

V2001-21 20.02.2001

Konkurranseloven § 3-9 jf. §§ 3-1 og 3-3 - dispensasjon til prissamarbeid og anbudssamarbeid - Din Flis Partner

Sammendrag:

Kjeden Din Flis Partner består av forhandlere av keramiske fliser og flisrelaterte produkter. Din Flis Partner søkte om dispensasjon til prissamarbeid i forbindelse med felles markedsføringskampanjer, og anbudssamarbeid. Samarbeidet gjennom Din Flis Partner ble ansett for å ha liten konkurransemessig betydning, og dispensasjon ble gitt frem til 1. mars 2006. Dispensasjon til markedsdeling ble ikke gitt, etter en vurdering av de underliggende forhold, og Din Flis Partner ble pålagt å endre en klausul i kjedeavtalen som etter sin ordlyd la opp til markedsdeling mellom kjedemedlemmene.

Vi viser til Deres brev datert 8. november 2000 der De søker om dispensasjon fra konkurranseloven §§ 3-1 og 3-2 for kjedesamarbeidet Din Flis Partner samt Deres brev av 4. desember d.å. med oversendelse av foreløpig medlemsavtale.

Din Flis Partner er en frivillig, nystartet kjede innen keramiske fliser og flisrelaterte produkter. Modena Fliser AS eier pr. i dag kjedekonseptet og totalt er det ca. 15 medlemmer i kjeden.

1. Forholdet til konkurranseloven §§ 3-1, 3-2 og 3-3

Krrl. § 3-1 bestemmer at "To eller flere ervervsdrivende må ikke for salg av varer eller tjenester ved avtale, samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen, fastsette eller søke å påvirke priser, avanser eller rabatter...". I henhold til bestemmelsens tredje ledd omfatter forbudene i første ledd også retningslinjer med slikt innhold som rammes av første ledd enten de er bindende eller veiledende.

I medlemsavtalen punkt 1 heter det under overskriften Målsetting bl.a. at "Felles..... profilering/ markedsføring er hovedverktøyet for å oppnå målet". De har i Deres brev av 8. november d.å. opplyst at det i den felles markedsføringen vil "bli benyttet felles tilbudspriser som virkemiddel".

Et slikt samarbeid mellom kjedens medlemmer om felles priser i forbindelse med markedsføring vil rammes av konkurranseloven § 3-1.

Konkurranseloven § 3-2 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 priser, mengdeberegninger eller andre vilkår ved anbud, fordeling av anbud eller at noen ervervsdrivende skal avstå fra å inngi anbud.

Medlemsavtalen inneholder ingen bestemmelse om samarbeid ved anbud. I Deres brev av 8. november opplyser De at prissamarbeid ved anbud kan forekomme. Det fremgår av brevet av 4. desember 2000 at samarbeid i forbindelse med prising av anbud "neppe" vil forekomme, men De søker likevel om

dispensasjon.

Et samarbeid mellom to eller flere deltagere i kjeden om pris eller andre forretningsvilkår i forbindelse med inngivelse av anbud vil være i strid med § 3-2.

Krrl. § 3-3 fastsetter at "To eller flere ervervsdrivende må ikke for salg av varer eller tjenester ved avtale, samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen, fastsette eller søke å påvirke til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensning".

I medlemsavtalen punkt 1 ("Målsetting") heter det også: "Kjeden vil bli det beste, riksdekkende alternativet innen flis og flisrelaterte produkter, hvor hvert av medlemmene har et definert geografisk område."

Etter ordlyden kan bestemmelsen innebære en geografisk områdedeling som rammes av krrl. § 3-3. De har opplyst at forretninger som oppfyller kravene til medlemskap ikke nektes å bli med i kjeden selv om det allerede er etablert en kjedeforretning i nærheten, for eksempel i samme by. Hensikten med bestemmelsen er å legge til rette for en praktisk distribusjon. Ett "hovedmedlem" i hvert fylke skal stå for distribusjon av fliser m.v. til de andre kjedemedlemmene innenfor dette området.

Vi forstår det slik at ett medlem i hvert fylke skal fungere som sentral for avhenting av produkter fra kjedens leverandører for de andre medlemmene i kjeden i dette fylket. Et slikt forhold vil ikke rammes av konkurranseloven § 3-3 idet klausulen verken gir "hovedmedlemmene" eller de øvrige medlemmene i kjeden en gjensidig beskyttelse mot konkurranse innenfor geografiske områder.

Konkurransetilsynet anser det imidlertid som uheldig at medlemsavtalen inneholder en bestemmelse som ut fra ordlyden kan se ut til å være i strid med konkurranseloven § 3-3. Ordlyden avviker også fra det som hevdes å være det reelle innholdet i bestemmelsen. For å unngå misforståelser ber vi Dem fjerne bestemmelsen fra medlemsavtalen, eventuelt omformulere avtalens ordlyd slik at det reelle innholdet kommer klarere fram.

Medlemsavtalen skal revideres i løpet av første halvdel av neste år. Vi ber om å få oversendt den fornyede avtaleteksten så snart denne foreligger.

For ordens skyld presiseres at vi legger til grunn Deres forklaring om at det ikke foreligger markedsdeling, og det gis derfor ikke dispensasjon fra krrl. § 3-3.

2. Dispensasjon - konkurranseloven § 3-9

I henhold til krrl. § 3-9 første ledd kan Konkurransetilsynet "ved enkeltvedtak eller forskrift dispensere 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"

For å ta stilling til om vilkårene for dispensasjon foreligger må det gjøres en avgrensning av de relevante produkt- og geografiske markeder.

3. Det relevante marked

Det relevante produktmarkedet inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare. Med substituerbarhet menes i hvilken grad ulike produktvarianter kan dekke det samme behovet hos etterspørerne. Det relevante geografiske markedet omfatter det området hvor etterspørerne av varer og/eller tjenester i det relevante produktmarkedet foretar sine innkjøp.

Medlemmene av Din Flis Partner selger keramiske fliser og flisrelaterte produkter. Produktene som omsettes omfatter således varer fra flere produktgrupper som for eksempel fliser, lim og fugemasse. Siden keramiske fliser og de flisrelaterte produktene ikke er substituerbare for kunden, tilhører disse ikke samme relevante produktmarked. Produktene er imidlertid komplementære og vil ofte forhandles samlet. Konkurransetilsynet legger til grunn at markedsforholdene for de to produktgruppene vil være relativt like. Av den grunn er det i denne saken hensiktsmessig å vurdere produktgruppene under ett i stedet for å foreta en nærmere avgrensning av de relevante produktmarkeder.

Nedslagsfeltet for et utsalg av keramiske fliser og nødvendig tilbehør kan normalt avgrenses til den avstand en kunde er villig til å reise for å besøke utsalget. Hvor langt en kunde er villig til å reise vil imidlertid variere med hvilket produkt han ønsker å kjøpe. Det er naturlig å tro at en kunde er villig til å reise lenger dersom han forventer store prisdifferanser. Mer kostbare produkter vil gjerne gi rom for større differanse i pris, og dermed ha et større geografisk nedslagsfelt. Det geografiske markedet vil være lokale markeder som varierer i størrelse avhengig av hvilke produktgrupper vi snakker om. Det eksisterer derfor en rekke lokale markeder for fliser og flisrelaterte produkter i Norge.

Konkurransetilsynet foretar ikke en nærmere avgrensning av de relevante geografiske markeder i denne saken ettersom det ikke er nødvendig for våre vurderinger.

4. Konkurransetilsynets vurdering og vedtak

Din Flis Partner kjeden består i dag av ca. 15 medlemsbedrifter som er spredt utover Øst- og Vestlandet samt i Sør-Trøndelag, og oppgir kjeder som Fliskompaniet, Norfloor, Nordflis Norge og L-Flis og Interiør som sine nærmeste konkurrenter. I tillegg kommer flere importører og flisforhandlere fordelt over hele landet.

Totalomsetningen for kjedens medlemmer i 2000 anslås å være på ca. [unntatt offentlighet jf. offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2](1). Din Flis Partner har ikke oversikt over lokale markedsandeler verken for medlemmene eller for konkurrentene, men anslår kjedens andel i markedet for keramiske fliser med tilbehør til å være i overkant av [unntatt offentlighet jf. offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2] (2) på nasjonalt nivå.

Din Flis Partner opplyser videre at prissamarbeidet vil forekomme relativt sjelden. Det legges opp til 3 - 4 markedsføringskampanjer i året der prissamarbeid vil bli aktuelt. For anbudssamarbeid foreligger det ingen konkrete planer.

Konkurransetilsynet legger på denne bakgrunn til grunn at et samarbeid om felles priser i forbindelse med markedsføring og eventuelt også i forbindelse med anbud vil ha liten konkurransemessig betydning i markedene for fliser og flisrelaterte produkter.

Med hjemmel i krrl. § 3-9 første ledd bokstav c) fatter Konkurransetilsynet følgende vedtak:

Din Flis Partner og kjedens medlemmer gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å kunne samarbeide om pris i forbindelse med felles markedsføringskampanjer.

Din Flis Partner og kjedens medlemmer gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-2 første ledd til å samarbeide om pris i forbindelse med inngivelse av anbud.

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

For ordens skyld gjør vi oppmerksom på at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. For øvrig vises det til vedlagte skjema "Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak".

Konkurransetilsynet gjør videre oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom forutsetningene for dispensasjonen ikke lengre er til stede. Dersom det er behov for dispensasjon utover det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, bes det om at De søker om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)