

## **V2001-60 20.06.2001**

### **Franchisekjeden Brun og Blid Solsenter AS - dispensasjon til samarbeid om felles priser - konkurranseloven § 3-9 jf. § 3-1 andre ledd.**

#### **Sammendrag:**

Konkurransetilsynet har gitt dispensasjon fra forbudet mot prissamarbeid i konkurranseloven for samarbeid om felles priser i franchisekjeden Brun og Blid Solsenter AS (Brun og Blid). Brun og Blid er en franchisekjede med ca. 100-105 solsentre i Norge. Kjeden er den største aktøren i markedet for solariumstjenester og driver ca. 20 prosent av alle solstudioer i Norge. Konkurransetilsynet har forståelse for at en ensartet prispolitikk er en viktig forutsetning for å kunne operere med en enhetlig kjedeprofil. Tilsynet vil allikevel legge vekt på at kontrakten mellom franchisegiver og franchisetaker skal åpne for at det enkelte solstudio skal stå fritt til å kreve en pris som er lavere enn det franchisegiveren fastsetter. Tilsynet antar at dette ikke i særlig grad vil svekke mulighetene for å profilere konseptet i markedet. Brun og Blid gis derfor kun anledning til å fastsette bindende maksimalpriser i forbindelse med undertegning av kontrakter med franchisetakere.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 29. mai 2001 der det søkes om dispensasjon fra konkurranseloven (krll.) § 3-1 for å kunne drive med samarbeid om felles priser i franchisekjeden Brun og Blid Solsenter AS (Brun og Blid). Konkurransetilsynet har også vurdert samarbeidet i forhold til forbudet mot markedsdeling i krll. § 3-3.

#### **Bakgrunn**

Brun og Blid er en franchisekjede med ca. 100-105 solsentre i Norge. Kjeden er den største aktøren i markedet for solariumstjenester og driver ca. 20 % av alle solstudioer i Norge. Brun og Blid- kjeden eies av FSI (50 %) og Solsenterdrift AS (50 %), og disse har ansvaret for hver sine geografiske områder. Solsentrene drives av enten eierne selv eller av selvstendige franchisetakere. De viktigste konkurrentene er Solhuset, som har 15 solsentre i Østlandsområdet, samt 350-400 selvstendige solstudioer spredt rundt i landet.

#### **Forholdet til konkurranseloven §§ 3-1 og 3-3**

Krll. § 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. Krll. § 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. Ifølge konkurranseloven § 3-1 tredje ledd rammer forbudet både bindende og veiledende avtaler eller ordninger.

I krll. § 3-1 fjerde ledd heter det at "forbudene i annet og tredje ledd er ikke til hinder for at en enkelt leverandør oppgir veiledende priser for avtakernes salg av varer eller tjenester".

Dette unntaket får ikke anvendelse her, siden det dreier seg om bindende fastsettelse av videresalgpriser fra leverandørens side.

I franchiseavtalen som Brun og Blid benytter heter det i punkt 8 fjerde avsnitt: "Under henvisning til felles markedsføring av produktene, er franchisetaker forpliktet til å følge den prisfastsettelse som til enhver tid settes av franchisegiver". Dette er vertikalt prissamarbeid som er i strid med forbudsbestemmelsen i krrl. § 3-1 andre ledd.

Krrl. § 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, fastsette eller søke å påvirke til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling eller kvantumsbegrensning.

Begrepet markedsdeling omfatter etter en naturlig forståelse situasjoner hvor partene deler ett eller flere markeder mellom seg. Dette kan for eksempel skje ved at partene har hvert sitt salgsområde eller betjener hver sine sett av etterspørreere. Karakteristisk for markedsdeling er at partene i samarbeidet søker en gjensidig beskyttelse mot konkurranse fra hverandre på sine respektive områder.

Krrl. § 3-3 tredje ledd inneholder en unntaksbestemmelse som gir enhver leverandør rett til å kunne avtale markedsdeling for sine avtakere. Brun og Blid kan sees på som en leverandør av en franchise dvs. en tjeneste eller et konsept som selges til franchisetakere. Brun og Blid har derfor anledning til å drive med markedsdeling for sine avtakere (franchisetakerne).

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

I henhold til krrl. § 3-9 kan Konkurransetilsynet dispensere fra forbudene i §§ 3-1 til 3-4 ved enkeltvedtak eller forskrift dersom:

- a) konkurransereguleringen innebærer at konkurransen i vedkommende marked forsterkes,
- b) det må forventes effektivitetsgevinster som mer en 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.

#### *Det relevante produktmarked*

Det relevante produktmarkedet inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekningen av et bestemt behov. Med substituerbarhet menes i hvilken grad ulike produktvarianter kan dekke det samme behovet hos etterspørreere.

Etterspørselen etter solariumstjenester betjenes av flere aktører enn kun solstudioene i Norge. Mange bedrifter, organisasjoner, treningssentre m.m. gir sine ansatte/medlemmer tilgang til bruk av solarium.

En stor del av etterspørerne har derfor mulighet til å substituere seg bort fra solstudioer og over til de ovennevnte steder dersom de måtte ønske dette.

Det relevante produktmarkedet avgrenses derfor til å inkludere både solstudioer samt andre steder hvor solariumstimer tilbys.

### *Det relevante geografiske marked*

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 relevante geografiske markedet

Forbrukere etterspør i all hovedsak solariumstjenester i sitt lokale marked. Når det snakkes om en landsdekkende kjede med sentralt fastsatte priser, kan det relevante geografiske markedet imidlertid antas å være nasjonalt. Konkurrentene til Brun og Blid-kjeden er i hovedsak de mange små og selvstendige solstudioene som er fordelt jevnt over hele landet, og dette taler for at markedsforholdene er relativt like i alle landsdeler.

Det relevante geografiske markedet defineres derfor til å være nasjonalt.

### **Konkurransetilsynets vurdering og vedtak**

Markedet for solariumstjenester har såpass mange aktører at forbrukerne har gode valgmuligheter uansett hvor man bor i landet. Dette er en viktig forutsetning for at en aktør ikke skal kunne utøve markedsrett og således svekke konkurransen i markedet. Brun og Blid er heller ikke store nok til å kunne påvirke prisene på solariumstjenester i vesentlig grad, i det de har en markedsandel på mindre enn 20 % i det relevante markedet. Konkurransetilsynet mener derfor at samarbeidet innenfor Brun og Blid-kjeden har liten konkurransemessig betydning i markedet for solariumstjenester.

Konkurransetilsynet har i sin vurdering også lagt vekt på at franchisesamarbeidet kan medføre besparelser gjennom bl.a. en felles markedsførings- og prisprofil, noe som igjen vil kunne øke effektiviteten hos Brun og Blid og derigjennom kunne føre til lavere priser. Felles markedsføring vil dessuten kunne gjøre markedet mer oversiktlig for konsumentene, ved at kjeden fremstår som en enhet overfor forbrukerne hva gjelder pris og kvalitet.

Tilsynet har forståelse for at en ensartet prispolitikk er en viktig forutsetning for å kunne operere med en enhetlig kjedeprofil. Konkurransetilsynet vil allikevel legge vekt på at kontrakten mellom franchisegiver og franchisetaker skal åpne for at det enkelte solstudio skal stå fritt til å kreve en pris som er lavere enn det franchisegiver fastsetter. Tilsynet antar at dette ikke i særlig grad vil svekke mulighetene for å profilere konseptet i markedet. Brun og Blid gis derfor kun anledning til å fastsette bindende maksimalpriser i forbindelse med undertegning av kontrakter med franchisetakere.

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

**Brun og Blid Solsenter AS gis dispensasjon fra konkurranse-loven § 3-1 andre ledd slik at franchisegiver kan inngå kontrakter med faste priser for sine franchisetakere.**

**Det stilles som vilkår for dispensasjonen at franchisetakerne skal stå fritt til å fastsette priser som er lavere enn denne faste prisen.**

**Vedtaket trer i kraft strak og gjelder frem til 1. juli 2006.**

Vi gjør Dem oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake helt eller delvis dersom forutsetningene for dispensasjonen ikke lenger er til stede.

Vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. For øvrig viser vi til vedlagte skjema "Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak".

Dersom det er behov for dispensasjon utover det tidsrom som dispensasjonen er innvilget for, ber vi om at De søker om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

[til toppen](#)