

Påstått konkurrensproblem – Spelmarknaden

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket kommer inte att utreda saken ytterligare.

Ärendet

Konkurrensverket har efter klagomål mot koncernen AB Svenska Spel (koncernen benämns fortsättningsvis *Svenska Spel* medan moderbolaget AB Svenska Spel skiljt från övriga koncernen benämns *moderbolaget*) inlett en utredning enligt konkurrenslagen (2008:579) (KL). Klagomålet avsåg inledningsvis flera förfaranden, bland annat Svenska Spels agerande vid marknadsföring av speltjänster. Under utredningen har det framkommit att Svenska Spel upphört med vissa ageranden vid årsskiftet 2018/2019 och genomfört ytterligare förändringar under ärendets gång. Utredningen har därför framför allt fokuserat på Svenska Spels användning av namnet Svenska Spel och figurvarumärket Vinnargubben (i fortsättningen gemensamt benämnda huvudvarumärket).¹

Klagomålet

Konkurrensverket mottog den 8 februari 2019 ett klagomål från Branschföreningen för onlinespel (BOS) angående missbruk av dominerande ställning enligt artikel 102 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (FEUF) och 2 kap. 7 § KL. BOS har ett 20-tal medlemmar och företräder spelbolag och utvecklare av onlinespel som vänder sig till svenska konsumenter. BOS har även inkommit med ett antal yttranden där de beskrivit de upplevda konkurrensproblemen ytterligare, särskilt gällande användningen av huvudvarumärket.

Enligt BOS missbrukar Svenska Spel sin dominerande ställning på lotteri-marknaden genom att använda den som hävstång på den konkurrensutsatta

¹ Ordvarumärke med reg. nr 357397 ("SVENSKA SPEL") och figurvarumärken med reg. nr 015418718 (Vinnargubben i svartvitt) samt 015418767 (Vinnargubben i färg).

marknaden för kommersiellt onlinespel och vadhållning där Svenska Spels dotterbolag Svenska Spel Sport & Casino AB (Sport & Casino) verkar.

Missbruket består enligt BOS i en rad olika förfaranden: (a) användningen av huvudvarumärket, som byggts upp inom ramen för den statliga ensamrätten, i den konkurrensutsatta verksamheten, (b) hänvisning till Sport & Casino på Svenska Spels hemsida och i mobilapplikation (app) för turspel samt (c) fortlöpande information om betydelsen av två konton till alla Svenska Spels kunder, även till kunder som endast spelar turspel.

Agerandena utgör enligt BOS inte pris- och prestationskonkurrens utan snedvrider konkurrensen. De medför också inträdes- och expansionshinder för andra aktörer på den nyligen konkurrensutsatta marknaden.

BOS menar att Svenska Spel genom marknadsföring av huvudvarumärket tillägnar sig samordningsfördelar som inte är möjliga att replikera för en konkurrent som i övrigt är lika effektiv eftersom en stor del av Svenska Spels verksamhet bedrivs med en form av ensamrätt. Det resulterar i högre försäljning och större lönsamhet för den konkurrensutsatta verksamheten än vad som annars hade varit fallet. Användningen av huvudvarumärket innebär vidare att Sport & Casino inte behöver klara sig på egna meriter och utifrån sina egna ekonomiska förutsättningar. Korssubventionering av den konkurrensutsatta verksamheten kan därför, enligt BOS, inte undvikas. Svenska Spels agerande innebär även att det blir svårare för konkurrenterna att synas vilket höjer deras marknadsföringskostnader. Det leder i sin tur till att de måste lägga väsentliga resurser på reklam för att hålla samma marknadsandelar som de skulle ha haft utan Svenska Spels agerande.

Svenska Spel har enligt BOS ökat sina investeringar i huvudvarumärket inför omregleringen av spelmarknaden vilket visar att Svenska Spel också förväntar sig en "spill-over-effekt" från huvudvarumärket till den konkurrensutsatta verksamheten.

I klagomålet begär BOS att Konkurrensverket ska ålägga Svenska Spel att särskilja användningen av huvudvarumärket så att det endast används i verksamhet med statlig ensamrätt. BOS begär också att Konkurrensverket ålägger Svenska Spel att upphöra med att på sin hemsida och i en app för turspel hänvisa till sina konkurrensutsatta spel på Sport & Casino. Vidare begär BOS att Svenska Spel åläggs att upphöra att påminna sina turspelskunder om möjligheten att registrera ett konto hos Sport & Casino.

Det fanns inledningsvis även en begäran från BOS om ett interimistiskt ingripande enligt 3 kap. 3 § KL. Konkurrensverket beslutade den 22 februari 2019 att det inte fanns sådana särskilda skäl som krävs för ett interimistiskt beslut.²

Omregleringen av spelmarknaden

Den 1 januari 2019 trädde den nya spellagen (2018:1138) i kraft. Genom omregleringen infördes ett licenssystem omfattande alla spelbolag som tillhandahåller spel om pengar i Sverige. Syftet med omregleringen var bland annat att kanalisera spelandet till tillförlitliga och kontrollerbara erbjudanden för att säkerställa ett högt konsumentskydd och hög spelsäkerhet.

Spellagen innehåller flera typer av licenser. Licens för statligt spel får ges för att tillhandahålla kasinospel på landbaserat kasino, spel på värdeautomater och vissa former av lotterier. En sådan licens får endast ges till ett direkt eller indirekt helägt statligt aktiebolag. Licens för spel för allmännyttiga ändamål får omfatta vissa typer av lotterier och ges endast till ideella föreningar eller liknande. Licens för kommersiellt onlinespel får ges för att tillhandahålla kasinospel, onlinebingo och datorsimulerat automatspel och är öppen att söka för marknads aktörer. Licens för vadhållning får omfatta vadhållning online och annan vadhållning. Denna licensform är också öppen att söka för marknads aktörer.

Enligt den nya spellagen får spel med ensamrätt inte bedrivas av samma juridiska person som bedriver verksamhet som är utsatt för konkurrens. Syftet med bestämmelsen är enligt förarbetena att så långt som möjligt säkerställa konkurrensneutralitet.³ I samband med omregleringen omstrukturerade Svenska Spel därför sin verksamhet så att koncernens olika licenser finns åtskilda i olika bolag. I förarbetena till spellagen betonades att det är Svenska Spels uppgift att bedriva verksamheten på ett sådant sätt att den inte strider mot det konkurrensrättsliga regelverket. Detta innebär bl.a. att det inte får ske otillåten korssubventionering mellan det bolag som bedriver verksamhet med ensamrätt och det bolag som hanterar den konkurrensutsatta verksamheten.⁴

Svenska Spel

Svenska Spel är ett statligt helägt aktiebolag som erbjuder spel i Sverige. Bolaget ska på affärsmässiga grunder bl.a. anordna spel om pengar. Svenska Spel har licens för spel förbehållet staten, dels lotterier som bedrivs inom affärsområdet *Tur*, dels värdeautomater som bedrivs inom affärsområdet *Casino Cosmopol & Vegas*. Båda verksamheterna bedrivs av moderbolaget AB Svenska Spel. Kasinospel på landbaserat kasino, även det med licens förbehållen staten, ingår också i affärsområdet *Casino Cosmopol & Vegas* men bedrivs av dotterbolaget Casino Cosmopol AB (Casino Cosmopol). Moderbolaget och Casino Cosmopol är

² Konkurrensverkets beslut den 22 februari 2019 i ärende med dnr 128/2019.

³ Prop. 2017/18:220, *En omreglerad spelmarknad*, s. 116–117.

⁴ Prop. 2017/18:220, *En omreglerad spelmarknad*, s. 270.

de enda aktörerna inom spelområdet med licens för spel förbehållet staten. Den konkurrensutsatta verksamheten med allmän licens för kommersiellt onlinespel och vadhållning utgör affärsområdet *Sport & Casino* och bedrivs sedan den första januari 2019 av det nybildade dotterbolaget *Sport & Casino*.

Under 2018 uppgick Svenska Spel-koncernens totala nettospelsintäkter⁵ till 8,8 miljarder kronor. Av de totala intäkterna var 4,8 miljarder kronor hänförliga till affärsområdet *Tur*, 2,0 miljarder kronor avsåg affärsområdet *Casino Cosmopol & Vegas* och resterande 2,0 miljarder kronor avsåg affärsområdet *Sport & Casino*.

Utredningar gällande spelmarknaden

I förarbetena till spellagen angavs att Svenska Spels anpassning till de nya reglerna borde följas upp särskilt.⁶ Regeringen har därefter gett en särskild utredare i uppdrag att analysera hur Svenska Spel strukturerat om sin verksamhet med anledning av reformen, och överväga om ytterligare åtgärder krävs för att tillgodose de krav som följer av den nya regleringen. Uppdraget ska redovisas senast den 31 oktober 2020.⁷

Även Statskontoret har av regeringen fått i uppdrag att följa upp och utvärdera omregleringen av spelmarknaden. Uppföljningen och utvärderingen ska bl.a. omfatta konkurrensförhållandena på den svenska spelmarknaden. Uppdraget ska redovisas årligen t.o.m. 2022.⁸

Konkurrensverkets utredning

Huvudsakliga utredningsåtgärder

Konkurrensverket har i ärendet inhämtat uppgifter bl.a. gällande Svenska Spels marknadsföring av spelprodukter, uppföljningar gällande varumärkesimage och igenkänning, kostnader för och effekter av investeringar i varumärkesbyggande samt uppgifter gällande licensavgiften för nyttjande av huvudvarumärket. Vidare har Konkurrensverket inhämtat uppgifter från, och haft möten med, konkurrerande spelbolag. Konkurrensverket har också haft kontakt med Spelinspektionen, Statskontoret och Konsumentverket.

Ärendets gång

Under ärendets gång har Svenska Spel meddelat Konkurrensverket att företaget har tagit bort hänvisningarna till *Sport & Casino* på hemsida och i app för turspel. Liknande förändringar har även gjorts avseende bildskärmar hos Svenska Spels ombud. Svenska Spel har också informerat om att gemensamma informationsutskick till kunder inte har gjorts efter den 1 januari 2019.

⁵ Spelarnas insats (bruttospelsintäkter) minus vinnarnas andel.

⁶ Prop. 2017/18:220, *En omreglerad spelmarknad*, s. 279.

⁷ Dir. 2018:47, *Centrala frågor vid omregleringen av spelmarknaden*.

⁸ Regeringsbeslut, 2018-04-05, Fi2018/01523/OU.

Utredningen har därför i huvudsak gällt frågor kopplade till användningen av huvudvarumärket.

Under ärendets gång har Svenska Spel vidare beslutat om att göra uppehåll i all marknadsföring för onlinekasino i köpta mediekkanaler.

Marknadsförhållanden

Vadhållning och kommersiellt onlinespel

Licensområdena med den sammanlagda största nettoomsättningen är de konkurrensutsatta delarna med licenser för vadhållning och kommersiellt onlinespel där Sport & Casino verkar. Första halvåret 2019 var nettoomsättningen för vadhållning och kommersiellt onlinespel knappt 7 miljarder kronor fördelat på ett sextiotal företag. Av dessa hade ett tiotal företag en nettoomsättning som översteg 100 miljoner kronor och två företag hade en nettoomsättning som översteg 1 miljard kronor (omsättningen för ATG var cirka 2 miljarder kronor och för Sport & Casino cirka 1 miljard kronor). Andra stora aktörer är Spooniker Ltd med varumärken som Unibet och Maria Casino samt Betsson Nordic Ltd med varumärket Betsson. Många företag verkade på den svenska spelmarknaden även före omregleringen.

Fördelningen av intäkter från olika speltyper skiljer sig åt mellan företagen. ATG är exempelvis framför allt stora inom vadhållning på hästar, medan större delen av Sport & Casinos intäkter kommer från vadhållning på andra sportevenemang. De flesta spelbolagen har licens för både kommersiellt onlinespel och vadhållning. Majoriteten av spelbolagen är utlandsbaserade och flera stora aktörer har betydande verksamhet i andra länder.

En viktig prisparameter för spelprodukter är återbetalningsgraden.

Återbetalningsgraden är andelen av insatserna i ett spel som i genomsnitt betalas ut i vinst över tid. Högre återbetalningsgrad innebär därför, allt annat lika, ett lägre pris. En återbetalningsgrad på över 90 procent är vanlig inom vadhållning och kommersiellt onlinespel vilket innebär att över 90 procent av insatserna betalas ut i form av vinster till spelarna. Återbetalningsgraden för denna typ av spel är inte reglerad.

Lotterier

Lotteri är en aktivitet där deltagarna har en chans att vinna ett pris och där sannolikheten att vinna beror på slumpen. Svenska Spel erbjuder inom ramen för sin licens för statligt spel och affärsområdet *Tur* lotteriprodukter, exempelvis Triss. Lotterier erbjuds även av ideella föreningar och liknande. Den största aktören med licens för spel för allmännyttiga ändamål är Svenska Postkodföreningen med produkten Svenska Postkodlotteriet. Återbetalningsgraden är till följd av reglering betydligt lägre än återbetalningsgraden inom vadhållning och kommersiellt onlinespel.

Spelreklam

Spelbolag utan svensk licens förhindras från att marknadsföra spel i Sverige av det så kallade främjandeförbudet. Spelbolag som i och med omregleringen har tilldelats licens kan marknadsföra sig mot svenska kunder i kanaler som tidigare inte var tillgängliga, t.ex. TV4. Det har framgått av utredningen att flera aktörer anser att investering i marknadsföring är viktigt för att bibehålla och öka sin försäljning.

De uppmätta bruttokostnaderna för köpt media för utlandsbaserade spelbolag verksamma i Sverige ökade från 2,7 miljarder kronor 2016 till 5,9 miljarder kronor 2018. Ökningen utgörs framför allt av reklamsatsningar på onlinekasino som nästan tredubblades under perioden och 2018 utgjorde cirka tre fjärdedelar av bruttokostnaderna.

Även Svenska Spels bruttokostnader för köpt media ökade under samma period. Svenska Spel är bland de spelbolag som har de största uppmätta bruttokostnaderna. Deras bruttokostnader utgjorde trots det en begränsad andel av de totala bruttokostnaderna inom spelbranschen.

Svenska Spels huvudvarumärke

Svenska Spels huvudvarumärke ägs av moderbolaget. Huvudvarumärket används emellertid även för att marknadsföra de verksamheter som bedrivs i Casino Cosmopol och i Sport & Casino. Mätningar visar att Svenska Spel har ett starkt huvudvarumärke jämfört med andra aktörers varumärken både gällande kännedom och image.

Arbetet med uppbyggnad av huvudvarumärket sköts av en koncernövergripande funktion hos Svenska Spel. För att stärka huvudvarumärket läggs resurser på marknadsföring och framför allt sponsring som utgör merparten av kostnaderna. Uppmätta bruttokostnader för köpt media ökade för huvudvarumärket mellan 2016 och 2018 men varierar också mycket på ett antal års sikt.

Sport & Casinos användande av huvudvarumärket regleras i tjänsteavtal med moderbolaget. Sport & Casino betalar en årlig licensavgift. Licensavgiften är enligt Svenska Spel beräknad enligt vedertagna principer för licensiering av varumärke och ska återspegla en marknadsmässig ersättning för värdet som Sport & Casino får genom användning av huvudvarumärket. Ersättningen ska återspegla historiskt uppbyggt värde, framtida kostnader och övriga tjänster för att stärka huvudvarumärket.

Konkurrensverkets utredning visar att den licensavgift som Sport & Casino betalar inte motsvarar en proportionerlig andel av kostnaderna för marknadsföring, sponsring och annat som har till syfte att stärka huvudvarumärket. Även affärsområdena *Tur* och *Casino Cosmopol & Vegas* betalar en licensavgift för nyttjandet av huvudvarumärket. Tillsammans täcker affärsområdenas totala

licensavgifter endast drygt hälften av kostnaderna för första halvåret 2019 respektive budget för helår 2019.

Spelkunder

Spelkunder kan enkelt byta spelbolag. De kan vara registrerade hos flera olika spelbolag och det är vanligt att spelare har flera spelkonton. Även om det är vanligt att kunder spelar olika spelformer, attraherar spelformerna delvis olika kundgrupper.

Skäl för beslutet

Rättslig grund

Enligt 2 kap. 7 § KL och artikel 102 FEUF är missbruk av dominerande ställning förbjudet. För att kunna fastslå att ett agerande omfattas av förbudet krävs dels att det kan fastställas att det företag vars agerande ifrågasätts har en dominerande ställning, dels att agerandet kan anses utgöra ett missbruk.

Relevant marknad och dominerande ställning

EU-domstolen har definierat dominerande ställning som en stark ekonomisk ställning hos ett företag som gör det möjligt för företaget att i betydande omfattning agera oberoende av kunder och konkurrenter och i sista hand konsumenterna.⁹ För att göra en bedömning av om ett företag har en dominerande ställning är det nödvändigt att definiera relevant produktmarknad och relevant geografisk marknad.

Konkurrensverket har i ett tidigare ärende som avsåg lotterier konstaterat att spelprodukter är differentierade och kan delas in i olika produkttyper som i högre grad delar liknande egenskaper. Bland annat finns betydande skillnader mellan s.k. skicklighetsspel (t.ex. vadhållning och vissa kasinospel) och turspelsprodukter (t.ex. nummerspel och lotterier). De olika produktgrupperna attraherar i hög utsträckning olika kundgrupper. Det finns också betydande skillnader mellan olika turspelsprodukter, t.ex. kan lotterier segmenteras ytterligare utifrån produkttegenskaper.¹⁰ Utredningen i detta ärende motsäger inte detta.

Även i europeisk rättspraxis finns exempel där en distinktion gjorts mellan turspel och skicklighetsspel samt mellan olika spelformer med hänsyn till produkttegenskaper.¹¹

⁹ Mål C-85/76, *Hoffman-La Roche*, EU:C:1979:36, p. 38–39.

¹⁰ Konkurrensverkets beslut den 3 november 2017 i ärende med dnr 263/2013.

¹¹ Se t.ex. ärende M.3109, *Candover / Cinven / Gala*, p. 10–18; franska konkurrensmyndigheten, *L'Autorité de la concurrence*, beslut den 25 februari 2014, *Décision n° 14-D-04*, s. 10, p. 41–45 och Belgiska konkurrensmyndigheten, *Belgische Mededingingsautoriteit* beslut den 22 september 2015, *BMA-2015-P/K-28-AUD*.

EU-kommissionen har i koncentrationsärenden genomgående ansett att spelmarknaders geografiska räckvidd är nationell på grund av skillnader i efterfrågan mellan nationella territorier och i nationell lagstiftning, särskilt när det gäller licenser.¹² Det svenska licenssystemet är nationellt och Svenska Spel erbjuder spel till kunder i hela Sverige.

Moderbolaget som äger huvudvarumärket har licens förbehållen staten för lotterier och värdeautomater. I det avseendet har moderbolaget en särställning. Konkurrensverkets utredning talar även för att moderbolaget har en stark position vad gäller lotterier i bred bemärkelse, dvs. även med hänsyn till lotterier till förmån för allmännyttiga ändamål. Enligt Svenska Spels egna analyser hade bolaget klart mer än hälften av turspelsområdet under 2018.

Konkurrensverket finner emellertid inte att det är nödvändigt att ta slutlig ställning till avgränsningen av den relevanta marknaden och frågan om Svenska Spel har en dominerande ställning.

Missbruk genom hävstång

Dominans och förfarande på olika marknader

Enligt BOS utnyttjar Svenska Spel sin dominerande ställning på lotterimarknaden som en hävstång för att vinna fördelar åt Sport & Casino på den konkurrensutsatta marknaden.

Tillämpningen av artikel 102 FEUF och 2 kap. 7 § KL förutsätter att det finns ett samband mellan dominans och missbruk. Av EU-domstolens praxis följer att ett tillräckligt samband i vissa fall kan föreligga även när ett agerande sker och får effekt på en separat men närliggande marknad till den marknad där företaget har en dominerande ställning.¹³

Ofta kan det vara fråga om normalt affärsmässigt beteende när ett företag som är verksamt på flera marknader drar nytta av synergier, t.ex. genom att samordna sin produktion för att sänka produktionskostnader. Ett sådant beteende kan vara positivt för konkurrensen. När en dominerande ställning används för att vinna fördelar på en annan närliggande marknad är detta således inte alltid förbjudet.

Användningen av huvudvarumärket

Ett varumärkes grundläggande funktion på en marknad är att garantera en varas eller tjänsts ursprung, vilket gör det möjligt för en konsument att utan risk för förväxling särskilja varan eller tjänsten.¹⁴ Med hjälp av varumärken kan företag

¹² Ärende M.8640, *CVC / Blackstone / Paysafe*, p. 32 och ärende M.8058, *Novomatic / Lottomatica / JV*, p. 16–18. Se även mål T-504/93, *Tiercé Ladbroke*, EU:T:1997:84, p. 107.

¹³ Mål C-333/94 P, *Tetra Pak*, EU:C:1996:436, p. 25 och 27.

¹⁴ Mål C-206/01, *Arsenal Football Club*, EU:C:2002:651, p. 47–48.

profilera sig och varumärkesrätten bidrar på så vis till välfungerande konkurrens. Samtidigt kan varumärkesanvändning i vissa fall påverka konkurrensen negativt.

Ett varumärke som är väl inarbetat kan utgöra ett inträdeshinder eftersom det kan skapa en märkeslojalitet hos kunder som är svår att bryta. Ett välkänt och omtyckt varumärke kan också medföra att konkurrenter måste satsa mer på marknadsföring än de annars hade behövt, och får svårt att ta sig in eller växa på marknaden. Ett förfarande som syftar till att höja konkurrenters kostnader kan vara skadligt för konkurrensen om beteendet leder till att dominanten får marknadsmakt och möjlighet att höja sina priser.

Frågan om användning av ett varumärke, som byggts upp inom ramen för ensamrätt, på en närliggande konkurrensutsatt marknad kan utgöra missbruk av dominerande ställning har inte prövats i svensk praxis eller på EU-nivå. Däremot har frågan aktualiserats i nationell praxis från Belgien och Frankrike.¹⁵ Det har i dessa fall ansetts att användning av ett varumärke från ett område med ensamrätt på en konkurrensutsatt marknad *kan* utgöra ett missbruk, men att den aktuella marknadens egenskaper och omständigheterna i det specifika fallet är avgörande.

I det ärende som nu är aktuellt har följande framkommit. Svenska Spels huvudvarumärke är starkt jämfört med övriga aktörers varumärken inom spelbranschen. Svenska Spel har också stora uppmätta bruttokostnader för reklam. Vidare har flera aktörer som hörts under utredningen bekräftat att varumärke är en viktig konkurrensparameter för spelbolag med licens för kommersiellt onlinespel och/eller vadhållning. Utredningen visar även att Sport & Casino är en stor aktör inom annan sportvadhållning än hästsport och har lyckats etablera sig väl inom området onlinekasino.

Därtill är det inte osannolikt att den totala mängd marknadsföring och sponsring som gynnar Sport & Casino är oproportionerligt stor i relation till bolagets faktiska kostnader för att få använda Svenska Spels huvudvarumärke. Baserat på granskade uppgifter gällande 2019 täcker de licensavgifter som Svenska Spels tre affärsområden *Tur, Casino Cosmopol & Vegas* och *Sport & Casino* betalar endast drygt hälften av kostnaderna för Svenska Spels aktiviteter för att stärka huvudvarumärket. Nuvarande ersättningsmodell och licensavgifter riskerar således att medföra att moderbolaget får bära en oproportionerligt stor del av kostnaderna för huvudvarumärket.

Emellertid har det under utredningen inte framkommit att huvudvarumärket är avgörande för kundernas val av spelbolag. Tvärtom spelar många kunder även hos konkurrenter till Sport & Casino. Kunder som spelar onlinespel och vadhållningsspel kan enkelt byta spelbolag eller spela hos flera spelbolag

¹⁵ Belgiska konkurrensmyndigheten, Belgische Mededingingsautoriteit, beslut den 22 september 2015, BMA-2015-P/K-28-AUD, och Appellationsdomstolen i Paris, Cour D'appel de Paris, dom den 21 maj 2015, no 74.

samtidigt. Flera av Sport & Casinos konkurrenter är vidare stora internationella bolag som har marknadsfört sina varumärken gentemot svenska spelare under en längre tid eftersom de, precis som Svenska Spel, erbjöd spelprodukter till svenska kunder redan innan omregleringen av spelmarknaden. Även om Svenska Spels huvudvarumärke är starkt har flera andra spelbolag således varumärken som är kända bland svenska spelare. Dessutom utgör Svenska Spels uppmätta bruttokostnader för reklam, trots att dessa visserligen är stora, en begränsad andel av spelbranschens totala bruttokostnader för reklam.

Konkurrensverket noterar också att det totala antalet aktörer med licens för vadhållning och/eller kommersiellt onlinespel i Sverige är betydande. Till detta kommer att Sport & Casino är en ny aktör vad gäller onlinekasino, och att nettoomsättningen för Sport & Casino utgör en begränsad del av den totala nettoomsättningen inom det konkurrensutsatta området.

Slutsats

Svenska Spel har ett starkt varumärke jämfört med övriga aktörer inom spelbranschen. Svenska Spel har licens förbehållen staten och en stark ställning inom området för lotterier, men är också en viktig aktör inom delar av det konkurrensutsatta området. Därtill framstår som om den totala mängd marknadsföring och sponsring som gynnar Sport & Casino är oproportionerligt stor i relation till bolagets faktiska kostnader för att få använda Svenska Spels huvudvarumärke.

Samtidigt visar utredningen att varumärke inte är avgörande för kundernas val av spelbolag. Inom spelbranschen finns det också flera stora internationella aktörer med kända varumärken som marknadsfört sina varumärken gentemot svenska spelare under en längre tid. Det totala antalet aktörer med licens för vadhållning och/eller kommersiellt onlinespel är betydande och inträdeshindren är begränsade. Rådande marknadsförhållanden minskar således risken för att konkurrensen skadas, utifrån de indikationer på snedvridning som föreligger. Med anledning av detta finner Konkurrensverket inte skäl att prioritera en fortsatt utredning av frågan om användningen av huvudvarumärket utgör en överträdelse av förbudet i 2 kap. 7 § KL och artikel 102 FEUF.

När det gäller frågan om det föreligger otillåten korssubventionering, har Konkurrensverket även beaktat att det inte finns tydliga indikationer på underprissättning, vilket inte heller ger anledning att prioritera fortsatt utredning av ärendet.

Konkurrensverket ser av samma anledningar som nämns ovan inte heller skäl att utreda ärendet vidare enligt reglerna om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet enligt 3 kap. 27 § KL.

I förarbetena till spellagen framgår att bestämmelsen om att ett statligt bolag som har licens för statligt spel inte kan få licens för andra spel syftar till att så långt som möjligt säkerställa konkurrensneutraliteten.¹⁶ Konkurrensverket ser, utifrån de uppgifter som framkommit under utredningen, att det i uppföljningar av konkurrensneutraliteten på den omreglerade spelmarknaden finns skäl att granska frågan om Svenska Spels användning av gemensamma resurser såsom huvudvarumärket och hur sådana gemensamma resurser prissatts utifrån kostnader och marknadsvärde.

Konkurrensverkets beslut att inte utreda saken vidare innebär inte ett ställningstagande till om förfarandena strider mot konkurrensreglerna.

Andra möjligheter till prövning

Konkurrensverkets beslut att inte utreda det påtalade konkurrensproblemet ytterligare kan inte överklagas. Detta följer av 7 kap. 1 § KL.

De företag som berörs av förfarandet och/eller verksamheten kan däremot på egen hand väcka talan vid domstol för att få saken prövad enligt 3 kap. 2 § eller 3 kap. 32 § KL.

Särskild talan om förbud mot konkurrensbegränsande samarbete mellan företag enligt 2 kap. 1 § konkurrenslagen eller missbruk av dominerande ställning enligt 2 kap. 7 § konkurrenslagen (eller enligt artikel 101 respektive 102 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt) väcks genom ansökan om stämning vid Patent- och marknadsdomstolen.

Subsidiär talan om förbud mot konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet enligt 3 kap. 27 § KL väcks genom ansökan om stämning vid Patent- och marknadsdomstolen.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit sakkunniga Karin Larsson.



Rikard Jermsten



Karin Larsson

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.

¹⁶ Prop. 2017/18:220, *En omreglerad spelmarknad*, s. 116–117.

Kopia:

AB Svenska Spel

Branschföreningen för onlinespel

Spelmarknadsutredningen (Fi 2018:03)

Statskontoret