor høye priser servicestasjonene vil ta. Under forutsetning av at Viking er utsatt for reell konkurranse fra andre bilbergingselskaper, legger Konkurransetilsynet til grunn at fastsetting av maksimalpriser er et uttrykk for reell konkurranse.

På bakgrunn av ovennevnte forventes maksimalprisreguleringen å resultere i sterkere konkurranse og priser som er mer samfunnsøkonomisk riktige enn når servicestasjonene selv fastsetter prisene. Konkurransetilsynet har derfor fattet følgende vedtak med hjemmel i konkurranselovens § 3-9 første ledd bokstav a:

Viking Redningstjeneste AS og tilknyttede servicestasjoner gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å fastsette maksimale innkjøpspriser for assistanse til bilbergning til Viking Redningstjeneste AS sine abonnenter og samarbeidspartnere.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder frem til 1. november 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](#)