



Oppdal Skisenter

Postboks 153
7340 Oppdal

Deres ref.:

Vår ref.: 2003/845
MA1-M3 JOIK 522.5

Saksbeh.:

Dato: 24.11.2003

■ **Oppdal Skisenter - konkurranseloven § 3-9 jf. § 3-1 - dispensasjon for prissamarbeid**

Vedtak V2003-66

Vi viser til Deres brev av 28. september i år hvor De søker om dispensasjon fra konkurranseloven (krrl.) § 3-1 jf. § 3-9.

Selskapene tilsluttet organisasjonen Oppdal Skisenter, herunder Oppdal Skiheiser AS og Oppdal Alpinsenter AS, er gitt dispensasjon for å samarbeide om priser og rabatter på heiskort. Vedtaket trer i kraft straks og gjelder i 5 år.

Begrunnelsen for vedtaket er som følger:

1. Oppdal Skisenter

Oppdal Skisenter er et felles markedsføringskonsept for selskapene Oppdal Skiheiser AS (heretter OS) og Oppdal Alpinsenter AS (heretter OA). Avtalen om felles markedsføring har eksistert siden slutten av 80-tallet og frem til nå, med et avbrudd i sesongen 2001/2002.

Formålet med den felles markedsføringen er at de to aktørene, som er geografisk forbundet med hverandre, skal framstilles som en enhet, og at tilbudet som et større alpinsenter vil framstå som mer tiltrekkende for kunder i konkurranse med andre større alpindestinasjoner i markedet.

I avtalen mellom OS og OA fastsettes priser, rabattordninger og åpningstider. De to selskapene deler utgiftene ved avtalen som består av utgifter til markedsføring av Oppdal Skisenter.

Ved kjøp av alle typer heiskort ved Oppdal Skisenter har forbrukeren tilgang til alle heisanleggene til de to aktørene.

2. 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.

OA og OS opererer gjennom Oppdal Skisenter ved felles priser, noe som er i strid med forbudene i krrl. § 3-1 første ledd.

Priser fastsettes av representanter fra OA og OS før sesong, og samarbeidet er å anse som et horisontalt samarbeid mellom aktørene som er tilsluttet Oppdal Skisenter. Prissamarbeidet kan med andre ord tilskrives OS og OA direkte, og samarbeidet rammes derfor av krrl. § 3-1 første ledd.

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 konkurransebegrensingen,
- c) konkurransereguleringen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

3. 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.

3.1 Det relevante produktmarked

Det relevante produktmarked inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av et bestemt behov. Graden av substituerbarhet avhenger av i hvilken grad en konsument vil gå over til å etterspørre andre produkter dersom prisen på et produkt øker.

De aktuelle produktene er de ulike heiskortene som OA og OS tilbyr. Heiskortene som tilbys varierer i varighet eller antall turer i heisanlegget. Alle heiskortene gir tilgang til alle skiheisene til OA og OS.

De ulike heiskortene representerer ikke det samme relevante produktmarkedet for alle forbrukerne. For eksempel vil et heiskort som varer flere dager ikke være aktuelt for en skiløper som har tenkt å oppholde seg i bakken i bare noen timer.

Tilsynets oppfatning er at det relevante produktmarkedet grovt sett kan deles inn i tre ulike markeder. De relevante produktmarkedene er

- a) markedet for heiskort med varighet under én dag,
- b) markedet for heiskort med én eller flere dagers varighet, og
- c) markedet for sesongkort.

I sesongen 2002/2003 utgjorde salget av heiskort med varighet under én dag [...] ¹ prosent av omsetningen, sesongkort [...] ² prosent og heiskort med én eller flere dagers varighet [...] ³ prosent av den totale omsetningen.

3.2 Det relevante geografiske markedet

¹ Unntatt offentlighet, offl. § 5 a, jf. fvl. § 13 første ledd nr. 2.

² Unntatt offentlighet, offl. § 5 a, jf. fvl. § 13 første ledd nr. 2.

³ Unntatt offentlighet, offl. § 5 a, jf. fvl. § 13 første ledd nr. 2.

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 avgrensingen av det relevante geografiske markedet.

Konkurransetilsynet legger til grunn at det relevante geografiske markedet ikke vil være det samme for alle forbrukerne. Noen forbrukere har en bestemt tilknytning til Oppdal ved at de bor der eller i umiddelbar nærhet, eller har hytte i området. For mange av disse vil ikke skiheisanlegg i andre områder representere noe alternativ til Oppdal Skisenter. For disse forbrukerne vil Oppdal være det relevante geografiske markedet. Tilsynets oppfatning er at disse forbrukerne i hovedsak kjøper sesongkort eller heiskort med varighet under én dag, som for eksempel kveldskort.

For skiturister uten en bestemt tilknytning til Oppdal, vil Oppdal Skisenter være et av flere aktuelle skianlegg å reise til. Tilsynet anser derfor det relevante geografiske området til å være større for disse forbrukerne, og i det minste være Sør-Norge. Tilsynets oppfatning er at disse forbrukerne i hovedsak etterspør kort med én dags varighet eller mer, for eksempel weekendkort eller ukekort, men ikke sesongkort.

4. Konkurransetilsynets vurdering av markedene for de ulike typene heiskort

På bakgrunn av ovenstående legger tilsynet til grunn at kundegruppene til Oppdal Skisenter grovt sett kan deles i nærkundene og fjernkundene. De relevante geografiske markedene for disse to kundegruppene er henholdsvis Oppdal og Sør-Norge.

4.1 Markedet for heiskort med varighet over én eller flere dager

Tilsynet anser heiskort med varighet over én eller flere dager for å være mest aktuelt for fjernkundene, det vil si kjøpere som har minst hele Sør-Norge som geografisk marked.

En betydelig andel av kundene som etterspør disse kortene er skiturister som ønsker å stå på ski i et av de større skianleggene, men som i utgangspunktet ikke har noen spesielle preferanser i forhold til et bestemt anlegg. Markedet for disse heiskortene omfatter minst hele Sør-Norge, og trolig også deler av Sør-Sverige. Konkurransen fra andre større anlegg i dette området anses være stor, og det ser ikke ut til at Oppdal Skisenter kan utøve markedsrett i dette markedet.

Selskapene tilsluttet Oppdal Skisenter ønsker å samarbeide om pris for å fremstå som én felles enhet. Prissamarbeidet mellom de to selskapene medfører en konkurranseregulering i markedet for heiskort med varighet over én eller flere dager. Konkurransetilsynet er imidlertid av den oppfatning at skianleggene i Oppdal sammen vil fremstå som en langt sterkere konkurrent til for eksempel Hemsedal og Geilo, enn om de to selskapene opererte hver for seg. Tilsynet legger derfor til grunn at konkurransereguleringen innebærer at konkurransen mellom de større skianleggene forsterkes.

4.2 Markedet for heiskort med varighet under én dag

Tilsynet anser heiskort med varighet under én dag for å være mest aktuelt for nærkundene, det vil si kjøpere som enten bor i Oppdal eller i umiddelbar nærhet, eller som har hytte i området. Samarbeidet mellom de to eneste konkurrentene i dette markedet vil virke konkurransebegrensende.

Konkurransetilsynet er imidlertid av den oppfatning at konsumenten har vesentlig høyere nytte av et heiskort som gir tilgang til alle skiheisene i Oppdal. Alle skiheisene ligger tett inntil hverandre, og konsumenten har anledning til å benytte seg av hele anlegget uten annen transport enn ved bruk av skiheisene. Samarbeidet fører derfor til at konsumenten tilbys et produkt som er bedre enn det hver av selskapene kan tilby. At konsumenten tilbys et bedre produkt ses på som en effektivitetsgevinst av prissamarbeidet. Det legges til grunn at effektivitetsgevinsten mer enn oppveier tapet ved konkurransebegrensingen i dette markedet.

4.3 Markedet for sesongkort

Tilsynet anser sesongkort for å være mest aktuelt for nærkundene. Samarbeidet mellom de to eneste konkurrentene i dette markedet vil virke konkurransebegrensende. Konkurransetilsynet er imidlertid av den oppfatning at konsumenten har vesentlig høyere nytte av et sesongkort som gir tilgang til alle skiheisene i Oppdal. Alternativet ville vært kjøp av to sesongkort eller bare bruk av det ene skiheisanlegget. Samarbeidet fører derfor til at konsumenten tilbys et produkt som er bedre enn det hver av selskapene kan tilby. At konsumenten tilbys et bedre produkt ses på som en effektivitetsgevinst av prissamarbeidet. Det legges videre til grunn at effektivitetsgevinsten mer enn oppveier tapet ved konkurransebegrensingen i dette markedet.

5. Konkurransetilsynets vedtak

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

Selskapene Oppdal Skiheiser AS og Oppdal Alpinsenter AS gis dispensasjon fra krrl. § 3-1 første ledd for å samarbeide om priser og rabatter på skikort.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder i 5 år.

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

Vi gjør oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom forutsetningene for dispensasjonen ikke lenger er til stede, jf. krrl. 3-9 tredje ledd.