

V2001-101 09.11.2001

Konzept Int. Holding AS - konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon for felles utsalgspriser for franchisetagerne, jf. § 3-1 annet ledd.

Sammendrag:

Konzept Int. Holding AS er gitt dispensasjon fra forbudet mot prissamarbeid i konkurranseloven til å fastsette felles utsalgspriser på interiørprodukter for sine franchisetakere.

Vi viser til Deres brev av 24. juli 2001 der De på vegne av Deres klient, Konzept Int. Holding AS, søker om dispensasjon fra lov om konkurranse i ervervsvirksomhet av 11. juni 1993 nr. 65 (heretter krrl.) § 3-1 for å kunne fastsette bindende priser for selskapets franchisetagere, jf. krrl. § 3-9.

Konkurransetilsynet har kommet til at felles prisfastsettelse er i strid med forbudet mot felles priser i krrl. § 3-1 annet ledd, men at det foreligger grunnlag for å gi Konzept dispensasjon til å fastsette bindende utsalgspriser for sine franchisetagere i medhold av krrl. § 3-9 bokstav a).

1 Bakgrunn og faktum

Konzept Int. Holding AS (heretter Konzept) har gjennom franchiseavtale med det spanske selskapet Valdepesa Textile (heretter Valdepesa) rettighetene til konseptet KA International i Norden. Under dette konseptet produserer, distribuerer og selger Valdepesa ulike interiørprodukter, herunder stoffer, gardiner og møbler. Konkurransetilsynet har fått opplyst at det i dag finnes i underkant av 300 KA International forretninger i cirka 40 land. Syv forretninger drives i Norge. Konzept er eier av en av disse forretningene, og har inngått subfranchiseavtale med de øvrige seks. Det er i forbindelse med samarbeidet mellom Konzept og franchisetagerne at søknaden fremsettes.

Konzept har oppgitt som sine viktigste konkurrenter; 1) Møbelvarehusene (Ikea, Norsk Møbelsenter m. fl.) 2) Lavpriskjedene (Hansen & Dysvik, Princess m.fl.) 3) Andre kjeder (Les Tissus Colbert m.fl.) 4) Høypriskjedene (Room m.fl.) og 5) Spesialforretningene (Designer`s Guild m.fl.)

Konzept har etablert et eget servicekontor i Norge for administrasjon og håndtering av markedsapparatet, samt kommunikasjon til og fra butikkene. I dag foregår bestillinger av varer og tjenester gjennom servicekontoret. Vi har imidlertid fått opplyst i telefonsamtale med advokatfullmektig Bjerkebo at det i nærmeste fremtid vil bli etablert et nytt system for varebestilling. Dette går ut på at forretningene bestiller og får levert varer direkte fra Valdepesa. Konzept vil fortsatt bistå forretningene med tjenester og assistanse vedrørende drift, administrasjon og lignende av butikkene i henhold til avtalen mellom partene.

Avtalen inngått mellom Konzept og KA Intern (Hamar) vil bli benyttet som standardavtale. Dersom tilsynet finner at en eller flere av klausulene er forbudt i henhold til konkurranseloven, søker Konzept dispensasjon for disse. Videre ønsker Konzept dispensasjon for å kunne fastsette felles bindende utsalgspriser for sine franchisetagere.

2 Forholdet til konkurransereglene i EØS-avtalen

Konkurranseloven regulerer vilkår, avtaler eller handlinger som har, eller er egnet til å ha virkninger i Norge, jf. krrl. § 1-5. Det følger av krrl. § 1-7 at forbudene i krrl. §§ 3-1 til 3-4 ikke kommer til anvendelse på avtaler, beslutninger eller samordnet opptreden mellom foretak som er innvilget individuelt unntak eller som er omfattet av et gruppeunntak, jf. EØS-avtalen § 53(3).

Konkurransetilsynet har ikke fått opplyst at det foreligger noe individuelt unntak i denne saken. Det finnes imidlertid et gruppeunntak for vertikale avtaler, jf. Kommisjonsforordning (EF) nr 2790 / 1999. Slike unntak vil likevel bare få betydning for Konkurransetilsynets kompetanse etter konkurranseloven i den utstrekning EØS-reglene kommer til anvendelse, dvs. dersom samhandelen mellom EØS statene kan påvirkes merkbart.

Konzept og franchisetagerne har en beskjeden markedsandel på det norske markedet. Det er derfor lite sannsynlig at samhandelen mellom EØS-statene kan påvirkes merkbart ved et eventuelt prissamarbeid. For øvrig omfatter gruppeunntaket uansett ikke bindende prisfastsettelse. (Jfr. gruppeunntaket artikkel 4 a)) Konkurransetilsynet vil dermed ha full kompetanse til å vurdere forholdet i henhold til norske konkurranseregler.

3 Konkurranseloven § 3-1

Konkurranseloven § 3-1 første ledd forbyr 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.

Bestemmelsens annet ledd forbyr at en eller flere leverandører fastsetter eller søker å påvirke priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester. I medhold av fjerde ledd er det likevel tillatt for en leverandør å oppgi veiledende priser for avtakernes salg av varer eller tjenester, såfremt disse uttrykkelig betegnes som veiledende.

I henhold til dispensasjonssøknaden ønsker Konzept å fastsette bindende utsalgspriser for franchisetagerne. Dette er egnet til å påvirke konkurransen, da franchisetagerne ikke lenger vil konkurrere på pris. Paragraf 3-1 første ledd rammer samarbeid gjennom "avtale, samordnet praksis eller på annen måte". Samarbeidskriteriet er vidt utformet, og det sentrale er ikke hvilken form samarbeidet foregår i, men det at partene settes i stand til å forutsi hverandres opptreden og koordinere sin markedsadferd på bakgrunn av et samarbeid. Bestemmelsens første ledd omfatter likevel ikke ensidig prisfastsettelse fra en part. Det kan imidlertid oppstå en overlapping av anvendelsesområdet for bestemmelsens første og annet ledd. Det må dermed foretas en konkret vurdering av forholdet mellom Konzept og franchisetagerne for å avgjøre om felles utsalgspriser vil fremstå som et samarbeid mellom partene, jf. første ledd, eller om dette vil være en prisfastsettelse fra en leverandør overfor avtakeres salg av varer eller tjenester, jf. annet ledd.

Med "avtaker" i annet ledd menes enhver som med leverandørens samtykke mottar hans varer eller tjenester. Franchisetagerne faller således innunder denne betegnelsen. I forbindelse med lovendringen av krrl. § 3-1 annet ledd ble leverandørbegrepet utvidet til også å omfatte leverandører av tjenester. I krrl. § 1-2 e) defineres tjeneste som "alle ytelser, herunder rettigheter, som ikke er varer". Ettersom Konzept ikke er vareleverandør, er det avgjørende om Konzept fremstår som leverandør av en tjeneste.

Dette må avgjøres ut fra en konkret vurdering.

Et franchisekonsept karakteriseres ved at det er et helhetlig og detaljert utformet forretningskonsept der franchisegiver fastsetter et sett av regler og retningslinjer for hvordan franchisetagernes virksomhet skal drives. Gjennom franchiseavtalen har franchisetagerne rett og plikt til å utnytte franchisen.

Forretningskonseptet har en markedsmessig identitet, og franchisetager vil som regel fremstå med samme kjennetegn, samme forretningsprofil, og ha tilnærmet samme priser og vareutvalg mv. Dette bidrar til at konseptet oppfattes som en enhet. I henhold til Konkurransetilsynets praksis kan en franchisegiver være en tjenesteleverandør i konkurranselovens forstand.

Ut fra en helhetsvurdering finner Konkurransetilsynet at Konzept kan karakteriseres som leverandør i krrl. § 3-1 annet ledds forstand. Konzept tilbyr eksempelvis franchisetageren ytelser som assistanse og rådgivning før og etter at butikken har åpnet, herunder rådgivning i forbindelse med dekor, vareutvalg, markedsføring og juridiske og administrative anliggender. Videre får franchisetagerne rett til å benytte franchisegivers varemerke, handelsnavn og distinktive symboler. Franchisenettet fremstår som et enhetlig konsept med tilnærmet samme vareutvalg og profil.

Ut fra de opplysninger vi har mottatt er det Konzept som tar initiativet til felles prisfastsettelse, og det er Konzept som skal utarbeide prisene. Prisfastsettelsen har dermed karakter av å være leverandørfastsettelse fremfor prissamarbeid. På denne bakgrunn finner Konkurransetilsynet det mest nærliggende å karakterisere dette som en prisfastsettelse som omfattes av § 3-1 annet ledd.

Bestemmelsens fjerde ledd kommer ikke til anvendelse her, da denne kun gjelder veiledende priser.

Det er ut fra dette forbudt for Konzept å fastsette bindende utsalgspriser for sine franchisetagere, jf. § 3-1 annet ledd, og det er eventuelt nødvendig med dispensasjon, jf. krrl. § 3-9.

4 Konkurranseloven § 3-3

4.1 Kort om markedsdelingsbegrepet

Konkurransetilsynet finner det nødvendig å vurdere om samarbeidet mellom Konzept og franchisetagerne er i strid med markedsdelingsforbudet i krrl. § 3-3. Dersom dette er tilfelle, vil det være aktuelt å vurdere dispensasjon etter krrl. § 3-9.

Konkurranseloven § 3-3 første ledd forbyr 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.

I følge rettspraksis karakteriseres markedsdeling ved at aktuelle eller potensielle konkurrenter fordeler ett eller flere markeder mellom seg for å oppnå en gjensidig beskyttelse mot konkurranse fra hverandre. (Jf. Rt 1999 s. 285)

Avtaler som kun virker begrensende for den ene parts markedsadgang vil som regel ikke anses som markedsdeling i seg selv. Dette innebærer at en ensidig konkurranseklausul normalt ikke rammes av markedsdelingsforbudet.

For å avgjøre om det foreligger en markedsdeling må det foretas en konkret vurdering.

4.2 Avtalen § 4 - enerettsklausulen

I avtalen § 4 heter det at

"Franchisegiveren forplikter seg til ikke å gi andre franchisetakere rett til å åpne KA-butikk i Hamar (heretter kalt "territoriet"). Franchisegiveren forbeholder seg retten til å gi en annen franchisetaker rett til å åpne en Mini-KA i territoriet"

At ulike geografiske områder fordeles mellom franchisetagerne medfører at disse ikke vil være utsatt for åpen konkurranse fra hverandre innenfor de respektive områdene. Et slikt avtalenettverk vil for franchisetagerne fungere som en gjensidig beskyttelse mot konkurranse. Konkurransetilsynet har i praksis lagt til grunn at krrl. § 3-3 første ledd rammer markedsdeling gjennom et slikt avtalenettverk, selv om områdedeling ikke er avtalt direkte franchisetagerne imellom. (jf. vedtak V98 -97 (Friman-kjeden)) At franchisegiver forbeholder seg retten til å inngå avtale med en Mini-KA i området fratrar ikke dette karakteren av å være markedsdeling, ettersom markedet vil fremstå som delt mellom franchisetagerne, og disse kun vil møte begrenset konkurranse innenfor territoriet. Dette understøttes av formålet med forbudet og følger eksempelvis av vedtak V98-97, hvor det heter at det karakteristiske ved markedsdeling er at det skjer en begrensning eller eliminering av konkurransen mellom aktuelle eller potensielle konkurrenter.

Ut fra dette innebærer avtalens § 4 en markedsdeling i form av områdedeling mellom partene, jf. krrl. § 3-3 første ledd.

4.3 Avtalens § 5

I avtalens § 5 heter det at

" Så lenge denne avtalen er i kraft, forplikter franchisetakeren, og daglig leder i franchisetakeren, seg til ikke på noen måte, verken direkte eller indirekte, heller ikke som rådgiver, å engasjere seg i firmaer, franchiser eller forretninger med samme eller lignende virksomhet i lokaler der franchisetakeren kan komme til å konkurrere med andre franchisetakere i nettverket eller med franchisegiveren.

Franchisetakeren eller daglig leder i franchisetakeren skal heller ikke på noen måte direkte eller indirekte, heller ikke som rådgiver, delta i produksjon, markedsføring, reklame for og /eller andre salgsfremmende tiltak for, eller detaljhandel med produkter som kan konkurrere med de Produkter denne avtalen gjelder.

De forpliktelser som fremgår av de ovenstående ledd i denne paragrafen, og de som fastlegges i § 6, gjelder også franchisetakerens eller daglig leders kapitaldeltakelse i konkurrerende selskaper hvis slik deltakelse og / eller andre omstendigheter gjør det mulig for franchisetakeren eller daglig leder å påvirke selskapenes resultater."

Når det gjelder forholdet til de øvrige franchisetagerne kan klausulen sees som et supplement til klausulen i avtalens § 4 om områdedeling, ved at franchisetagerne ikke kan omgå denne områdedelingen gjennom å delta i konkurrerende foretak eller forhandle konkurrerende produkter innen

territoriet. I henhold til Konkurransetilsynets praksis faller imidlertid en slik klausul utenfor markedsdelingsbegrepet i krrl. § 3-3 første ledd, ettersom klausulen primært tar sikte på å begrense konkurransen fra andre markedsaktører enn franchisetagerne. Klausulen har således ingen gjensidig konkurransebeskyttende virkninger mellom franchisetagerne. På denne bakgrunn utgjør ikke klausulen forbudt markedsdeling etter krrl. § 3-3.

Franchisegiver er ikke pålagt en konkurransebegrensning som berører hans konkurransemuligheter i forhold til franchisetager. Konzept har i prinsippet adgang til å etablere forretninger innenfor samme virksomhet som KA-forretningene driver. Klausulen innebærer således kun en ensidig konkurranseregulering for franchisetager til fordel for franchisegiver, og har ikke den virkning at Konzept og franchisetagerne deler et marked mellom seg. Klausulen er dermed ikke i strid med krrl. § 3-3 første ledd.

På denne bakgrunn konstituerer avtalens § 5 ingen markedsdeling mellom partene, og er dermed ikke forbudt i medhold av krrl. § 3-3 første ledd.

4.4 Avtalens § 6

Bestemmelsen lyder:

"Franchisetakeren kan i en periode på 1(ett) år etter opphør av avtalen ikke åpne forretning eller drive forretningsmessig aktivitet som tilsvarer eller ligner gjenstanden for avtalen i territoriet, begrenset til de lokaler og den beliggenhet som franchisetakeren har drevet virksomheten fra i avtaleperioden.

Ved å undertegne denne avtalen på vegne av franchisetakeren samtykker daglig leder i franchisetakeren i at han/hun i ett år, enten fra denne avtales opphør eller fra sin uttreden av franchisetakeren, ikke på noen måte, verken direkte eller indirekte, heller ikke som rådgiver, skal engasjere seg i firmaer, franchiser eller forretninger med samme eller lignende virksomhet som konkurrerer med franchisegiveren eller andre franchisetakere. Daglig leder skal heller ikke delta i produksjon, markedsføring, reklame for og/eller andre salgsfremmende tiltak for, eller detaljhandel med produkter som kan konkurrere med de Produkter som denne avtalen gjelder."

Selv om konkurranseforbudene inngår som en del av franchiseavtalen, er det mest nærliggende å anse dette som en ensidig konkurransebegrensning. Franchisetager og daglig leder avstår fra å konkurrere med franchisegiver innen et nærmere angitt tidsrom, uten at franchisegiver påtar seg noen forpliktelse som innebærer en beskyttelse for franchisetager. Klausulen bidrar ikke til at partene deler et marked mellom seg, og er dermed ikke forbudt etter krrl. § 3-3.

4.5 Konkurranseloven § 3-3 tredje ledd

I medhold av krrl. § 3-3 tredje ledd er det likevel tillatt for en enkelt leverandør å avtale markedsdeling med, eller fastsette markedsdeling for sine avtakere. Det må dermed avgjøres om dette er et slikt leverandør og avtaker forhold som omfattes av krrl. § 3-3 tredje ledd. Dersom dette er tilfellet, er det likevel ikke ulovlig etter krrl. § 3-3 første ledd at Konzept avtaler markedsdeling i form av områdedeling med sine franchisetagere.

I forbindelse med lovendringen av krrl. § 3-1 annet ledd, der leverandørbegrepet ble utvidet til også å

omfatte leverandører av tjenester, ble det slått fast at leverandørbegrepet i krrl. § 3-3 tredje ledd skulle tolkes tilsvarende. (jf. Ot.prp (1998-99) nr. 97 s. 15 og s. 33) Bestemmelsen er tolket slik at en tjenesteleverandør har adgang til å fastsette markedsdeling for sine avtakere selv om markedsdelingen gjelder i tilknytning til salg av varer fra utenforstående leverandører, såfremt et felles vareutvalg og en helhetlig profil må anses som en del av den tjenesten som leveres. (se for eksempel vedtak V98-97) Konkurransetilsynet viser for øvrig til drøftelsen av § 3-1 annet ledd ovenfor under punkt 3, der det ble konkludert med at Konzept er en "leverandør" i bestemmelsens forstand. På denne bakgrunn omfattes foreliggende forhold av krrl. § 3-3 tredje ledd.

Konzept har på denne bakgrunn adgang til å avtale markedsdeling med sine franchisetagere, jf. krrl. § 3-3 tredje ledd.

5 Dispensasjonsvurdering etter konkurranseloven § 3-9

5.1 Innledning

Etter foregående drøftelse vil Konkurransetilsynet vurdere om det er grunnlag for å dispensere fra forbudet mot ulovlig prisfastsettelse, jf. § 3-1 annet ledd.

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i krrl. § 3-9 første ledd gi dispensasjon fra forbudene i krrl. §§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 vurdere om en av disse alternative dispensasjonsgrunnene foreligger, er det nødvendig å foreta en konkret vurdering av hvordan de aktuelle konkurransebegrensningene påvirker forholdene i det relevante markedet.

5.2 Det relevante markedet

Det relevante marked utgjøres av det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet.

5.2.1 Det relevante produktmarkedet

Utgangspunktet for avgrensningen av det relevante produktmarkedet er i hvilken grad etterspørerne, til dekning av et bestemt behov, anser varer eller tjenester som substituerbare. Jo bedre substitutt en vare eller tjeneste er til det produktet eller tjenesten vi ser på, jo større sannsynlighet er det for at varen eller tjenesten inkluderes i det relevante produktmarkedet. 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 produktenes egenskaper, bruksområder og priser.

KA International forretningene selger en rekke ulike produkter, herunder stoffer, tepper, møbler, lamper, tapeter og annet tilbehør. Forretningene legger i stor grad til rette for kjøp av "kombinasjonsløsninger", for eksempel matchende stoffer, gardiner og møbler. Ettersom dette ikke er substituerbare produkter, tilhører disse i utgangspunktet ulike produktgrupper. Kjeden møter imidlertid konkurranse fra flere større kjeder, samt enkeltstående forretninger, jf. ovenfor. Disse forretningene / kjedene har noe ulik profilering hva gjelder pris, kvalitet og varesortiment. Konkurransetilsynet finner likevel at disse i stor grad har samme markedsprofil og retter seg mot samme kundegruppe. Flere av de forretningene / kjedene som er å anse som konkurrenter til KA International forretningene fører et tilsvarende variert sortiment av interiørartikler. Dette taler for å avgrense det relevante produktmarkedet til interiørartikler.

5.2.2 Det relevante geografiske markedet

Det relevante geografiske markedet avgrenses med utgangspunkt i kjøpernes substitusjonsmuligheter. Normalt er transportkostnader den faktoren som har størst betydning for avgrensningen av det relevante geografiske markedet. Jo høyere transportkostnadene er i forhold til produktprisen, desto mindre er vanligvis det relevante geografiske markedet.

Møbler er for så vidt kostbare varer som kunder ofte vil være villige til å reise lenger for å kjøpe enn hva tilfellet er for andre varer, herunder andre interiørartikler. Dette kan tale for at det geografiske markedet er større for møbler enn for andre interiørartikler. Slik tilsynet har bemerket ovenfor, fører imidlertid flere møbelforhandlere også andre interiør- og utstysartikler. Ofte vil etterspørerne handle møbler og andre interiørartikler i samme forretning, dersom dette er mulig. Dette taler for at det geografiske markedet for disse produktene er sammenfallende.

Konkurransen i markedet for salg av møbler og interiørartikler foregår i stor grad mellom ulike kjedesamarbeid. Disse er representert over store deler av landet, og skiller ofte ikke mellom de lokale markedene i sin forretningsstrategi. Det er derfor naturlig å anse Norge som det relevante geografiske markedet.

5.3 Vurdering av de konkurransemessige virkningene av felles prisfastsettelse

Konsentrasjonen på detaljistleddet på markedet for interiørartikler er moderat. Markedet er preget av flere større kjeder, i tillegg til enkeltstående forretninger. Konzept og franchisetagerne har på markedet for interiørartikler, inkludert møbler, en samlet markedsandel på under 1 %. Kjeden har således en beskjeden markedsposisjon.

Gjennom et franchisesamarbeid sentraliseres funksjoner som ellers ville blitt utført av den enkelte forretning. Dette gir effektivitetsgevinster gjennom realisering av stordriftsfordeler. Slike stordriftsfordeler vil særlig gjøre seg gjeldende ved felles markedsføring, herunder annonsekampanjer.

Videre er felles prispolitikk en viktig forutsetning for å kunne operere med en enhetlig kjedeprofil overfor etterspørerne, og slik konkurrere effektivt med andre markedsaktører. Dette er særlig viktig for mindre kjeder som søker å etablere seg som reelle konkurrenter på markedet. Med flere konkurransedyktige kjeder på markedet vil de øvrige markedsaktørene ha incentiver til å konkurrere mer aggressivt. Slik øket konkurranse vil kunne komme sluttbrukerne til gode gjennom reduserte priser.

Konzept ønsker å fastsette felles bindende priser for sine franchisetagere. På generell basis mener Konkurransetilsynet at en for restriktiv regulering av kjedens priser vil kunne ha uheldige konkurransemessige virkninger. De positive konkurransemessige effektene ved en felles prispolitikk kan som regel oppnås ved at det gis tillatelse til å sette bindende maksimalpriser, slik at franchisetagerne står fritt til å ta lavere priser. Hvilke konkurransemessige virkninger en felles prissetting vil ha må imidlertid vurderes i det enkelte tilfellet.

Konzept er en relativt ny kjede med beskjeden markedsandel. Konzept ønsker å profilere seg på markedet som forhandler av kvalitetsprodukter til moderate priser. Ettersom det for Konzept er viktig å kommunisere til etterspørerne forholdet mellom produktenes pris og kvalitet, vil felles priser være et ledd i kjedens etableringen på markedet. På denne bakgrunn finner Konkurransetilsynet at en adgang for Konzept til å fastsette felles bindende priser for KA International forretningene ikke vil ha uheldige konkurransemessige virkninger. Konkurransetilsynet har på dette grunnlag kommet til at Konzept gis dispensasjon i medhold av krrl. § 3-9 første ledd bokstav a, for å kunne fastsette felles bindende utsalgspriser for sine franchisetagere.

Dersom Konzept øker sin posisjon på det relevante markedet, kan imidlertid en bindende prisfastsettelse være skadelig for en virksom konkurranse på markedet. Av den grunn finner Konkurransetilsynet det nødvendig at dispensasjonen gis på det vilkår at Konzept årlig sender tilsynet en oversikt over hvilke forretninger som er tilknyttet kjeden.

6 Konkurransetilsynets vedtak

Konkurransetilsynet har på denne bakgrunn og med hjemmel i krrl. § 3-9 a) fattet følgende vedtak:

Konzept Int. Holding AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 annet ledd til å fastsette felles utsalgspriser for sine franchisetagere.

Dispensasjonen gis på det vilkår at Konzept Int. Holding AS innen utgangen av hvert kalenderår sender inn til Konkurransetilsynet en oversikt over de forretninger som er tilknyttet Konzept Int. Holding AS til enhver tid. Slik oversikt sendes Konkurransetilsynet første gang innen utløpet av 2002.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder frem til 1. november 2006.

Det gjøres oppmerksom på at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.

Dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom vilkårene eller forutsetningene for dispensasjonen ikke lenger er til stede, jf. krrl. § 3-9 tredje ledd. Dersom det er behov for dispensasjon utover det tidsrom dispensasjonen er innvilget for, bes De om å søke om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

