

## V2001-33 21.03.2001

### Commit AS - søknad om dispensasjon fra konkurranseloven §§ 3-1 og 3-3

#### Sammendrag:

Med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 b har Konkurransetilsynet gitt Commit AS og selskapets kjede- og franchisemedlemmer dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd slik at Commit AS kan fastsette bindende maksimalpriser for kjede- og franchisemedlemmene på utvalgte produkter ved reklamekampanjer. Konkurransetilsynet har også gitt dispensasjon fra konkurranseloven § 3-3 første ledd slik at Commit AS kan opprettholde markedsdelingsklausulen i punkt 2.2 i kjede- og franchiseavtalen. Konkurransetilsynet har bl.a. lagt vekt på at dispensasjonen gjør det mulig å effektivisere markedsføringen i kjeden og at konsumentene kan få reduserte søkekostnader. Vedtaket gjelder frem til 1. april 2003.

#### 1. Innledning

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 26. februar 1999 hvor De søker om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1, slik at Commit AS (heretter Commit) kan annonsere med fellesannonser i riksdekkende media og hvor Commit oppgir bindende maksimalpriser for sine forhandlere. Tilsynet beklager den lange saksbehandlingstiden.

Konkurransetilsynet stilte i brev av 10. januar 2000 en del spørsmål til ulike aktører på de aktuelle markedene. Informasjonen tilsynet mottok i denne høringen er lagt til grunn i behandlingen av søknaden.

#### 2. Commit

Commit AS ble stiftet i 1995 og er et kjedekontor organisert som et aksjeselskap. Commit har 44 kjedemedlemmer. 11 av kjedens medlemmer er aksjeeiere i Commit og knyttet til kjeden via en kjedeavtale. De øvrige medlemmene, som ikke er aksjeeiere i Commit, er knyttet til kjeden via en franchiseavtale (I det følgende vil tilsynet benytte betegnelsen "medlemmene" som en felles betegnelse på både kjedemedlemmene og franchisetakerne. I forlengelsen av dette vil Commit bli referert til som kjedekontor og franchisegiver.). Medlemmene er forhandlere av data- og telekommunikasjonsutstyr, fortrinnsvis overfor bedriftskunder. Commit har opplyst at kjeden selger telefoner, faxer, personsøkere, mobiltelefoner, modem og datarelaterte produkter, telefonsentraler og lukkede nett mot bedriftsmarkedet. Forhandlerne er spredd over hele landet. Kjedekontorets oppgaver er blant annet å forhandle frem best mulig innkjøpsbetingelser for medlemmene samt å overføre knowhow og holde medlemmene ajour med markedsutviklingen innen kjedens produktspekter. Commit er ikke selv leverandør av varer til kjedens medlemmer.

Aksjefordelingen i Commit er delt mellom Telenor Mobil AS, daglig leder og forhandlerne. Telenor Mobil AS innehar 51 prosent av aksjene, daglig leder har 17,5 prosent mens kjedemedlemmene innehar 31,5 prosent av aksjene (Kilde: Commit AS' søknad av 26.02.99 samt Commit AS' hjemmeside [www.commit.no](http://www.commit.no).)

Commit har begrunnet sin dispensasjonssøknad i at konkurransen i data- og telekommunikasjonsmarkedet vil forsterkes av at de gis tillatelse til å samarbeide på pris. Søker mener videre at samarbeidet vil gi effektivitetsgevinster for omsetningssystemet.

### **3. Forholdet til konkurranseloven**

#### *3.1 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.

##### 3.1.1 Franchisetakerne

Commit har 33 forhandlere knyttet til seg gjennom en franchiseavtale. Commit er franchisegiver og innehaver av rettighetene til kjedens varemerker. Forhandlerne er franchisetakere og organisert som selvstendige aksjeselskap.

Det fremgår av Commits søknad at de ønsker å annonsere for hele kjeden under ett i riksdekkende media. Franchisegiver vil her fastsette bindende videresalgspriser for sine franchisetakere, dvs. at de er forpliktet til å følge den fastsatte prisen. En slik bindende prisfastsettelse vil være å anse som en "avtale" om pris mellom "to eller flere ervervsdrivende" som er egnet til å påvirke konkurransen i strid med § 3-1 første ledd.

##### 3.1.2 Kjededemedlemmene

De øvrige forhandlere i kjeden er tilknyttet kjedekontoret Commit gjennom en kjedeavtale. Kjededemedlemmene innehar 31,5 prosent av aksjene i kjedekontoret og har sammen med de øvrige aksjeeierne inngått en aksjonæravtale. Et spørsmål er om Commits fastsettelse av bindende videresalgspriser for sine kjededemedlemmer kan anses for å være en vertikal avtale mellom "to eller flere ervervsdrivende", eller om de bindende videresalgsprisene må anses som uttrykk for et horisontalt samarbeid mellom kjededemedlemmene. Konkurransetilsynet tar ikke stilling til dette da forholdet uansett rammes av § 3-1 første ledd siden bestemmelsen omfatter både horisontale og vertikale avtaler.

#### *3.2 Forholdet til konkurranseloven § 3-3 - forbudet mot markedsdeling*

Konkurranseloven § 3-3 første ledd 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 å søke å påvirke til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotedeling, spesialisering eller kvantumsbegrensninger.

##### 3.2.1 Kjededemedlemmene og franchisetakerne

Commit har i søknad av 26. februar 1999 kun søkt om dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1. Commit har imidlertid en bestemmelse i kjedeavtalen og franchiseavtalen som regulerer medlemmenes adgang til å endre forretningssted eller etablere nytt utsalgssted i tillegg til det etablerte. I telefonsamtale av 20. august 1999 bekrefter Commits advokat at de søker om dispensasjon også fra § 3-3 dersom kjedeavtalen/franchiseavtalen inneholder klausuler i strid med denne.

Det fremgår av franchiseavtalen og kjedeavtalen punkt 2.2 at:

*Kjedemedlemmet er uberettiget til å etablere CommIT forretning på andre steder enn ovennevnte adresse dersom dette vil komme i strid med kjedekontorets forpliktelse overfor franchisetakere, jf. bilag I. Dersom kjedemedlem ønsker å endre forretningssted eller etablere nytt utsalgskontor i tillegg til det alt etablerte, må skriftlig tillatelse innhentes fra kjedekontor på forhånd. Nektelse kan ikke skje uten saklig grunn. Motstrid med franchiseavtale er saklig grunn.*

I telefonsamtale av 20. august 1999 med Commits advokat gjøres det nærmere rede for forståelsen av bestemmelsen. Klausulens henvisning til bilag I er å forstå som en henvisning til franchiseavtalen. Henvisningen synes noe uklar, men skyldes at klausulen opprinnelig ble nedfelt i kjedeavtalen for så også å bli tatt inn identisk i franchiseavtalen. Bestemmelsen er å forstå slik at kjedekontoret forbeholder seg retten til å avgjøre hvorvidt medlemmet kan flytte eller etablere seg med en ny Commit forretning på et annet sted enn der han allerede har en. Kjedekontoret vil i en slik sammenheng vurdere hvorvidt det er kundegrunnlag for en ny forretning. Tilsynet legger til grunn at risikoen for faktisk konkurranse mellom forretningene vil være et ikke ubetydelig aspekt i denne vurdering. Advokaten hevder at dette er det motsatte av eksklusivitet, idet kjedekontoret kan velge å etablere seg med nye medlemmer i et område hvor det allerede er en forretning.

Konkurransetilsynet er av den oppfatning at den nevnte klausul betyr at et medlem ikke fritt vil kunne flytte eller etablere seg med en ny forretning i konkurranse med allerede etablerte medlemmer. Det legges til grunn at kjedekontoret kun vil tillate ny etablering dersom de vurderer kundegrunnlaget som tilstrekkelig til at den nye etablering ikke vil utsette den eksisterende forretning for nevneverdig konkurranse. Etter tilsynets oppfatning er klausulen å anse som en markedsdeling mellom medlemmene i form av en områdedeling.

Avtalen er inngått mellom kjedekontoret/franchisegiver og det enkelte medlem mens beskyttelsen mot konkurranse foreligger mellom medlemmene. Konkurranseloven § 3-3 første ledd rammer både "avtaler, 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." Formålet med den vide formuleringen er således å ramme det reelle interessefellesskapet mellom partene uavhengig av hvilken rettslig form som er brukt. Den gjensidige markedsdelingsavtale er først og fremst inngått i medlemmenes interesse og det synes naturlig å legge til grunn at denne også er ønsket av medlemmene. Avtalene kan derfor anses som en avtale eller samordnet praksis mellom medlemmene. Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at klausulen er uttrykk for en markedsdelingsavtale mellom medlemmene i strid med konkurranseloven § 3-3 første ledd.

Etter bestemmelsens tredje ledd er det imidlertid gjort unntak for det tilfelle at "en enkelt leverandør" avtaler markedsdeling med eller fastsetter markedsdeling for sine avtakere.

### 3.2.2 Franchisetakerne

Begrepet "leverandør" i § 3-3 tredje ledd omfatter både leverandør av varer og leverandør av tjenester. Jf. samme uttrykket i § 3-1 og bakgrunnen for endringene i paragrafen, Ot. prp.nr. 97 (1998-99) Om lov

om endringer i lov av 11. juni 1993 nr. 65 om konkurranse i ervervsvirksomhet (konkurranseloven).. Det fremgår av § 1-2 bokstav e) at begrepet "tjenester" i konkurranseloven skal forstås som "alle ytelser, herunder rettigheter, som ikke er varer". Etter ordlyden i bokstav e) vil begrepet som utgangspunkt omfatte alle goder som ytes i form av menneskelig innsats fra én ervervsdrivende til en annen. Begrepet er i seg selv svært vidt og komplementær til begrepet varer, sml. bokstav d). I praksis vil det imidlertid kunne være flytende overganger mellom begrepene tjenester og varer.

Spørsmålet blir således om Commit i egenskap av franchisegiver kan anses som leverandør av en tjeneste, nemlig franchisekonseptet.

Unntaket for leverandører i § 3-3 tredje ledd er begrunnet i at markedsdeling i en del vertikale distribusjonssystemer generelt sett kan være rasjonelle samtidig som den konkurranse-skadelige virkning antas å være mindre siden den i første omgang refererer seg til intramerke-konkurransen, dvs. konkurransen mellom forhandlere av det samme eller de samme produkter Ot.prp. nr. 41 (1992-93) s. 52 og Harald Evensen; Konkurranseloven med kommentar s. 219.. Sistnevnte begrunnelse vil i første omgang ha gyldighet i de tilfellene hvor det dreier seg om leverandører av varer idet tjenester som sådan vanskelig lar seg videreselge. Der salg av bestemte varer også inngår som en del av tjenesten vil imidlertid sistnevnte begrunnelse ha gyldighet også i disse tilfellene.

En franchisegivers leveranse av et franchisekonsept kan etter Konkurransetilsynets praksis være å betrakte som en leverandør av en tjeneste i konkurranselovens forstand, se § 1-2 bokstav e) sml. bokstav d).

Etter en konkret vurdering antar imidlertid Konkurransetilsynet at franchisekonseptet i Commit ikke omfattes av unntaket for leverandører av tjenester i § 3-3 tredje ledd. Tilsynet anser ikke at Commits ytelser overfor franchisetakerne er av en slik art eller er av et slikt omfang at Commit kan karakteriseres som leverandør av en tjeneste i forhold til tredje ledd. Det legges her vekt på at forhandlernettet ikke synes å styres strengt fra franchisegivers side samt at franchisemedlemmene og de øvrige kjedemedlemmene behandles noenlunde likt av Commit. I likhet med kjedemedlemmene har franchisetakerne for eksempel en betydelig grad av frihet til selv å velge sitt vareutvalg. Franchisenettet i Commit kjennetegnes således ikke som et strengt enhetlig konsept med identisk profil.

### 3.2.3 Kjedemedlemmene

Som nevnt ovenfor er den aktuelle klausul nedfelt både i franchiseavtalen og i kjedeavtalen. Etter Konkurransetilsynets vurdering kan ikke kjedekontoret anses som leverandør av en tjeneste i forhold til kjedemedlemmene. Kjedekontoret er heller ikke leverandør av varer. Et spørsmål er også om kjedekontoret i Commit kan anses for å være en selvstendig aktør i forhold til kjedemedlemmene, jf. diskusjonen ovenfor. Konkurransetilsynet tar ikke stilling til dette da det uansett ikke kan anses å foreligge leveranser av varer eller tjenester fra kjedekontorets side. Unntaket i tredje ledd kommer derfor ikke til anvendelse overfor kjedemedlemmene.

### 3.2.4 Kjedemedlemmene og franchisetakerne

Franchiseavtalen og kjedeavtalen pålegger kjedemedlemmet, dennes hovedaksjonær samt daglige leder et konkurranseforbud mens avtalen løper og seks måneder etter dens opphør, jf avtalens punkt 3.

Klausulen lyder:

*Kjedemedlemmet og dennes hovedaksjonær samt daglig leder - dersom hovedaksjonær og daglig leder ikke er samme person - forplikter seg til under avtaletiden og seks måneder deretter ikke, verken direkte eller indirekte, å være involvert i forretningsvirksomhet på et område der kjedemedlemmet ville konkurrere med et medlem av franchisenettet, herunder kjedekontoret.*

*Ovennevnte konkurranseklausul gjelder kun i den utstrekning klausulen er nødvendig for å beskytte kjedekontorets industrielle eller intellektuelle eiendomsrettigheter eller for å opprettholde nettets felles identitet og omdømme.*

*Kjedemedlemmet hindres ikke i å benytte lisensiert know-how etter at avtalen er utløpt, når den aktuelle know-how er blitt allment kjent eller lett tilgjengelig, med mindre dette er et resultat av at kjedemedlemmet har brutt sine forpliktelser.*

*I nærværende avtale forstås med know-how en helhet av ikke-patenterte praktiske opplysninger som følger av kjedekontorets erfaring og prøving og er hemmelig, betydelig og identifisert.*

Etter forespørsel bekrefter Commits advokat i telefonsamtale av 25. august 1999 at man med "medlem av franchisenettet" mener medlemmene i sin alminnelighet, uavhengig av om de har status som franchisetakere eller kjedemedlemmer med aksjer i Commit.

Formuleringene i avtalen er hentet fra Kommisjonsforordning 4087/88 om gruppefritak for franchiseavtaler. Klausulen forhindrer medlemmene fra å være direkte eller indirekte involvert i en annen tilsvarende virksomhet som den kjedekontoret eller medlemmene driver. Forbudet er imidlertid ikke absolutt idet medlemmene ikke forhindres fra å være involvert i slik virksomhet innenfor et naturlig avgrenset geografisk område hvor Commit ikke er representert med franchisetakere eller øvrige kjedemedlemmer Jf. opplysninger fra Commits advokat i telefonsamtale av 19. juni 2000..

Begrepet markedsdeling omfatter situasjoner hvor partene deler ett eller flere markeder mellom seg. Det kan skje ved at partene enten har hvert sitt salgsområde, betjener hver sine etterspørrere, fordeler omsetningen mellom seg i relative andeler eller begrenser sitt totale tilbud. Det som karakteriserer markedsdeling er at partene i samarbeidet søker en gjensidig beskyttelse fra hverandre på sine respektive markeder. Partene kan operere i hver sin del av markedet uten det korrektiv konkurranse fra de andre deltakerne i ordningen ville bety.

Det forhold at gjensidig beskyttelse mellom partene gjerne er karakteristisk for markedsdeling innebærer imidlertid ikke at gjensidighet er en nødvendig eller en tilstrekkelig betingelse i forhold til begrepet markedsdeling i § 3-3 Se V98-92 av 10. november 1998 om opphevelse av dispensasjon for Grenland Transport AS s. 7..

Forpliktelsen for medlemmene i Commit retter seg delvis mot kjedekontoret og delvis mot de øvrige medlemmene. Forbudet mot å konkurrere med kjedekontoret/franchisegiver under avtaleperioden og i en viss karantenetid vil isolert sett være å anse som en ensidig forpliktelse for medlemmene til å avstå fra å være involvert i tilsvarende virksomhet som den kjedekontoret driver. Forbudet motsvares ikke av

en tilsvarende forpliktelse fra kjedekontorets/ franchisegivers side. Kjedekontoret/franchisegiver kan således uhindret av denne klausulen velge å etablere både øvrige kjedekontor og medlemmer innen samme virksomhet som den Commit som kjede driver med, og det er derfor naturlig å karakterisere denne siden av forpliktelsen som ensidig.

Etter tilsynets oppfatning vil en slik ensidig konkurranse- og karanteneklausul normalt ikke innebære en slik form for gjensidig deling av markeder mellom konkurrenter som § 3-3 er ment å skulle ramme.

Forholdet medlemmene imellom viser at det ikke er forpliktelsens ensidige karakter som alene begrunner at en slik konkurranseklausul normalt faller utenfor markedsdelings-begrepet i § 3-3. Disse forplikter seg til å avstå fra å være involvert i virksomhet som vil konkurrere med de øvrige medlemmene. Forpliktelsen påhviler medlemmene under avtaletiden og for en karanteneperiode på seks måneder. Etter tilsynets oppfatning er det imidlertid ikke naturlig å karakterisere medlemmenes forpliktelse til ikke å involvere seg i konkurrerende virksomhet som en markedsdeling i henhold til § 3-3. Klausulen har primært ikke til hensikt å hindre partene i å konkurrere med hverandre, men er et rimelig krav for å hindre misbruk av kjedens/franchisens utviklede industrielle eller intellektuelle eiendomsrettigheter. Det er i forlengelsen av dette ikke naturlig å si at klausulen forplikter partene til for eksempel å avstå å betjene visse områder eller kunder eller at de begrenser sitt totale tilbud.

Konkurransetilsynet er dermed av den oppfatning at Commits konkurranse- og karanteneklausul ikke kan karakteriseres som en "markedsdeling" i henhold til § 3-3 første ledd.

### *3.3 Konkurranseloven § 3-6 - unntak for eier og konsernsamarbeid*

Telenor har foruten eierandeler i Commit kontrollerende eierposter i store konkurrerende kjeder. Telenor eier blant annet Telenor Telehuset AS (100 prosent), MobilData kjeden AS (100 prosent) og MobilPartner Invest AS (100 prosent). Disse kjedene er selskaper eiet av Telenor Mobil og et samarbeid om priser eller markedsdeling mellom disse selskapene vil, i medhold av konkurranseloven § 3-6 andre punktum jf. § 1-2 bokstav b), være unntatt fra forbudene i §§ 3-1 og 3-3. De ulike datterselskapene i form av kjedekontorer vil imidlertid ikke lovlig kunne samarbeide med sine kjedemedlemmer om pris og markedsdeling i den utstrekning kjedemedlemmene er selvstendige aktører. Det samme gjelder mellom kjedemedlemmene.

## **4. Dispensasjon etter konkurranseloven § 3-9**

Med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 første ledd, kan Konkurransetilsynet gi dispensasjon fra forbudene i §§ 3-1 til 3-4 dersom ett 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.

### **5. Konkurransemessig vurdering**

Til grunn for Konkurransetilsynets vurderinger av dispensasjonssøknader ligger en vurdering av konkurranseforholdene i det som kalles det relevante marked. Det relevante produkt-marked 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. Det relevante markedet er viktig når en vurderer konkurransereguleringens betydning og eventuelle skadevirkninger. Det relevante marked har normalt en produktdimensjon og en geografisk dimensjon.

Som nevnt har Commit selv opplyst at de selger telefoner, faxer, personsøkere, mobiltelefoner, modem og datarelaterte produkter, telefonsentraler og lukkede nett mot bedriftsmarkedet. Vi vil i fortsettelsen kalle dette for markedet for data- og tele-kommunikasjonsutstyr. De aktørene som tilsynet har hørt i saken synes i stor grad å oppfatte salg av data- og telekommunikasjonsutstyr som et relevant marked. Det finnes en rekke aktører som har omtrent det samme produktspekteret og det synes i bransjen å være en oppfatning av hvem som i hovedsak er de konkurrerende aktørene.

Commit søker dispensasjon for å fastsette maksimalpriser i forbindelse med markedsføringskampanjer og markedsdeling. Disse konkurransereguleringene vil normalt vurderes å være av begrenset betydning, spesielt når en tar hensyn til at kjeden isolert sett har en markedsandel på rundt 10 prosent. Konkurransetilsynet legger til grunn at kampanjer bare berører et begrenset utvalg av produkter i begrensede perioder. Konkurransetilsynet er imidlertid usikker på hvordan en maksimalpris i dette tilfellet virker. Når et kjedekontor fastsetter en pris vil den kunne bli lagt til grunn i prissettingen, selv om den formelt sett er satt som en maksimalpris.

Markedet for data- og telekommunikasjonsutstyr er preget av kjedekonkurranse der pris synes å være en sentral konkurranseparameter. For eksempel benyttes priser ofte i markedsføringen av kjedene. Adgangen til å benytte felles priser i kjedens markedsføring anses derfor som et viktig element for at Commit-kjeden skal kunne fremstå med en enhetlig kjedeprofil og konkurrere effektivt med andre aktører. Bruk av priser i markedsføringen av butikkjeder gjør det også lettere for kundene å foreta rasjonelle valg mellom butikkene ved at deres søkekostnader reduseres. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil felles markedsføringstiltak med bruk av maksimalpriser ved riksdekkende kampanjer bidra til at Commit kan gjennomføre mer effektivt markedsføring.

Klausuler om markedsdeling er en vanlig del av kjedesamarbeid i næringslivet. Tilsynet finner at dette er en naturlig del av samarbeidet og legger til grunn at det er urimelig at kjedens medlemmer skal konkurrere seg imellom. Markedsdelingen anses i dette tilfellet for å være en forutsetning for å kunne gjennomføre samarbeidet innen kjeden.

#### *5.1 Forholdet til Telenor Mobil*

Tilsynet har i pkt. 3.3 redegjort for rekkevidden av unntaksbestemmelsene i § 3-6. Telenor Mobil har som nevnt eierskap i flere av kjedene i dette markedet. Det går frem i pkt. 3.3 at Telenor Mobils ulike datterselskapene i form av kjedekontorer ikke lovlig vil kunne samarbeide med sine kjedemedlemmer om pris og markedsdeling i den utstrekning kjedemedlemmene er selvstendige aktører. Det samme gjelder mellom kjedemedlemmene. Commits eventuelle koordinering overfor medlemmene vil imidlertid måtte antas allerede å være gjensidig avpasset etter de øvrige Telenor Mobils datterselskapers adferd. En dispensasjon for kjedekontoret til å fastsette priser for medlemmene vil således kunne medføre en koordinering ned på forhandlernivå mellom de ulike kjedene.

For å vurdere virkningene av Commits prisregulering og markedsdeling må man derfor også ta hensyn til markedskonsentrasjonen for de selskap innenfor det relevante marked som Commit eventuelt kontrollerer eller de selskap som Commits eier, Telenor Mobil, kontrollerer.

I tillegg til kjedene hvor Telenor Mobil eier 100 % i sentralleddet i kjeden eller har flertall av aksjene, eier Telenor Mobil store aksjeandeler i kjedene Nordialog (48 %), Telingen (47,5 %) og Megafon (49 %). Telenor er den største eieren i disse tre kjedene og er også representert i styret. Etter tilsynets oppfatning vil Telenors eierskap i disse tre også påvirke kjedens tilpasning selv om selskapet ikke har aksjemajoriteten i selskapene.

Konkurransetilsynet har gjort beregninger av markedsandeler i markedet for data- og telekommunikasjonsutstyr. Denne beregningen gir kjedene Telenor Mobil kontrollerer markedsandeler på over 50 % til sammen. Hvis en tar hensyn til markedsandelene til de tre kjedene Nordialog, Telingen og Megafon, hvor Telenor Mobil har store aksjeandeler, ser en at Telenor Mobil kan påvirke markedsadferden til aktører som til sammen har markedsandeler på opp mot 90 %.

Konkurransetilsynet vurderer derfor samlet sett at Telenor Mobil har en dominerende stilling i markedene som er relevante i denne saken. Tilsynet legger dette til grunn i behandlingen av dispensasjonen.

## *5.2 Privatmarkedet*

Salg av telekommunikasjonsprodukter til privatkunder synes også å foregå først og fremst gjennom de ordinære kjedene som har spesialisert seg på disse produktene. I tillegg har man innenfor dette området sett en bransjeglidning de senere år, hvor kjedene nå møter konkurranse fra en rekke små og store aktører innen den tradisjonelle "brunevarebransjen" og elektrokjeder slik som Elkjøp, Lefdal, og Ekspert. Innenfor mobiltelefonmarkedet blir produktene også nå i en viss utstrekning tilbudt gjennom bensinstasjoner og kiosker. Dette innebærer at Telenor Mobils reelle markedsaktør er noe mindre i dette delmarkedet.

## *5.3 Samlet vurdering*

Etter en samlet vurdering finner Konkurransetilsynet å kunne gi dispensasjon med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 b) slik at i Commit-kjeden kan gjennomføre reklamekampanjer med bindende maksimalpriser i markedet for data og telekommunikasjonsutstyr. Tilsynet har imidlertid vært i betydelig tvil om avgjørelsen, spesielt på bakgrunn av Telenors dominerende stilling som eier i de fleste



kjedene i dette markedet. Konkurransetilsynet har lagt vekt på dispensasjonen gjør det mulig å effektivisere markedsføringen i kjeden, at konsumentene kan få reduserte søkekostnader og at flere av de andre kjedene i markedet har dispensasjoner for tilsvarende forhold. Med bakgrunn i den tvilen Konkurransetilsynet sitter med har en valgt å gi dispensasjonen med relativt kort varighet.

## **6. Konkurransetilsynets vedtak**

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

**Commit AS og dets kjede- og franchisemedlemmer gis dispensasjon fra Konkurranseloven § 3-1 første ledd slik at Commit**

**AS kan fastsette bindende maksimalpriser for kjede- og franchisemedlemmene på utvalgte produkter ved**

**reklamekampanjer.**

**Commit AS og dets kjede- og franchisemedlemmer gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-3 første ledd slik at Commit AS kan opprettholde markedsdelingsklausulen i punkt 2.2 i kjede- og franchiseavtalen.**

**Vedtaket trer i kraft straks og gjelder frem til 1. april 2003.**

For ordens skyld gjøres det oppmerksom på at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til 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 til stede, jf. konkurranseloven § 3-9 tredje ledd. Dersom det er behov for dispensasjon utover det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, bes De søke om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)