

Part

RKV-köp, Rationella Kontors Varuinköp AB, org. nr. 556112-2358, Bryggaregatan 19-21, 503 38 Borås

Ombud: Advokaten Mikael Åström, Setterwalls Advokatbyrå AB, P.O. Box 11235, 404 25 Göteborg

Saken

Misstänkt konkurrensbegränsande samarbete; nu fråga om godtagande av frivilligt åtagande förenat med vite enligt 3 kap. 4 § 1 st. och 6 kap. 1 § 3 st. konkurrenslagen (2008:579)

Beslut

Konkurrensverket godtar RKV-köp, Rationella Kontors Varuinköp AB:s åtagande, se bilaga. Åtagandet förenas med vite om en miljon (1 000 000) kronor.

Konkurrensverkets skäl

Bakgrund

1. I september 2011 inledde Konkurrensverket en utredning av samarbetet inom kontorsvarukedjan Rationella Kontors Varuinköp (RKV-kedjan). RKV-kedjan, som består av fristående kontorsvaruföretag, har idag 18 medlemmar med tillsammans 60 butiker i Sverige, och är en av de största kontorsvarukedjorna i Sverige. Den sammanlagda omsättningen hos medlemsföretagen uppgår till ca 1,5 miljarder kronor.¹ Bland medlemsföretagen finns både relativt stora företag med flera butiker i olika delar av landet, samt små företag med t.ex. endast en butik.
2. Samarbetet inom RKV-kedjan omfattar i huvudsak inköps- och marknadsföringssamarbete som bedrivs genom två gemensamt ägda bolag, RKV-köp, Rationella Kontors Varuköp AB (RKV AB) och RKV-köp, Rationella Kontors Varuköp KB (RKV KB). RKV AB ägs till lika delar av nio av medlemsföretagen. Dessa nio medlemsföretag är vidare kommanditdelägare i RKV KB, där RKV AB är komplementär. Verksamheten bedrivs i RKV KB. Administration och löpande drift av verksamheten sköts av RKV AB.
3. RKV AB och RKV KB omsatte ca 5,2 miljoner kronor, respektive 51,9 miljoner kronor under räkenskapsåret 2010/2011. Samarbetet regleras i aktieägaravtal respektive bolagsordning för RKV AB och i kommanditbolagsavtal för RKV KB. Kedjan har ytterligare nio medlemmar, som inte är delägare i bolagen, men som ingår i Kontorskedjan Ekonomisk Förening (KEF), vilket har tecknat ett samarbetsavtal med RKV AB. Enligt uppgift från RKV-kedjan benämns och behandlas samtliga 18 företag som medlemmar i RKV-kedjan.
4. Avtalen inom ramen för samarbetet i RKV-kedjan innehåller bland annat bestämmelser om gemensam marknadsföring i form av en rikstäckande katalog. Konkurrensverkets utredning har fokuserat på dessa gemensamma kataloger och förekomsten av prisuppgifter i dessa. Konkurrensverket tar i detta beslut inte ställning till eventuella andra konkurrensproblem som övrigt samarbete inom kedjan kan föranleda. Detta innebär att verket är oförhindrat att pröva dessa frågor särskilt.

Närmare om katalogsamarbetet

5. RKV-kedjans produktkatalog utkommer en gång per år och innehåller ett sortiment av kontorsvaror, datortillbehör, kontorsmöbler, städ- och hygienprodukter och kontorsmaskiner. Katalogens sortiment består av ca 6 400 artiklar.

¹ Enligt uppgift på RKV:s hemsida, se <http://www.rkv.se/RKV/Hem.html>.

6. En kataloggrupp inom RKV KB bestående av tjänstemän från RKV AB och representanter för medlemsföretagen tar fram förslag till katalog innehållande det bassortiment av kontorsvaror som ska omfattas av samarbetet. Katalogens innehåll är i grundutförandet lika för medlemsföretagens utgåvor, men katalogens utformning och profil är individuell, där medlemmen själv kan välja att ha med eget sortiment och egna sidor och företagspresentation.
7. RKV KB sätter vidare ett "katalogpris" en gång per år i samband med att katalogen produceras. Hela sortimentet prissätts inte i katalogen, undantaget är exempelvis elektroniska produkter, kontorsmaskiner, minnesmedia, toner, bläck, kaffe och andra produkter där inköpspriserna ändras ofta. Enligt RKV-kedjan är syftet med katalogpriserna att kunden ska ges en indikation om prisnivån och en möjlighet att jämföra prisnivån på liknande produkter. Enligt RKV-kedjan behöver katalogpriserna dock inte följas, utan varje RKV-medlem är fri att sätta sina egna priser till kund. RKV-kedjan har vidare uppggett att den praktiska tillämpningen visar att medlemmarnas priser varierar stort, och understryker bl.a. förekomsten av t.ex. rabattavtal eller avtal med fast pris till kund.
8. Det finns även en neutral katalogutgåva, som inte innehåller några prisuppgifter. Denna utgåva används t.ex. när någon RKV-medlem under löpande år behöver beställa fler kataloger.
9. I samband med att katalogen är färdigproducerad skickar RKV KB ut ett komplett artikelregister en gång per år till medlemmarna. Registret innehåller katalogsortimentet med inköpspriser och jämförande katalogpriser i förekommande fall.
10. Inom RKV KB produceras dessutom varje år en mindre katalog med almanackor. Även denna innehåller katalogpriser.
11. Katalogpriserna är även tillgängliga i medlemsföretagens enskilda webbutiker i grundutförandet, eftersom flera av medlemsföretagen använder sig av RKV-kedjans tekniska lösning.

Konkurrensverkets preliminära rättsliga bedömning

12. Konkurrensverkets preliminära bedömning av det ovan beskrivna förfarandet avseende förekomsten av gemensamma katalogpriser inom RKV-kedjan är sammanfattningsvis följande.
13. Av 2 kap. 1 § 2 st. 1 p. konkurrenslagen (KL) framgår att lagens förbud särskilt gäller sådana avtal som innebär att inköps- eller försäljningspriser eller andra affärsvillkor direkt eller indirekt fastställs. Enligt förarbetena till KL innebär prisöverenskommelser till sin natur ett hämmande av

konkurrensen, eftersom priset är det viktigaste konkurrensmedlet. Även rekommendationer om priset – s.k. cirka prislistor – kan vara förbjudna.² Detta gäller särskilt för horisontella prisrekommendationer, d.v.s. prisrekommendationer som ges ut i samarbete mellan företag i samma försäljnings- eller inköpsled. Prissamarbete mellan konkurrenter anses normalt ha ett konkurrensbegränsande syfte.

14. Anledningen till att även horisontella prisrekommendationer omfattas av förbudet är att dessa möjliggör för de deltagande företagen att med större säkerhet kunna förutse varandras prissättning. Det finns också risk för att prisrekommendationer leder till prisstelhet och bristande priskonkurrens.
15. Det aktuella samarbetet består i att RKV-kedjan använder sig av gemensamma katalogpriser för ett stort antal produkter, som bl.a. trycks i produktkatalogen respektive almanackskatalogen. Dessa katalogpriser används även i viss utsträckning i medlemsföretagens webbutiker. Katalogerna distribueras till kunderna på olika sätt, t.ex. genom gruppreklam eller adresserat till utvalda kundgrupper. Produktkatalogen kan även beställas eller hämtas i butik av kunderna själva.
16. Konkurrensverket anser att katalogpriserna kan uppfattas som en prisrekommendation, detta oavsett om det står medlemsföretagen fritt att ta ett avvikande pris och priserna inte alltid följs. Det kan tilläggas att även en indikation om prisnivåer kan förväntas leda eller bidra till att medlemsföretagen lättare kan förutse varandras prispolicy eller prissättning. Även om t.ex. avtalspriser i regel skulle avvika från katalogpriserna, är det vidare sannolikt att katalogpriserna i vart fall utgör en utgångspunkt vid förhandlingen med kunder.
17. Mot bakgrund av ovanstående är det Konkurrensverkets preliminära bedömning att samarbetet avseende katalogpriserna utgör ett konkurrensbegränsande avtal eller samordnat förfarande. Det aktuella förfarandet får anses ha till syfte att begränsa konkurrensen.³
18. Konkurrensverket har inte slutligt avgränsat den relevanta marknaden. En analys av kontorsvarumarknaden har dock genomförts i början av 2011 inom ramen för koncentrationsärendet avseende Office Depots förvärv av samtliga aktier i Svansströms.⁴ I detta ärende, även om den exakta omfattningen av den relevanta marknaden inte bedömdes nödvändigt att fastställa, konstaterades att kontorsvaror distribueras på olika sätt, bl. a. butiks- och kontorsvaruhusförsäljning (inkl. internetförsäljning) och försäljning till

² Prop. 1992/93:56, s. 73-74.

³ Se exempelvis MD 2005:5 *VVS-Installatörerna./KKV (2005-02-09)*.

⁴ Dnr. 42/2011.

kontraktskunder. När det gäller den geografiska marknaden ansågs det att den sannolikt är nationell vid försäljning av kontorsvaror till kontraktskunder. Konkurrensen i butiksledet verkade däremot kunna ske på regional eller lokalnivå.

19. Horisontella prisrekommendationer, som i förevarande fall, är en särskilt allvarlig konkurrensbegränsning och möjligheten att förfarandet inte anses märkbart påverkar konkurrensen är mycket begränsad.
20. RKV-kedjan täcker tillsammans in merparten av Sverige. RKV-kedjan har uppskattat medlemsföretagens gemensamma andel av marknaden för försäljning av kontorsvaror i Sverige till 6,5 procent. I kontraktskanalen, som får anses vara den viktigaste försäljningskanalen, är medlemsföretagens gemensamma andel sannolikt högre. Mot bakgrund av överträdelsens art och RKV-kedjans storlek gör Konkurrensverket den preliminära bedömningen att, oavsett tänkbara alternativa marknadsavgränsningar, konkurrensen begränsas på ett märkbart sätt.
21. Villkoren för undantag enligt 2 kap. 2 § KL bedöms inte vara uppfyllda.

Åtagande enligt 3 kap. 4 § KL

22. Av 3 kap.4 § 1 st. KL följer bl.a. att om fråga uppkommit om ett företag överträder förbudet i 2 kap. 1 § KL, kan ett åtagande från företaget ge Konkurrensverket anledning att inte ingripa. Så länge Konkurrensverkets beslut att godta ett åtagande gäller får Konkurrensverket i de avseenden åtagandet omfattar inte meddela något åläggande enligt 3 kap. 1 eller 3 § KL.
23. Efter det att RKV AB informerats om Konkurrensverkets preliminära bedömning i mars 2012 har RKV AB kommit in med ett frivilligt åtagande i syfte att undanröja de betänkligheter som Konkurrensverket uttryckt. RKV AB:s åtagande, som det slutligen utformats, återfinns i bilaga 1 till detta beslut.
24. Åtagandet innebär sammanfattningsvis att framtida produkt- och almanackskataloger (inklusive nytryck av redan utgivna kataloger) inte kommer att innehålla prisuppgifter framtagna eller bearbetade inom ramen för RKV-kedjan. Till följd av detta kommer även prisuppgifter framtagna eller bearbetade inom ramen för RKV-kedjan att tas bort i webbutikens grundutförande samt i framtida artikelregister (inklusive nytryck av redan utgivna artikelregister.) Åtagandet i samtliga dessa delar träder ikraft omedelbart efter det att Konkurrensverket fattat beslut om att godta åtagandet. RKV AB åtar sig slutligen att skriftligen meddela samtliga medlemmar om det frivilliga åtagandet senast inom en vecka från Konkurrensverkets beslut om att godta detsamma.

25. Enligt Konkurrensverket uppfattning innebär åtagandet att medlemsföretagen kommer att ta fram och sätta sina egna priser ensidigt utan inblandning från RKV-kedjan.
26. RKV AB:s åtagande har marknadstestats genom att Konkurrensverket inhämtat synpunkter från ett urval av medlemsföretags kontraktskunder.⁵ Kundernas synpunkter har varit huvudsakligen positiva. De flesta anser att det är bra att de gemensamma katalogpriserna tas bort, eftersom det borde kunna leda till en större priskonkurrens. Några kunder anser i och för sig att det kan vara användbart med prisuppgifter i katalogerna. Ett antal av företagen menar dock att det inte spelar så stor roll för dem att katalogpriserna tas bort eftersom de har individuella avtalspriser eller beställer via webbutikerna.
27. De synpunkter som kommit in till Konkurrensverket med anledning av åtagandet har inte föranlett någon ändring av den ovan beskrivna preliminära bedömningen av förfarandet eller åtagandets effektivitet.

Slutsats

28. Med hänsyn till det åtagande som RKV AB lämnat finner Konkurrensverket inte längre skäl att ingripa i ärendet. Konkurrensverket godtar därför RKV AB:s åtagande. Åtagandet bör förenas med vite om 1 000 000 kronor.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit konkurrenssakkunniga Cecilia Widhagen.

Dan Sjöblom

Cecilia Widhagen

Bilaga
RKV AB:s åtagande, aktbilaga 65

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.

⁵Telefonkontakt togs med totalt 25 kunder av varierande storlek till medlemsföretagen.