

V2001-80 31.08.2001

ServiceRingen AS - konkurranseloven § 3-9 - dispensasjon for prissamarbeid

Sammendrag:

ServiceRingen AS består av 78 forhandlere (eiere), og disse driver totalt 95 utsalg i Norge. Kjeden har forretninger over hele landet og fører et sortiment innenfor hvitevarer, brunevarer og telematikk. De viktigste konkurrentene er bl.a. Elkjøp og Expert Eilag-kjeden. Medlemmene i ServiceRingen AS er gitt dispensasjon fra konkurranseloven til å fastsette maksimalpriser i sine fellesannonser.

Vi viser til Deres brev av 11. juli 2001 hvor De søker om fornyet dispensasjon fra Konkurranseloven (krrl.) § 3-1 slik at medlemmene i ServiceRingen AS skal kunne samarbeide om priser i annonsekampanjer.

1. Innledning

ServiceRingen AS består av 78 forhandlere (eiere) og disse driver totalt 95 utsalg i Norge. Kjeden har forretninger over hele landet og fører et sortiment innenfor hvitevarer, brunevarer og telematikk. Kjeden har en markedsandel i hvitevaremarkedet på 7,5 %, brunevaremarkedet på 7 % og telematikkmarkedet på 5 %. De viktigste konkurrentene er bl.a. Elkjøp og Expert Eilag-kjeden med markedsandeler på henholdsvis 32 % og 30 %. Hver forhandler har en aksje i ServiceRingen AS. Samtlige forhandlere har dermed stemmerett på generalforsamlingen. Konkurransetilsynet ga ServiceRingen AS dispensasjon fra krrl. § 3-1 i vedtak av 15. mai 1996. Denne dispensasjonen gjaldt frem til 1. juni 2001.

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

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.

Ifølge konkurranseloven § 3-1 tredje ledd rammer forbudet både bindende og veiledende avtaler eller ordninger. I krrl. § 3-1 fjerde ledd heter det at forbudene i annet og tredje ledd er ikke til hinder for at en enkelt leverandør oppgir veileidene priser for avtakernes salg av varer eller tjenester.

ServiceRingen AS arrangerer landsomfattende kampanjer flere ganger i året, hvor medlemsbedriftene tar samme pris for kampanjevarene i hele landet. Denne praksisen innebærer et samarbeid om priser og er i strid med krrl. § 3-1 første ledd.

3. 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.

4. Det relevante marked

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 etterspørerne.

ServiceRingen AS fører en rekke produkter innenfor områdene hvitevarer, brunevarer og telematikk, som skiller seg fra hverandre på blant annet pris, kvalitet og bruksområde. Det vil være ulike grader av substituerbarhet mellom de ulike produktene. Alle produktene er imidlertid i kategorien elektriske artikler, og distribueres gjennom den samme kanalen, elektroutsalgene rundt om i landet. Fra de andre kjedene møter ServiceRingen AS konkurranse fra forretninger med tilsvarende sortiment. Tilsynet har derfor avgrenset det relevante produktmarkedet til å være elektriske artikler man vanligvis finner i større elektroutsalg.

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.

De aller fleste forbrukere handler elektriske artikler i sitt lokale marked. Når det snakkes om en landsdekkende kjede med delvis sentralt fastsatte priser, kan det relevante geografiske markedet imidlertid antas å være nasjonalt. ServiceRingen AS og flere av de konkurrerende kjedene er godt representert i hele landet, og dette taler for at markedsforholdene er relativt like over hele landet. Det relevante geografiske markedet defineres derfor til å være nasjonalt.

5. Konkurransetilsynets vurdering og vedtak

Markedet for elektriske artikler er preget av store kjeder som konkurrerer mot hverandre over hele landet. Det å være deltager i en kjede kan være viktig for å fremstå som en slagkraftig konkurrent 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 markedsføre et produkt med henvisning til felles pris. En felles markedsførings- og prisprofil vil gjøre det mulig for kjeden å kommunisere sin prisprofil til forbrukerne, slik at markedet blir mer oversiktlig for konsumentene. Prissamarbeid og fellesannonsering gir muligheter til å realisere visse stordriftsfordeler blant annet mht. markedsføring. Deltakerne i kjedesamarbeidet kan på denne måten fremstå som mer konkurransedyktige. Annonsekampanjer gjør det lettere for kundene å orientere seg i markedet og bidrar til å styrke konkurransen mellom aktørene i

markedet for elektriske artikler.

Tilsynet mener imidlertid at en for restriktiv regulering av kjedenes priser, vil kunne ha uheldige konkurransemessige virkninger. Medlemmene i ServiceRingen AS gis derfor kun anledning til å fastsette bindende maksimalpriser i forbindelse med sine felleskampanjer. Dette tillater det enkelte medlem å ta en pris under den fastsatte prisen.

Med hjemmel i krrl. § 3-9 bokstav a) har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak :

Medlemmene i ServiceRingen AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 første ledd til å fastsette maksimalpriser i sine felleskampanjer.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder frem til 1. september 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](#)