



Ringnes AS

Postboks 7152 Majorstuen
0307 OSLO

Vår ref.: 2002/1288

Dato: 18. mai 2003

■ Ringnes AS – konkurranseloven § 3-9 jf. § 3-1 – dispensasjon for prissamarbeid

Vedtak V2003-10

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 17. desember 2002, samt tidligere korrespondanse og telefonsamtaler i sakens anledning. Ringnes anmodet i brev av 7. februar 2001 om en vurdering av om avtaler mellom Ringnes AS og Oskar Sylte Mineralvannsfabrikk AS, og mellom Ringnes AS og Nor Drikk AS rammes av forbudene i konkurranseloven¹ (heretter krrl.) kapittel 3. Dersom avtalene rammes av forbudsbestemmelsene søkes det om dispensasjon for dette, jf. krrl. § 3-9. Tilsynet beklager den lange saksbehandlingstiden.

1 Sakens bakgrunn og faktiske forhold

Ringnes AS (Ringnes) er en av Norges ledende drikkevareleverandører. Salget går hovedsakelig til kjeder, hvor av det største volumet går til dagligvarebransjen. I tillegg selges drikkevarer til kiosker, bensinstasjoner, hoteller og serveringssteder (horeca). I forbindelse med forhandlingene med dagligvarekjedene i 2001 krevde kjedene at drikkevareleverandørene måtte tilby landsdekkende avtaler hvor deres merkevarer ble levert til samme betingelser over hele landet. Ringnes opplyser at et slikt krav i utgangspunktet er uproblematisk fordi Ringnes står selv for produksjon, distribusjon og salg i størstedelen av landet. Dette er imidlertid ikke tilfelle i Sogn og Fjordane, samt Møre og Romsdal. For å imøtekomme kjedenes krav om nasjonale avtaler har Ringnes inngått samarbeidsavtaler om produksjon, distribusjon og salg av øl- og mineralvannsprødukt med Oskar Sylte Mineralvannfabrikk AS (OSM) i Møre og Romsdal, og Nor Drikk AS (Nor Drikk) i Sogn og Fjordane.

OSM er et aksjeselskap hvor Ringnes eier 44 prosent av aksjene, og de resterende eies av Steinar og Oskar Sylte. OSMs virksomhet består av produksjon, distribusjon og salg av øl- og mineralvannsprødukt i Møre- og Romsdal. Selskapet produserer følgende av Ringnes' mineralvannsprødukt: Solo, Pepsi, Schweppes og Mozell. I tillegg produseres egne mineralvannsprødukt. OSM kjøper Farris, Imsdal og øl av Ringnes, bortsett fra tankøl som

¹ Lov om konkurranse i ervervsvirksomhet av 11. juni 1993 nr. 65.

Ringnes selv produserer og distribuerer i området. I tillegg distribuerer og selger OSM produkter for Rent a Cooler.

Ringnes har ikke eierinteresser i Nor Drikk AS. Nor Drikk forestår salg og distribusjon av Ringnes' produktsportefølje i Sogn og Fjordane. I tillegg forestår selskapet salg og distribusjon for Rent a Cooler, Jede og Vectura.

2 Forholdet til Konkurranselovens forbudsbestemmelser

2.1. Konkurranseloven § 3-1

Konkurranseloven § 3-1 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 søke å påvirke priser, avanser eller rabatter, bortsett fra vanlig kontantrabatt. Videre fremgår det av krrl. § 3-1 annet ledd at en eller flere leverandører ikke må fastsette eller søke å påvirke priser, rabatter eller avanser for avtakernes salg av varer eller tjenester.

Ifølge forarbeidene til konkurranseloven² foreligger det bare et leverandørforhold i annet ledds forstand når leverandøren og viderefhandleren er selvstendig ervervsdrivende i forhold til avtalen. Utgangspunktet er at en mellommann (for eksempel en agent eller kommisjonær) normalt må identifiseres med sin oppdragsgiver. Det samme gjelder for eksempel underleverandører som leverandøren måtte benytte for å oppfylle inngåtte avtaler med kjøpere. I disse tilfellene vil det ikke foreligge et leverandørforhold i lovens forstand, og en oppdragsgiver kan således uhindret av krrl. § 3-1 gi en mellommann beskjed om hvilken pris han skal selge varen for. Avgjørelsen av om det foreligger et leverandørforhold i lovens forstand vil bero på en konkret helhetsvurdering hvor momenter som hvor selvstendig stilling viderefhandleren har i forhold til leverandøren og hvilken økonomisk frihet og risiko viderefhandleren har er av betydning.³ Det det reelle og ikke det formelle avtaleforholdet som er avgjørende.

Det følger av krrl. § 3-1 fjerde ledd at forbudet i annet ledd ikke er til hinder for at en enkelt leverandør oppgir *veiledende* priser for avtakernes salg av varer eller tjenester, forutsatt at leverandøren i alle henvendelser *utrykkelig* betegner prisene som veiledende. En enkeltstående leverandør kan altså oppgi veiledende, men *ikke bindende* viderefhandlerpriser.

2.1.1. Avtalen med Nor Drikk AS

Hvorvidt samarbeidet mellom Nor Drikk og Ringnes rammes av konkurranselovens § 3-1 annet ledd vil først og fremst avhenge av om Nor Drikk overfor Ringnes må anses som selvstendig ervervsdrivende i forhold til de foreliggende avtaler, eller om samarbeidet er av en slik karakter at Nor Drikk kan karakteriseres som underleverandør og således identifiseres med Ringnes i den ene eller begge avtalene. Deretter må det avgjøres om samarbeidet innebærer at Ringnes i praksis fastsetter eller prøver å påvirke Nor Drikks prisfastsettelse ved videresalg av Ringnes' produkter.

Nor Drikk forestår distribusjon og salg av Ringnes' produkter i Sogn og Fjordane. Samarbeidet omfatter både avtaler med enkelte av de landsdekkende dagligvarekjedene og avtaler med lokale aktører innen horeca-markedet. Nedenfor vil disse to kundegruppene bli vurdert hver for seg.

Landsdekkende avtaler

Som nevnt har Ringnes inngått landsdekkende avtaler med enkelte av de store dagligvarekjedene. Ifølge opplysninger fra partene har Nor Drikk den økonomiske risikoen for varene levert i henhold til avtalen mellom Ringnes og dagligvarekjedene, herunder risikoen for oppgjør fra dagligvarebutikkene. Dette innebærer at Ringnes fakturerer Nor Drikk for varene, mens Nor

² Ot. prp. nr. 41 (1992-93) s.106.

³ A1999-01 «Salten Kraftsamband- Fauske Lysverk».

Drikk fakturerer kundene. Av praktiske årsaker skjer faktureringen gjennom Ringnes' faktureringssystem, men det er Nor Drikk som har risikoen for utestående fordringer. Selv om det formelt sett kan synes som om Nor Drikk er en underleverandør for Ringnes, tyder imidlertid sentrale sider av avtaleforholdet på at det i realiteten foreligger et leverandørforhold. Tilsynet mener at det derfor foreligger et leverandørforhold i konkurranselovens forstand. Samarbeidet er følgelig omfattet av krrl. § 3-1 annet ledd.

En avtale som inneholder bestemmelser som begrenser avtakerens frihet til selv å fastsette priser er som tidligere nevnt forbudt. Spørsmålet blir således om Nor Drikk står fritt til selv å fastsette sine videresalgspriser. Nær sagt enhver ordning som kan føre til at avtakeren rettslig eller faktisk ikke står fritt til å fastsette sin videresalgspris omfattes av krrl. § 3-1. I forhold til de landsdekkende kjedeavtalene er prisen på produktene fastsatt på forhånd i og med avtaleinngåelsen mellom kjedene og Ringnes. Nor Drikk er bundet av denne prisen, og har derfor ingen mulighet til å bestemme hvilken pris varene skal videreselges for. Tilsynet har på bakgrunn av ovennevnte funnet at avtalen om bindende videresalgspris mellom Ringes og Nor Drikk omfattes av forbudet i krrl. § 3-1 annet ledd.

Lokale kunder:

Nor Drikk inngår også selv avtaler med lokale kunder som ikke er omfattet av Ringnes' landsdekkende avtaler. I disse tilfellene er det klart at Nor Drikk opptre for egen regning og risiko. Nor Drikk er kjent med prisene i Ringnes' landsdekkende avtaler når det inngås avtaler med egne kunder, dels gjennom at Nor Drikk mottar prisliste av Ringnes og dels gjennom levering til og fakturering av de landsdekkende kjedene. Som opplyst av Nor Drikk legger tilsynet til grunn at det er adgang til å gi lokale kunder rabatter i forhold til prisene oppgitt i Ringes' prisliste, men at det ikke er adgang til å ta høyere priser. Dette innebærer en fastsettelse av maksimalpris fra Ringnes' side. Nor Drikk står dermed ikke fritt til selv å bestemme hvilken pris varene skal videreselges for. Tilsynet har på bakgrunn av dette funnet at samarbeidet er omfattet av forbudet i krrl. § 3-1 annet ledd.

2.1.2. Avtalen med Oskar Sylte Mineralvannsfabrikk AS (OSM)

OSM oppfylder Ringnes' landsdekkende avtaler i Møre og Romsdal. Dette innebærer at det er Ringnes som inngår avtalene med dagligvarekjedene og avtaler betingelser, herunder priser. Samarbeidet består også i at OSM inngår avtaler om salg av Ringnes' produkter med lokale kunder som ikke er omfattet av kjedeavtalene. I begge tilfellene har OSM den økonomisk risiko for varene, herunder risikoen for oppgjør med kundene. Dette innebærer at OSM kjøper varene av Ringnes eller produserer disse på lisens for videresalg til lokale kunder og for å oppfylle Ringnes' landsdekkende kjedeavtaler. I følge opplysninger gitt av partene er det OSM som fakturerer kundene.

Landdekkende avtaler

Spørsmålet blir her, som under punkt 2.1.1, om OSM er en underleverandør og dermed må identifiseres med Ringnes, eller om OSM er en avtaker av Ringnes i konkurranselovens § 3-1 annet ledds forstand. Formelt fremstår avtaleforholdet slik at OSM kun oppfylder avtalene på vegne av Ringnes. Avtaleforholdet har imidlertid, som under punkt 2.1.1, sentrale trekk som tyder på at det i realiteten foreligger et leverandørforhold. Tilsynet mener derfor at det foreligger et leverandørforhold i konkurranselovens forstand. Samarbeidet er følgelig omfattet av krrl. § 3-1 annet ledd

Det neste spørsmålet blir å avgjøre hvorvidt OSM står fritt til å fastsette sine videresalgspriser. I følge opplysninger gitt av partene er prisen fastsatt på forhånd i og med avtaleinngåelsen mellom kjedene og Ringnes. OSM er bundet av denne prisen, og har ingen mulighet til å bestemme hvilken pris varene skal videreselges for. Tilsynet har på bakgrunn av ovennevnte funnet at avtalen mellom Ringes og OSM i forhold til de landsdekkende kjedeavtalene er omfattet av forbudet krrl. § 3-1 annet ledd.

Lokale kunder:

Som konkludert med under forrige punkt må OSM betraktes som avtaker for Ringnes. Det sentrale spørsmålet er derfor om OSM i forhold til de lokale kundene står fritt til å bestemme videresalgsprisen. I følge opplysninger gitt av partene legger Ringnes ingen føringen på OSMs prisfastsettelse. OSM har imidlertid tilgang på Ringnes' prislister, men opplyser at disse listene kun gjelder i forhold til Ringnes' landsdekkende avtaler, og OSM er på ingen måte bundet av listeprisene i forhold til lokale kunder. Konkurransetilsynet finner derfor at OSM står fritt til å bestemme sine videresalgspriser til egne kunder, og denne delen av samarbeidet med Ringnes er *ikke* i strid med krrl. § 3-1.

2.2. Konkurranseloven § 3-3

Konkurranseloven § 3-3 første ledd forbyr to eller flere ervervsdrivende for slag 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 til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensning.

Ifølge Høyesteretts dom inntatt i Rt 1999 side 285 karakteriseres markedsdeling ved at aktuelle eller potensielle konkurrenter fordeler ett eller flere markeder mellom seg for å oppnå en gjensidig beskyttelse mot konkurranse.

Ifølge konkurranseloven § 3-3 tredje ledd er forbudet mot markedsdeling imidlertid ikke til hinder for at en enkelt leverandør avtaler markedsdeling med sine avtakere.

2.2.1. Avtalen med Nor Drikk

Ifølge avtalens punkt 2 skal Nor Drikk være Ringnes' eneforhandler med eksklusiv rett til å selge avtalevarerne i avtaleområdet, dvs. Sogn og Fjordane. Videre har Nor Drikk forpliktet seg til ikke å levere avtalevarerne utenfor Sogn og Fjordane.

Ettersom Ringnes selv distribuerer og selger egne produkter i hele landet bortsett fra Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal antas selskapet å være en potensiell konkurrent til Nor Drikk innen distribusjon og salg av øl- og mineralvannsprodukter. Klausulen i avtalens punkt 2 medfører at Nor Drikk beskyttes mot konkurranse fra andre distributører av Ringnes' produkter i sitt område. Samarbeidet gir Nor Drikk og Ringnes en gjensidig beskyttelse mot konkurranse, og avtalebestemmelsen synes derfor å lede til markedsdeling mellom Ringnes og Nor Drikk. Denne er egnet til å påvirke konkurransen. Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at avtalen rammes av forbudet mot markedsdeling i krrl. § 3-3 første ledd.

Som konkludert tidligere er samarbeidet mellom Ringnes og Nor Drikk et leverandørforhold i konkurranselovens forstand. Konkurranseloven § 3-3 tredje ledd tillater at leverandøren «avtaler markedsdeling med eller fastsetter markedsdeling for sine avtakere». Ifølge forarbeidene⁴ kan dette blant annet innebære at videreforhandleren får eneforhandlingsrett i avgrensede områder. Slike avtaler vil også kunne forplikte leverandøren til ikke å levere i konkurranse med eneforhandleren. Det følger av dette at avtalen om markedsdeling mellom Ringnes og Nor Drikk faller inn under unntaket i krrl. § 3-3 tredje ledd. Det er derfor ikke behov for dispensasjon for markedsdelingen.

2.2.2. Avtalen med OSM

Etter en gjennomgang av avtalene mellom OSM og Ringnes har tilsynet ikke funnet noen bestemmelser som innebærer markedsdeling.

⁴ Jf. Ot. prp. nr. 41 (1992-93) s. 52.

3 Dispensasjon etter konkurranseloven § 3-9

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i § 3-9 første ledd gi dispensasjon fra forbudene i §§ 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 kunne ta stilling til om ett eller flere av vilkårene for å gi dispensasjon foreligger, må Konkurransetilsynet foreta en vurdering av hvordan samarbeidet påvirker konkurranseforholdene i de berørte markeder. Tilsynet vil derfor først avgrense det relevante marked.

3.1. Det relevante marked

Avgrensningen av det relevante marked for et produkt eller en tjeneste skjer ut ifra en vurdering av kjøpernes muligheter til å velge alternative leverandører eller produkter. Generelt vil en kjøper velge leverandør på bakgrunn av egenskaper ved produktene og leverandørens beliggenhet. Det relevante produktmarked har derfor både en produktmessig og en geografisk dimensjon. Et relevant marked må være av en produktmessig og geografisk størrelse som gjør det mulig å utøve betydelig markedsrett hvis markedet monopoliseres.

3.1.1. Det relevante produktmarked

Utgangspunktet for avgrensningen av det relevante produktmarkedet er i hvilken grad etterspørerne, til dekning av et bestemt behov, anser varer eller tjenester som substituerbare (utbyttable). Jo bedre substitutt en vare/tjeneste er til det produkt som er gjenstand for vurdering, jo større sannsynlighet er det for at denne vare/tjeneste inkluderes i det relevante produktmarkedet. Substituerbarheten bestemmes av i hvilken grad en konsument vil gå over til å etterspørre andre produkter dersom prisen på et produkt øker. Dette vil særlig avhenge av produktens egenskaper, bruksområde og pris.

Samarbeidsavtalene mellom Ringnes og Nor Drikk og Ringnes og OSM omfatter produksjon, salg og distribusjon av øl- og mineralvannsprodukter. Mineralvannsprodukter inkluderer både kullsyreholdige, søtete leskedrikker (brus) og vann.

Øl versus brus og vann

Både øl, brus og vann er tørstedrikker, mens øl er en alkoholholdig drikk som har en annen funksjon og smak enn brus og vann. Til tross for at de fleste norske produsenter både har øl, brus og vann i sitt sortiment og avtakerne på detaljistleddet i mange tilfeller kjøper alle tre produktene fra samme leverandør, finner tilsynet at øl på grunn av sin funksjon og smak inngår i et annet produktmarked enn brus og vann.

Brus versus øvrige ikke-alkoholholdige drikkevarer

I likhet med øvrige drikkevarer er brus en tørstedrikk og det er følgelig en rekke andre produkter som har samme grunnleggende funksjon som brus, for eksempel sportsdrikker, fruktsafter, melk, kaffe og te. Etter tilsynets vurdering bør imidlertid en avgrensning av det relevante produktmarkedet for brus baseres på andre kriterier i tillegg til produktens funksjon som tørstestiller. Produktets innhold av bl.a. kullsyre, smakstilsetning og sukker (eventuelt søtningsstoff) gjør mineralvann egnet til bruk i andre anledninger og av andre aldersgrupper enn hva som gjelder for f.eks. melk, kaffe og te. På denne bakgrunn finner tilsynet at brus utgjør et eget relevant produktmarked.

En slik markedsavgrensning samsvarer med tilsynets avgrensning i tidligere saker.⁵

Brus versus vann

Både brus og mange vannmerker er drikkevarer som inneholder kullsyre. Den største forskjellen er at brus inneholder sukker eller søtningsstoff. Til tross for at både brus og noen typer vann er en kullsyreholdig tørstedrikk som ofte fremstilles av de samme produsentene, er det tilsynets vurdering at brus og vann inngår i ulike produktmarkeder. Konklusjonen i denne saken vil imidlertid bli den samme selv om brus og vann både med og uten kullsyre ble inkludert i det samme relevante produktmarked.

Etter tilsynets vurdering utgjør øl og mineralvann (inkludert vann) to forskjellige relevante produktmarkeder.

3.1.2. Produktmarkedenes geografiske utstrekning

Det relevante produktmarked avgrenses geografisk med utgangspunkt i etterspørernes substitusjonsmuligheter. Normalt er transportkostnader den faktoren som har størst betydning for avgrensningen av det relevante produktmarkeds geografiske utstrekning. Høye transportkostnader i forhold til produktets verdi tilsier at et marked er lokalt, mens høy pris i forhold til transportkostnader tilsier at det relevante produktmarked har en vid geografisk utstrekning.

Kundene i denne saken er landsdekkende dagligvarekjeder, kjeder innen servicehandelen og kjeder samt utsalgssteder i horecamarkedet. Kjedene i dagligvaremarkedet fremforhandler på sentralt hold nasjonale avtaler med de landsdekkende aktørene i øl- og mineralvannsmarkedet. Dette tilsier at markedene har en nasjonal avgrensning.

Flere av de mindre bryggeriene/brusprodusentene satser i første rekke på salg i de regionale og lokale markeder der de har sine produksjonsanlegg. Men gjennom produksjon og distribusjon av dagligvarekjedenes private merker er flere av dem representert på nasjonalt nivå. Det er derfor holdepunkter for at en stor del av konkurransen i øl- og mineralvannsmarkedet foregår i et nasjonalt marked.

Legale rammebetingelser

Det er toll på innførsel av øl, brus og vann. Ifølge tolltariffen per 29. april 2003 er tollsatsen på øl fremstilt av malt på 1,28 kroner per liter. På brus er tollsatsen 30 øre per liter og på vann er den 6 øre per liter. I Norge er det også miljøavgift på drikkevareemballasje. Per i dag er importandelen for øl og brus relativt beskjeden. Ifølge Bryggeri- og mineralvannforeningen (BMF) var importen av brus og øl på henholdsvis 4,7 og 5,6 prosent av det totale forbruket i 2002.⁶ Eksporten av brus og øl i 2002 var på henholdsvis 15 og 2 millioner liter. Norge har også produktavgifter på øl og på kullsyreholdige drikker. Det kan nevnes at produktavgiften på øl er relativt høy i europeisk målestokk. Dessuten er det reklameforbud for alkohol i Norge. Selv om det ikke er noen formelle hindringer for import av brus og øl, er dette legale rammebetingelser som gjør det naturlig å se på Norge som et eget geografisk marked.

Basert på ovennevnte vurderinger avgrenser tilsynet det relevante markedet for både øl og mineralvann til Norge.

3.2 Konkurransemessig vurdering

Aktørene

I Norge betjenes brusmarkedet av rundt 15 produsenter og bryggerier av ulik størrelse. De største aktørene er Ringnes, Hansa Borg Bryggerier, Lerum Fabrikker AS, Macks Ølbryggeri AS, Aass

⁵ Jf. sak V2000-143 «Carlsberg- Pripps Ringnes».

⁶ Opplysningene er hentet fra BMFs hjemmeside; <http://www.brom.no>, «Tall og fakta 2003».

Bryggeri AS og Grans Bryggeri AS. Coca Cola er imidlertid den største leverandøren av brus i Norge, med en markedsandel på 40,1 prosent i 1999. Deretter følger Ringnes med en markedsandel på 25,9 prosent i 2001. Ringnes har en bred portefølje med internasjonale og nasjonale merkevarer som Pepsi, 7UP, Solo, Schweppes og Mozell. Blant annet har Pepsi Max og Pepsi nr. 2- og 3-posisjon i dagligvarehandelen. Ringnes er således en betydelig aktør innenfor brusmarkedet. De øvrige aktørene har mindre volumandeler og produserer hovedsakelig for lokale markeder.

Et fellestrekk for de mindre produsentene er at de ofte har et begrenset sortiment, idet de mangler øl og kjente brusmerker. For at avtakerne skal betrakte en mineralvannsprodusent som en fullsortimentleverandør, må produsenten ha tilgang til større ølmerker. De bryggeriene som har størst omsetning i ølmarkedet, er også de største aktørene i brusmarkedet. Det å kunne tilby et totalsortiment av både øl, brus og vann er derfor et vesentlig konkurransefortrinn.

I Norge er det i hovedsak ni bryggerier som produserer øl. Ringnes er den klart største aktøren, med en markedsandel på 59,3 prosent i 2001. Dette er en økning på 1,1 prosent fra 2000.⁷ Hansa Borg er den nest største aktøren i markedet med en markedsandel på ca. 26 prosent.⁸ I tillegg er det syv mindre, regionale bryggerier med relativt små markedsandeler. Av disse er Aass Bryggeri AS, Macks Ølbryggeri AS og Grans Bryggeri AS størst. En del bryggerier produserer også dagligvarekjedenes private ølmerker.

OSM produserer/tapper både egne brusmerker og mineralvann av Ringnes sin produktportefølje. Noen mineralvannprodukter kjøpes direkte av Ringnes. Alt øl kjøpes dog direkte av Ringnes. I 2000 utgjorde egne produkter ca. 25 prosent av OSMs totale mineralvannsalg. OSM har også eget salg,- og distribusjonsapparat med 13 distribusjonsbiler. OSM har Møre- og Romsdal som sitt marked, hvor også Coca Cola Drikker, Hansa Borg og Brønne Mineralvatn AS opererer. Nor Drikks virksomhet består i hovedsak av salg og distribusjon av Ringnes' produkter i Sogn- og Fjordane. Nor Drikk kjøper altså øl og mineralvann direkte fra Ringnes for så å videreselge dette til sine kunder. Også Coca Cola Drikker, Hansa Borg, Lerum Fabrikker, Aas Bryggeri Vestlandsbryggeriet og Trio har Sogn- og Fjordane som sitt nedslagsfelt. Både Nor Drikk og OSM distribuerer og selger produktene til kunder i dagligvare-, service- og horeca-markedet.

Ifølge Bryggeri- og mineralvannforeningen selges 77 prosent av brus og vann gjennom dagligvarehandelen, 11 prosent gjennom kiosker og lignende og 12 prosent på serveringssteder. Når det gjelder øl selges 70 prosent gjennom dagligvarebutikker, 28 prosent gjennom skjenkesteder og 2 prosent gjennom kiosker. Dagligvaregrupperingene er således betydelige avtakere av både øl og kullsyreholdige leskedrikker. Produsentene er derfor avhengig av dagligvareforretningene som salgskanaler for sine produkter.

Vurdering

Dagligvarekjedene i Norge utgjør hoveddelen av dagligvaremarkedet med en samlet markedsandel på godt over 95 prosent. Kjedene ønsker å markedsføre sine kjedeprofiler med enhetlige priser, rabatter, kampanjeaviser og annonsering. Kjedene ønsker derfor i stor grad nasjonale avtaler med leverandørene. Ifølge Ringnes er det hard konkurranse mellom de store leverandørene og produsentene av øl og brus om landsdekkende avtaler med dagligvarekjedene. Disse store aktørene har imidlertid en forhandlingsstyrke sammenlignet med små lokale produsenter som ikke kan tilby slike avtaler, og som dermed synes å ha større vanskeligheter med å få hylleplass i kjedenes butikker. Dette kan true virksomheten til de mindre produsentene.

Konkurransetilsynet er i utgangspunktet av den oppfatning at det å kunne operere med felles priser er viktig for å få gjennomslagskraft i et marked preget av stadig økende kjededannelse både

⁷ Jf. Ringnes hjemmeside: <http://www.ringnes.no/>.

⁸ Jf. Hansa Borg Bryggeriers hjemmeside: <http://www.hansa.no/>.

på tilbuds- og etterspørselssiden. Ringnes er en relativt stor aktør innenfor både brus- og ølmarkedet. På bakgrunn av Ringnes høye markedsandeler og brede produktspekter både innenfor øl og brus må Ringnes sies å ha en sterk stilling i disse markedene. Både Ringnes og Ringnes' hovedkonkurrenter, Coca Cola Drikk AS og Hansa-Borg AS, kan i stor grad tilby landsdekkende avtaler til kjedene. I enkelte mindre lokale områder synes imidlertid de store leverandørenes distribusjon å være noe mer begrenset. I disse områdene opererer ofte små lokale produsenter med egne merkevarer. Samarbeidet med Nor Drikk og OSM vil gi Ringnes muligheten til å tilby dagligvarekjedene et enda bedre nasjonalt tilbud, ved at de nå i større grad kan dekke dagligvarekjedenes etterspørsel etter øl og mineralvannprodukter i mindre lokale markeder. Dette vil antakelig gjøre Ringnes til en mer attraktiv samarbeidspartner for dagligvareaktørene, og således styrke Ringnes i konkurransen med andre øl- og mineralvannleverandører. Tilsynet er derfor noe skeptisk til å gi Ringnes dispensasjon for det angjeldende forholdet. OSM og Nor Drikk er imidlertid relativt små aktører på landsbasis. Dette tilsier at den negative konkurransemessige effekten av samarbeidet må antas å være liten nasjonalt sett.

Videre mener Konkurransetilsynet at et samarbeid med Ringnes kan gjøre det lettere for Nor Drikk og OSM å konkurrere med øvrige aktører som opererer i de aktuelle områdene. Fremveksten av dagligvarekjedene har som kjent gjort det vanskeligere for mindre produsenter og leverandører å få tilgang til kjedenes butikkhyller. Samarbeidet med Ringnes kan således gjøre det lettere for OSM å inngå avtaler med dagligvareaktørene om salg av sine egne produkter. Dette bidrar til å bevare et bredt utvalg av øl- og brusprodukter i OSMs område.

Det må også antas at samarbeidet muliggjør lavere transportkostnader for partene. Uten samarbeidet ville Ringnes måtte distribuere varene sine selv ut til de aktuelle områdene parallelt med Nor Drikks og OSMs distribusjon. Tilsynet mener derfor at det gjennom samarbeidet oppnås kostnadsbesparelser ved at andre aktører benyttes i områder der Ringnes selv ikke har geografisk dekning.

Tilsynet har vært noe i tvil om avgjørelsen, spesielt på bakgrunn av Ringnes' sterke stilling i markedene. Ettersom konkurransebegrensningen som følger av samarbeidet er relativt liten, skal det imidlertid små effektivitetsgevinster til for at samarbeidet likevel kan være samfunnsøkonomisk lønnsomt. Tilsynet har vurdert effektivitetsgevinstene opp mot tapet som følger av konkurransebegrensningen, og kommet til at gevinstene mer enn oppveier dette tapet.

4 Konkurransetilsynets vedtak

Konkurransetilsynet har på bakgrunn av det ovennevnte og med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 første ledd bokstav b fattet følgende vedtak:

Ringnes AS gis dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 annet ledd til å fastsette bindende priser for Oskar Sylte Mineralvannsfabrikk og Nor Drikk ved videresalg av Ringnes' produkter til landsdekkene dagligvarekjeder.

Ringnes AS gis også dispensasjon fra konkurranseloven § 3-1 annet ledd til å sette maksimalpriser for Nor Drikks videresalg av Ringnes' produkter til lokale kunder i Sogn og Fjordane.

Dispensasjonen trer i kraft straks og gjelder til 18. mai 2008.

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake helt eller delvis 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, ber vi om at De søker om forlengelse i god tid før dispensasjonen utløper.

For ordens skyld gjør vi oppmerksom på at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. For øvrig vises til vedlagte skjema «Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak».