

## V2000-63 16.06.2000

### Autobransjens Leverandørforening - dispensasjon til markedsdeling - konkurranseloven § 3-9 og § 3-4, jf. § 3-3

#### Sammendrag:

Autobransjens Leverandørforening (ABL) søkte om dispensasjon fra konkurranseloven til å opprettholde et begrenset forbud mot at medlemmene skal konkurrere om hverandres agenturer/representasjoner i sine vedtekter og etiske regelverk. Regelen ble ansett å være i strid med markedsdelingsforbudet i konkurranseloven. Konkurransetilsynet fant at konkurransen i ettermarkedet for bil og i markedet for verkstedsutstyr i liten grad vil bli påvirket av forbudet i ABLs regelverk, og dispensasjon ble gitt.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 2. januar 2000 hvor De på vegne av Autobransjens Leverandørforening (ABL) søker om dispensasjon fra forbudet mot markedsdeling i konkurranseloven (krnl) § 3-3.

#### Sakens bakgrunn

Organisasjonen ABL består av 20 grossister som importerer deler og rekvisita til bruk i det såkalte ettermarkedet for bil, samt 15 leverandører av verkstedutstyr til autobransjen. ABLs formål er nedfelt i foreningens vedtekter §1 annet ledd, som sier at ABL skal " ivareta medlemmenes standsinteresser, virke for reformer til utvikling av et sunt forretningsliv og fremme et godt kollegialt forhold innen bransjen".

ABL-medlemmene selger sine produkter til lokale verksteder, grossister, detaljister, kjeder og forhandlere. De har en samlet årlig omsetning på om lag 2,5 milliarder kroner. Av omsetningen utgjør salget i ettermarkedet for bil om lag 1,8-2 milliarder kroner, mens salget av maskiner og utstyr til verksteder står for resten, det vil si 500-700 millioner kroner. Det finnes ingen offisielle bransjestatistikker for bilbransjens ettermarked, men ABL oppgir sin andel av det norske markedet til om lag 30 prosent. Originalforhandlerne, det vil si forhandlere som er bundet til bestemte bilmerker, har den største markedsandelen innenlands med over 60 prosent. I tillegg til ABL-medlemmene og merkeforhandlerne finnes det rundt 30 frittstående norske importører med små markedsandeler.

#### Forholdet til konkurranseloven

Det fremgår av § 1 første ledd i ABLs vedtekter at ABL er en bransjeforening og at medlemmene skal være registrert som næringsdrivende etter norsk lov. ABL driver ikke selv med næringsvirksomhet, men er en interesseorganisasjon for selvstendig ervervsdrivende og omfattes derfor av krnl § 3-4. I henhold til krnl § 3-4 må ikke slike sammenslutninger fastsette eller oppfordre til reguleringer i strid med forbudsbestemmelsene i krnl §§ 3-1 til 3-3. ABLs regelverk må derfor vurderes i forhold til forbudet

mot markedsdeling i krrl § 3-3.

Konkurranseloven § 3-3 inneholder et 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 til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensning. Forbudet omfatter også retningslinjer med slikt innhold som rammes av ovenstående regel, jf. krrl § 3-3 annet ledd. I praksis vil en typisk markedsdelingsavtale innebære at to eller flere konkurrenter gjennom avtale oppnår gjensidig beskyttelse mot konkurranse fra hverandre i sine respektive markeder.

I ABLs vedtekter § 1 tredje ledd heter det at *"det skal tilstrebnes et høyt forretningsetisk nivå, hvor man blant annet skal vise respekt for andre medlemmers representasjoner"*. Hva ABL legger i forretningsetisk nivå er nærmere spesifisert i et vedlegg til de ordinære vedtektene om etiske regler. I de etiske reglene heter det i § 1 at:

*"Et medlem må ikke ta initiativ til å overta agenturer eller representasjoner for leverandør som han vet - eller burde vite - allerede er representert ved et annet medlem.*

*Såfremt et medlem mottar en forespørsel om overtagelse av representasjon/agentur for en leverandør som allerede er representert her i landet, skal man forsikre seg om at den tidligere representant er lovlig oppsagt før man innleder forhandlinger om eventuell overtagelse av representasjon.*

*Det er i strid med god forretningsskikk å foreta noe som kan redusere den gamle representants salgsmuligheter så lenge representasjonen ikke er definitivt opphørt."*

Bestemmelsen innebærer et krav til medlemmene om å avstå fra å konkurrere om eksisterende agentur og representasjoner. En egen sanksjonsregel i vedtektene § 3 fjerde ledd understreker betydningen av pålegget. I bestemmelsen står det at:

*"Gjør et medlem brudd på gyldig beslutning eller avtale, eller på annen måte opptrer i strid med foreningens vedtekter herunder også de vedtatte etiske regler, kan vedkommende etter innstilling fra styret - av generalforsamling eller medlemsmøtet ilegges en mulkt på inntil kr. 5000,-. I gjentakelsestilfelle kan denne mulkt forhøyes inntil kr. 10.000,-."*

Bestemmelsen gir uttrykk for at innholdet i de etiske reglene ikke bare er veiledende, men at de er ment å være bindende for medlemmene. ABL hevder at § 1 i det etiske regelverket er tatt med for å sikre ryddig og seriøs forretningsførsel i bransjen. I praksis vil imidlertid bestemmelsen innebære et forbud mot konkurranse om etablerte representasjoner og agenturer.

Konkurransetilsynet har tidligere, i sak nr 95/820, funnet at en liknende passus i Maskinentreprenørens Forbunds(MEF) etiske regler punkt 5 var forbudt i henhold til krrl § 3-4, jf. §3-3. I denne bestemmelsen het det at:

*"MEFs medlemmer overtar ikke andre medlemmers oppdrag uten at en har forsikret seg om at byggherren har saklig grunn til å bryte eksisterende avtale"*

Konkurransetilsynet begrunnet vedtaket med at regelen fungerte som et krav til medlemmene om å

avstå fra å konkurrere om oppdrag der et av MEF medlemmene allerede hadde inngått avtale med byggherren. Tilsynet mente dette i realiteten var en form for kundedeling og således i strid med forbudsbestemmelsen i krrl § 3-4, jf §3-3. Tilsvarende resonnering kan gjøres gjeldende overfor § 1 i ABLs etiske regelverk. Dersom ABL medlemmene spesialiserte seg gjennom å importere forskjellige produktkategorier vil ovennevnte regel fungere som en gjensidig beskyttelse mot konkurranse og på den måten være en form for markedsdeling. Paragraf 1 i ABLs etiske regelverk vil følgelig være egnet til å påvirke konkurransen i form av markedsdeling, og vil derfor være i strid med krrl §3-4, jf §3-3 .

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i krrl § 3-9 første ledd gi dispensasjon fra forbudene i krrl §§ 3-1 til 3-4 hvis et 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.

Om vilkårene for dispensasjon er oppfylt må avgjøres ut fra en konkret vurdering av hvordan de aktuelle konkurransebegrensningene påvirker forholdene i det eller de berørte markeder. Nedenfor avgrenses først det relevante produktmarkedet, deretter avgrenses det tilhørende relevante geografiske marked.

## **Det relevante marked**

### *Det relevante produktmarkedet*

Det relevante produktmarked 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 kan måles ved krysspriselasiteter som angir i hvilken grad en konsument, for sin behovstilfredsstillelse, vil gå over til å etterspørre andre produkter dersom prisen på et produkt øker. Dette vil særlig avhenge av produktets egenskaper, bruksområde og priser.

ABL består som nevnt av landsdekkende importgrossister med virksomhet i ettermarkedet for bil og i markedet for verkstedsutstyr i autobransjen. Disse markedene omfatter et spekter av produkter, alt fra eksosrør og girkasser til høytrykksspylere og bilvaskemaskiner. En stor del av produktene i disse markedene vil ikke være substituerbare og tilhører i prinsippet separate produktmarkeder. Det vil imidlertid ofte være slik at aktører som selger varer innenfor en produktgruppe har et bredt produktspekter innenfor denne produktgruppen. Følgelig vil tilbyderne av de fleste varer innenfor produktgruppene være de samme. Dette synes også å gjelde for leverandører i ettermarkedet for bil og verkstedsutstyr i autobransjen. Av denne grunn vil markedsforholdene for de enkelte produkttyper være relativt like.

Bilbransjens ettermarked kan deles inn i det frie ettermarkedet og det "avhengige" ettermarked (originaldelmarkedet). Sistnevnte marked er dominert av bilimportørene, det vil si forhandlere av

bestemte bilmerker. Ca. 90 prosent av disse forhandlernes produkter er originaldeler til et bestemt bilmerke. Det frie ettermarkedet består av forhandlere som ikke er bundet til et bestemt bilmerke. Dette kan deles inn i et lavprissegment, hvor merker spiller relativt liten rolle, og et høyprissegment, som tilbyr produkter fra anerkjente merkevareleverandører som Bosch, Hella, Romnes etc.

Selv om markedet kan deles inn i flere segmenter er de fleste aktørene som deltar i bilbransjens ettermarked til en viss grad konkurrenter. Originaldeler til bestemte bilmerker er substituerbare med andre bildeler. Produktene har samme funksjon og samme tekniske karakteristika. Aktørene i det frie ettermarkedet tilbyr sine produkter til lavere priser enn originaldelforhandlerne for å kunne konkurrere med disse. Prisforskjellen kan tilsvare konsumentenes oppfatning av verdien av kvalitetsforskjellen mellom produktene, men eventuelle kvalitetsforskjeller trenger ikke nødvendigvis å indikere at produktene er i forskjellige produktmarkeder. Dersom prisen på originaldeler stiger, kan konsumentene se seg tjent med å vri sin etterspørsel mot produktene i det frie ettermarked.

På bakgrunn av ovennevnte finner Konkurransetilsynet det hensiktsmessig å vurdere hele bilbransjens ettermarked og markedet for verkstedsutstyr i autobransjen under ett i denne saken.

### *Det relevante geografiske markedet*

Det relevante geografiske markedet omfatter det området hvor etterpørrerne av varer i det relevante produktmarkedet foretar sine innkjøp. Normalt er transportkostnader den faktoren som har størst betydning for avgrensningen av det relevante geografiske markedet. Høye transportkostnader tilsier et relativt lite relevant geografisk marked, mens lave transportkostnader tilsier et relativt stort relevant geografisk marked.

Det kan tenkes at etterspørrerne av ABL-medlemmenes produkter i utgangspunktet handler lokalt eller regionalt, for eksempel innenfor det fylket vedkommende opererer. Det er imidlertid et eksplisitt krav i ABLs opptaksstatutter at medlemmene må være landsdekkende. Det betyr at samtlige medlemmer i ABL tilbyr varer til detaljistledd i store deler av landet. Bensinstasjoner, bilverksteder og andre som etterspør ABL-medlemmenes produkter vil følgelig kunne velge hvilken, eller hvilke av de landsdekkende importfirmaene de skal kjøpe varene sine fra. Det er derfor hensiktsmessig å avgrense det relevante geografiske markedet til Norge.

### **Konkurransemessig vurdering**

ABLs vedtekter forbyr konkurranse blant medlemmene om etablerte representasjoner/agenturer. Det foreligger ikke noe eget forbud mot konkurranse mellom ABL-medlemmene om salg til avtakerne. Forbudet i ABLs vedtekter kan imidlertid være egnet til å påvirke konkurransen om salg til avtakerne dersom medlemmene spesialisere seg gjennom å representere produkter som i liten eller ingen grad lar seg substituere. Er det kun én importør i ABL som har agentur på et bestemt produkt, for eksempel girkasse, vil vedkommende være skjermet mot konkurranse fra de andre medlemmene ved hjelp av forbudet i ABLs vedtekter. Etterpørrerne vil ikke uten videre kunne substituere girkassen med et annet produkt og selger vil kunne utøve markedsrett. Konkurransetilsynet har imidlertid fått oppgitt at ingen av ABL-medlemmene har monopol på en spesiell komponent, en gruppe av deler eller andre

produktkategorier i de berørte markedene. Alle produkter i det relevante markedet vil følgelig være representert av minst to ABL-medlemmer i form av forskjellige merker. ABL-medlemmer som fører samme type produkt, men i forskjellige merkeutgaver, vil ved salg av dette produktet konkurrere på vanlig måte. I tillegg vil ABL-medlemmene møte konkurranse fra originalforhandlere og uavhengige grossister som selger liknende produkter. Det er følgelig lite sannsynlig at noen av ABL-medlemmene kan utøve markedsrett ved salg av produkter i det relevante markedet. Produktene ABL-medlemmene fører er dessuten mer utsatt for konkurranse enn det originalforhandlerens produkter er, hvis vi antar at konsumentene har sterkere preferanser i forhold til originaldeler enn deler i det frie ettermarkedet.

ABL opplyser at det innenfor de fleste relevante produktkategorier finnes produkter som ikke selges i Norge. Dette gjør det relativt enkelt å få tilgang på nye representasjoner/agenturer på produkter i det relevante markedet, hvilket svekker den konkurransemessige betydningen av et forbud mot konkurranse om etablerte representasjoner/agenturer.

Konkurransen i ettermarkedet for bil og markedet for verkstedsutstyr synes, på bakgrunn av ovennevnte, å bli lite påvirket av forbudet blant ABL-medlemmer mot konkurranse om etablerte representasjoner/agenturer. Dispensasjonsvilkåret i krrl § 3-9 c) er følgelig oppfylt.

### **Konkurransetilsynets vedtak**

På bakgrunn av ovennevnte og med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 første ledd c) har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

**Autobransjens Leverandørforening gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-4, jf. § 3-3 for å kunne opprettholde §§ 1 tredje ledd og 3 fjerde ledd i foreningens vedtekter og § 1 i det etiske regelverk som oppfordrer medlemmene til å ikke konkurrere om hverandres agenturer eller representasjoner.**

**Vedtaket trer i kraft straks og gjelder frem til 1. juni 2005.**

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

Dersom det er behov for dispensasjon utover 1. juni 2005, må det søkes i god tid før dispensasjonen utløper.

For ordens skyld legges det til at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. Vedlagt følger skjema "Melding om rett til å klage på forvaltningsvedtak".

[til toppen](#)