



Unipa AS  
v/ Terje Bergesen  
Postboks 2607 Møhlenpris  
5836 Bergen

Deres ref.:

Vår ref.: 2003/981  
MA2-M5 INLA 437.1

Saksbeh.:

Dato: 23.02.2004

## ■ Unipa AS - konkurranseloven § 3-9 jf. § 3-1 - dispensasjon for fastsettelse av veiledende priser

### Vedtak 2004-07

#### 1 Bakgrunn

Unipa AS (heretter Unipa) har hatt dispensasjon fra konkurranseloven siden 1994. Siste dispensasjon løp ut 1. januar 2004. Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 12. november 2003. Brevet var en søknad om fornyelse av den dispensasjonen Unipa hadde fra konkurranseloven § 3-1 til å fastsette veiledende priser på papir- og kontorvarer som omsettes i kjedens forretninger. Konkurransetilsynet sendte i brev av 3. desember 2003 ut forespørsel om informasjon og mottok Deres svar datert 5. desember 2003.

#### 2 Om Unipa

Unipa er en bokhandlerkjede for universitets- og høyskolebokhandlere i Norge. Kjeden er et aksjeselskap og er 100 % eiet av 19 studentsamskipnader og/ eller bokhandlere som er eiet av disse. I følge vedtektene er Unipas formål, på vegne av aksjeeierne, å organisere innkjøp og markedsføring av bøker, papir og rekvisita, samt andre produkter som naturlig kan tilpasses aksjeeierne sortiment. På læresteder hvor selskapet ikke har aksjonærer, kan selskapet bidra med å utvikle løsninger til beste for studentene og lærestedet. Selskapet skal bidra til at aksjonærene, gjennom sine bokhandler, aktivt deltar i å utvikle og opprettholde et godt helhetlig læringsmiljø ved norske universiteter og høyskoler.

Unipa utarbeider to ganger i året plakater for papir- og kontorvarer. Det er ikke påtrykket pris på materialet, men kjeden anbefaler sine aksjonærer at de fastsetter en pris som skal være lavest i sitt lokale marked og gir eksempler på dette. Unipa søker om dispensasjon for å kunne drive denne type prissamarbeid. [...]¹.

#### 3 Forholdet til konkurranseloven

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

¹ Opplysninger unntatt offentlighet etter offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 første ledd.

konkurransen, å fastsette eller søke å påvirke priser, avanser eller rabatter bort sett fra vanlig kontantrabatt. § 3-4 forbyr sammenslutninger av ervervsdrivende å fastsette eller oppfordre til reguleringer som nevnt i § 3-1.

I følge konkurranseloven § 3-1 tredje ledd, første punktum, omfatter forbudene i første ledd også fastsettelse av retningslinjer for beregning av priser. Videre omfatter forbudene i følge tredje ledd, andre punktum, både bindene og veiledende avtaler og ordninger. Femte ledd gir en enkelt leverandør mulighet til å oppgi veiledende priser for avtakers salg av varer og tjenester.

Konkurransetilsynet anser ikke Unipa som en uavhengig aktør i markedet, men som et redskap for koordinering av kjedemedlemmenes markedsadferd. Unipa har ingen utadrettet profil til sluttbrukermarkedet, men retter seg mot produksjons- og distribusjonsleddet. Unipa er, etter tilsynets vurderinger, et horisontalt samarbeid mellom kjedemedlemmene. Kjeden har kun en ansatt og ledes av et styre på seks personer som alle er bokhandlere. Dermed ser tilsynet det slik at prissamarbeidet foregår av medlemmene i fellesskap, og § 3-1 kommer direkte til anvendelse. Ettersom samarbeidet mellom medlemmene i Unipa ikke foregår slik at Unipa er en leverandør, er det nødvendig med dispensasjon fra konkurranseloven for å kunne operere med veiledende priser.

#### **4 Dispensasjonsadgang**

Konkurransetilsynet kan med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 ved enkeltvedtak eller forskrift dispensere 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) konkurransebegrensningen har liten konkurransemessig betydning, eller
- d) det foreligger særlige hensyn.

Konkurransetilsynet kan, med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 annet ledd, stille vilkår for dispensasjonen.

#### **5 Avgrensning av det relevante marked**

Avgrensningen av det relevante marked for et produkt (eller en tjeneste) skjer ut fra en vurdering av kjøperens muligheter til å velge alternative produkter eller leverandører. Generelt vil en kjøper velge et produkt på bakgrunn av egenskaper ved produktene og utsalgsstedets beliggenhet. Det relevante marked har derfor en produktmessig og en geografisk dimensjon.

Det relevante produktmarkedet inkluderer de varer kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av et bestemt behov. Med substituerbarhet menes hvilke produktvarianter etterspørerne kan velge mellom for å tilfredstille det samme underliggende behovet. Det relevante produktmarkedet avgrenses geografisk med utgangspunkt i kjøperens substitusjonsmuligheter. Normalt er transportkostnader den faktoren som har størst betydning for den geografiske avgrensningen. Høye transportkostnader i forhold til produktprisen vil normalt tilsi en relativt snever geografisk avgrensning.

Unipas primærmarked er salg av lærebøker til universiteter og høyskoler. Unipas dispensasjonssøknad omfatter imidlertid kun papir- og kontorvarer, og det er dermed naturlig å avgrense markedet deretter. Ut fra en produktmessig dimensjon vil det være tungvint og lite hensiktsmessig å dele opp markedet ytterligere. Det relevante produktmarked avgrenses derfor til å være markedet for papir- og kontorvarer.

Etterspørerne i dette markedet er alle typer forbrukere, men mest sannsynlig med en klar overvekt av studenter og lærere. I utgangspunktet er det nærliggende å tro at etterspørerne sammenlikner pris og kvalitet på papir- og kontorvarer i det tilhørende lokalområdet. Det vil være for store transport- og tidskostnader forbundet med å reise langt utelukkende for å kjøpe papir- og kontorvarer. På den annen side kan det være at etterspørerne gjør sine innkjøp på reiser eller i sammenheng med andre innkjøp. I tillegg vil Internett være en attraktiv innkjøpsplass dersom prisforskjellen i forhold til bokhandler blir tilstrekkelig. På denne måten kan det tenkes at etterspørerne sammenlikner pris og kvalitet på papir- og kontorvarer over hele landet. Videre vil det være slik at en lokal markedsinndeling kan skape problemer ettersom grensene mellom de lokale markedene vil være flytende. Flere etterspørere vil kunne tilhøre flere lokalmarkeder.

På bakgrunn av diskusjonen ovenfor legges det til grunn at markedet for papir- og kontorvarer er nasjonalt, men med lokale delmarkeder.

## 6 Konkurransetilsynets vurderinger

I 1999 hadde medlemmene i Unipa 51 av totalt 605 utsalgssteder/ bokhandler i Norge, hvilket utgjorde 8,43 %. Unipas totale omsetning<sup>2</sup> i 1998 (bøker og papirvarer) var 500 millioner kroner, hvilket utgjorde 10,67 % av total omsetning i alle norske bokhandler. Unipas omsetning av bøker utgjorde 360 millioner, dvs. 72 % av samlet omsetning (1998). Hva de resterende 28 % representerte er ikke oppgitt, men en del av dette må kunne tilskrives omsetning knyttet til papir- og kontorvarer. For andre aktørene, som ikke er medlemmer i Unipa, var denne andelen større enn hos Unipa. Selv om det heller ikke for disse kommer fram hvor mye av dette som kom fra salg knyttet til kontor- og papirvarer, er det ikke urimelig å anta at de andre aktørene omsatte for betydelige beløp i dette markedet (tall fra [www.boknorge.no](http://www.boknorge.no)).

Unipa oppgir selv, i brev av 5. desember 2003, at samlet omsetning (bøker og papirvarer) var kr. 419.389.976 i 2002. Av dette representerte omsetning av papir- og kontorvarer kr. 79.432.461 (18,94 %). Unipa opplyser at de ikke har tall for det totale markedet for papir- og kontorvarer, men fremhever at i følge tall fra Sentraldistribusjonen og Forlagssentralen for norske bøker<sup>3</sup>, har Unipas markedsandel gjennom mange år vært 8 – 9 %.

På bakgrunn av tallmaterialet ovenfor, anser tilsynet Unipas markedsandel i markedet for papir- og kontorvarer som relativt liten da:

- Unipas markedsandel i det *totale* markedet (bøker og papirvarer) er ca. 8 - 11 %.
- Kun 20 % av Unipas omsetning kan tilskrives kontor- og papirvarer.
- For andre bokhandlere, som ikke er medlemmer i Unipa, utgjør andelen av omsetning knyttet til bøker en mindre andel enn hos Unipas medlemmer. Det er dermed gode holdepunkter for at en stor del av de andre aktørenes omsetning kan tilskrives kontor- og papirvarer.

Videre er det viktig for vurderingen at Unipas aksjonærer er spredt utover landet. De forskjellige aksjonærene opererer ikke i samme geografiske delmarked og er således ikke i direkte konkurranse med hverandre. Prisreguleringen har dermed liten virkning på priskonkurransen mellom kjedemedlemmene.

Konkurransetilsynet finner det sannsynlig at Unipa som kjede bidrar til at medlemmene opptrer mer effektivt i konkurransen med andre bokhandlere, for eksempel gjennom stordriftsfordeler ved innkjøp og gjennom lavere markedsføringskostnader. Videre er det slik at de veiledende prisens utarbeides i forbindelse med halvårige kampanjer, og et uttrykt mål er at prisene skal settes så lavt

<sup>2</sup> Unipa har som selskap ingen omsetning. Det er aksjonærene som representerer denne.

<sup>3</sup> Konkurransetilsynet har ikke funnet ytterligere tallmateriale, verken fra Sentraldistribusjonen eller Forlagssentralen.

som mulig slik at bokhandlene oppfattes som attraktive innkjøpssteder. På den bakgrunn finner tilsynet det sannsynlig at samarbeidet gjennom Unipa fører til at medlemmene opptrer mer aggressivt i konkurransen med andre aktører.

## **7 Konkurransetilsynets vedtak**

På bakgrunn av vurderingene ovenfor, med hjemmel i krrl. § 3-9 bokstav a, har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

**Aksjonærene i Unipa AS gis dispensasjon fra konkurranselovens § 3-1 til å fastsette veiledende priser i aktivitetsmaterieell for papir- og kontorvarer som omsettes i kjedens forretninger.**

**Dispensasjonen gis på vilkår av at kjedemedlemmene fritt kan fastsette lavere priser enn oppgitt i aktivitetsmateriellet og at Unipa melder fra til Konkurransetilsynet om endringer i medlemsmassen og om endringer i vedtekter og avtaler.**

**Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 1. januar 2009.**

[...]<sup>4</sup>

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

For ordens skyld opplyses det om at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. For øvrig vises det til vedlagte skjema ”Melding om rett til klage over forvaltningsvedtak”.

Konkurransetilsynet gjør oppmerksom på at Arbeids- og administrasjonsdepartementet har lagt frem et forslag til ny konkurranselov (Ot. Prp. Nr. 6 (2003-2004)). Ikrafttreddelsen av den nye konkurranseloven vil kunne få betydning for det forholdet Konkurransetilsynet her har vurdert.

---

<sup>4</sup> Opplysninger unntatt offentlighet etter offentlighetsloven § 5a, jf. forvaltningsloven § 13 første ledd.