

## V2001-22 22.02.2001

### Konkurranseloven § 3-9 jf. § 3-1 - dispensasjon til prissamarbeid mellom Bilhuset AS, Stavanger, og Hegre Bil AS, Sandnes

#### Sammendrag:

Toyota Norge AS søkte om dispensasjon til prissamarbeid i forbindelse med felles markedsføring med Toyota-forhandlerne Bilhuset AS og Hegre Bil AS i salgsdistriktet Stavanger/Sandnes. Samarbeidet ble antatt å ha liten konkurransemessig betydning, og dispensasjon ble gitt.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 9. februar 2001 der det søkes om dispensasjon fra konkurranseloven for et annonsesamarbeid mellom Toyota-forhandlerne Bilhuset AS og Hegre Bil AS i salgsdistriktet Stavanger/Sandnes.

#### 1. Bakgrunn

Toyota Norge AS har en rekke forhandlere spredt rundt i hele Norge. I Rogaland fylke har de fire Toyota-forhandlere; Bøgh.Hafsø Bilforetning A/S, Egersund, Toyota Haugesund AS, Hegre Bil AS, Sandnes og Bilhuset AS. Toyota Norge AS ønsker at de to sistnevnte skal få drive med felles annonsering. Prisangivelsen i annonsene vil for eksempel være av typen : "Toyota Corolla, pris fra kr. xxx xxx -."

Toyota opplyser at det i år 2000 ble solgt 7142 biler totalt i salgsdistriktet Stavanger/Sandnes, hvorav de to Toyota-forhandlerne sto for tilsammen 11,6 % av dette salget. Markedslederen i området er Volkswagen med 16,4 % av salget. Tallene er hentet fra Opplysningsrådet for veitrafikken (OFV). Disse to bilmerkene er også de to største på landsbasis ifølge tall for år 2000.

#### 2. Forholdet til konkurranseloven § 3-1

Krrl. § 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. Krrl. § 3-1 annet ledd presiserer at én eller flere leverandører ikke må fastsette eller søke å påvirke priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester.

Samarbeidet i den konkrete sak foregår mellom Toyota Norge AS, Bilhuset AS og Hegre Bil AS og består i at forhandlerne oppgir felles "fra-priser" i annonsene. Toyota Norge utformer annonsene sentralt og fastsetter prisen (veiledende pris levert Drammen pluss frakttilllegg levert Stavanger). Innrykk i avisene planlegges i samarbeid mellom Toyota Norge og forhandlerne.

Annonsesamarbeidet innebærer at to Toyotaforhandlere opererer med felles fra-priser utad mot kundene. Et slikt prissamarbeid strider mot krrl. § 3-1 første ledd.

Toyota Norge AS er leverandør av bilene til forhandlerne. Samarbeidet om fra-pris med forhandlerne

må anses som en vertikal regulering som faller inn under krrl. § 3-1 annet ledd. Unntaket i § 3-1 fjerde ledd får ikke anvendelse her da det ikke er tale om veiledende priser.

Toyota Norge har opplyst at prisen som oppgis ikke er bindende for forhandlerne. Selv om forhandlerne formelt står fritt, vil imidlertid ordningen kunne virke normerende på prisfastsettelsen jf. § 3-1 tredje ledd.

### **3. Dispensasjon - Konkurranseloven § 3-9**

Med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 første ledd, kan Konkurransetilsynet gi dispensasjon fra forbudene i §§ 3-1 til 3-4 dersom et av følgende vilkår er oppfylt :

- 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.

Konkurransetilsynet kan stille vilkår for dispensasjonen.

### **3. Det relevante marked**

For å kunne ta stilling til om vilkårene for dispensasjon foreligger, må det klarlegges hvilke markeder som berøres av samarbeidet.

#### *Det relevante produktmarked*

Det relevante produktmarkedet inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av et bestemt behov. Substituerbarheten forklarer i hvilken utstrekning etterspørerne kan velge mellom ulike produktvarianter for å tilfredsstille det samme, underliggende behov. Substituerbarheten kan måles ved krysspriselasititeter 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.

Etterspørere av biler vil i hovedsak se på andre personbiler og varebiler under 3,5 tonn som gode nok substitutter for biler fra Toyota. Toyota er etter tilsynets vurdering ikke et bilmerke med så spesielle egenskaper at Toyota utgjør et eget relevant marked. Det er tilsynets vurdering at personbiler og varebiler under 3,5 tonn vil dekke det samme behovet for konsumentene, og at det derfor er gode substitusjonsmuligheter mellom de ulike bilmerkene i denne gruppen.

På denne bakgrunn avgrensner tilsynet det relevante produktmarkedet i denne saken til å være personbiler og varebiler under 3,5 tonn.

#### *Det relevante geografiske marked*

Det relevante geografiske markedet omfatter det området hvor etterspørerne i det relevante produktmarked foretar sine innkjøp. 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.

Kjøp av ny bil antas å være en relativt stor investering slik at transport- og søkekostnadene vil være relativt små i forhold til produktprisen. Dette innebærer at konsumenten vil kunne gjøre sine bilkjøp i et større geografisk område. På denne bakgrunn avgrenser tilsynet det relevante geografiske markedet i denne saken til å være Rogaland fylke og fylkene som grenser til Rogaland, nemlig Aust-Agder, Vest-Agder, Telemark og Hordaland.

#### **4. Konkurransetilsynets vurderinger og vedtak**

I det relevante geografiske området ble det i år 2000 solgt ca. 26000 personbiler og ca. 7000 varebiler på mindre enn 3,5 tonn. Bilhuset AS og Hegre Bil AS solgte til sammen 832 biler i det mindre salgsdistriktet Stavanger/Sandnes i samme periode. Samlet markedsandel for de to Toyota-forhandlerne er liten i det relevante geografiske området, i underkant av 3 %.

Konkurransetilsynet er derfor av den oppfatning av at annonsesamarbeid mellom de to Toyota-forhandlerne vil ha begrenset betydning for konkurransen i det relevant markedet.

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

**Toyota Norge AS, Bilhuset AS og Hegre Bil AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første og annet ledd jf. tredje ledd for kunne samarbeide om pris i forbindelse med felles markedsføring.**

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

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom forutsetningene for dispensasjonen ikke lenger er tilstede, jfr. konkurranseloven § 3-9 tredje ledd.

Dersom det er behov for dispensasjon utover 1. mars 2006, 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 stilles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.

**Vedlagt følger skjema "Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak".**

[til toppen](#)