

## **V2001-36 30.04.2001**

### **Konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon fra § 3-1 - Geilo Skiheiser**

#### **Sammendrag:**

Selskapene tilsluttet interesseorganisasjonen Geilo Skiheiser, herunder Slaatta Skisenter AS, Geilo Taubane ASA og Vestlia Skisenter AS, er gitt dispensasjon fra konkurranseloven for å samarbeide om priser og rabatter på skipass. Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 1. mai 2006.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 12. september 2000 hvor De på vegne av Geilo Skiheiser søker om dispensasjon fra konkurranseloven (krrl.) § 3-1 jf. § 3-9.

#### **Geilo Skiheiser**

Geilo Skiheiser er en interesseorganisasjon som drives av selskapene Slaatta Skisenter AS (heretter SK), Geilo Taubane ASA (heretter GT) og Vestlia Skisenter AS (heretter VS).

Samarbeidsavtalen mellom SK, GT og VS fastsetter blant annet Geilo Skiheisers formål og organisasjon, samt styrets sammensetning og kompetanse. Formålet med organisasjonen er å samarbeide om alpintilbudet på Geilo, herunder markedsføring, priser på skipass, rabattordninger, åpningstider, instruksjoner for skipatruljen, uniformering, skilting og så videre. Hensikten er at de tre selskapene utad skal oppfattes som en felles enhet. Styret i Geilo Skiheiser består av ett fast medlem fra hvert av de tre deltagende selskaper. Styret skal behandle og avgjøre saker som gjelder budsjett for Geilo Skiheiser og fordeling av de tre selskaperes inntekter og utgifter. Videre fastsetter styret priser og rabattordninger i forbindelse med skipassene, instruksjoner for skipatruljen, instruksjoner for drift og ledelse av Skipasskontoret og treffer beslutninger i saker vedrørende felles utstyr og felles skipass- og kontrollsystem.

Geilo Skiheiser samarbeider om felles pris og felles rabattsystem i forbindelse med Geilo Skikort. Geilo Skikort er et skipass som gir tilgang til samtlige av de tre selskaperes heiser og som tilbys for ulike tidsperioder, fra én time til en hel sesong.

SK og GT er geografisk forbundet med hverandre. Heiser og bakker i disse to anleggene er derfor lett tilgjengelig uavhengig av i hvilket anlegg konsumenten kjøper skipass. VS ligger for seg selv på den andre siden av dalen. Konsumentene er avhengig av transport med bil, buss eller lignende for å komme til VS fra SK eller GT.

#### **Forholdet til konkurranseloven**

I henhold til krrl. § 3-1 første ledd er det forbudt for 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, avanser eller rabatter bortsett fra vanlig kontantrabatt.

Det fremgår uttrykkelig av samarbeidsavtalen mellom partene at priser og rabatter på skipass fastsettes av styret i Geilo Skiheiser. Siden styret består av representanter fra de deltagende selskaper, er samarbeidet å anse som et horisontalt samarbeid mellom aktørene som er tilsluttet organisasjonen. Prissamarbeidet kan med andre ord tilskrives SK, GT og VS direkte, og samarbeidet rammes derfor av krrl. § 3-1 første ledd. Siden samarbeidet rammes av krrl.

§ 3-1 direkte, vil en eventuell dispensasjon ikke rette seg mot Geilo Skiheiser, men mot deltakerne i organisasjonen.

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 dispensere fra forbudene i konkurranseloven dersom minst 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 konkurranse-begrensningen,
- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

### **Det relevante marked**

For å kunne vurdere hvordan prissamarbeidet kan påvirke konkurranseforholdene i det eller de markeder som berøres, vurderes nedenfor først omfanget av det relevante produktmarked og de relevante geografiske markeder for produktmarkedet.

#### *Det relevante produktmarkedet*

Det relevante produktmarked inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av et bestemt behov. Med substituerbarhet menes i hvilken utstrekning etterspørerne kan velge mellom ulike produktvarianter for å tilfredsstille det samme, underliggende behov. Graden av substituerbarhet avhenger av 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.

De aktuelle produktene er skipass for SK, GT og VS. Noen typer skipass gir konsumenten adgang til et bestemt antall heisturer i det enkelte skianleggs heiser. Disse typene skipass er det ikke søkt om dispensasjon for. De typene det er søkt om dispensasjon for er skipass som gir tilgang til samtlige av de tre selskapenes heiser for en begrenset tidsperiode (én time, to timer, formiddag, ettermiddag, én dag, to dager, weekend og så videre).

Skipass for ulike tidsperioder er ikke i det samme relevante produktmarkedet for alle forbrukere. For eksempel vil et skipass som gjelder i flere dager antagelig være uaktuelt å kjøpe for en skiløper som har tenkt å oppholde seg i bakken bare noen timer. Motsatt vil det antagelig være uaktuelt å kjøpe skipass som bare er gyldig noen få timer for en skiløper som har tenkt å tilbringe én eller flere dager i skianlegget. En viss substitusjon vil det imidlertid være mellom ulike typer skipass for mange forbrukere, særlig mellom skipass som er nær hverandre i gyldighetsperiode, for eksempel én og to

timer eller to og tre dager.

### *Det relevante geografiske markedet*

Det relevante geografiske marked omfatter det området hvor etterspørerne i det relevante produktmarkedet 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.

Konkurransetilsynet legger til grunn at det relevante geografiske markedet ikke vil være det samme for alle forbrukere. Noen forbrukere har en bestemt tilknytning til Geilo, for eksempel at forbrukeren bor på Geilo eller har hytte der. Tilknytningen kan også være at hovedformålet med å reise til Geilo er noe annet enn å stå ski. Forbrukere med en eller annen slik tilknytning vurderer i liten grad å stå på ski i andre deler av landet, og for disse forbrukerne er Geilo det relevante geografiske markedet.

For skiturister uten en bestemt tilknytning til Geilo, vil Geilo Skiheiser være ett av flere aktuelle skianlegg å reise til. Tilsynet anser derfor det relevante geografiske markedet for disse forbrukerne å være et større område. Dette området omfatter antagelig minst hele Sør-Norge.

Konkurransetilsynet legger videre til grunn at for forbrukere som reiser til Geilo for å stå på ski, men som ikke har noen bestemt tilknytning til Geilo, vil de aktuelle skipassene være skipass som gjelder i én eller flere dager. Tilsynet er av den oppfatning at de fleste forbrukere som for eksempel reiser på dags- eller weekendtur med toget til Geilo for å stå på ski, ikke kjøper skipass med kortere gyldighet enn én dag. For disse vil det heller ikke være aktuelt å kjøpe sesongskipass. Skipass med kortere gyldighet enn én dag, og skipass som er gyldige en hel sesong, vil i hovedsak være aktuelle for forbrukere med en bestemt tilknytning til Geilo.

### **Konkurransetilsynets vurdering av markedene for de ulike typene skipass**

På bakgrunn av ovenstående legger tilsynet til grunn at Geilo Skiheisers kundegruppe grovt sett kan deles i to. Det relevante geografiske markedet for disse to gruppene er henholdsvis Sør-Norge og Geilo.

#### *Markedet for skipass med én eller flere dagers gyldighet*

Salg av skipass med én eller flere dagers gyldighet utgjør omtrent 70% av Geilo Skiheisers totale omsetning. En betydelig andel av de som etterspør skipassene består av skiturister som ønsker å stå på ski i et av de større skianleggene, men som ikke i utgangspunktet har noen spesielle preferanser i forhold til et bestemt anlegg. Markedet for disse skipassene omfatter derfor hele Sør-Norge. Konkurransen fra andre større skianlegg i Sør-Norge anses å være stor, og det ser ikke ut til at Geilo Skiheiser kan utøve markedsrett i dette markedet.

Selskapene tilsluttet Geilo Skiheiser ønsker å samarbeide om pris for å fremstå som én felles enhet. Prissamarbeidet mellom de tre selskapene medfører en konkurranseregulering i markedet for skipass med én eller flere dagers gyldighet. Konkurransetilsynet er imidlertid av den oppfatning at skianleggene

på Geilo sammen vil fremstå som en langt sterkere konkurrent til for eksempel Hemsedal, enn det eksempelvis SK eller VS vil gjøre alene. Tilsynet legger med bakgrunn i dette til grunn at konkurransereguleringen innebærer at konkurransen mellom de større skianleggene i Sør-Norge forsterkes.

### *Markedet for skipass med kortere gyldighet enn én dag*

Aktørene i dette markedet består av de tre selskapene tilsluttet Geilo Skiheiser på den ene siden, og i hovedsak forbrukere med en spesiell tilknytning til Geilo på den andre. Selskapene tilsluttet interesseorganisasjonen Geilo Skiheiser er eneste tilbydere av skipass til disse forbrukerne og er dermed de eneste konkurrentene i dette markedet. At selskapene samarbeider om pris eliminerer derfor konkurransen i markedet for skipass med kortere gyldighet enn én dag.

I et marked uten konkurranse gjenspeiler prisene i mindre grad de marginale kostnadene enn hva som er tilfelle i et marked hvor konkurransetrykket er større. I de fleste markeder forventes således konkurranse å resultere i priser og kvanta som er mer samfunnsøkonomisk riktige enn de priser og kvanta fravær av konkurranse resulterer i. Hvis svært mange aktører konkurrerer i et marked, kan konkurransen være tilnærmet fullkommen. Prisene i et slikt marked er ofte tilnærmet lik de marginale kostnadene. Siden det kun er tre potensielle konkurrenter i det markedet vi ser på her, vil imidlertid ikke konkurransen under noen omstendighet være fullkommen.

I tillegg legger Konkurransetilsynet til grunn at en stor andel av etterspørselen etter skipass på Geilo kommer fra forbrukere uten noen bestemt tilknytning til stedet. Om disse kundene konkurrerer Geilo Skiheiser med de andre større skianleggene i Sør-Norge. Som følge av konkurransen om disse kundene, vil også Geilo Skiheisers mulighet til å utøve markedsrett i markedet for skipass med kortere gyldighet enn én dag begrenses. Dette på tross av at prissamarbeidet innebærer fravær av konkurranse i markedet for korttidsskipassene. Årsaken er at prisen på skipass med kortere gyldighet enn én dag må stå i et bestemt forhold til prisen på skipass med én eller flere dagers gyldighet. Hvis prisen på for eksempel ettermiddagsskipass blir for høy i forhold til dagsskipass, vil etterspørselen etter ettermiddagsskipass gå betraktelig ned. Noe av denne etterspørselen vil antagelig veltes over på dagsskipassene, men en andel vil også forsvinne ut av markedet.

Videre ser et samarbeid mellom to av selskapene, SK og GT, ut til å medføre enkelte effektivitetsgevinster. Effektivitetsgevinstene består i at konsumenten slipper å sette seg inn i hvilke bakker som leder til GTs heiser og hvilke som leder til SKs heiser. Separate skipass til de to anleggene ville vært lite effektivt, fordi heisene og bakkene fremstår som en enhet.

Med bakgrunn i ovenstående, og at omsetningen av skipass med kortere gyldighet enn én dag i sesongen 1999/2000 kun utgjorde i underkant av 17% av Geilo Skiheisers totale omsetning, ser prissamarbeidet om disse skipassene ut til å ha liten konkurransemessig betydning.

### *Markedet for sesongskipass*

Aktørene i markedet for sesongskipass består av de tre selskapene tilsluttet Geilo Skiheiser på den ene

siden, og forbrukere med en spesiell tilknytning til Geilo på den andre. Den aktuelle tilknytningen her er at konsumenten er bosatt på Geilo eller har hytte der. Sesongskipass anses i svært liten grad å være aktuelt å kjøpe for forbrukere uten en slik tilknytning.

Selskapene tilsluttet Geilo Skiheiser er, som i markedet for skipass med kortere gyldighet enn én dag, de eneste tilbydere i markedet for sesongskipass. At selskapene samarbeider om pris virker derfor konkurransehemmende også i dette markedet. Det er imidlertid to forhold som gjør at redusert konkurranse om sesongskipass ser ut til å ha liten betydning. For det første utgjør salg av sesongskipass mindre enn 7% av Geilo Skiheisers totale omsetning. For det andre er det grunn til å tro at konsumenten vil gå over til å etterspørre skipass med én eller flere dagers gyldighet dersom prisen på sesongskipass er for høy. Dermed vil prisen på sesongskipass til en viss grad reguleres av prisene på skipass med kortere gyldighet enn en hel sesong.

I tillegg er Konkurransetilsynet av den oppfatning at konsumenten har vesentlig høyere nytte av et sesongskipass som gir tilgang til alle heisene på Geilo, enn bare til noen få. Gjennom et samarbeid om sesongskipassene vil derfor konsumenten tilbys et produkt som er bedre enn det selskapene hver for seg kan tilby. At konsumenten tilbys et bedre produkt ses på som en effektivitetsgevinst av prissamarbeidet. Effektivitetsgevinsten forventes å mer enn oppveie tapet ved konkurransebegrensningen.

### **Konkurransetilsynets vedtak**

På denne bakgrunn og med hjemmel i krrl. § 3-9 første ledd bokstav a, b og c har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

**Selskapene tilsluttet interesseorganisasjonen Geilo Skiheiser, herunder Slaatta Skisenter AS, Geilo Taubane ASA og Vestlia Skisenter AS, gis dispensasjon fra krrl. § 3-1 første ledd for å samarbeide om priser og rabatter på skipass.**

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

Vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes Konkurransetilsynet. Tilsynet viser for øvrig til vedlagte klageskjema.

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake tidligere, eventuelt stille vilkår for den, dersom forutsetningen for dispensasjonen ikke lenger er til stede, jf. krrl. § 3-9 andre og tredje ledd.

Dersom det er behov for dispensasjon utover utløpsdatoen, bes De søke i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)