

V2001-48 15.06.2001

Konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon fra § 3-1 - BEST Stasjon AS

Sammendrag:

Aksjonærene i BEST Stasjon AS har fått dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å fastsette felles veiledende priser på bensinstasjonsvarer og verksteds- og vasketjenester i forbindelse med felles tilbuds- og markedsføringskampanjer. Vedtaket trådte i kraft straks og gjelder til 15. juni 2006.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 17. januar 2001 der De på vegne av BEST Stasjon AS (BEST) søker om dispensasjon fra konkurranseloven (krrl.) § 3-1 slik at forhandlere som er aksjonærer i BEST kan samarbeide om felles priser i forbindelse med landsdekkende markedsføringskampanjer. Vi viser også til øvrig korrespondanse i sakens anledning.

1. BEST Stasjon AS

BEST er et aksjeselskap som ble stiftet i 1999 etter initiativ fra Shellforhandlernes Landsforening, bl.a. for å øke forhandlingsstyrken overfor oljeselskaper og andre leverandører. Det er et vilkår for å være aksjonær i selskapet at man driver «virksomhet innenfor det tjeneste- og varespekter som til enhver tid naturlig hører hjemme på bensin- og servicestasjoner». Ifølge dispensasjonssøknaden er det per i dag 208 bensinstasjonforhandlere som er aksjonærer i BEST. De fleste av disse eier selv den eller de bensinstasjoner som virksomheten drives fra. Per i dag har samtlige aksjonærer forhandleravtale med Norske Shell AS, men ifølge selskapets vedtekter er det ikke noe krav for medlemskap at man er tilknyttet et bestemt oljeselskap. Det betyr at samarbeidet kan omfatte forhandlere fra alle de ulike bensinstasjonkjedene.

Samarbeidet i BEST består hovedsakelig i å forhandle frem innkjøpsavtaler for alle varer og tjenester som omsettes via bensinstasjoner, unntatt drivstoff. I tillegg omfatter samarbeidet felles markedsføringsaktiviteter. Samarbeidet vil på sikt også kunne omfatte drivstoff.

2. Forholdet til konkurranseloven

2.1 Konkurranseloven § 3-1 - forbud mot prissamarbeid

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». Ifølge krrl. § 3-1 tredje ledd vil også veiledende avtaler bli omfattet av forbudet.

Ifølge opplysninger fra BEST står hver enkelt forhandler i utgangspunktet fritt til å fastsette sine egne priser. I forbindelse med gjennomføring av felles markedsføringskampanjer vil man imidlertid

samarbeide om felles pris. Med unntak av drivstoff vil disse kampanjene kunne omfatte samtlige varer, det vil si kioskvarer, dagligvarer, bilrekvisita, fritidsprodukter samt verksteds- og vasketjenester (heretter kalt bensinstasjonsvarer). Ifølge dispensasjonssøknaden vil det være aktuelt å gjennomføre kampanjer med jevne mellomrom, for eksempel påske-, vår-, sommer-, høst- og julekampanjer.

Prisforslagene utarbeides av BEST (dvs. samarbeidsorganet) og skal være «gunstige i forhold til konkurrentenes priser på tilsvarende produkter». Samarbeidet er egnet til å påvirke konkurransen fordi medlemmene ikke lenger vil konkurrere fullt ut på pris. Selskapet BEST AS eies av forhandlerne. Konkurransetilsynet vurderer derfor at medlemmene gjennom selskapet deltar i et prissamarbeid i strid med krrl. § 3-1 første ledd.

2.2 Dispensasjon etter konkurranseloven § 3-9

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i krrl. § 3-9 første ledd gi dispensasjon fra forbudene i krrl. §§ 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 avgjøre om et eller flere av vilkårene over er oppfylt må Konkurransetilsynet vurdere hvilke markeder som berøres av den forbudte konkurransereguleringen.

3. Det relevante marked

3.1 Det relevante produktmarked

Det relevante produktmarkedet 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. Substituerbarheten kan måles ved krysspriselasiteter 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 produktets egenskaper, bruksområde og pris.

I tillegg til drivstoff selger forhandlere som deltar i BEST-samarbeidet kioskvarer, dagligvarer, bilrekvisita og fritidsprodukter (såkalte bensinstasjonsvarer), samt verksteds- og vasketjenester. Salg av drivstoff omfattes ikke av samarbeidet og drøftes derfor ikke ytterligere.

For forbrukerne vil ikke disse produkt- og tjenestegruppene være nære substitutter. Innen-for de ulike produktgruppene vil det også kunne eksistere ulik grad av substituerbarhet mellom produktene. Dette taler for at BESTs vareutvalg tilhører mange forskjellige produktmarkeder. Vi legger imidlertid til grunn at de fleste bensinstasjonene tilbyr omtrent det samme vareutvalget. Det er derfor hensiktsmessig

å vurdere dispensasjonssøknaden for alle disse produktene (bortsett fra drivstoff) samlet. Siden verksteds- og vasketjenester skiller seg klart fra salg av bensinstasjonsvarer og det ikke er like vanlig at disse tjenestene inngår i bensinstasjonenes sortiment, er det naturlig å vurdere disse tjenestene som et eget relevant marked.

Konkurransetilsynet har derfor avgrenset to relevante produktmarkeder i denne saken; ett marked for bensinstasjonsvarer, og ett marked for verksteds- og vasketjenester.

3.2 De relevante geografiske markeder

Det relevante geografiske markedet omfatter det området hvor etterspørerne av varer og/eller tjenester 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 geografiske markedet. De relevante geografiske markedene avgrenses med utgangspunkt i hvor langt en kunde er villig til å reise for å kjøpe varene eller tjenestene.

Kundene kjøper de aktuelle varene fra bensinstasjoner som er lokalisert i nærheten av der kunden befinner seg. Dette tilsier at Norge kan deles inn i mange lokale, eventuelt regionale, geografiske markeder. De aller fleste bensinstasjonene er tilknyttet landsdekkende kjeder som Statoil, Shell, Hydro Texaco og Esso. Dersom beslutninger om priser og sortiment samordnes og tas sentralt i disse kjedene har vi holdepunkter for å si at det geografiske markedet er nasjonalt. Siden denne saken ikke reiser spesielle konkurransemessige problemstillinger som gjør det nødvendig å se nærmere på konkurransen i noen bestemte lokale eller regionale markeder, tar vi ikke endelig stilling til den geografiske avgrensningen av markedet.

Kundene kjøper normalt verksteds- og vasketjenester av tilbydere som er lokalisert i nærheten av der kunden befinner seg. Konkurransetilsynet legger til grunn at konkurransen i markedet for disse tjenestene i mindre grad foregår mellom landsdekkende kjeder enn det som er tilfellet for bensinstasjonenes varesalg. Det taler for at vi her har en rekke lokale markeder. Det vil imidlertid være mange likhetstrekk når det gjelder konkurranseforholdene i de forskjellige lokale markedene. Det tilsier at det ikke er nødvendig av hensyn til våre vurderinger å foreta en nærmere geografisk markedsavgrensning.

4. Konkurransemessig vurdering

Salg av bensinstasjonsvarer foregår som oftest i forbindelse med oljeselskapenes distribusjon av drivstoff ut til forbruker. Landsdekkende kjeder er et sentralt trekk i dette markedet. Det å være deltager i en kjede kan være viktig for å fremstå som en slagkraftig konkurrent/aktør i markedet. Felles priser kan være nødvendig for å fremstå med en enhetlig kjedeprofil. Det er derfor viktig for den enkelte kjede å ha mulighet til å kunne markedsføre et produkt med henvisning til felles pris.

Vi har lagt til grunn at samarbeidet i BEST om pris og felles annonsering kan gi forhandlerne mulighet

til å realisere visse stordriftsfordeler/samdriftsfordeler blant annet med hensyn til markedsføring. Videre antar vi at samarbeidet om pris og felles annonsering vil kunne gi forhandlerne som deltar i BEST større gjennomslagskraft i markedet. Deltagerne i BEST-samarbeidet kan på denne måten fremstå som en sterkere konkurrent overfor oljeselskapenes landsdekkende kjeder.

Ifølge dispensasjonssøknaden er BESTs samlede markedsandel ca. [Opplysningen er unntatt offentlighet jf. offl. § 5a, jf. fvl. § 13 første ledd nr. 2). Opplysningen er inntatt i eget vedlegg.] prosent på landsbasis. Hovedtyngden av salget av de aktuelle produkter foregår gjennom oljeselskapenes landsdekkende kjeder. De to største kjedene har en nasjonal markedsandel på rundt 26 % hver. Tilsynet legger til grunn at BEST-stasjonene samlet ikke kan utnytte markedsrett ved salg av varer på grunn av sin markedsandel.

Prisfastsettelsen i BEST går ut på at BEST foreslår en pris som ifølge dem selv, i realiteten vil være anbefalinger. Ved kun å tillate kjeden å fastsette veiledende priser vil hver enkelt bensinstasjon ha mulighet til å avvike fra den markedsførte pris dersom konkurranseforholdene skulle tilsi det.

5. Konkurransetilsynets vedtak

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

Aksjonærene i BEST Stasjon AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å fastsette felles veiledende priser på bensinstasjonsvarer og verksteds- og vasketjenester i forbindelse med felles tilbuds- og markedsføringskampanjer.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 15. juni 2006.

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. krrl. § 3-9 tredje ledd. Dersom det er behov for dispensasjon ut over det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, bes de søke om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)