

V2000-136 04.12.2000

MX Sport-kjeden - dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1

Sammendrag:

MX Sport-kjeden er gitt dispensasjon fra konkurranselovens forbud mot prissamarbeid, slik at kjeden kan oppgi maksimalpriser til sine medlemmer i forbindelse med markedsføring.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 28. august i år, der De på vegne av MX Sport-kjeden søker om fornyelse av en tidligere dispensasjon fra forbudet mot prissamarbeid i konkurranseloven (krll.) § 3-1. Den forrige dispensasjonen, som utløp 1. mars i år, var betinget av at medlemmene i kjeden kunne gå under de oppgitte tilbudsprisene.

MX Sport-kjeden

Kjeden eies av to juridisk adskilte enheter; MX Sport Nord AS (i Trondheim) og T. Fjelland & Co AS (i Stavanger). Det eksisterer ingen kjedeavtale eller vedtekter i kjeden. De to grossistselskapene fungerer som kjedesentraler/distribusjonsselskaper i hver sin del av landet. Arbeidet som kjedesentral består i administrering av leverandøravtaler, arrangering av innkjøpsmesser, felles innkjøp og markedsføring, samt varedistribusjon. Utover disse to selskapene er det ingen andre styrende organer i kjeden. Butikkene er eid av forhandlerene selv, og per i dag har kjeden ca. 115 medlemmer. Disse er lokalisert over hele landet, bortsett fra det sentrale Østlandet. T. Fjelland & Co AS anslår at kjeden har en markedsandel på [] (Unntatt etter lov 19. juni 1970 nr. 69 om offentlighet i forvaltningen § 5a, jf. lov 10. februar 1967 om behandlingsmåten i forvaltningssaker § 13 første ledd nr. 2.) prosent på landsbasis, men at den er noe høyere på Vestlandet og i Midt- og Nord-Norge der kjedens butikkdekning er større.

Forholdet til konkurranseloven

Forbudet mot prissamarbeid, krll. § 3-1

Krll. § 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. Forbudet rammer både horisontalt samarbeid (mellom næringsdrivende på samme ledd i distribusjonskjeden) og vertikalt samarbeid (mellom næringsdrivende på forskjellige ledd i distribusjonskjeden).

MX Sport-kjeden samarbeider om å utarbeide avisannonser og å utgi DM'er. (Direkte markedsføring; markedsføringsmateriale rettet mot enkeltpersoner.) I DM'ene er enkelte produkter merket med "MX-pris". Dette skal formodentlig være spesielt gunstige tilbud. For de øvrige produktene er det kun oppgitt en veiledende pris. De veiledende prisene blir utarbeidet av kjedesentralene i samarbeid med enkelte av butikkene. I følge T. Fjelland & Co AS står alle forhandlere fritt til selv å "ta den prisen som er nødvendig å ta utifra lokale hensyn". Videre opplyses det at grunnen til at man opererer med en felles veiledende pris i forbindelse med markedsføring, er at det er upraktisk å produsere DM'er og avisannonser med ulike priser. Endelig heter det i brevet fra T. Fjelland & Co AS at "den enkelte

butikkdriver kan i realiteten avvike på pris etter eget forgodtbefinnende både på DM produkter og ellers generelt". Slik vi forstår det kan medlemmene også annonsere på egenhånd uavhengig av kjedesamarbeidet.

Etter det refererte skulle man tro at kjeden bare hadde behov for en dispensasjon til å oppgi veiledende priser, men siden søknaden er formulert som en søknad om dispensasjon til å oppgi maksimalpriser til medlemmene i forbindelse med markedsføring, vil vi foreta vurderingen på den bakgrunn. De såkalte MX-prisene (se over) gjør antakelig at kjeden uansett måtte hatt dispensasjon til å fastsette maksimalpriser. Det følger av krrl. § 3-1 tredje ledd at også veiledende avtaler og ordninger rammes av forbudet mot prissamarbeid, men for veiledende avtaler er det ett unntak i fjerde ledd som tillater "en enkelt leverandør" å oppgi veiledende priser. Tilsynet er av den oppfatning at samarbeidet innen MX Sport-kjeden både er horisontalt og vertikalt. Det er horisontalt fordi forhandlerne (i hvert fall noen av dem) er med på å fastsette de veiledende prisene, og fordi et slikt markedsføringssamarbeid erfaringsmessig vil ha en normerende virkning på prisen. Da vil det også være "egnet til å påvirke konkurransen," jf. krrl. § 3-1 første ledd første punktum. Samarbeidet er vertikalt fordi det også er et samarbeid mellom grossister og deres avtakere. Etter vår oppfatning kommer ikke unntaket for "en enkelt leverandør" i § 3-1 fjerde ledd til anvendelse når det er to leverandører involvert i samarbeidet. Samarbeidet innen kjeden er derfor forbudt, og MX Sport-kjeden og dens medlemmer trenger følgelig dispensasjon for å kunne fortsette samarbeidet.

Etter vår vurdering vil ikke EØS-avtalen med tilhørende forskrifter få betydning for tilsynets kompetanse i denne saken.

Dispensasjonsadgang

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i krrl. § 3-9 første ledd gi dispensasjon fra forbudene i krrl. §§ 3-1 til 3-4 hvis 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 konkurransebegrensningen,
- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn

For å avgjøre om ett eller flere av vilkårene i krrl. § 3-9 er oppfylt, foretar Konkurransetilsynet først en vurdering av det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet.

Det relevante marked

Det relevante produktmarked

Det relevante produktmarkedet inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av et bestemt behov. Med substituerbarhet menes hvilke produktvarianter etterspørerne kan velge mellom for å tilfredsstille det samme, underliggende behov. Substituerbarheten vil særlig avhenge av produktets egenskaper, bruksområde og pris.

MX Sport-kjeden fører produkter innenfor varegruppen sport og fritid. Det vil være ulike grader av substituerbarhet mellom de ulike produktene. For eksempel vil ikke en sykkel være et godt substitutt til

et par ski. Alle produktene er imidlertid rettet mot fritidsaktiviteter og distribueres gjennom den samme kanalen, sportsbutikken. Tilsynet har derfor avgrenset det relevante produktmarkedet til å omfatte tradisjonelle sportsartikler som ski og skiutstyr, sykler og sykkelutstyr, fiskeutstyr og andre tradisjonelle sportsartikler, samt tekstiler og sko spesielt laget for sport. Denne markedsavgrensningen er også i tråd med tidligere beskrivelser av sportsmarkedet. (Se for eksempel sak 98/1537.)

Det relevante geografiske marked

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

De aller fleste forbrukere handler sportsutstyr i sitt lokale marked. Når det er snakk om en landsdekkende kjede med sentralt fastsatte priser, kan det relevante geografiske markedet imidlertid antas å være nasjonalt. MX Sport-kjeden er representert i hele landet bortsett fra det sentrale østlandsområdet, med en tettere dekning på Vestlandet og i Midt- og Nord-Norge. Selv om medlemmene i kjeden kan avvike fra de priser som er oppgitt i sentrale markedsføringsorganer, legger tilsynet til grunn at MX Sport-kjeden opptrer som en landsdekkende kjede med sentralt fastsatte priser. Dette taler for at markedsforholdene er relativt like over hele landet, og det relevante geografiske markedet defineres derfor til å være nasjonalt.

Konkurransemessig vurdering

MX Sport-kjeden søker om dispensasjon for å kunne oppgi maksimalpriser i annonser og DM'er. Markedet for sportsartikler er preget av konkurranse med sterke kjeder som blant annet Gresvig. MX Sport-kjedens markedsandel tyder ikke på at kjeden vil kunne utnytte en nevneverdig grad av markedsrett. Tilsynet er derfor av den oppfatning at et slikt prissamarbeid som det søkes om dispensasjon for har liten konkurransemessig betydning.

Konkurransetilsynets vedtak

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

MX Sport-kjeden og kjedens medlemmer gis dispensasjon fra krrl. § 3-1 første ledd, slik at de sammen kan fastsette maksimalpriser for kjedemedlemmene i forbindelse med markedsføring.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 4. desember 2005.

Vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes Konkurransetilsynet. Tilsynet viser for øvrig til vedlagte klageskjema.

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake tidligere dersom forutsetningen for dispensasjonen ikke lenger er til stede, jf. krrl. § 3-9 tredje ledd.

Dersom det er behov for dispensasjon ut over utløpsdatoen, bes De søke i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)