

V2001-20 20.02.2001

Konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon fra § 3-1 - Optikergruppen

Sammendrag:

Butikkene i Optikergruppen gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd slik at de sammen kan fastsette maksimalpriser for butikkene i forbindelse med markedsføringskampanjer. Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 1. mars 2006.

Konkurransetilsynet viser til brev mottatt den 27. november 2000 hvor De på vegne av Optikergruppen søker om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 for pris- og rabattsamarbeid i forbindelse med markedsføringskampanjer. Videre vises det til øvrig korrespondanse i sakens anledning.

Optikergruppen

Optikergruppen består av 10 frittstående optiske forretninger i Oslo og omegn, og er i hovedsak et innkjøpssamarbeid. Gruppen inngår felles avtaler med leverandører på innkjøp av brilleglass, innfatninger, solbriller samt instrumenter og maskiner. 8 av de 10 forretningene driver dessuten felles markedsføring i Osloavisene.

En representant fra hver av butikkene møtes jevnlig og fastsetter felles priser på utvalgte produkter. Produktene annonseres i felles markedsføringskampanjer. Daglig leder anslår antallet felles annonser til ca. 15 i året.

Forholdet til konkurranseloven § 3-1 - forbudet 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.

Representantene for butikkene påvirker fastsettelsen av prisene på de utvalgte produktene ved sin deltagelse på møtene. Samarbeidet er egnet til å påvirke konkurransen fordi butikkene seg i mellom ikke vil konkurrere på pris på de aktuelle produktene. Det foreligger et horisontalt samarbeid mellom butikkene som er i strid med krrl. § 3-1. Det er dermed nødvendig med dispensasjon for å kunne opprettholde dette samarbeidet.

Konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon fra forbudene i §§ 3-1 til 3-4

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 konkurransebegrensningen,
- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

Konkurransetilsynets vurderinger

Det relevante marked

For å vurdere om ett eller flere av vilkårene i konkurranseloven § 3-9 er oppfylt, avgrensner Konkurransetilsynet først det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet.

Det relevante produktmarkedet 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 vil særlig avhenge av produktets egenskaper, bruksområde og pris. Optikergruppen har spesialisert seg på progressive briller. I varespekteret finnes ellers andre typer briller, kontaktlinser og tilbehør. I tillegg tilbyr de tjenester som synstester og reparasjoner. Det er stort sett spesialforretninger for optikk som tilbyr disse produktene og tjenestene. Det er også mulig å kjøpe briller i enkelte forretninger som tilhører andre bransjer, for eksempel dagligvareforretninger. Disse forretningene tilbyr imidlertid ikke de samme tjenestene som optiker-forretningene. Videre har de ikke det samme brede sortiment eller den samme kvalitetsprofil som spesialforretninger for optikk. På denne bakgrunn finner Konkurransetilsynet det hensiktsmessig å avgrense det relevante produktmarkedet til det samlede produktspekteret som selges gjennom spesialforretninger for optikk.

Det relevante geografiske markedet omfatter det området hvor etterspørerne av varer i det relevante produktmarkedet foretar sine innkjøp. Normalt er transportkostnader den faktoren som har størst betydning for avgrensningen. Høye transportkostnader tilsier et lite relevant geografisk marked, mens lave transportkostnader tilsier et større relevant geografisk marked. Avstanden kunden er villig til å reise for å anskaffe seg briller og/eller ta en synstest vil variere noe, blant annet avhengig av kjøpets størrelse. Kunden vil likevel vanligvis holde seg innenfor et regionalt marked ved et kjøp av denne typen. Konkurransetilsynet avgrensner derfor det relevante geografiske markedet til Optikergruppens nedslagsfelt, dvs. regionen Oslo og omegn.

Vurdering

Optikerbransjen har de siste 5 årene hatt en dreining mot stadig større kjedekonsentrasjon. På landsbasis er det estimert at nærmere 85 % av omsetningen i dag går gjennom forretninger som er tilknyttet kjeder eller grupper, mot ca. 30 % for fem år siden og ca. 20 % for 15 år siden. Utviklingen i bransjen har vært preget av både horisontal og vertikal integrasjon. Det finnes ifølge Gule Sider ca. 110-120 optikere/brilleforretninger i Oslo-området. Når antallet forretninger legges til grunn har Optikergruppen en lav markedsandel. En rekke av de øvrige forretningene er tilknyttet større kjeder som Brilleland og Synsam. Felles annonsering vil gi Optikergruppen økt gjennomslagskraft i markedet og styrke deres konkurranseevne overfor de større kjedene. Tilsynet legger med dette til grunn at samarbeidet vil føre til at konkurransen i markedet forsterkes.

Konkurransetilsynets vedtak

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

Butikkene i Optikergruppen gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd

slik at de sammen kan fastsette maksimalpriser for butikkene i forbindelse med markedsføringskampanjer.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 1. mars 2006.

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 tilstede, jf. konkurranseloven § 3-9 tredje ledd. Dersom det er behov for dispensasjon utover det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, bes Optikergruppen søke om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)