



Mottaker
Advokatfirmaet Thommessen AS
Postboks 1484 Vika
0116 OSLO

Siri Teigum

Deres ref.:

Vår ref.: 2017/0017-262

Saksbehandler: Katrine Lien Amdam
Saksansvarlig: Magnus Gabrielsen

Dato: 11.06.2020

Vedtak 2020-20 – Offentlig versjon - Ringnes Norge AS - konkurranseloven § 12 tredje ledd, jf. § 11 og EØS-avtalen artikkel 54

1 Sakens bakgrunn

1.1 Oversikt

- (1) Konkurransetilsynet viser til Ringnes AS (heretter Ringnes) forslag til avhjelpende tiltak mottatt 4. juni 2020. Videre vises det til øvrig korrespondanse og kontakt i saken.
- (2) Konkurransetilsynet har etterforsket Ringnes for mulig overtredelse av konkurranseloven¹ § 11 og EØS-avtalen² artikkel 54. Etterforskningen ble innledet som følge av mistanke om misbruk av foretakets dominerende stilling i markedet for salg av øl til serveringssteder. Ringnes har fremsatt avhjelpende tiltak og tilsynet har kommet til at de avhjelpende tiltakene av 4. juni 2020 er egnet til og nødvendige for å avhjelpe de konkurransemessige problemene tilsynet har funnet. På denne bakgrunn har tilsynet avsluttet saken ved et vedtak som gjør de avhjelpende tiltakene bindende for Ringnes, jf. konkurranseloven § 12 tredje ledd, jf. § 11 og EØS-avtalen artikkel 54.

1.2 Om Ringnes

- (3) Ringnes er Norges største bryggeriselskap med ca. ■■■ ansatte. Ringnes selger om lag ■■■ liter øl til kunder innen uteliv og restauranter i Norge, og har en årlig nettoomsætning knyttet til dette på om lag ■■■ millioner kroner. I tillegg til å selge øl selger Ringnes også produkter som sider, brus, vann og energidrikk.³ Selskapet er heleid av Ringnes Norge AS, som igjen er heleid av Carlsberg Breweries A/S.⁴ Carlsberg Breweries A/S er verdens tredje største bryggerikonsern. Ringnes har driftsinntekter på om lag 4,7 milliarder kroner årlig.⁵

¹ Lov-2004-03-05-12 – Lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger» (konkurranseloven)

² LOV-1992-11-27-109 - Lov om gjennomføring i norsk rett av hoveddelen i avtale om Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS) m.v. (EØS-loven)

³ <https://ringnes.no/om-ringnes/ringnes-i-dag/#vare-drikker> (hentet 22.04.2020)

⁴ Se selskapsstruktur på <https://proff.no/roller/ringnes-as/oslo/drikkevarer/IF4KKFL10MP-2/> (hentet 22.04.2020)

⁵ Se driftsinntekter for 2018 på <https://www.proff.no/selskap/ringnes-as/oslo/drikkevarer/IF4KKFL10MP-2/> (hentet 20.03.2020).

- (4) Ringnes' hovedproduksjon foregår på Gjelleråsen i Akershus. Ringnes produserer også drikkevarer ved E.C. Dahls Bryggeri i Trondheim, i Larvik og i Imsdalen i Østerdalen.⁶
- (5) Ringnes selger en rekke ølprodukter under merkevaren Ringnes. Ringnes leverer i tillegg produkter under blant annet merkevarene Frydenlund, Carlsberg, Tuborg, Dahls, Arendals, Frydenlund, Tou, Schous og Nordlandspils.⁷ Ringnes selger også importøl som Brooklyn, Budweiser, Corona, Kronenbourg 1664, Guinness og Leffe.⁸
- (6) Ringnes har i all hovedsak direktedistribusjon til kunder i Norge, men har også noe grossistsalg.⁹

1.3 Carlsberg

- (7) Carlsberg Breweries A/S (heretter Carlsberg) er et verdensomspennende bryggerikonsern basert i Danmark. Konsernet har over 41 000 ansatte, selger produkter i mer enn 150 land og omsatte i 2019 for omtrent 66 milliarder danske kroner.¹⁰ Deres viktigste produkt er øl, men de selger også sider, vann og energidrikk. Carlsberg har blant annet merkevarene Carlsberg, Tuborg, Baltika og Kronenbourg.

1.4 Konkurransetilsynets saksbehandling

- (8) Konkurransetilsynet gjennomførte bevissikringer hos Ringnes 31. januar 2017 og 29. august 2017. Tilsynet har i tillegg innhentet informasjon fra Ringnes, Ringnes' konkurrenter og et utvalg av Ringnes' kunder i anledning saken.
- (9) Konkurransetilsynet har under saksbehandlingen avholdt flere møter med Ringnes.¹¹ Ringnes innga forslag til avhjelpende tiltak 12. februar 2019, og deretter en rekke reviderte forslag til avhjelpende tiltak, senest 4. juni 2020.¹²
- (10) I dialogen med Ringnes har Konkurransetilsynet identifisert og begrunnet sine foreløpige vurderinger av hvilke konkurransemessige problemer saken reiser. Varslingsplikten etter forvaltningsloven § 16 anses ivaretatt ved denne dialogen, samt at Ringnes selv har utarbeidet de avhjelpende tiltakene og således i stor grad har medvirket til utformingen av vedtaket.¹³
- (11) Konkurransetilsynet sendte 13. februar 2020 forslaget til avhjelpende tiltak på markedstesting til utvalgte kunder og konkurrenter av Ringnes. Tiltakene ble videre lagt ut på tilsynets nettside slik at også andre aktører kunne komme med eventuelle synspunkter på forslaget. Tilsynet tok også kontakt med Virke og Bryggeri- og Drikkevareforeningen, og oppfordret begge til å orientere sine medlemmer om forslaget.
- (12) Konkurransetilsynet mottok høringssvar fra 13 aktører i markedet. Ringnes har fått innsyn i høringssvarene og har i brev 30. mars 2020 kommet med sine kommentarer til disse.¹⁴ Det er i tillegg avholdt telefonmøte mellom Ringnes og Konkurransetilsynet 17. april 2020 der de avhjelpende tiltakene ble diskutert i lys av høringsuttalelsene. Ringnes leverte endelige avhjelpende tiltak 4. juni 2020.
- (13) Konkurransetilsynet har hatt kontakt med ESA under saksbehandlingen, i henhold til ODA-avtalen protokoll 4, kapittel II, artikkel 11. Konkurransetilsynet fremla utkast til vedtak for

⁶ <http://ringnes.no/omringnes/bryggerieroganlegg/Sider/Bryggerieroganlegg.aspx> (hentet 21.02.2020)

⁷ <https://ringnes.no/vare-drikker/ol-cider-og-alkoholholdig-drikke/> (hentet 21.02.2020)

⁸ <https://ringnes.no/vare-drikker/ol-cider-og-alkoholholdig-drikke/> (hentet 21.02.2020)

⁹ Svar på pålegg fra Ringnes 10. april 2017, dokument 17, spørsmål 3(8) og svar på pålegg fra Ringnes 15. mai 2017, dokument 20, spørsmål 3 a.

¹⁰ Årsrapport for Carlsberg Group, <https://www.carlsberggroup.com/media/35966/carlsberg-as-annual-report-2019.pdf>

¹¹ Henholdsvis 20. oktober 2017, 19. juni 2018, 18. desember 2018, 15. mars 2019, 9. mai 2019, 24. juni 2019, 3. september 2019, 25. november 2019, 18. desember 2019, 4. februar 2020, 17. april 2020, 18. mai 2020 og 2. juni 2020.

¹² Konkurransetilsynet har mottatt reviderte forslag til avhjelpende tiltak 18. februar 2019, 11. juni 2019, 12. juli 2019, 23. september 2019, 9. desember 2019, 3. januar 2020, 24. januar 2020, 4. februar 2020, 7. februar 2020, 24. april 2020, 4. mai 2020 og 4. juni 2020.

¹³ Ot. Prop. 75 L (2012-2013) s. 29, 1 kolonne.

¹⁴ Kommentarer til høringssvar – Ringnes AS – 30.03.2020.

ESA 27. mars 2020 i samsvar med ODA-avtalen protokoll 4, kapittel II, artikkel 11 fjerde ledd.

2 Sakens faktiske side

2.1 Markedet for salg av øl til serveringssteder

- (14) Øl er en alkohol- og kullsyreholdig udestillert drikkevare som hovedsakelig er fremstilt av maltet korn, humle, gjær og vann. Det produseres og selges mange ulike øltyper, og disse varierer innen smak, farge, alkoholnivå og forpakning.
- (15) I Norge reguleres salg og skjenking av øl gjennom lov om omsetning av alkoholholdig drikk m.v.¹⁵, som bestemmer hvem som kan importere, eksportere, videreselge og selge øl til forbrukere. For å skjenke øl, det vil si å selge øl for drikking på stedet, kreves det skjenkebevilling. I tillegg til å selge øl til kunder med skjenkebevilling, selger de ulike leverandørene også øl til grossister, innkjøpsorganisasjoner, kjeder og andre foretak som gjør innkjøp av øl på vegne av eller for videresalg til serveringssteder.¹⁶ Alle disse kundene omtales heretter samlet som «kunder». Størrelsen på de ulike kundene varierer. Mange kunder kjøper inn et totalsortiment av drikkevarer fra sin valgte leverandør, for eksempel øl, vann, brus, sider og vin.
- (16) Det er rundt 130 bryggerier i aktiv drift i Norge, og de siste årene har det vært en sterk vekst i antall småskalabryggerier. Mange av leverandørene er bryggerier som selger egenprodusert øl til kunder, mens andre i tillegg til egenproduksjon videreselger øl fra andre leverandører. Noen leverandører driver ikke med egenproduksjon av øl, men kun med videresalg av øl fra norske og/eller utenlandske leverandører. Leverandørene varierer i størrelse og omfang, både hva gjelder geografisk dekningsområde og produktspekter.
- (17) I serveringsmarkedet omsettes øl i ulike forpakninger, herunder fat, tank og flaske. Hvilken forpakning ølet blir levert i, avhenger normalt av hvilket volum kunden selger, omløpshastigheten på ølet, plassen som er tilgjengelig hos kunden og produktbredden kunden ønsker å tilby. Ifølge Konkurransetilsynets undersøkelser er det normalt leverandørene som eier, drifter og installerer det tekniske utstyret¹⁷ hos kundene, og de låner dette ut vederlagsfritt mot at det brukes til leverandørens produkter. Tilsynets undersøkelser viser at det kan være begrenset plass til teknisk utstyr hos kundene.
- (18) Ringnes eier som hovedregel det tekniske utstyret som er montert hos kundene, og demonterer normalt dette ved leverandørbytte.¹⁸ Ny leverandør må i utgangspunktet påkoste og installere eget teknisk utstyr hos kundene, men i enkelte tilfeller kan ny leverandør overta det eksisterende tekniske utstyret etter avtale med Ringnes.
- (19) Konkurransetilsynets undersøkelser viser at salget av øl fra de fire største leverandørene innen salg av øl til serveringssteder i Norge i 2018 samlet utgjorde om lag ■ prosent av det totale ølsalget i Norge til serveringssteder, og videre at de ■ største leverandørene samlet sto for om lag ■ prosent av salget.

2.2 Ringnes' avtaleforhold med kunder

- (20) Konkurransetilsynets undersøkelser har omfattet Ringnes' avtaler med serveringssteder fra 2014 til 2019.
- (21) Konkurransetilsynets undersøkelser viser at Ringnes som hovedregel har benyttet og benytter en ■ i avtaler med enkeltstående¹⁹ serveringssteder, men at de ikke har hatt en ■ i avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger. Det har ifølge Ringnes vært ■

¹⁵ LOV-1989-06-02-27 - Lov om omsetning av alkoholholdig drikk m.v. (alkoholloven).

¹⁶ Serveringssteder er virksomheter som videreselger øl til konsument for konsum på stedet.

¹⁷ Teknisk utstyr kan være tappetårn, kjøleskap, øltanker, slanger, kjølere etc.

¹⁸ "Innspill fra Ringnes Norge AS", brev av 20. juni 2017, side 14.

¹⁹ Med enkeltstående serveringssted menes kunder som forhandler med Ringnes på vegne av seg selv, og ikke er en del av en kjede eller innkjøpsgruppering o.l.

██████████ for hvilke klausuler Ringnes' selgere har tatt inn i avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger.²⁰ Ringnes' avtaler fremforhandles individuelt, noe som medfører at innholdet i avtalene med kunder i noen grad vil variere, ██████████.

- (22) Konkurransetilsynet vil i det videre først gjøre rede for Ringnes' avtaler med enkeltstående serveringssteder og endringene som er foretatt i disse. Deretter vil tilsynet beskrive Ringnes' avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger.

2.2.1 Avtaler med enkeltstående serveringssteder

2.2.1.1 Avtaler inngått før 2016

- (23) I perioden 2014 til 2016 inneholdt Ringnes' ██████████, som ble benyttet i avtaler med enkeltstående serveringssteder, klausuler knyttet til blant annet volummål og leverandørstatus. Ringnes benyttet her hovedsakelig leverandørstatusen «*leverandør*» og i noen tilfeller «*eneleverandør*».

2.2.1.2 Avtaler inngått etter januar 2016

- (24) I januar 2016 ble det innført en ██████████. ██████████ fremgikk det at Ringnes var «*hovedleverandør*» på øl.²¹ Ifølge Ringnes ble status som «*eneleverandør*» ██████████.

²² Ringnes har opplyst at bakgrunnen for å gjeninnføre begrepet «*hovedleverandør*» og andre leverandørstatuser var at ██████████, og Ringnes ønsket å klargjøre rettigheter og forpliktelser overfor kunden.²³ Avtalene ble fremforhandlet individuelt, slik at det kunne være variasjon i avtaleteksten og i hvilke rabatter som ble fremforhandlet. Konkurransetilsynet har ikke funnet avtaler med enkeltstående serveringssteder inngått etter januar 2016 der Ringnes ikke har status som «*hovedleverandør*» på øl.

- (25) Leverandørstatusen «*hovedleverandør*» i Ringnes' avtaler innbar, ifølge Ringnes, at Ringnes skulle gis «*prioritert status innenfor de aktuelle kategorier*». Det var spesifikt presisert at dette omfattet «*(...)80 % av tilgjengelig fat/tankøl, og 80 % av plass i kjøleskap, samt best mulig plassering*». Definisjonen var plass- og volumbasert.²⁴
- (26) Ringnes fremforhandlet rabatt- og bonusordninger individuelt med hver kunde. Rabatt- og bonusordningene bestod henholdsvis av grunnrabatt, sortimentsbonus og profileringsbonus. Ringnes har opplyst at grunnrabatten var en ██████████ rabatt basert på volumet.²⁵ Sortimentsbonus var ifølge Ringnes ██████████ og ██████████.²⁶ Profileringsbonusen var ifølge Ringnes en ██████████ eller en kombinasjon av disse».²⁷ Ringnes har videre opplyst at i de tilfellene Ringnes «*betaler et ██████████ for hele avtaleperioden, skal kunden tilbakebetale en forholdsmessig andel av mottatt profileringsbonus ved oppsigelse for avtalens avtalte utløp*».²⁸
- (27) I Ringnes' ██████████ ble avtaletiden satt til å være ██████████, med en automatisk forlengelse på ██████████ dersom partene fortsatte avtalen utover avtaletiden.²⁹ Oppsigelsestiden ble satt til ██████████ i hele avtaleperioden, men i de tilfellene det var installert tank- eller fatanlegg fra Ringnes,

²⁰ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 22. juni 2018, side 10.

²¹ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10 april 2017, side 5.

²² Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10 april 2017, side 5.

²³ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10 april 2017, side 5.

²⁴ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10 april 2017, side 5.

²⁵ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10. april 2017, side 5.

²⁶ Presentasjon for møte med Konkurransetilsynet 9. mai 2019, side 8.

²⁷ Presentasjon for møte med Konkurransetilsynet 9. mai 2019, side 8.

²⁸ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10 april 2017, side 6.

²⁹ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10. april 2017, side 4.

kunne avtalen tidligst sies opp [redacted] etter installasjonen av anlegget.³⁰ Kunden måtte meddele Ringnes skriftlig at de ønsket opphør av avtalen innen [redacted] før avtalens utløp dersom avtalen ikke skulle bli automatisk forlenget med [redacted].

- (28) Ringnes inngikk videre avtaler med kundene som regulerte leie av det tekniske utstyret, heretter «teknisk låneavtale». Det fremgikk av en klausul i teknisk låneavtale at kundene maksimalt kunne benytte 20 prosent av kjøleskapskapasiteten i Ringnes' kjøleskap til produkter fra andre leverandører, samt at Ringnes skulle bestemme plassering av disse produktene.

2.2.1.3 Avtaler inngått etter juni 2017

- (29) Etter at Konkurransetilsynet åpnet etterforsknings sak mot Ringnes valgte selskapet i juni 2017 å endre definisjonen av «hovedleverandørstatus» som vist i avsnitt (25). Ringnes har opplyst at de har endret definisjonen «fra å omfatte 80 % av kundens omsetning av øl, til 75 % av kundens omsetning av øl. Inngåelse av avtale basert på denne modellen innebærer at Ringnes gis rett til minst 75 % av sortiment og plass, preferert plassering hos kunden samt fortrinnsrett til eventuelle [redacted]. Endringen av avtaleteksten reflekterer Ringnes' etablerte praksis i dag i henhold til Ringnes' egne undersøkelser i markedet.»³¹
- (30) Øvrige elementer i standardavtalen er like som i avtalene fra 2016.

2.2.2 Avtaler inngått med kjeder og innkjøpsgrupperinger

- (31) [redacted].³² Ringnes' selgere har ved inngåelse av avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger sett hen til avtaler med sammenlignbare kunder og det har således [redacted] for hvilke klausuler og avtalevilkår som har vært inntatt i avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger.³³
- (32) I 2016 ble det [redacted] med kjeder og innkjøpsgrupperinger, men selgere kunne i forhandlinger med kunder [redacted]. Ringnes har i de tilfelle kjedene eller innkjøpsgrupperingene har krevd det, inngått avtaler basert på kjedens eller innkjøpsgruppens [redacted], men har da [redacted] at relevante klausuler fra Ringnes' [redacted] har blitt tatt med i avtaleteksten.³⁴
- (33) Konkurransetilsynets etterforskning har vist at avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger [redacted] har inneholdt de samme elementene som avtalene med enkeltstående kunder. Avtalene med kjeder og innkjøpsgrupperinger har i perioden 2014 til 2019 [redacted] inneholdt klausuler om at Ringnes skulle være «hovedleverandør». I flere av avtalene fremgår det tydelig av ordlyden at dette betyr det samme som i avtalene med enkeltstående serveringssteder, jf. avsnitt (25), altså at Ringnes skal levere 80 prosent av tilgjengelig fat-/tankøl, og 80 prosent av plass i kjøleskap, samt best mulig plassering.
- (34) Konkurransetilsynet har funnet enkelte avtaler fra perioden 2014 til 2017 der Ringnes har hatt eksplisitte klausuler om at de skulle være «eneleverandør av øl», med krav om at kundene skulle kjøpe 100 prosent av sitt behov for øl fra Ringnes.
- (35) Ringnes har også fremforhandlet økonomiske ytelser, som nevnt i avsnitt (26), i avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger. Disse avtalene har på samme måte som i avtaler inngått med enkeltstående kunder inneholdt volumkrav og [redacted] volumrabatt. I tillegg har de inneholdt klausuler om økonomiske ytelser som profileringsbonus, ved [redacted] eller [redacted], og sortimentsbonus, en [redacted] for å ha [redacted] jf. avsnitt (26). Ringnes har også benyttet teknisk låneavtale, som nevnt i avsnitt (28) i avtaler med kjeder og innkjøpsgrupperinger.

³⁰ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 10. april 2017, side 4.

³¹ "Innspill fra Ringnes Norge AS", brev av 20. juni 2017, side 4.

³² Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 22. juni 2018, side 10.

³³ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 22. juni 2018, side 10.

³⁴ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes, 22. juni 2018, side 10.

- (36) På samme måte som i avtaler med enkeltstående serveringssteder har avtaler inngått med kjeder og innkjøpsgrupperinger normalt hatt en varighet på [REDACTED], med en oppsigelsestid på [REDACTED] og utvidet oppsigelsestid ved installasjon eller oppgradering av utstyr.
- (37) I etterkant av Konkurransetilsynets bevissikring i 2017 identifiserte Ringnes selv enkelte avtaler hvor Ringnes eksplisitt krevde å være eneleverandør. Disse avtalene ble på Ringnes' eget initiativ endret til at Ringnes istedenfor å være eneleverandør skulle være hovedleverandør, med et krav om at kunden skulle kjøpe 75 prosent av sitt behov fra Ringnes. Ringnes valgte, på samme måte som i sin [REDACTED], i juni 2017 å nedjustere prosentkravet til 75 prosent av kundens behov i avtaler der Ringnes var hovedleverandør.³⁵

3 Sakens rettslige side

3.1 Konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54

- (38) Konkurranseloven³⁶ § 11 forbyr foretak å utilbørlig utnytte sin dominerende stilling. Bestemmelsen lyder i sin helhet:

§ 11. Utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling

Et eller flere foretaks utilbørlige utnyttelse av sin dominerende stilling er forbudt.

Slik utilbørlig utnyttelse kan særlig bestå i

å påtvinge, direkte eller indirekte, urimelige innkjøps- eller utsalgspriser eller andre urimelige forretningsvilkår,

å begrense produksjon, avsetning eller teknisk utvikling til skade for forbrukerne,

å anvende overfor handelspartnere ulike vilkår for likeverdige ytelser og derved stille dem ugunstige re i konkurransen,

å gjøre inngåelsen av kontrakter avhengig av at medkontrahentene godtar tilleggstyelser som etter sin art eller etter vanlig forretningspraksis ikke har noen sammenheng med kontraktsgjenstanden.

- (39) EØS-avtalen artikkel 54 er i sitt materielle innhold identisk med TEUV artikkel 102. I henhold til EØS-avtalen artikkel 6 og artikkel 3 nr. 2 i overvåknings- og domstolsavtalen er praksis fra EU-domstolen og Underretten derfor relevant for tolkningen av EØS-avtalen artikkel 54.³⁷
- (40) Konkurranseloven § 11 er harmonisert med EØS-avtalen artikkel 54 og artikkel 102 i traktaten om Den europeiske unions virkemåte (heretter «TEUV»). Det understrekes i forarbeidene til konkurranseloven at rettspraksis fra EU/EØS-retten må veie tungt som rettskilde ved anvendelsen av konkurranseloven § 11.³⁸ Tilsvarende ble også lagt til grunn av Høyesterett i *Tine-saken*³⁹.
- (41) Konkurranseloven § 11 første ledd og EØS-avtalen artikkel 54 første ledd oppstiller en overordnet norm, hvor to vilkår må være oppfylt for at forbudet skal være overtrådt. For det første må foretaket inneha en «dominerende stilling», og for det andre må foretakets atferd innebære «utilbørlig utnyttelse». Den motsvarende bestemmelsen i TEUV artikkel 102 taler om «misbruk» av dominerende stilling. Det er imidlertid ikke tilsiktet noen innholdsmessig forskjell mellom utilbørlig utnyttelse og misbruk av dominerende stilling.⁴⁰
- (42) For at EØS-avtalen artikkel 54 skal komme til anvendelse kreves i tillegg at den dominerende stillingen må omfatte en vesentlig del av EØS området, samt at misbruket «kan påvirke

³⁵ Svar på pålegg om å gi opplysninger fra Ringnes 4. mars 2019 og Ringnes' presentasjon til Konkurransetilsynet 12.02.2019, side 4.

³⁶ Lov-2004-03-05-12 – Lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger» (konkurranseloven)

³⁷ Se sak E-3/97, *Jan og Kristian Jæger AS*, [1998] EFTA Ct. Rep. 1, avsnitt 19; sak E-8/00, *Landsorganisasjonen i Norge*, [2002] EFTA Ct. Rep. 2002 s. 114, avsnitt 39.

³⁸ Ot.prp. nr. 6 (2003-2004), side 68.

³⁹ Rt. 2011 s. 910, *Tine mot Konkurransetilsynet*, avsnitt 63.

⁴⁰ Jf. R. 2011 s. 910, *Tine mot Konkurransetilsynet*, avsnitt 66.

handelen mellom avtalepartene» til EØS-avtalen, jf. første ledd.

3.2 Nærmere om konkurranseloven § 12 tredje ledd og avhjelpende tiltak

- (43) Dersom et foretak tilbyr avhjelpende tiltak i en sak som kan lede til et vedtak om pålegg om å bringe ulovlig adferd til opphør etter konkurranseloven § 12 første ledd, jf. konkurranseloven § 11, kan Konkurransetilsynet avslutte saken gjennom et vedtak som gjør tiltakene bindende for foretaket, jf. konkurranseloven § 12 tredje ledd. Hjemmelen for å avslutte saken gjennom et vedtak som gjør tiltakene bindende for foretaket gjelder tilsvarende ved overtredelse av EØS-avtalen artikkel 54, jf. EØS-konkurranseloven⁴¹ § 6 første ledd.
- (44) Bestemmelsen i konkurranseloven § 12 tredje ledd lyder i sin helhet:

Dersom foretaket tilbyr avhjelpende tiltak i en sak som kan ende med vedtak etter § 12 første ledd, kan Konkurransetilsynet avslutte saken ved et vedtak som gjør tiltakene bindende for foretaket. Vedtak etter første punktum kan fattes før Konkurransetilsynet har gjort en fullstendig vurdering av om inngrepsvilkåret i første ledd er oppfylt. Konkurransetilsynet skal i vedtaket gi en vurdering av foretakets atferd. Videre skal det vurderes om og begrunnes hvorfor de tilbudte tiltakene er egnet til og nødvendige for å avhjelpe de konkurransemessige problemene som Konkurransetilsynet har funnet. Vedtaket skal fastslå at Konkurransetilsynet ikke vil gå videre med saken etter første ledd eller § 29 dersom tiltakene gjennomføres. Konkurransetilsynet kan etter forslag fra foretakene oppnevne en forvalter til å bistå ved gjennomføringen av vedtak etter første punktum. Kongen kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om forvalters stilling. Ved klage over vedtak etter dette ledd kan Konkurransklagenemnda oppheve eller stadfeste Konkurransetilsynets vedtak.

- (45) Konkurransetilsynet er etter denne bestemmelsen gitt hjemmel til å fatte vedtak om avhjelpende tiltak uten at det er foretatt full utredning og bevisførsel for at det foreligger en overtredelse. Det avgjørende vil være om tilsynet finner at forslaget til avhjelpende tiltak vil være egnet til å avhjelpe de konkurransemessige problemene tilsynet har funnet. Selv om foretaket foreslår de avhjelpende tiltakene frivillig, skal tilsynet før det treffes vedtak også foreta en selvstendig vurdering av om de foreslåtte tiltakene går lenger enn nødvendig.⁴²
- (46) Det fremgår av forarbeidene til bestemmelsen at det normalt ikke vil være nødvendig å sende forhåndsvarsel etter forvaltningsloven § 16 før det treffes vedtak som gjør avhjelpende tiltak bindende for foretaket etter konkurranseloven § 12 tredje ledd. Det vises til at det er foretaket som kommer med forslag til avhjelpende tiltak og at varslingsplikten må anses ivaretatt ved at foretaket vil være i dialog med Konkurransetilsynet og i stor grad medvirker til utformingen av vedtaket.⁴³

3.3 Relevante markeder

3.3.1 Innledning

- (47) For å vurdere om Ringnes har hatt en dominerende stilling i henhold til konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54, er det nødvendig først å definere de relevante markedene saken gjelder.⁴⁴ Konkurransetilsynet tar utgangspunkt i praksis fra EU og EØS-retten, og ESAs kunngjøring om avgrensning av det relevante marked.⁴⁵

⁴¹ Lov-2004-03-05-11 – Lov om gjennomføring og kontroll av EØS-avtalens konkurranseregler mv. (EØS-konkurranseloven).

⁴² Prop. 75 L (2012-2013) s. 28-29.

⁴³ Prop. 75 L (2012-2013) s. 29, 1. kolonne.

⁴⁴ Jf. blant annet sak 322/81, *NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin mot Kommisjonen (Michelin I)*, avsnitt 37; sak T-229/94, *Deutsche Bahn mot Kommisjonen*, avsnitt 53; sak T-219/99, *British Airways mot Kommisjonen*, avsnitt 91; sak T-321/05, *AstraZeneca mot Kommisjonen*, avsnitt 31; sak T-556/08, *Slovenská pošta mot Kommisjonen*, avsnitt 112; sak E-14/15, *Holship Norge og Norsk Transportarbeiderforbund*, avsnitt 79. Se også NOU 2003:12, side 58; Konkurransklagenemndas avgjørelse V03/2019 avsnitt 121; Sak C-307/18 *Generics (UK) Ltd v Competition and Markets Authority* avsnitt 127.

⁴⁵ Kunngjøring fra EFTAs overvåkingsorgan om avgrensning av det relevante marked innen konkurranseretten i

- (48) Markedsavgrensningen består av en produktavgrensning og en geografisk avgrensning. Markedsavgrensningen identifiserer på en systematisk måte de begrensninger i den konkurransemessige handlefrihet et foretak står overfor. Dette gir veiledning for spørsmålet om et foretak i betydelig grad kan opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder og i siste instans forbrukerne.⁴⁶
- (49) Konkurransetilsynets utgangspunkt for markedsavgrensningen er salg av øl. Tilsynet vurderer videre, primært basert på substitusjon på etterspørselssiden, om markedet skal utvides. Substitusjon på tilbudssiden kan også tas i betraktning ved markedsavgrensningen dersom den har de samme umiddelbare og direkte virkningene som på etterspørselssubstitusjon. Tilsynet vurderer først det relevante produktmarkedet, før markedets geografiske utstrekning vurderes.

3.3.2 Produktmarkedsavgrensning

3.3.2.1 Innledning

- (50) Ved avgrensningen av det relevante produktmarked tar Konkurransetilsynet utgangspunkt i Ringnes' virksomhet knyttet til salg av øl. Ringnes har virksomhet innen blant annet salg av øl til henholdsvis serveringssteder, dagligvare og Vinmonopolet.
- (51) Konkurransetilsynet vil i det følgende vurdere hvorvidt salg av ulike typer øl utgjør egne separate produktmarkeder, deretter hvorvidt salg av andre drikkevarer inngår i samme marked som salg av øl, før det vurderes hvorvidt salg av øl til serveringssteder utgjør et eget separat produktmarked.

3.3.2.2 Vurdering av hvorvidt salg av ulike øltyper utgjør egne separate produktmarkeder

- (52) Konkurransetilsynet har vurdert hvorvidt salg av ulike øltyper, for eksempel pilsner og IPA, utgjør egne separate produktmarkeder, ut fra etterspørselssubstitusjon. Ettersom serveringsstedenes etterspørsel er avledet av sluttkundens etterspørsel, vil det være relevant å se hen til sluttkundens preferanser. Egenskaper ved de ulike øltypene, blant annet smak og alkoholstyrke, kan isolert sett indikere at ulike øltyper eller grupper av øltyper kan utgjøre separate produktmarkeder, som følge av sluttkundens preferanser.
- (53) Konkurransetilsynet har videre vurdert hvorvidt tilbudssubstitusjon kan utvide markedet. Tilsynets markedsundersøkelser viser at leverandørene i markedet relativt raskt kan omstille seg og tilby andre øltyper uten at dette medfører betydelige tilleggskostnader eller vesentlig risiko. Nye øltyper kan brygges eller videreselges hurtig og i mindre skala, samt lanseres under eksisterende kjente merkevarenavn.
- (54) Leverandørene vil etter Konkurransetilsynets oppfatning kunne bruke sitt eksisterende salgs- og serviceapparat også for nye øltyper. Tilsynet anser dermed kostnadene og risikoen knyttet til introduksjon av nye øltyper som begrenset, uavhengig av om dette er egenutviklede eller videresolgte øltyper/-produkter.
- (55) Kommisjonen har i tidligere saker som omhandler øl kommet til at det relevante produktmarkedet er øl, men har vært åpen for at det kan eksistere snevrere markeder.⁴⁷
- (56) Konkurransetilsynet har ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling til om det relevante produktmarkedet i saken kan være snevrere enn øl ettersom det ikke vil ha betydning for konklusjonen i saken.

Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS) – EFT L 200, 16. juli 1998, side 46 og EØS-tillegget til EF-tidende No. 28, 16. juli 1998, side 3.

⁴⁶ ESAs kunngjøring, punkt 2.

⁴⁷ Se blant annet sak IV/M.582 Orkla/Volvo 28; sak M.1925 Scottish Newcastle/Groupe Danone avsnitt 10; sak M.2152 Scottish Newcastle/JV/Centralcer avsnitt 9; sak M.3195 Heineken/BBAG avsnitt 7; sak M.2740 Scottish Newcastle/Hartwall avsnitt 9; sak M.4999 Heineken Scottish & Newcastle Assets avsnitt 21; sak M.3289 INTERBREW/SPATENFRANZISKANER avsnitt 7; sak M.3372 CARLSBERG /HOLSTEN avsnitt 8; Konkurransetilsynets vedtak V2003-10 Ringnes AS - konkurranse-loven § 3-9 jf. § 3-1 - dispensasjon for prissamarbeid, Konkurransetilsynets vedtak V2004-3 Ringnes AS og ICA Norge AS - konkurranse-loven § 3-9 jf. § 3-1 - dispensasjon for prissamarbeid.

- (57) Konkurransetilsynet tar etter dette som utgangspunkt for den videre vurderingen at alle øltyper inngår i det samme relevante produktmarkedet.

3.3.2.3 *Vurdering av hvorvidt salg av andre drikkevarer inngår i samme marked som salg av øl*

- (58) Konkurransetilsynet har videre vurdert hvorvidt markedet også omfatter salg av andre produkter enn øl, blant annet vin, sider, brus o.l. Tilsynets markedsundersøkelser viser blant annet at leverandører er av den oppfatning at forbrukere i liten eller ingen grad anser øvrige drikkevarer som substitutter til øl, og det er dermed tilsynets foreløpige oppfatning at salg av øl ut fra et etterspørselsperspektiv utgjør et eget produktmarked, avgrenset mot andre drikkevarer.
- (59) Konkurransetilsynet er videre av den oppfatning at leverandører som i dag tilbyr andre drikkevarer enn øl i markedet, enten må bygge opp en egen merkevare innen øl eller videreselge en merkevare som er kjent i Norge. Begge alternativene vil innebære en strategiendring for leverandøren, og det vil ta tid før en slik leverandør vil kunne utgjøre et tilstrekkelig effektivt konkurransepress på etablerte leverandører.
- (60) Kommisjonen har i tidligere saker som omhandler øl kommet til at det relevante produktmarkedet ikke omfatter andre produkter enn øl.⁴⁸
- (61) På bakgrunn av det ovennevnte legger Konkurransetilsynet til grunn at produktmarkedet ikke omfatter salg av andre produkter enn øl.

3.3.2.4 *Vurdering av hvorvidt salg av øl til serveringssteder utgjør et separat produktmarked avgrenset mot salg av øl til andre salgskanaler*

- (62) Konkurransetilsynet har vurdert hvorvidt salg av øl til serveringssteder utgjør et separat produktmarked avgrenset mot andre salgskanaler, som dagligvarehandelen og Vinmonopolet.
- (63) Fra et etterspørselsperspektiv skiller serveringssteder seg fra kunder i andre salgskanaler ved at serveringsstedene videreselger øl til sluttkunde for konsum på stedet, mens øvrige salgskanaler selger øl som skal konsumeres andre steder. Serveringsstedene får derfor levert hoveddelen av ølet på tank og fat, da dette er plassbesparende, krever mindre arbeid og genererer mindre avfall enn om ølet skulle vært levert på boks og/eller flasker. Til øvrige salgskanaler selges kun øl på boks eller flaske, og det er følgelig Konkurransetilsynets vurdering at det ikke foreligger tilstrekkelig etterspørselssubstitusjon til å inkludere øvrige salgskanaler i det samme relevante produktmarked.
- (64) Konkurransetilsynet er videre av den oppfatning at leverandører som ikke tilbyr øl til serveringssteder i dag, må etablere et salgssapparat inn mot serveringsstedene for å kunne tilby serveringsstedene øl. Videre må leverandørene starte leveranser av øl for servering gjennom fat og/eller tank, de må investere i og installere teknisk utstyr for servering av øl hos serveringsstedene og de må etablere et distribusjonsnettverk. Etter tilsynets vurdering vil det ovennevnte ta tid og innebære en vesentlig risiko og betydelige tilleggskostnader for disse leverandørene.
- (65) Kommisjonen har i tilsvarende saker lagt til grunn at salg av øl til serveringssteder utgjør et eget separat produktmarked, avgrenset fra andre salgskanaler.⁴⁹
- (66) På bakgrunn av det ovennevnte legger Konkurransetilsynet til grunn at det relevante produktmarkedet er salg av øl til serveringssteder.

3.3.2.5 *Konklusjon*

- (67) Konkurransetilsynet legger til grunn at det relevante produktmarkedet er salg av øl til serveringssteder.

⁴⁸ M.6587-Molson Coors/Starbev (2012), avsnitt 7; M.4952-Carlsberg/Scottish & Newcastle Assets (2008), avsnitt 11; M.4999-Heineken/Scottish & Newcastle Assets (2004), avsnitt 21; M.3372-Carlsberg/Holsten (2004), avsnitt 8; M.3289-Interbrew/Spaten-Franziskaner (2003), avsnitt 7; M.3195-Heineken/BBAG (2003), avsnitt 7.

⁴⁹ M.6587-Molson Coors/Starbev (2012), avsnitt 7; M.4952-Carlsberg/Scottish & Newcastle Assets (2008), avsnitt 11; M.4999-Heineken/Scottish & Newcastle Assets (2004), avsnitt 21; M.3372-Carlsberg/Holsten (2004), avsnitt 8; M.3289-Interbrew/Spaten-Franziskaner (2003), avsnitt 7; M.3195-Heineken/BBAG (2003), avsnitt 7.

3.3.3 Geografisk markedsavgrensning

- (68) Et relevant geografisk marked er et område hvor virksomheten ved salg eller etterspørsel av produkter og tjenester møter tilstrekkelig ensartede konkurransevilkår, og som kan holdes atskilt fra tilgrensende områder, særlig fordi konkurransevilkårene der er merkbart forskjellige.⁵⁰ Også det relevante geografiske markedet avgrenses med utgangspunkt i etterspørernes og tilbydernes substitusjonsmuligheter.
- (69) Konkurransetilsynet har vurdert den geografiske avgrensningen av produktmarkedet for salg av øl til serveringssteder.
- (70) Transportkostnader er normalt en viktig faktor for et markeds geografiske utstrekning. Ringnes selger sine ølprodukter over hele landet, og har valgt å sentralisere store deler av produksjonen til produksjonsanlegget i Akershus. Også andre leverandører tilbyr eller kan tilby produktene sine nasjonalt. Dette kan etter Konkurransetilsynets oppfatning indikere at transportkostnader er av mindre betydning i dette markedet, og dette trekker isolert sett i retning av et nasjonalt marked for salg av øl til serveringssteder.
- (71) Til tross for at leverandørene ikke ser ut til å begrenses av transportkostnader, kan nødvendigheten av lokal tilstedeværelse være en faktor som kan innskrenke konkurransen geografisk.⁵¹ Konkurransetilsynets undersøkelser viser at det er viktig med hurtig service på det tekniske utstyret hos serveringssteder, dersom det oppstår feil, dette gjelder særlig utstyr knyttet til tank og fatøl. Tilsynets undersøkelser viser videre at lokale selgere er viktig for innsalg og oppfølging hos kundene. Dette indikerer isolert sett at markedet kan være snevrere enn nasjonalt, og ha en lokal eller regional dimensjon.
- (72) Grunnleggende særtrekk ved etterspørselen, som lokale merkevarepreferanser, kan videre innskrenke konkurransen geografisk.⁵² Konkurransetilsynets oppfatning er at det foreligger lokale/regionale preferanser for ulike merkevarer i mange regioner, noe som isolert sett trekker i retning av et snevrere marked enn nasjonalt.
- (73) Kommisjonen har i tidligere saker som omhandler øl kommet til at det relevante geografiske markedet er nasjonalt.
- (74) Konkurransetilsynet har ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling til om det geografiske markedet i saken kan være snevrere enn nasjonalt fordi det ikke har betydning for konklusjonen i saken.
- (75) Konkurransetilsynet tar etter dette som utgangspunkt for den videre vurderingen at det relevante markedet er nasjonalt.

3.3.4 Konklusjon markedsavgrensning

- (76) Konkurransetilsynet legger i det følgende til grunn at det relevante markedet for denne saken er markedet for salg av øl til serveringssteder i Norge.

3.4 Dominerende stilling

3.4.1 Rettslig utgangspunkt

- (77) For at konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54 skal komme til anvendelse, kreves det at foretaket innehar en «dominerende stilling». En «dominerende stilling» innebærer ifølge fast rettspraksis at et foretak har en økonomisk styrke som gjør det i stand til å forhindre effektiv konkurranse på det relevante markedet ved at det i betydelig grad kan opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder og i siste instans forbrukere.⁵³ Dette innebærer ikke at

⁵⁰ ESAs kunngjøring, avsnitt 8.

⁵¹ ESAs kunngjøring, punkt 46.

⁵² ESAs kunngjøring, punkt 46.

⁵³ Jf. sak 27/76 *United Brands og United Brands Continental mot Kommisjonen*, avsnitt 65; sak 85/76 *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 38; sak T-201/04 *Microsoft mot Kommisjonen*, avsnitt 229. Se også NOU 2003: 12, side 58; henvist til i Ot.prp. nr. 6 (2003-2004), side 226; Konkurranseskjennemndas avgjørelse V03/2019 avsnitt 138; Sak C-307/18 *Generics (UK) Ltd v Competition and Markets Authority* avsnitt 127.

markedet er uten konkurranse, men at det dominerende foretaket kan utøve merkbar innflytelse på hvordan konkurranseforholdene utvikler seg.

- (78) Hvorvidt det foreligger en dominerende stilling beror på en totalvurdering av flere forhold, som hver for seg ikke nødvendigvis er avgjørende.⁵⁴ Etter praksis fra EU-domstolen vil foretakets markedsandel normalt være den viktigste indikatoren på om foretaket innehar en dominerende stilling.⁵⁵
- (79) Det følger av rettspraksis at markedsandeler på 50 prosent eller mer gir en presumsjon om dominans.⁵⁶ Andre sentrale momenter er om markedsandelene har vært stabile over tid,⁵⁷ øvrige konkurrenters markedsandeler,⁵⁸ konkurranseforholdene i markedet⁵⁹, hvilke etablerings- og ekspansjonshindringer som foreligger, samt kunders eventuelle kjøpermakt.⁶⁰

3.4.2 Konkret vurdering

- (80) Konkurransetilsynet har vurdert Ringnes' stilling i det relevante markedet i perioden 2014 til 2018 under konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54.
- (81) Ringnes hadde i perioden 2014 til 2018 høye og stabile markedsandeler på mellom [redacted] og [redacted] prosent av solgt volum i det relevante markedet.⁶¹ Ringnes' markedsandeler gir dermed en presumsjon for at Ringnes hadde en dominerende stilling i markedet i den relevante tidsperioden. Ringnes' markedsandeler var videre betydelig høyere enn konkurrentenes markedsandeler i den relevante tidsperioden, der Hansa som den nest største aktøren hadde markedsandeler på mellom [redacted] og [redacted] prosent, mens øvrige konkurrenter hadde markedsandeler på under [redacted] prosent.⁶²
- (82) Ringnes' stabile og høye markedsandeler, sammenlignet med konkurrentenes markedsandeler, taler for at Ringnes hadde en dominerende stilling i det relevante markedet i den relevante tidsperioden.
- (83) Konkurransetilsynet har vurdert konkurranseforholdene i det relevante markedet i den relevante tidsperioden. Tilsynet har blant annet vurdert styrken og bredden av Ringnes'

⁵⁴ Sak 27/76, *United Brands og United Brands Continental mot Kommisjonen*, avsnitt 66; sak 85/76, *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 39 tredje ledd. Se også NOU 2003: 12, side 58.

⁵⁵ Jf. NOU 2003: 12, side 58.

⁵⁶ Jf. sak 85/76, *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 41; sak T-65/98, *Van den Bergh Foods mot Kommisjonen*, avsnitt 154; sak C-62/86, *AKZO Chemie mot Kommisjonen*, avsnitt 60; sak T-340/03, *France Telecom SA mot Kommisjonen*, avsnitt 100; sak T-336/07, *Telefonica SA mot Kommisjonen*, avsnitt 150; sak E-14/15 *Holship Norge AS og Norsk Transportarbeiderforbund*, avsnitt 83. Se også NOU 2003: 12, side 58.

⁵⁷ Sak 85/76, *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 41; sak T-139/98, *AAMS mot Kommisjonen*, avsnitt 51; sak T-65/98, *Van den Bergh Foods mot Kommisjonen*, avsnitt 154; sak T-336/07, *Telefonica SA mot Kommisjonen*, avsnitt 149.

⁵⁸ Jf. NOU 2003: 12, side 58. Se eksempelvis sak 85/76, *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 48 og sak T-219/99, *British Airways mot Kommisjonen*, avsnitt 210.

⁵⁹ Se eksempelvis sak T-219/99, *British Airways mot Kommisjonen*, avsnitt 91.

⁶⁰ Jf. NOU 2003: 12, side 58. Se eksempelvis sak T-228/97, *Irish Sugar mot Kommisjonen*, avsnitt 97 til 104.

⁶¹ Konkurransetilsynets beregning av markedsandeler viser at Ringnes i den relevante tidsperioden har hatt markedsandeler på henholdsvis [redacted]. Beregningene er basert på svar på pålegg om opplysninger fra 7 Fjell Bryggeri AS, 21. desember 2017 og 12. mars 2019, AMKA AS, 18. april 2018 og 8. mars 2019, Aass Bryggeri AS, 27. mars 2018 og 1. mars 2019, Arendals Bryggeri AS, 24. april 2018 og 8. mars 2019, ASKO Norge AS, 13. april 2018 og 11. mars 2019, Berentsens Bryggerhus AS, 15. april 2018 og 10. mars 2019, Brewery International AS, 16. februar 2018 og 16. april 2019, Grans Bryggeri AS, 15. mars 2018 og 21. februar 2019, Hansa Borg Bryggerier AS, 5. mars 2018 og 22. februar 2019, Lervig AS, 27. august 2018 og 12. mars 2019, Macks Ølbryggeri AS, 13. mars 2018 og 11. mars 2019, Solera Uteliv AS, 11. mars 2019, RCG, 9. mars 2019, Ringnes AS, 27. februar 2019, Servicegrossistene AS, 13. april 2019 og 26. februar 2019, Vectura, 5. mars 2019, Vinhuset AS, 12. april 2018 og 4. mars 2019 og Ægir Bryggeri AS, 17. mars 2019.

⁶² Konkurransetilsynets beregning av markedsandeler viser at Hansa har i den relevante tidsperioden hatt markedsandeler på henholdsvis [redacted] prosent (2014), [redacted] prosent (2015), [redacted] prosent (2016), [redacted] prosent (2017) og [redacted] prosent (2018). Aass Bryggeri var [redacted] markedsaktør med en [redacted] fra [redacted] prosent i 2014 til [redacted] prosent i 2018. Mack var [redacted] markedsaktør med en [redacted] fra [redacted] prosent i 2014 til [redacted] prosent i 2018.

portefølje av merkevarer, Ringnes' service- og distribusjonsnettverk, samt Ringnes' tilknytning til Carlsberg, og sammenlignet dette med tilsvarende forhold hos konkurrentene.

- (84) Ringnes har en bred produktportefølje bestående av sterke merkevarer, både nasjonalt og lokalt/regionalt. Hansa, som den [redacted] største leverandøren i markedet, har i likhet med Ringnes også en bred produktportefølje både nasjonalt og lokalt/regionalt, men har etter tilsynets oppfatning [redacted] merkevarer på nasjonalt plan enn Ringnes. Aass og Mack har [redacted] merkevarer lokalt/regionalt, men en mindre produktportefølje enn Ringnes og [redacted] merkevarer nasjonalt.
- (85) Som vist til i kapittel 1.2 er Ringnes Norges største leverandør av øl. Ringnes er videre en del av det internasjonale konsernet Carlsberg, som er verdens tredje største bryggerikonsern. Ringnes' tilknytning til Carlsberg sikrer etter Konkurransetilsynets oppfatning Ringnes et konkurransefortrinn i markedet gjennom tilgang til merkevarer, bransjekunnskap, innovasjon og finansiell styrke. Det er tilsynets vurdering at disse forholdene skiller Ringnes fra øvrige leverandører i markedet på nasjonalt nivå.
- (86) Konkurransetilsynets undersøkelser viser at Ringnes har et velutbygd servicenettnettverket og at de har distribusjon i hele landet.
- (87) På bakgrunn av det ovennevnte er Konkurransetilsynets vurdering at de øvrige leverandørenes mulighet til å utøve et effektivt konkurransepress på Ringnes nasjonalt i den relevante tidsperioden, har vært og er begrenset.
- (88) Konkurransetilsynet har vurdert ekspansjons- og etableringshindringer i det relevante markedet. I den sammenheng har Konkurransetilsynet blant annet vurdert forhold knyttet til merkevarer, tilgang til produksjon/videresalg av øl og tilgang til service- og distribusjonsapparat.
- (89) Etablering og ekspansjon i markedet kan skje gjennom egenproduksjon, leieproduksjon eller videresalg av øl. For at etableringen eller ekspansjonen skal kunne utgjøre et tilstrekkelig konkurransepress mot eksisterende aktører i markedet, fordrer det imidlertid at det etableres en sterk merkevare eller at en sterk lokal/ regional merkevare ekspanderes til andre områder, eventuelt at leverandøren styrker en allerede etablert merkevare. Normalt er markedsføring en måte å forsere den etableringsbarrieren som merkevarer utgjør, men ølmarkedet skiller seg fra andre markeder ved at det er forbud mot reklame⁶³. En ny tilbyder i markedet kan derfor ikke raskt og effektivt bygge en ny merkevare ved hjelp av markedsføring. Ringnes har etter Konkurransetilsynets vurdering [redacted] nasjonale, lokale og regionale merkevarer og de har [redacted] produksjonskapasitet samt [redacted] tilgang til videresalg av øl blant annet fra Carlsberg. Det følger av Kommisjonspraksis at tilstedeværelsen av sterke merkevarer kan vanskeliggjøre etablering i et marked.⁶⁴
- (90) Etablering i et nasjonalt marked og ekspansjon til en nasjonal aktør forutsetter videre et tilstrekkelig nasjonalt service-, salgs- og distribusjonsapparat. Konkurransetilsynet er av den oppfatning at det er kostnads- og tidkrevende å etablere eller utvide et tilstrekkelig service-, salgs- og distribusjonsapparat nasjonalt til å kunne utøve et merkbart konkurransepress på Ringnes.
- (91) Konkurransetilsynet er på bakgrunn av det ovennevnte av den vurdering at det foreligger ekspansjons- og etableringshindringer i markedet som har medført at Ringnes ikke har vært utsatt for et sterkt konkurransepress fra etablerte og potensielle konkurrenter.
- (92) Konkurransetilsynet har vurdert om det foreligger kjøpermakt i det relevante markedet som i tilstrekkelig grad kan motvirke Ringnes' mulighet til å utøve markedsrett.
- (93) Markedet består av mange kunder av ulik størrelse, fra mindre serveringssteder til større innkjøpsgrupperinger. Konkurransetilsynets undersøkelser viser at de mindre serveringsstedene har ingen eller svært begrenset kjøpermakt, mens de større kundene i markedet, som innkjøpsgrupperinger, kan ha en viss grad av kjøpermakt.

⁶³ Se LOV-1989-06-02-27 - Lov om omsetning av alkoholholdig drikk m.v. (alkoholloven), kapittel 9.

⁶⁴ Se sak 27/76 *United Brands og United Brands Continental mot Kommisjonen, avsnitt 93 og 112*.

- (94) Konkurransetilsynets vurdering er at kjøpermakt ikke har forhindre Ringnes' utøvelse av markedsrett i den relevante perioden.

3.4.3 Konklusjon

- (95) På bakgrunn av det overstående er det Konkurransetilsynets vurdering at Ringnes er dominerende i markedet for salg av øl til serveringssteder i Norge.

3.4.4 Dominans i en vesentlig del av EØS

- (96) For at EØS-avtalen artikkel 54 skal komme til anvendelse, må Ringnes ha hatt en dominerende stilling innen det territorium som er omfattet av EØS-avtalen, eller i en vesentlig del av dette territorium, jf. artikkel 54 første ledd.
- (97) Det følger av EU-domstolens avgjørelse i Suiker Unie mot Kommisjonen at:
« [...] *the pattern and volume of the production and consumption of the said product as well as the habits and economic opportunities of vendors and purchasers must be considered.* »⁶⁵
- (98) Videre er det lagt til grunn i rettspraksis fra EU/EØS at en dominerende stilling som dekker et helt medlemslands territorium normalt vil anses å dekke «en vesentlig del» av EØS.⁶⁶
- (99) Konkurransetilsynets vurdering er at markedet for salg av øl til serveringssteder er nasjonalt, jf. avsnitt (76), og at Ringnes er dominerende i dette markedet.
- (100) Konkurransetilsynets vurdering er derfor at Ringnes er dominerende i «en vesentlig del» av EØS, og at EØS-avtalen artikkel 54 kommer til anvendelse.

3.5 Utilbørlig utnyttelse

3.5.1 Rettslig utgangspunkt

- (101) Konkurranseloven § 11 og artikkel 54 i EØS-avtalen forbyr foretak å utilbørlig utnytte sin dominerende stilling. Utilbørlig utnyttelse omtales også som misbruk.
- (102) Dominerende foretak har, ifølge fast rettspraksis, et særlig ansvar for å ikke la sin atferd skade en effektiv og «ufordrejet» konkurranse.⁶⁷ Rekkevidden av den dominerende aktørens særlige ansvar, herunder hva som utgjør et misbruk, må vurderes i lys av de konkrete omstendighetene i hver enkelt sak.⁶⁸ Dominerende foretak har anledning til å konkurrere, og også konkurrere hardt, så lenge det skjer på grunnlag av ytelser, blant annet med hensyn til pris, utvalg, kvalitet og innovasjon – ofte omtalt som «*competition on the merits*».⁶⁹ Derimot er det ikke adgang for dominerende foretak til å påvirke konkurransen eller konkurransestrukturen ved hjelp av andre midler enn det som må anses som ytelsesbasert konkurranse.⁷⁰ Det følger av fast rettspraksis at det er en presumpsjon for at en dominerende aktørs inngåelse av eksklusivavtaler utgjør et misbruk av dominerende stilling.⁷¹ Slike avtaler forplikter kjøpere til å dekke hele eller det meste av sitt behov fra den dominerende aktøren, og begrenser således kjøpernes frihet til å

⁶⁵ Jf. forente saker 40/73 m.fl., *Suiker Unie m.fl. mot Kommisjonen*, avsnitt 371.

⁶⁶ Jf. sak 127/73, *Belgische Radio en Televisie mot SV SABAM og NV Fonior*, avsnitt 5; sak 26/75, *General Motors Continental mot Kommisjonen*, avsnitt 9; sak C-322/81, *NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin mot Kommisjonen (Michelin I)*, avsnitt 28.

⁶⁷ Jf. Rt. 2011 s. 910 (*Tine-dommen*), avsnitt 69; og blant annet sak 322/81, *NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin mot Kommisjonen (Michelin I)*, avsnitt 57; sak C-202/07 P, *France Telecom mot Kommisjonen*, avsnitt 105; sak C-52/09, *Konkurrenserådet mot TeliaSonera Sverige*, avsnitt 24; sak C-209/10, *Post Danmark mot Konkurrenterådet (Post Danmark I)*, avsnitt 23; sak C-457/10 P, *AstraZeneca mot Kommisjonen*, avsnitt 134; sak C-413/14, *Intel mot Kommisjonen*, avsnitt 135; sak C-23/14, *Post Danmark mot Konkurrenterådet (Post Danmark II)*, avsnitt 71.

⁶⁸ Jf. forente saker C-395/96 P og C-396/96 P, *Compagnie Maritime Belge Transports m.fl. mot Kommisjonen*, avsnitt 114; og sak C-52/09, *Konkurrenserådet mot TeliaSonera Sverige*, avsnitt 84.

⁶⁹ Jf. Rt. 2011 s. 910 (*Tine-dommen*), avsnitt 68. Se også sak C-209/10, *Post Danmark mot Konkurrenterådet (Post Danmark I)*, avsnitt 21; sak C-52/09, *Konkurrenserådet mot TeliaSonera Sverige*, avsnitt 24.

⁷⁰ Jf. Rt. 2011 s. 910 (*Tine-dommen*), avsnitt 68; jf. også sak C-457/10 P, *AstraZeneca mot Kommisjonen*, avsnitt 75; sak C-413/14, *Intel mot Kommisjonen*, avsnitt 136.

⁷¹ Se blant annet sak T-155/06 *Tomra Systems m.fl. mot Kommisjonen* avsnitt 208, sak 85/76, *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen* avsnitt 89 og sak C-413/14 *Intel mot Kommisjonen*, avsnitt 137 og 138.

velge sine leveringskilder og hindrer andre aktører fra å få tilgang til markedet.⁷² Dette gjelder uavhengig av om det er det dominerende foretaket eller avtalemotparten som tar initiativ til forpliktelsen om eksklusivitet, og uavhengig av om avtalemotparten tilkjennes en rabatt til gjengjeld for eksklusivavtalen.⁷³ Det samme gjelder dersom det dominerende foretaket, uten å binde kjøpere til seg gjennom eksklusivavtaler, benytter et system av lojalitetsrabatter, det vil si rabatter som er betinget av at kjøpere dekker hele eller det meste av sitt behov fra det dominerende foretaket.⁷⁴

- (103) Konkurransbegrensende atferd som i utgangspunktet er i strid med forbudet i konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54, kan likevel falle utenfor forbudet dersom det dominerende foretaket kan rettferdiggjøre sin atferd. Dette innebærer at det dominerende foretaket må godtgjøre at atferden enten var objektivt nødvendig, eller at atferdens konkurransebegrensende virkninger kan oppveies av effektivitetsgevinster som også kommer forbrukerne til gode.⁷⁵

3.5.2 Konkurransetilsynets konkurransemessige bekymringer knyttet til om Ringnes avtaler pålegger kundene en forpliktelse til å dekke hele eller det meste av sitt behov for øl fra Ringnes

- (104) Den nedre grensen for hva som ligger i begrepet «hele eller det meste av behovet» er ikke avklart i rettspraksis. I *Hoffmann La Roche* konkluderte EU-domstolen med at det forelå eksklusivavtaler selv om enkelte avtaler hadde mengdeforpliktelser som lå under 80 prosent av kundens behov.⁷⁶ EU-domstolen har i andre saker også ansett mengdeforpliktelser på under 80 prosent som «det meste av kundens behov» og dermed ansett slike forpliktelser som eksklusive.⁷⁷
- (105) Som nevnt i kapittel 2.2 har Ringnes inngått avtaler hvor kundene forpliktet til å kjøpe enten hele eller deler av sitt volum fra Ringnes. I alle avtaler der Ringnes var hovedleverandør inngått mellom januar 2016 og juni 2017 var mengdeforpliktelsene 80 prosent, jf. avsnitt (25). I alle avtaler inngått etter juni 2017 der Ringnes er hovedleverandør er mengdeforpliktelsene nå 75 prosent etter at Ringnes nedjustere mengdeforpliktelsene fra 80 prosent etter Konkurransetilsynets bevissikring, jf. avsnitt (29). Felles for alle avtalene er at mengdeforpliktelsene er knyttet både til volum, sortiment og plass i lokalet, jf. avsnitt (25).
- (106) Konkurransetilsynets konkurransemessige bekymringer er knyttet til at Ringnes' gjeldende avtaler inneholder mengdeforpliktelser i en slik størrelsesorden at avtalene vil kunne anses å utgjøre eksklusivavtaler i henhold til foreliggende EU-rettspraksis. I tillegg er mengdeforpliktelsene i avtalene knyttet til volum, sortiment og plass i lokalet. Dette innebærer at kundene, etter at Ringnes' nedjusterte mengdeforpliktelsene fra 80 prosent til 75 prosent i etterkant av Konkurransetilsynets bevissikring, er forpliktet både til å kjøpe 75 prosent av totalvolum av Ringnes, 75 prosent av alle ølprodukter i sortimentet og gi Ringnes 75 prosent av plassen i lokalet. I tillegg skal Ringnes gis best plassering både på bardisk og i kjøleskap. Kombinasjonene av disse forpliktelsene i avtalene gjør at det er vanskelig for kundene å ta inn øl fra andre leverandører uten å bryte med de nevnte forpliktelsene.
- (107) Konkurransetilsynet er følgelig bekymret for at avtalene gir kundene både plikt og insentiv til å dekke hele eller det meste av sine behov fra Ringnes og at avtalene således kan være eksklusivavtaler.

⁷² Se blant annet sak T-155/06 *Tomra mot Kommisjonen* avsnitt 59, sak 85/76, *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen* avsnitt 89 og 90, sak C-413/14 *Intel mot kommisjonen* avsnitt 137 og Rt. 2011 s 910 (*Tinedommen*) avsnitt 68.

⁷³ Se eksempelvis sak 85/76, *Hoffmann La Roche*, avsnitt 89, sak T-155/06 *Tomra Systems ASA mot Kommisjonen*, avsnitt 209 og sak C-413/14 *Intel mot kommisjonen* avsnitt 137 og 138.

⁷⁴ Se blant annet Sak T-155/06 *Tomra Systems m. fl. mot Kommisjonen*, avsnitt 209, sak 85/76 *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 89 og 90 og sak C-413/14 *Intel mot kommisjonen* avsnitt 137.

⁷⁵ Jf. sak C-209/10, *Post Danmark mot Konkurrencerådet (Post Danmark I)*, avsnitt 41 og 42, med videre henvisninger. Jf. også Sak C-413/14, *Intel mot Kommisjonen*, avsnitt 140.

⁷⁶ Se sak 85/76, *Hoffmann La Roche*, avsnitt 83 a til d.

⁷⁷ Sak T-155/06 *Tomra Systems ASA mot Kommisjonen*, avsnitt 85.

3.5.3 Konkurransetilsynets konkurransemessige bekymringer knyttet til de de konkurransebegrensende virkningene av Ringnes avtaler med kunder

- (108) Som det fremgår av rettslig utgangspunkt, jf. kapittel 3.5.1, er det presumpsjon for at eksklusivavtaler utgjør et misbruk av dominerende stilling siden de begrenser kjøpernes frihet til å velge sine leveringskilder og hindrer andre aktører fra å få tilgang til markedet.
- (109) Konkurransetilsynet er bekymret for at Ringnes' avtaler medfører at kundene er forpliktet til å kjøpe hele eller det meste av sitt behov for øl fra Ringnes, og at Ringnes' avtaler fører til utestengelse av leverandører som ønsker å selge ett eller flere ølprodukter til kunder som dekker hoveddelen av sin etterspørsel etter øl gjennom kjøp fra Ringnes. Ringnes' avtaler kan føre til utestengelse av leverandører som konkurrerer om å overta hoveddelen av salget av øl til den enkelte kunde. Tilsynet er videre bekymret for at Ringnes' avtalepraksis vil bidra til høyere priser og dårligere produktutvalg for konsumentene.
- (110) Det er flere faktorer i avtalene mellom kundene og Ringnes som etter Konkurransetilsynets vurdering kan være egnet til å utestenge andre leverandører fra å konkurrere, både *de jure* og *de facto*. Disse faktorene knytter seg i hovedsak til mengdeforpliktelser⁷⁸, innelåsende rabatter eller bonuser, bindinger knyttet til forskuddsutbetalinger samt betingelser knyttet til teknisk utstyr og oppsigelse.
- (111) Når det gjelder mengdeforpliktelser, som nevnt i avsnitt (25), er bekymringen at kravet om at Ringnes' kunder må dekke hele eller det meste av sitt behov for øl fra Ringnes, gjør det vanskelig for andre leverandører å selge ett eller flere produkter til Ringnes' kunder. Mengdeforpliktelsene kan, som nevnt i avsnitt (106), videre forsterkes ved at de er knyttet til volum, sortiment og plass i lokalet, og dermed kan låse mer enn 75 prosent av kundens behov for øl.
- (112) Konkurransetilsynets bekymringer hva gjelder innelåsende rabatter eller bonuser, som er omtalt i avsnitt (26), er at de fratar kundene insentiv til å kjøpe øl fra andre leverandører i avtaleperioden. At kundenes insentiver til å ta inn øl fra andre leverandører svekkes, følger av at økonomiske ytelser som sortimentsrabatter og -bonuser gir en økt rabatt på samtlige ølprodukter etter at kunden har nådd et bestemt antall Ringnes-ølprodukter. Tilsynet er videre bekymret for at det kan være vanskelig for andre leverandører å overta hoveddelen av salget av øl fra Ringnes i de tilfellene der kundene ikke har nedbetalt forskuddsutbetalingene på volumrabatter fra Ringnes før avtalens utløp.
- (113) Konkurransetilsynets bekymringer hva gjelder forskuddsutbetalinger, som er omtalt i avsnitt (26), er at disse etter tilsynets vurdering, særlig der de gjelder hele sortimentet eller for en tidsperiode utover avtaleperioden, kan gjøre det vanskelig å bytte ut produkter kunder har fått [redacted] rabatt for i avtaleperioden. Videre kan de gjøre det uforholdsmessig kostbart for en ny aktør å overta som hovedleverandør der kunden ikke har oppfylt vilkårene knyttet til forskuddsutbetalingene ved avtalens opphør.
- (114) Konkurransetilsynet er videre bekymret for at klausulen i teknisk låneavtale, som beskrevet i avsnitt (28), der det fremgår at Ringnes' utstyr kun skal benyttes til Ringnes' produkter, kan medføre at Ringnes' har de facto eksklusivitet på serveringssteder hvor det ikke er plass til flere leverandørers teknisk utstyr. Konkurransetilsynets bekymring er knyttet til at dette kan være egnet til å stenge ute leverandører som ønsker å installere eget teknisk utstyr og leverandører som ønsker å benytte plass i Ringnes' utstyr. I de tilfeller hvor det tekniske utstyret er vanskelig eller umulig å demontere, vil også Ringnes etter tilsynets oppfatning kunne ha de facto eksklusivitet.
- (115) Konkurransetilsynets bekymringer knyttet til oppsigelse av avtalene, jf. avsnitt (27) knytter seg hovedsakelig til den forlengede oppsigelsestid som utløses ved bytte eller installasjon av enkeltkomponenter på teknisk utstyr hos kunder. Tilsynet er bekymret for at oppsigelsestiden i realiteten blir lenger enn [redacted] fordi selv mindre reparasjoner eller utskiftninger av teknisk utstyr kan utløse forlenget oppsigelsestid. Dette innebærer at det tar lengre tid før Ringnes' kunder kan ta inn ett eller flere ølprodukter fra andre leverandører. I tillegg

⁷⁸ Mengdeforpliktelser brukes i det følgende som samlebegrep for forpliktelser om å dekke en viss minsteandel av totalt kjøp, å kjøpe et gitt minimumsantall produkter, eller at en gitt andel av plass reserveres Ringnes.

vanskeliggjør forlenget oppsigelsestid muligheten for andre leverandører til å overta som største leverandør. Forlenget oppsigelsestid kan dermed være egnet til å begrense konkurransen i markedet.

- (116) Det er således Konkurransetilsynets bekymring etter en helhetsvurdering at Ringnes' atferd er egnet til å begrense konkurransen i markedet i henhold til konkurranseloven § 11 da den kan hindre kundene fra å fritt velge sine leveringskilder og dermed hindre andre leverandører fra å få tilgang til markedet. Bekymringen er videre knyttet til at en slik konkurransebegrensning vil bidra til høyere priser og dårligere produktutvalg for konsumentene.

3.5.4 Samhandelskriteriet

- (117) Konkurransetilsynet har i henhold til EØS-konkurranseloven § 6, jf. § 7 første ledd, både kompetanse og plikt til å anvende EØS-avtalen artikkel 54 på utilbørlig utnyttelse som er forbudt etter denne bestemmelsen.⁷⁹ For at det skal foreligge et misbruk av dominerende stilling etter EØS-avtalen artikkel 54 kreves det i tillegg til atferd som kan anses som misbruk, at den dominerende stillingen dekker en vesentlig del av EØS-området, jf. kapittel 10.4, og at misbruket «*kan påvirke handelen mellom avtalepartene*» til EØS-avtalen, jf. artikkel 54 første ledd. Sistnevnte vilkår omtales gjerne som samhandelskriteriet.
- (118) Samhandelskriteriet begrenser virkeområdet for EØS-avtalen artikkel 54 til atferd som er egnet til å ha et visst minstenivå av grenseoverskridende virkninger innenfor EØS-området.⁸⁰
- (119) Der et foretak med en dominerende stilling som omfatter en hel EØS-stat begår et utestengende misbruk, kan handelen mellom EØS-stater vanligvis påvirkes. Slik utilbørlig utnyttelse gjør det vanligvis vanskeligere for konkurrenter fra andre EØS-land å komme inn på markedet, noe som er egnet til å påvirke handelsmønsteret.⁸¹
- (120) Som vist i kapittel 3.3.3 legger Konkurransetilsynet til grunn at det relevante markedet er nasjonalt i utstrekning, og markedet utgjør derfor vesentlige deler av EØS-området. Det vises også til at Ringnes' eies av Carlsberg Group, som er et dansk selskap, jf. kapittel 1.2.
- (121) Som vist er det Konkurransetilsynets bekymring at mengdeforpliktelsene i Ringnes' avtaler er egnet til å begrense konkurransen i markedet ved å hindre andre leverandører fra å få tilgang til markedet. Det er derfor tilsynets bekymring at Ringnes' atferd har vært egnet til å gjøre det vanskeligere for konkurrenter også fra andre EØS-land å komme inn på det relevante markedet.
- (122) Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at samhandelskriteriet i EØS-avtalen artikkel 54 er oppfylt, og at bestemmelsen derfor kommer til anvendelse.

3.5.5 Konklusjon om overtredelse av konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54

- (123) Det er Konkurransetilsynets bekymring etter en helhetsvurdering at Ringnes' atferd er egnet til å begrense konkurransen i markedet i henhold til konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54, da den kan hindre kundene fra å fritt velge sine leveringskilder og dermed hindre andre leverandører fra å få tilgang til markedet. Videre er bekymringen at en slik konkurransebegrensning vil bidra til høyere priser og dårligere produktutvalg for konsumentene.

4 Avhjelpende tiltak

4.1 Innledning

- (124) Konkurransetilsynet kan, som nevnt i kapittel 3.2, treffe vedtak med avhjelpende tiltak dersom tiltakene er egnet til og nødvendige for å avhjelpe de konkurransemessige problemene som Konkurransetilsynet har funnet, jf. konkurranseloven § 12 første ledd første punktum og EØS-

⁷⁹ Kunngjøring fra EFTAs overvåkingsorgan, "Retningslinjer om begrepet påvirkning av handelen i EØS-avtalens artikkel 53 og 54" (heretter "samhandelskunngjøringen"), inntatt i EF-tidende C305/34, 30. november 2006, og EØS-tillegget til EF-tidende nr. 59/18, 30. november 2006, avsnitt 9.

⁸⁰ Samhandelskunngjøringen, avsnitt 13.

⁸¹ Samhandelskunngjøringen, avsnitt 93.

konkurranseloven § 6 første ledd. I nødvendighetskriteriet ligger det at tiltakene ikke skal være mer inngripende enn det som må til for å avbøte de konkurransemessige bekymringene i saken.⁸² Tiltakene må altså være forholdsmessige.

- (125) Konkurransetilsynet har en skjønnsmargin når det gjelder den konkrete vurderingen av tiltakene⁸³, og tilsynet kan hensynte virkningene for tredjemenn og andre aktørers oppfatning.⁸⁴
- (126) Nedenfor vil Konkurransetilsynet vurdere hvorvidt de avhjelpende tiltakene er egnet til å på en effektiv måte avhjelpe de konkurransemessige problemene som tilsynet har funnet, samt vurdere forholdsmessigheten av de foreslåtte tiltakene.

4.2 Beskrivelse og vurdering av partenes forslag

- (127) De avhjelpende tiltakene innebærer at Ringnes som hovedregel ikke skal kunne inngå eksklusivavtaler eller avtale at kunder skal kjøpe en gitt minsteandel av sitt behov for øl fra Ringnes. Tiltakene setter også begrensninger for hvilke rabatter og bonuser Ringnes kan tilby sine kunder. Videre forplikter Ringnes seg til å avgi plass i kjøleskap og på bardisk til konkurrenter dersom det er plassmangel hos kunden.
- (128) Som vist i kapittel 1.4 har Ringnes' forslag til avhjelpende tiltak av 7. februar 2020 vært sendt på høring til kunder og konkurrenter av Ringnes. De fleste respondentene har overordnet vært positive til de foreslåtte tiltakene og uttrykt at de opplever at tiltakene vil være egnet til å åpne for mer konkurranse i markedet for salg av øl til serveringssteder. Flere aktører har likevel uttrykt bekymring for at enkelte punkter i tiltakene ikke er tilstrekkelige eller at enkelte punkter i tiltakene kan medføre at Ringnes i for stor grad gis mulighet til å stenge konkurrenter ute av markedet. Ringnes har fått innsyn i høringssvarene og har i brev 30. mars 2020 kommet med sine kommentarer.⁸⁵ Ringnes fremla endelig forslag til avhjelpende tiltak 4. mai 2020, og det er disse som vurderes i det videre
- (129) Ringnes kan ifølge punkt 1 ikke ha avtaler med kunder som gir Ringnes rett til å være ene- eller hovedleverandør av øl, eller rett til å levere en bestemt andel av kundens behov for øl. Videre skal det fremgå klart av Ringnes' avtaler at kundene står fritt til å ta inn øl fra andre leverandører enn Ringnes. Konkurransetilsynet mener at disse begrensningene vil hindre at Ringnes inngår eksklusivavtaler med sine kunder, eller binder kundene til å kjøpe en bestemt mengde øl fra Ringnes. Tiltaket sikrer således at andre leverandører kan få tilgang til å levere øl til kunder Ringnes har avtaler med.
- (130) Noen av høringsinstansene er av den oppfatning at punktet knyttet til Ringnes' leverandørstatus ikke går langt nok eller ikke vil virke, ettersom Ringnes kan etablere klausuler knyttet til hvilke øltyper kundene kan ta inn, og at Ringnes kan gi muntlig informasjon om hvilket øl kunder kan ta inn. Videre blir det pekt på at tiltakene ikke regulerer tredjepartsforhold og at Ringnes dermed kan omgå tiltakene ved å benytte tredjepart.⁸⁶
- (131) Til innvendingene som har kommet, vil Konkurransetilsynet bemerke at det skal fremgå tydelig av Ringnes' avtaler at kunder står fritt til å ta inn øl fra andre konkurrenter og at alle avtaler skal være skriftlige, jf. punkt 11. Dette innebærer at Ringnes ikke kan sette begrensinger på hvilke typer øl kunder kan ta inn fra andre leverandører.
- (132) Når det gjelder bekymringen knyttet til tredjepartforhold, påpeker Konkurransetilsynet at tilsynet ikke har myndighet til å regulere forholdet mellom Ringnes' kunder og tredjeparter i vedtaket. Det følger imidlertid av de avhjelpende tiltakene punkt 1 sjette avsnitt at Ringnes ikke kan kreve eller avtale at kunder som kjøper inn og/eller forhandler om kjøp av øl på vegne av serveringssteder, bruker klausuler som gir Ringnes rett til å være ene- eller hovedleverandør for øl, eller rett til å levere en bestemt andel av serveringsstedets behov for øl. Bruk av tredjepartssamarbeid vil derfor utgjøre en omgåelse av tiltakene som vil kunne

⁸² Ot.prop 75 L (2012-2013) side 29, 2. kolonne.

⁸³ Ot.prop 75 L (2012-2013) side 29, 2. kolonne.

⁸⁴ Ot.prop 75 L (2012-2013) side 29, 2. kolonne.

⁸⁵ Kommentarer til høringssvar – Ringnes AS – 30.03.2020.

⁸⁶ Se brev fra Aass 26. februar 2020 og brev fra Brewery 11. mars 2020.

innebære et brudd på vedtaket. Ringnes bekrefter denne forståelsen av tiltakene i sin tilbakemelding på hørings svarene, der de oppgir at de etter tiltakene ikke har «*mulighet til å påvirke hvilke avtalebetingelser deres kunder har med tredjeparter, jf. ordlyden "ikke kreve eller avtale" i punkt 1, siste avsnitt*».⁸⁷

- (133) I punkt 2 er det gjort unntak fra punkt 1 a, b og c om at Ringnes ikke kan benytte klausuler som gir rett til å være ene- eller hovedleverandør for øl eller som gir rett til å levere en bestemt andel av kundens behov for øl. Disse unntakene er knyttet til sponsoravtaler og levering av øl til arrangører av ulike typer festivaler. Flere av høringsinstansene har menet at unntakene har vært for vidtrekkende og fremstår uhensiktsmessige.⁸⁸ På grunnlag av blant annet innspill i høringsrunden har unntaket blitt ytterligere begrenset ved at det presiseres at det kun gjelder i de tilfeller der Ringnes sponser kultur eller idrett, og ved at det eksplisitt presiseres at unntaket ikke gjelder for eksempel serveringssteder i tilknytning til hoteller og skisteder. Det er Konkurransetilsynets vurdering at dette unntaket vil omfatte en liten andel av markedet for salg av øl til serveringssteder. Videre er det tilsynets vurdering at unntaket vil gjelde avtaler hvor Ringnes må foreta store relasjonsspesifikke investeringer i forhold til omsetning. I slike situasjoner kan slike klausuler bidra til effektivitetsgevinster. Det er derfor tilsynets vurdering at unntaket i liten grad vil begrense egnetheten av tiltakene i punkt 1 til å avhjelpe konkurranseproblemer knyttet til mengdeforpliktelser.
- (134) Ringnes kan ikke benytte retroaktive rabatter, retroaktive bonuser eller tilsvarende retroaktive økonomiske ytelser på øl i avtaler med kunder, jf. tiltakene punkt 3. Bakgrunnen for dette punktet er at retroaktive økonomiske ytelser kan ha tilsvarende innelåsende og utestengende virkninger som eksklusivitetsklausuler ved at de gir kunden insentiv til å handle eksklusivt fra Ringnes. Det er derfor Konkurransetilsynets vurdering at dette punktet er egnet til å sikre at andre leverandører kan få muligheten til å levere ett eller flere ølprodukter til kunder som har avtale med Ringnes, der kunden ønsker dette, uten at det setter begrensninger for at Ringnes kan konkurrere med inkrementelle rabatter innenfor de rammer som konkurranseloven setter.
- (135) Noen av høringsinstansene er av den oppfatning at punktet knyttet til rabatt og bonus ikke går langt nok, fordi det kan utvikles et eget prissystem for lojale kunder og fordi Ringnes fremdeles kan regulere hvilken rabatt eller bonus som skal gis på grunnlag av det volum eller den prosentandel kundene kjøper fra Ringnes.⁸⁹
- (136) Til innvendingene som har kommet, vil Konkurransetilsynet bemerke at ettersom Ringnes kun kan tilby inkrementelle rabatter, vil Ringnes i mindre grad kunne låse kunder inne gjennom bruk av rabatter. Videre bemerkes det at Ringnes er forhindret fra å gi bonus på grunnlag av hvor stort volum eller hvor stor prosentandel av sitt behov for øl kunden kjøper fra Ringnes, jf. tiltakene punkt 1. Ringnes har også i sine tilbakemeldinger på hørings svarene bekreftet at de ikke har anledning til å ha «to prissystem» som følge av sine forpliktelser etter tiltakene.⁹⁰
- (137) Ringnes skal heller ikke etter tiltakets punkt 4 ha sortimentsrabatter eller -bonuser i avtalene om salg av øl. Bakgrunnen for tiltaket er at sortimentsrabatter og -bonuser kan ha tilsvarende innelåsende og utestengende virkninger som retroaktive rabatter, og på den måten gi kunder insentiv til å handle eksklusivt fra Ringnes. Det er således Konkurransetilsynets vurdering at dette punktet er egnet til å åpne for at andre leverandører får levere ett eller flere produkter til kunder som har avtale med Ringnes, der kunden ønsker dette.
- (138) Ringnes kan fremdeles tilby varelinjerabatter og/eller -bonuser til sine kunder. I tiltakets punkt 4 fremgår det at Ringnes, for ett nytt ølprodukt som kunders sortiment utvides med, kan stille som vilkår for å yte varelinjerabatt- eller bonus at kunden beholder det nye produktet i sortimentet i 12 måneder. For dette ene produktet kan Ringnes videre kreve at utbetalt varelinjerabatt eller -bonus skal tilbakebetales dersom forpliktelsen brytes. Unntaket har et så begrenset omfang at Konkurransetilsynet finner at det ikke fratår tiltakets egnethet til å åpne

⁸⁷ Kommentarer til hørings svar – Ringnes AS – 30.03.2020

⁸⁸ Se brev fra Aass 26. februar 2020 og brev fra Trysil Bryggeri AS 5. mars 2020.

⁸⁹ Se brev fra Kinn 25. februar 2020 og brev fra Brewery 11. mars 2020.

⁹⁰ Kommentarer til hørings svar – Ringnes AS – 30.03.2020.

for at andre leverandører kan komme inn, både som hovedleverandør og som leverandør av ett eller flere ølprodukter i avtaleperioden, dersom kunden ønsker dette.

- (139) Ringnes forplikter seg i punkt 5 til at bonus, markedsstøtte og lignende ikke skal forskuddsutbetales for et tidsrom som går utover avtaleperioden. Kunder skal videre til enhver tid innenfor avtaleperioden kunne velge å tilbakebetale eventuell skyldig forskuddsutbetalt bonus, rabatt eller markedsstøtte. Det er Konkurransetilsynets vurdering at punktet sikrer at kunder ikke er bundet til Ringnes ved avtaleperiodens utløp. I tillegg er punktet egnet til å sikre at kundene kan tre ut av avtalene før avtalenes utløp også der de har mottatt forskuddsutbetaling. Punktet er dermed egnet til å sikre at andre leverandører kan levere produkter ved siden av Ringnes i avtaleperioden, og sikre at andre leverandører kan overta som hovedleverandør ved utløp av avtaleperioden.
- (140) I punkt 5 settes det videre begrensninger på hvor mye Ringnes kan kreve tilbakebetalt av forskuddsutbetalinger som er utbetalt for gjennomføring av på forhånd avtalte aktiviteter. Det er Konkurransetilsynets vurdering at punktet sikrer kundene forutberegnelighet knyttet til hvilke forpliktelser de påtar seg ved å motta forskuddsutbetaling, og forutberegnelighet knyttet til hvor stor del av forhåndsutbetalingen som må tilbakebetales ved oppsigelse av avtalen. Punktet sikrer videre kunder mulighet til å tilbakebetale forskudd i avtaleperioden dersom de tar inn konkurrerende ølprodukter. Når alle aktiviteter knyttet til forskuddsutbetaling er avtalt på forhånd, er det videre tilsynets vurdering at det vil være enklere å beregne forholdsmessig andel av det utbetalte beløpet som skal tilbakebetales. Denne forutberegneligheten vil gjøre det enklere for andre leverandører både å inngå avtaler med kunder mens de har avtale med Ringnes, og å overta som hovedleverandør ved utløp av kunders avtaleperiode med Ringnes.
- (141) Det fremgår av punkt 6 at Ringnes senest må utbetale rabatter, bonuser og tilsvarende økonomiske ytelser i forbindelse med opphør av avtalen. Det er Konkurransetilsynets vurdering at punktet er egnet til å hindre at kundene blir bundet til Ringnes utover varigheten på avtaleperioden. Det er videre tilsynets vurdering at tiltaket kan gjøre det lettere for andre leverandører å overta som hovedleverandør for kundene, og at det dermed er egnet til å skape mer konkurranse om kundene. Samtidig er tiltaket tilpasset markedssituasjonen, slik at Ringnes har et handlingsrom med tanke på når i avtaleperioden utbetaling skal skje.
- (142) Flere av høringsinstansene har påpekt at punkt 5 og 6 i tiltakene ikke går langt nok eller ikke vil fungere ettersom leverandører ikke bør kunne være finansieringspartner, fordi mindre leverandører ikke har midler til å yte samme økonomiske ytelser som Ringnes, og fordi de økonomiske ytelsene kan være egnet til å skape bindinger mellom Ringnes og kunden.⁹¹
- (143) Til disse innvendingene vil Konkurransetilsynet bemerke at forskuddsutbetalinger kan være til stor nytte for serveringssteder som mangler likviditet. Serveringsstedenes behov tilsier således at det bør gis tillatelse til forskuddsutbetalinger innenfor de rammer som konkurranseloven setter.
- (144) Samlet sett er Konkurransetilsynets vurdering således at tiltakets punkt 5 og 6 i tilstrekkelig grad hindrer Ringnes fra å gi forskuddsutbetalinger som fører til at andre aktører kan bli utestengt fra å konkurrere om kundene.
- (145) Ringnes' avtaler med kunder skal etter punkt 7 ikke utelukke at kundene benytter teknisk utstyr fra andre leverandører og plasserer dette utstyret synlig for sluttbruker, samt heller ikke utelukke at andre leverandører bruker sine varemerker hos kundene. Det er Konkurransetilsynets vurdering at punktet er egnet til å gjøre det lettere for andre leverandører å levere ett eller flere ølprodukter dersom kunden ønsker det, og tiltaket åpner dermed for økt konkurranse.
- (146) Etter punkt 8 kan Ringnes kreve at glass og annet utstyr de har levert til kunder, utelukkende benyttes til Ringnes' produkter, men et slikt krav skal ikke hindre kunder som har begrenset plass fra å selge øl fra andre leverandører. Ved plassmangel hos kunden skal Ringnes tillate at kunden kan benytte inntil en femtedel av Ringnes' kjøleskap til produkter fra andre

⁹¹ Se brev fra Aass Bryggeri AS 26. februar 2020, brev fra RCG 27. februar 2020, brev fra Balder Brygg AS 26. februar 2020, brev fra Trysil Bryggeri AS 5. mars 2020 og brev fra Brewery 11. mars 2020.

leverandører, at kunden avgir plass til utstyr fra andre leverandører også der det innebærer at Ringnes demonterer sitt utstyr og at andre leverandører gis mulighet til linjeleie i Ringnes' utstyr. Som utgangspunkt skal leverandørene eller kunden selv bekoste og installere det utstyret som er nødvendig for å servere øl, og dermed er det etter Konkurransetilsynets vurdering ikke uforholdsmessig at Ringnes kan kreve en rimelig leiepris av leverandører som leier plass i Ringnes' utstyr.

- (147) Det er Konkurransetilsynets vurdering at punkt 8 er egnet til å gi andre leverandører tilstrekkelige muligheter for innpass hos kundene der det er plassmangel i kundens fysiske lokaler. Tiltaket åpner således for økt konkurranse og hindrer samtidig at det oppstår de facto eksklusivitet. Samtidig er det tilsynets vurdering at punktet sikrer Ringnes' eiendomsrett til teknisk utstyr i tilstrekkelig grad, ettersom Ringnes ikke har noen plikt til å finansiere andre leverandørers inntreden i markedet.
- (148) Noen av høringsinstansene er av den oppfatning at punkt 7 og punkt 8 enten ikke går langt nok, eller at de ikke vil virke, ettersom kundene må bevisstgjøres adgangen til å la konkurrenter benytte sitt eget utstyr, fordi pris for overdragelse av utstyr ikke er regulert, og fordi pris og vilkår for linjeleie ikke er regulert i større grad.⁹² I tillegg er det uttrykt bekymring for adgangen til linjeleie på Draughtmaster, et system Ringnes er alene om å levere i Norge.⁹³
- (149) Til innvendingene som har kommet til punkt 7 og 8, vil Konkurransetilsynet bemerke at tiltakene skal være åpent kjent for alle, og at en forvalter skal påse at de blir etterfulgt.⁹⁴ Når det gjelder bekymringer knyttet til Draughtmaster-systemet, viser Konkurransetilsynet til at Ringnes har gjort det klart overfor tilsynet at det er mulig å koble andre aktørers fat på Ringnes' linjer selv om Ringnes har innført det nye Draughtmaster-systemet.⁹⁵
- (150) I punkt 9 begrenses varigheten av Ringnes' avtaler samt muligheten for forlengelse, og etter punkt 10 kan det ikke avtales lengre oppsigelsestid enn seks måneder for avtaler om kjøp av øl. Det er gjort unntak for tilfeller der Ringnes står for installasjon av teknisk utstyr eller yter økonomisk støtte for slik installasjon, men likevel slik at bytte eller reparasjon av enkeltkomponenter ikke gir grunnlag for utvidet oppsigelsestid. Det er Konkurransetilsynets vurdering at punkt 9 og 10 er egnet til å åpne for at andre leverandører kan overta som hovedleverandør både i avtaleperioden og ved avtaleperiodens utløp.
- (151) Det fremgår av punkt 11 at Ringnes kun skal benytte skriftlige avtaler, hvilket etter Konkurransetilsynets vurdering vil sikre forutberegnelighet og notoritet.
- (152) Etter punkt 12 skal Ringnes gjennomføre de avhjelpende tiltakene fra vedtakstidspunktet. For avtaler som er i kraft på vedtakstidspunktet skal tilpasningen til tiltakene punkt 3 og 4 skje fortløpende og senest være på plass 18 måneder etter vedtakstidspunktet. Det er Konkurransetilsynets vurdering at det er nødvendig at Ringnes får 18 måneder til å tilpasse eksisterende avtaler til tiltakene punkt 3 og 4 som følge av den store mengden avtaler som må reforhandles. Punktene om leverandørstatus, varighet og utstyr vil gjelde fra vedtakstidspunktet, og alle nye avtaler må være i samsvar med de avhjelpende tiltakene fra vedtakstidspunktet. Det er tilsynets vurdering at dette er egnet til å sikre effektiv implementering av Ringnes' forpliktelser.
- (153) Ringnes skal rapportere til forvalter, noe som etter Konkurransetilsynets vurdering er nødvendig for å sikre kontroll med at Ringnes overholder de tiltak Ringnes pålegges.
- (154) Etter punkt 14 gjelder vedtaket i seks år og seks måneder. Konkurransetilsynet anser denne perioden som egnet til å gjøre tilsynet i stand til å vurdere om de avhjelpende tiltakene har hatt den ønskede effekten ved å åpne for mer konkurranse.

⁹² Se brev fra Aass Bryggeri AS 26. februar 2020, brev fra RCG 27. februar 2020 og brev fra Trysil Bryggeri AS 5. mars 2020.

⁹³ Se brev fra Hansa Borg Bryggerier AS 25. februar 2020.

⁹⁴ Ot. Prop. 75 L (2012-2013) s. 30, 1 kolonne.

⁹⁵ Kommentarer til høringsvar – Ringnes AS – 30.03.2020.

- (155) Én av høringsinstansene uttrykker at tiltakene bør ha en lengre varighet.⁹⁶ Til dette vil Konkurransetilsynet bemerke at tilsynet har hjemmel til å forlenge vedtakets varighet etter konkurranseloven § 6 siste ledd dersom tilsynet etter en ny vurdering finner dette nødvendig.⁹⁷
- (156) Konkurransetilsynet har etter dette kommet til at forslaget til avhjelpende tiltak samlet sett er egnet til å avhjelpe de konkurransemessige problemene som Konkurransetilsynet har funnet, jf. konkurranseloven § 12 tredje ledd og EØS-konkurranseloven § 6 første ledd.
- (157) Konkurransetilsynet har også funnet at vedtaket ikke går lenger enn det som må anses nødvendig for å avhjelpe de konkurransemessige problemene som Konkurransetilsynet har funnet. Vedtaket oppfyller således kravet til forholdsmessighet.

5 Vedtak

- (158) På denne bakgrunn og med hjemmel i konkurranseloven § 12 tredje ledd jf. konkurranseloven § 11 og EØS-avtalen artikkel 54 har Konkurransetilsynet fattet vedtak med følgende slutning:

Konkurransetilsynet avslutter saken ved at de avhjelpende tiltakene fremsatt av Ringnes gjøres bindende for foretaket:

Ringnes er forpliktet til å opptre i samsvar med konkurranseloven § 11. De avhjelpende tiltakene som fremkommer av vedtaket kommer i tillegg til andre forpliktelser som følger av konkurranseloven § 11.

Tiltakene gjelder avtaler om levering av øl for konsum på serveringssteder i Norge mellom Ringnes og Ringnes' kunder.

Med "Ringnes" menes Ringnes AS, org. nr. 914 670 705, og fremtidige datterselskaper eller andre tilknyttede selskaper hvor Ringnes kan sies å ha bestemmende innflytelse.

Med "kunde" menes foretak som kjøper øl av Ringnes for eget salg til sluttbrukere på serveringssteder, samt grossister (inklusive dagligvaregrossister), innkjøpsorganisasjoner, kjeder, og andre foretak som gjør innkjøp av øl fra Ringnes på vegne av, eller for videresalg til, serveringssteder.

1. Ringnes skal ikke håndheve eksisterende avtaleklausuler med kunder som gir Ringnes rett til;

- a. å være ene- eller hovedleverandør for øl,**
- b. å levere en bestemt prosentandel av kundens behov for øl, eller**
- c. å levere et bestemt volum øl i løpet av avtaleperioden.**

Ringnes skal ikke innta klausuler som nevnt i punkt 1 a, b eller c i nye avtaler med kunder.

Ringnes kan imidlertid, innenfor rammen av konkurranseloven § 11 og punkt 3 og 4 nedenfor, avtale og gjennomføre bruk av rabatter som varierer med volum.

Det skal gå uttrykkelig frem av Ringnes' avtaler med kunder om levering av øl at kundene har rett til å gjøre innkjøp av øl fra andre leverandører enn Ringnes, bortsett fra tilfeller dekket av punkt 2 nedenfor.

Bestemmelsene ovenfor hindrer ikke Ringnes fra å gi tilbud til oppdragsgivere som i en offentlig eller privat anbudsprosess opplyser at de tar sikte på å velge en

⁹⁶ Se brev fra RCG 27. februar 2020.

⁹⁷ Se Ot.prp.nr.6 (2003-2004) side 223, 1. kolonne.

ene- eller hovedleverandør, men forpliktelsene som følger av dette vedtaket gjelder også for avtaler som inngås etter slike anbudskonkurranser.

Ringnes skal ikke kreve eller avtale at kunder som kjøper inn og/eller forhandler om kjøp av øl på vegne av utesteder bruker klausuler som nevnt i punkt 1 bokstav a, b eller c overfor sine medlemmer eller overfor andre avtaleparter. Konkurransetilsynets vedtak regulerer ikke forholdet mellom Ringnes' kunder og tredjeparter.

2. Ringnes kan benytte klausuler som nevnt i punkt 1 bokstav a og/eller b og/eller c i deres sponsoravtaler og ved levering av øl til arrangører av ulike typer festivaler.

Med sponsoravtale menes en avtale om at Ringnes' skal gi økonomisk støtte til en virksomhet innen kultur eller idrett som åpenbart har annet primærformål enn å drive serveringsvirksomhet mot at Ringnes' merkevarer eksponeres for et publikum, f.eks. på en idrettsklubbs arena eller på et arrangement av midlertidig karakter som har som hovedformål å vise fotball-VM, -EM eller andre idrettsarrangementer, eller på teater eller i konserthus som har det vesentlige av sine inntekter fra salg av konsertbilletter og offentlig støtte. Støtte til f.eks. serveringssteder på hoteller, skisteder og tradisjonelle musikkpuber omfattes ikke.

Med festivaler menes midlertidige kulturtilbud rettet til sluttbrukere, hvor kulturtilbudet er det primære formålet med arrangementet.

3. Ringnes skal ikke gi retroaktive rabatter på øl i avtaler med kunder. En rabatt er retroaktiv dersom kjøp av et volum som overstiger en gitt terskel, utløser rabatt for større deler av volumet enn den delen som overskrider terskelen. Prinsippet gjelder også bonuser og tilsvarende økonomiske ytelser fra Ringnes.

4. Ringnes skal ikke gi sortimentsrabatter eller -bonuser som omfatter øl i avtaler med kunder.

Dette er ikke til hinder for at Ringnes ved utvidelsen av en avtale til å dekke ett eller flere nye ølprodukt gir en egen varelinjerabatt eller –bonus på hvert produkt som sortimentet utvides med, uavhengig av om produktet er nytt i markedet eller ikke. Ringnes kan for ett av disse nye produktene stille som vilkår for å yte slik rabatt eller bonus at kunden beholder vedkommende produkt i sitt sortiment i 12 måneder, og at utbetalt varelinjerabatt eller –bonus for profileringen tilbakebetales dersom denne forpliktelsen brytes. Når denne 12 måneders perioden er utløpt eller kunden og Ringnes i løpet av 12 månedersperioden avtaler å avslutte støtten til det utvalgte produktet, kan adgangen til å bruke dette virkemiddelet benyttes for ett annet nytt ølprodukt.

Adgangen til å kreve tilbakebetaling av varelinjerabatt eller -bonus dersom produktet tas ut av sortimentet før utløpet av den avtalte perioden gjelder uansett ikke dersom produktet tas ut av sortimentet av Ringnes for å gi plass til andre leverandører iht. punkt 8.

Kundens forpliktelser iht. denne bestemmelsen skal ikke gjelde for et tidsrom som går ut over avtalens varighet.

5. Ringnes kan ikke forskuddsbetale kunder for et tidsrom som går ut over avtaleperioden.

Kunder skal også innenfor avtaleperioden kunne velge å tilbakebetale eventuell skyldig forskuddsutbetalbonus, rabatt eller markedsstøtte.

Dersom Ringnes helt eller delvis forskuddsbetaler kunder (i form av en bonus, markedsstøtte eller lignende) for gjennomføring av på forhånd avtalte aktiviteter knyttet til kundens servering av øl, og kunden avslutter samarbeidet med Ringnes mht. øl uten at betingelsene for utbetalingen er oppfylt, kan Ringnes kreve tilbakebetalt en forholdsmessig andel av det utbetalte beløpet. Med på forhånd avtalte aktiviteter menes for eksempel eksponering, installering av kundens eget teknisk utstyr til bruk ved omsetning av øl, oppussing, kjøp eller leie av serveringssteder.

6. Punkt 3, 4 og 5 begrenser ikke Ringnes' adgang til å avtale utbetalingstidspunkt for rabatter, bonuser og tilsvarende økonomiske ytelser særskilt. Alle opptjente rabatter skal likevel utbetales senest i forbindelse med opphør av avtalen.

7. Ringnes kan levere teknisk utstyr og produkter påført Ringnes' varemerker til kunder. Med unntak for tilfeller der Ringnes er eneleverandør i tråd med punkt 2, skal Ringnes' avtaler ikke utelukke at kunden;

a. benytter teknisk utstyr (tappetårn, kjøleskap m.m.) fra andre leverandører til produkter som ikke er fra Ringnes, samt plasserer disse tappetårnene og kjøleskapene slik at de er synlige for sluttbrukeren.

b. tillater andre leverandører å bruke sine varemerker på sine produkter på kundens serveringssted, for eksempel ved bruk av glass med varemerker.

8. Ringnes kan kreve at glass og annet utstyr levert til kunder av Ringnes kun brukes til Ringnes' produkter. Med unntak for tilfeller der Ringnes er eneleverandør i tråd med punkt 2, skal Ringnes' avtaler likevel tillate at;

a. kunden benytter inntil en femtedel av Ringnes' kjøleskap til øl fra andre leverandører når hele eller deler av Ringnes' kjøleskap er synlig for sluttbrukeren ved bestilling, dersom det ikke er plass til kjøleskap fra andre leverandører på serveringssteder i områder der sluttbrukeren kan se det. Ringnes bestemmer selv hvor i Ringnes' kjøleskap øl fra andre leverandører skal stå, så lenge den samlede plassen de tildeles utgjør en femtedel av kjøleskapets hylleplass og så lenge produktets merkevare er synlig for sluttbrukeren.

b. kunden avgir plass på serveringsstedet til tanker, fat og utstyr fra andre leverandører, også der dette medfører at Ringnes må demontere installert utstyr. Slik demontering må skje innen 1 måned etter at Ringnes har mottatt skriftlig varsel fra kunden om å avgi slik plass. Demontering må skje innen 2 måneder når slikt varsel mottas mellom 1. mai og 31. juli.

c. andre leverandører kan leie plass i ølslanger, fatkobling, kompressorer, tappetårn, ølkjølere, kjølerom og annet lignende utstyr for bruk ved tapping av øl uansett om utstyret eies av Ringnes, dersom det ikke er plass til slikt utstyr fra

andre leverandører (linjeleie). Ringnes skal ikke vanskeliggjøre tilkoblingen. Ringnes har ikke plikt til å la en eventuell avtale om linjeleie omfatte leietakers rett til å disponere over Ringnes' immaterielle rettigheter. Ringnes kan alltid velge å demontere hele eller deler av det installerte utstyret istedenfor å tilby linjeleie. Slik demontering må skje innen 1 måned etter at Ringnes har mottatt skriftlig henvendelse fra leverandøren om å leie plass. Demontering må skje innen 2 måneder når slikt varsel mottas mellom 1. mai og 31. juli. Dersom Ringnes' beskyttelse av immaterielle rettigheter hindrer linjeleie, skal Ringnes demontere hele eller deler av det installerte utstyret.

Leieprisen skal bestemmes ut fra den andel av utstyret kunden bruker til andre leverandører og totalverdien på utstyret. Leieprisen tilkommer Ringnes og skal ikke være usaklig diskriminerende. Ringnes har adgang til å stille betingelser for bruken av utstyret for å beskytte kvaliteten på Ringnes' produkter og utstyr.

9. Ringnes skal ikke inngå avtaler med kunder som har lenger varighet enn 3 år. Dette er ikke til hinder for at Ringnes og kunden kan avtale at avtalen forlenges automatisk med 12 måneder en gang hvis ingen av partene skriftlig sier opp innen en avtalt frist før avtalens utløp. Denne varighetsbegrensningen hindrer heller ikke Ringnes fra å gi tilbud til og inngå avtale med oppdragsgivere som i en offentlig eller privat anbudsprosess opplyser at de tar sikte på å inngå en avtale med lengre varighet enn 3 år, så lenge ikke avtalen som inngås overstiger 5 år.

10. Ringnes kan ikke avtale at kunder skal ha lenger oppsigelsestid enn 6 måneder for avtaler om kjøp av øl.

Dersom Ringnes installerer eller totalrenoverer Ringnes' eller kundens tekniske utstyr på serveringsstedet som benyttes for leveranse av øl fra Ringnes, kan avtalen gjøres uoppsigelig i 6 måneder regnet fra tidspunktet for installasjonen eller endringen. Deretter gjelder den ordinære 6 måneders fristen, slik at avtalen kan opphøre tidligst 12 måneder etter installasjonen eller endringen.

Det samme gjelder dersom Ringnes yter økonomisk støtte som skal dekke alt eller det vesentligste av kostnadene kunden har for å selv installere eller totalrenovere Ringnes' eller kundens tekniske utstyr. Den uoppsigelige perioden på 6 måneder iht denne bestemmelsen regnes fra det tidspunkt utstyret ble tatt i bruk.

Bytte eller reparasjon av enkeltkomponenter som allerede er installert eller økonomisk støtte til dette gir ikke grunnlag for forlenget oppsigelsestid.

Bestemmelsene ovenfor gir ikke grunnlag for en oppsigelsestid som varer utover avtalens varighet.

11. Ringnes skal kun benytte skriftlige avtaler med kunder. Ved motstrid mellom en avtale med en kunde og bestemmelser i dette vedtaket, skal kunden kunne kreve vedtakets bestemmelse lagt til grunn som en del av avtalen.

12. Ringnes skal gjennomføre tiltakene i bestemmelsene ovenfor fra vedtakstidspunktet.

Avtaler som er i kraft på vedtakstidspunktet skal tilpasses bestemmelsene i punkt 3 og 4 innen 18 måneder fra vedtakstidspunktet. Ved inngåelse av nye avtaler og

reforhandling av eksisterende avtaler skal punkt 3 og 4 etterleves, selv om slik avtaleinngåelse eller reforhandling skjer før de 18 månedene er utløpt.

13. Ringnes skal rapportere til en forvalter om gjennomføringen av disse tiltakene iht bestemmelsene nedenfor.

Ringnes skal gi forvalter tilgang til alle sine gjeldende skriftlige kontrakter som dekkes av dette vedtaket senest innen 2 måneder etter at vedtak er truffet.

Ringnes skal oversende nye kontrakter som dekkes av dette vedtaket til forvalter to ganger i året, innen henholdsvis 31. mars og 30. september.

Rapporteringen skal skje elektronisk i et format fastsatt i samråd med tilsynet eller forvalter.

14. Dette vedtaket gjelder i 6 år og 6 måneder fra vedtakstidspunktet.

- (159) Konkurransetilsynet vil ikke gå videre med saken etter konkurranseloven § 12 første ledd og konkurranseloven § 29 dersom tiltakene gjennomføres.
- (160) Vedtaket kan påklages, jf. forvaltningsloven § 28. Klagefristen er tre uker, jf. konkurranseloven § 29. Klagen stiles til Konkurransklagenemnda, men sendes til Konkurransetilsynet. Ved klage over vedtaket kan Konkurransklagenemnda oppheve eller stadfeste vedtaket, jf. konkurranseloven § 12 tredje ledd.

Med hilsen



Lars Sørgeard (e.f.)
konkurransedirektør

Mottaker
Advokatfirmaet Thommessen AS

Postadresse
Postboks 1484 Vika

Poststed
0116 OSLO
Norge

Kontakt/e-post
Siri Teigum
ste@thommessen.no

Kopi til: