



Drivmedelsmarknaden

Konkurrens i kristider

Konkurrensverket, januari 2023
Foto: Scandinav

Den här analysen ingår i rapporten Konkurrens i kristider som belyser konkurrensaspekter vid olika typer av samhällskriser. Konkurrensverkets uppdrag är att arbeta för en effektiv konkurrens till nytta för konsumenterna och en effektiv offentlig upphandling till nytta för det allmänna och marknadens aktörer. Det gäller både i kristider och under normala förhållanden. De åtgärder som företag och upphandlande myndigheter vidtar under kristider får inte leda till en sämre konkurrens på lång sikt.

Innehåll

Inledning	5
Pristransparens och drivmedelsmarknaden.....	6
Risker med pristransparens.....	7
Marknadsstrukturen på drivmedelsmarknaden	8
Konkurrensutmaningar i kristider	9
Konkurrensverkets uppdrag och arbeten framöver	11
Initiativ, verktyg och ageranden av myndigheter i andra länder.....	13

Inledning

Drivmedel spelar på många sätt en central roll i samhället. På flera marknader fungerar drivmedel som nödvändig insatsvara, inte minst inom transportnäringen. Transportkostnaden måste täckas av priset på en vara eller tjänst och förändringar i drivmedelspriserna påverkar därmed den generella prisbilden i samhället inom många områden och på flera olika plan. För många privatpersoner, framför allt i områden där kollektivtrafiken av olika anledningar inte är väl utbyggd, är bilen viktig och kostnaden för drivmedel en kännbar utgift. Drivmedelspriser engagerar därför och det finns ett naturligt intresse för prisförändringar och för prisskillnader på marknaden.

En välfungerande konkurrens kan ses som att företag utsätts för en kontinuerlig ström av minikriser. Tävlingen mellan företag som konkurrerar medför att varje aktör ständigt behöver agera för att säkerställa kvalitet på sina varor och tjänster, lansera nya produkter och samtidigt hålla nere priserna. Konkurrens bidrar således till en ökad produktivitet som gör att vi, företag och privatpersoner, kan få ut mer av det värde som vi producerar i ekonomin.

Sverige och omvärlden har de senaste fem åren genomgått två kriser som kraftigt påverkat hela ekonomin, inbegripet marknaden för drivmedel. Coronapandemin förändrade drastiskt ekonomins efterfrågan på drivmedel, vilket ledde till att det skapades ett stort överskott till följd av nödvändiga begränsningar i människors rörlighet. Detta har sedan följts upp av ett invasionskrig i Ukraina som i skrivande stund pågår. Kriget har lett till stora störningar i form av både högre säkerhetsrisker och avbrutna affärsförbindelser mellan länder i världshandeln som inneburit en ökad brist på utbudet av fossilt drivmedel. Den centrala roll som drivmedel spelar har lett till ett ökat ansträngt läge, i form av ökade levnadskostnader, högre prisökningstakt och höjda räntor. De senaste sammanställningarna från Statistiska Centralbyrån (SCB) har bland annat visat på prishöjningar av livsmedel,^{1,2} el³ och drivmedel.⁴

Under svårare tider är det ännu viktigare med en effektiv konkurrens mellan företag eftersom konkurrensen kan fungera som en motverkande kraft som bidrar till att bibehålla företagets och konsumenters köpkraft.

Mot denna bakgrund vill Konkurrensverket i denna analys belysa faktorer inom marknaden för drivmedel som kan hindra förekomsten av en effektiv konkurrens. Vi presenterar Konkurrensverkets pågående initiativ till att verka för en effektivare konkurrens på drivmedelsmarknaden och det uppdrag vi fått av regeringen. Avslutningsvis gör vi en internationell utblick och ger exempel på olika konkurrensfrämjande åtgärder som andra konkurrensmyndigheter infört sedan tidigare.

¹ Livsmedelspriserna fortsätter att stiga (scb.se).

² Matpriser stiger lika kraftigt som på 1980-talet (scb.se).

³ Inflationstakten 9,5 procent i november 2022 (scb.se).

⁴ Inflationstakten 9,3 procent i oktober 2022 (scb.se).

Pristransparens och drivmedelsmarknaden

Pristransparens underlättar för kunder och konsumenter att skapa sig en uppfattning om prisnivåer på en marknad, skillnader som föreligger mellan olika tillverkares produkter och skapar en spårbarhet i prisers utveckling. Ju mer information som vi har till vårt förfogande, desto enklare blir det att fatta genomtänkta beslut rörande våra inköp. Högre pristransparens leder till tidsbesparing genom minskade sökkostnader och kan sägas stärka kunders och konsumenters relativa position gentemot företagen eftersom mer information ökar möjligheterna att jämföra och konkurrensutsätta olika företags erbjudanden mot varandra.

Kunder och konsumenter möts av två typer av pris på drivmedelsmarknaden. Den ena är drivmedelbolagens rekommenderade priser, som av vissa publiceras offentligt på deras webbplatser, och den andra är drivmedelsstationernas priser vid pumpen, även kallat *pumppris* eller *stolppris*.

Vad är rekommenderade priser?

På många marknader och branscher kan man som konsument ofta få information om ett rekommenderat pris för den vara eller tjänst som man tänkt köpa. Ett rekommenderat pris är det pris som tillverkaren, leverantören eller grossisten föreslagit till den återförsäljare som köpt in varan för vidareförsäljning till slutkonsument.

Det rekommenderade priset har inte något större informativt värde för kunder och konsumenter, men det kan finnas ett värde för hela den vertikala kedjan av involverade aktörer att tillverkaren aviserar ett rekommenderat pris. Tillverkaren kan sägas ha en större kunskap om efterfrågan för dess produkter, hur unik produkten i fråga är i förhållande till konkurrenternas erbjudanden och om produktens kvalitet. Det rekommenderade priset är en aggregerad uppgift där en sammanvägning av ovanstående kommer till uttryck.

Publiceringen av rekommenderade priser ökar pristransparensen, vilket ofta är positivt, men det kan också under vissa förutsättningar och marknadsförhållanden leda till en uppmjukning av konkurrensen mellan konkurrenter.

För företag kan de rekommenderade priserna vara instruktiva eftersom de rabatter som företag erhåller genom företagskort ofta utgår ifrån drivmedelleverantörernas rekommenderade priser som offentligt publiceras på deras webbplatser. De priser som företag betalar, det vill säga deras pumppris, är de rekommenderade priserna exklusive förekommen rabatt. Lokal konkurrens i form av olika pumppris mellan två drivmedelsstationer påverkar därmed vanligtvis inte företagskunders val av drivmedelsstation,⁵ men företagskunder kan sägas ha goda möjligheter att jämföra olika drivmedelbolags erbjudanden på ett mer överskådligt sätt givet den här utformningen av priserna de betalar.

För privatpersoner är det relevanta priset det som drivmedelsstationen visar som sitt pumppris. Det förefaller dock inte finnas någon direkt koppling mellan drivmedelföretagens rekommenderade priser och de priser som privatpersoner faktiskt betalar när de tankar. Lokal konkurrens i form av olika pumppris mellan två drivmedelsstationer kan därmed vara till större gagn för privatpersoner. Det försvårar dock möjligheten för privatpersoner att jämföra priser med framförhållning då dessa priser enbart är synliga när de faktiskt är på vägarna.

⁵ Ett undantag är Preem som tillhandahåller en prisgaranti om pumppriset är lägre än listpriset efter rabatt, se p. 5.6 i Preems allmänna villkor.

I takt med digitaliseringens framfart har det skapats goda förutsättningar att ta fram verktyg som gör det möjligt att följa prisförändringar. Aktuella priser kan publiceras på webbplatser och i applikationer som konsumenterna själva kan ladda ner i sina mobiltelefoner. Ett exempel från Norge är Drivstoffsappen⁶ som syftar till att öka pristransparensen av drivmedelspriser i Norden. Genom verktyg som Drivstoffsappen kan konsumenterna följa priser i realtid vid specifika stationer hos olika drivmedelsstationer. Tillgången till uppdaterade priser är fördelaktig för konsumenterna eftersom de får information om var de kan tanka billigare.

Konkurrensverket har dock inte lyckats hitta något verktyg där priser på drivmedelsstationer i Sverige är heltäckande och uppdaterat. Det är för tillfället svårt att säga hur aktuella dessa publiceringar är, hur webbplatserna/applikationerna får tag på relevant prisinformation, hur ofta de uppdateras och hur transparent publiceringsaktören är gentemot konsumenterna och andra aktörer på drivmedelsmarknaden.

Risker med pristransparens

På samma sätt som transparenta priser kan vara till fördel för kunder och konsumenterna kan det vara lika intressant för konkurrenterna att dra nytta av pristransparensen som föreligger på en marknad. Beroende på omständigheterna och marknadsstrukturen kan konkurrenterna agera utifrån den tillgängliga informationen på ett sätt som hämmar en effektiv konkurrens. Ett sådant exempel är att transparenta priser kan underlätta möjligheterna till parallellt beteende i prissättningen mellan konkurrenterna. Förutsättningarna som förenklar sådana beteenden är vanligtvis om marknadsstrukturen kännetecknas av ett fåtal aktörer på marknaden, höga inträdes hinder, försäljning av homogena produkter och stabil efterfrågan. På marknader med ovanstående egenskaper kan pristransparens i praktiken vara mer konkurrensskadlig än nyttogivande. Enkelheten i att övervaka sina konkurrenter gör det lättare att följa sina konkurrenters prissättning, utan att för den skull behöva ingå en uttrycklig överenskommelse med konkurrenterna om prissamordning, och på så sätt försvaga pris som en konkurrensparameter på marknaden.

Potentiell prissignalering genom uttalanden

Under 2022 har det uppmärksamats att exogena kostnadsdrivande faktorer som berör hela ekonomin i större grad, såsom hög inflation, kan utnyttjas av företag som täckmantel i sämre fungerande marknadsstrukturer för att signalera prishöjningar och höja priser mer än vad de ökade kostnaderna motiverar. Med det menas att företag inte höjer sina priser proportionellt mot ökningen av kostnader utan även tar tillfället i akt att höja sina vinstmarginaler. Fenomenet har tagits upp i Riksbankens penningpolitiska rapporter från juni och september 2022^{7,8} där det konstateras att trots ökade kostnader för företagen och hög inflation i samhället har företagens lönsamhet varit uppåtgående.

Konkurrensverket har initierat en förstudie som avser att granska om det skett någon förändring i prissättningsbeteendet på drivmedelsmarknaden till följd av det förändrade omvärldsläget.

⁶ Sjekk diesel og bensinpriser på din bensinstasjon (drivstoffappen.no).

⁷ Penningpolitisk rapport juni 2022 (riksbank.se), s. 60.

⁸ Penningpolitisk rapport september 2022 (riksbank.se), s. 7.

Marknadsstrukturen på drivmedelsmarknaden

Det är fyra stora bolag, Circle K, OK-Q8, Preem och St1, som i grossistled tillhandahåller och förmedlar drivmedel i Sverige.⁹ Sammantaget stod dessa fyra bolag för cirka 97 procent av såld volym av både bensin och diesel i Sverige 2021.¹⁰ När Konkurrensverket analyserade prissättningen senast i en rapport¹¹ som publicerades 2013 var slutsatsen att dessa fyra även har stort inflytande i prissättningen och försäljningen av drivmedel på stationsnivå.

Undersökningen fann att marknaden bestod av i huvudsak tre driftformer för drivmedelsstationer: drivmedelsbolagsägda drivmedelsstationer, genom franchiseavtal och genom självständiga ägare. Driftformerna är i sin tur fördelade på två olika typer; bemannade och obemannade (automat) stationer.

Av de bolagsägda drivmedelsstationerna visade undersökningen år 2013 att moderbolagen har full kontroll över prissättningen. Franchisedrivna drivmedelsstationer förekom i sin tur med två olika varianter. I den ena varianten drivs drivmedelsstationen som ett eget aktiebolag, i vilket stationsföreträdaren kan ha ett franchiseavtal med en aktör avseende butiksförsäljningen och ett ytterligare franchiseavtal för själva försäljningen av drivmedel med någon av tidigare nämnda drivmedelsleverantörer. I den andra varianten äger stationsföreträdaren butiken medan något av de stora bolagen kan äga drivmedelslager och pumpar på stationen.¹²

Slutsatsen var att den vertikala integrationen innebär en central kontroll som ger lite utrymme till andra aktörer att påverka prissättningen, vilket försvagar den effektiva konkurrensen på marknaden.

Rapporten visade också att det finns en betydande andel automatstationer, vilket är fördelaktigt för konsumenter eftersom automatstationer generellt erbjuder lägre priser än bemannade stationer.¹³ Automatstationer utgör en viktig faktor för att priserna på marknaden ska pressas ner. Däremot ägs automatstationer i större grad, om inte uteslutande, av drivmedelsleverantörerna,¹⁴ vilket gör det enklare för bolagen att följa sina konkurrenters prissättning.

Rekommenderade priser i kombination med en ökad förekomst av automatstationer kan således innebära ytterligare slagsida mot en svagare priskonkurrens.

⁹ Försäljningsställen – Drivkraft Sverige (driftkraftsverige.se)

¹⁰ Marknadsandelar – Drivkraft Sverige (driftkraftsverige.se)

¹¹ Konkurrensverkets rapportserie 2013:10. *Konkurrensen i Sverige 2013*, s. 97.

¹² *Ibid* s. 98–99.

¹³ *Ibid*, s. 108.

¹⁴ *Ibid*, s. 108.

Bensinkartellen

Under hösten 1999 initierade Konkurrensverket en tillsynsutredning efter ett tips om olovligt samarbete mellan Norsk Hydro AB, OK-Q8, Preem Petroleum AB, AB Svensk Shell och Statoil Detaljhandel AB. I juni 2000 lämnades en stämningsansökan till Stockholms tingsrätt där myndigheten yrkade konkurrensskadeavgift på totalt 650 miljoner kronor för olagligt samarbete om rabatter på drivmedelsmarknaden.

Konkurrensverket vände sig till domstol med underlag som påvisade ett konkurrensbegränsande samarbete mellan företagen som avsåg försäljning av motorbensin till myndigheter, kommuner, företag, föreningar och privatpersoner. Företagens plan var att införa en rabattsanering som skulle sänka företagets rabattkostnader. Rabattsaneringen var planerad att genomföras samtidigt som priset på bensin skulle sjunka på världsmarknaden, eftersom det skulle förenkla att uppnå normalpriset och landa på den genomsnittliga målmarginalen. Drivmedelsbolagen skulle då inte konkurrera för att erbjuda kunder ett mer konkurrenskraftigt rabattavtal utan de skulle försöka skapa utrymme för rabattsaneringen. För drivmedelsbolagen skulle det innebära högre priser än vad som var kostnadsmotiverat för att kunna täcka inkomstbortfallet i anslutning till sänkningen av pumppriset.

Företagen kom överens om nivån på pumppriset, fördelningen av kunder mellan de olika rabattkategorierna, nivån på rabatten till respektive kundkategori, hur långa avtal kunder skulle få och hur rabatten skulle utformas till större kunder. Samarbetet eliminerade pris som konkurrensfaktor och försvagade den effektiva konkurrensen på marknaden. I domstol beslutade Stockholms tingsrätt och senare Marknadsdomstolen i linje med Konkurrensverkets bedömning om konkurrensbegränsande samarbete. De inblandade aktörerna fick betala en konkurrensskadeavgift på totalt 112 miljoner kronor.

Källa: Konkurrensverket, dnr 926/1999, dnr 608/2000

Konkurrensutmaningar i kristider

En marknad som består av fyra aktörer behöver inte nödvändigtvis innebära en svagare konkurrens, men förutsättningarna på drivmedelsmarknaden förenklar möjligheterna till parallellt beteende som till sin effekt kan leda till mjukare konkurrens och högre priser. De potentiellt negativa konkurrens effekterna med parallella beteenden är viktiga att uppmärksamma särskilt under kristider eftersom de negativa konsekvenserna och dess storlek förstärks under mer osäkra förhållanden.

I likhet med Konkurrensverkets tidigare publikation om drivmedelsmarknaden 2013¹⁵ kvarstår intresset att undersöka betydelsen av tillhandahållandet av rekommenderade priser, särskilt i ljuset av att rekommenderade priser tycks ha begränsad nytta för kunder och konsumenter på marknaden.

En ökad förståelse för drivmedelsföretagens prissättning kan också bidra till kunskap som kan möjliggöra förslag på ändringar som bidrar till en effektivare konkurrens. I försäljningen av drivmedel till företagskunder vore det värdefullt att fördjupa kunskapen om hur utformningen av prissättningen påverkar konkurrensen mellan drivmedelsbolagen. Konkurrensverket kommer därför att utreda hur drivmedelsföretagens rabattavtal utformas mot respektive kundgrupp.

¹⁵ Konkurrensverkets rapportserie 2013:10. *Konkurrensen i Sverige 2013*, s. 135.

Att konkurrensutsätta företag är ett viktigt verktyg för köpare, oavsett marknad. På marknaden för drivmedel har företagskunder möjlighet att påverka genom sin köpmakt. För privatpersoner kan det finnas ett visst värde av att använda sig av prisjämförelseverktyg som visar prisskillnader mellan olika stationer och potentiellt dra nytta av den prishistorik som uppstår tack vare dessa verktyg för att kunna anpassa sitt konsumtionsmönster av drivmedel till när det är billigast.

I kristider är det än viktigare att jämföra priser för att bibehålla en så effektiv konkurrens som möjligt mellan säljare. En risk är annars att kombinationen av en mer osäker konjunkturenmiljö i förhållande till den koncentrerade marknadsstrukturen leder till en ytterligare uppmjukning av konkurrensen till följd av möjligheterna att till exempel höja priser med hänvisning till exogena faktorer, än vad som egentligen är motiverat.

En annan viktig komponent i ett effektivt prisjämförelseverktyg är ett kontinuerligt uppdaterat pris, vilket ligger i drivmedelsbolagens händer. För att inte behöva förlita sig på användargenererat innehåll, anser Konkurrensverket att det finns ett värde i att undersöka möjligheterna att kräva att drivmedelsbolagen delar med sig av den här informationen. I slutet av denna analys återges exempel från andra länder som gått denna väg för att bilda dessa verktyg. Här kan det finnas en roll för beslutsfattare att skapa förutsättningar och möjligheter för att välfungerande och informativa prisjämförelseverktyg ska komma till stånd. Konkurrensverket kommer att utreda användarnyttan av ett välfungerande och informativt prisjämförelseverktyg.

Konkurrensverkets uppdrag och arbeten framöver

Ändrade marknadsförhållanden till följd av oförutsedda händelser kan komma att tvinga fram ett förändrat beteende bland företagen jämfört med en tidigare relativt stabil konkurrenstillvaro. Kriser kan således ge insyn i hur effektiv konkurrensen mellan företag faktiskt är och även uppdaga var mindre väl fungerande marknadsstrukturer föreligger. Det osäkra geopolitiska läget har lett till att priserna på drivmedel har ökat drastiskt.

En fråga som är relevant i sammanhanget är huruvida en bristande konkurrens till följd av den koncentrerade marknadsstruktur som förekommer för drivmedel kan ha bidragit till att priserna nått sådana nivåer som nu är aktuellt.

Av Konkurrensverkets rapport från 2013 kan det inte uteslutas att det på marknaden för försäljning av drivmedel föreligger en konkurrensbegränsande marknadsstruktur till följd av bland annat kombinationen av få aktörer, höga inträdeshinder, koncentrerad logistikkedja och tradition av transparenta rekommenderade priser.

Utöver möjligheten att inleda tillsynsutredningar vid misstänkta överträdelser av konkurrenslagen kan Konkurrensverket utreda marknadsförhållanden och med stöd av lagen (2010:1350) om uppgiftsskyldighet i fråga om marknads- och konkurrensförhållanden inhämta de uppgifter som behövs för att fullgöra sin verksamhet.

Konkurrensverket har inlett en förstudie om drivmedelsprissättning för en empirisk analys av konkurrensförhållandena på den svenska drivmedelsmarknaden.¹⁶ Syftet med förstudien är att undersöka hur drivmedelföretagens rekommenderade priser förhåller sig till de faktorer som företagen beaktar i sin prissättning.

Vidare har Konkurrensverket fått i uppdrag av regeringen¹⁷ att följa marknadsutvecklingen och analysera konkurrensen i drivmedelssektorn. Vid genomförandet ska löpande avstämningar ske med Konjunkturinstitutet. Anslaget för uppdraget uppgår till fem miljoner kronor per år för budgetåren 2023 och 2024.

Av regleringsbrevet framgår det att Konkurrensverket särskilt ska analysera prisbildningen i konsumentnära led på marknaden, lyfta fram områden där vi bedömer att konkurrensen kan förbättras och lämna förslag på konkurrensfrämjande åtgärder. En avstämning med Regeringskansliet (Klimat- och näringslivsdepartementet) ska ske senast den 4 september 2023. Uppdraget ska slutredovisas till Regeringskansliet (Klimat- och näringslivsdepartementet) senast den 2 december 2024.

¹⁶ Dnr 579/2022.

¹⁷ Regleringsbrev för budgetåret 2023 avseende Konkurrensverket (esv.se).

Konkurrensverket kommer under de två kommande åren bland annat:

- studera om det har skett någon förändring i prissättningsbeteendet på drivmedelsmarknaden till följd av förändringar i omvärldsläget,
- uppdatera kunskapen om marknadsstrukturen på drivmedelsmarknaden och vid behov lämna förslag på konkurrensfrämjande åtgärder,
- utreda de rekommenderade prisernas funktion och möjliga marknadseffekter,
- utreda effekterna på konkurrensen av algoritmbaserade prissättningsverktyg,
- granska utformningen av rabattavtalen mot respektive kundgrupp och på vilket sätt utformningen påverkar konkurrensen mellan bolagen på central nivå,
- utreda effekterna av att samla in realtidspriser för att förstärka privatkundernas relativa ställning i förhållande till drivmedelsbolagen, och
- samverka med andra konkurrensmyndigheter om erfarenheter av åtgärder för en effektivare konkurrens.

Initiativ, verktyg och ageranden av myndigheter i andra länder

Många andra länders konkurrensmyndigheter har utrett och analyserat konkurrensen på drivmedelsmarknaden och olika prissättningsmodeller. Avslutningsvis lämnas här exempel på olika konkurrensfrämjande åtgärder som andra konkurrensmyndigheter infört sedan tidigare och hur andra konkurrensmyndigheter har agerat till följd av rådande omvärldsläge. I många fall har dessa tillämpningar varit utfallet av mer gedigna marknadsundersökningar.

Den tyska konkurrensmyndigheten genomförde redan 2011 en sektorstudie på marknaden för drivmedel i Tyskland.¹⁸ Studien fann ett flertal låsningar i marknadsstrukturen som ansågs hämma möjligheterna till effektiv konkurrens,¹⁹ samt att marknaden dominerades av fem aktörer som nära övervakade varandras priser.²⁰ Undersökningen följdes upp av ytterligare en studie 2012²¹ och sedan 2013 finns det på myndigheten en enhet som fokuserar på marknadstransparens på drivmedelsmarknaden som bland annat samlar in realtidsdata på priser för drivmedelsstationer i Tyskland. Insamlingen sägs bidra till att öka myndighetens möjligheter att agera vid oegentligheter och möjliggör för företag att skapa uppdaterade realtidsverktyg och tjänster för att konsumenter enklare ska kunna jämföra drivmedelspriser.²² I december 2022 har ytterligare en undersökning av marknaden gjorts mot bakgrund av högre drivmedelspriser.²³

Liknande initiativ att samla in realtidsdata på priser går att hitta i Australien, där konkurrens- och konsumentmyndigheten sedan 2019 haft mandat att övervaka priserna på drivmedelsmarknaden.²⁴ I Norge måste drivmedelsbolagen sedan 2016 meddela alla prisändringar en gång i halvåret till Konkurransetilsynet.²⁵ I Österrike samlar tillsynsmyndigheten för energifrågor data i realtid på priser av drivmedelsstationer och tillhandahåller ett verktyg för konsumenter att hitta de lägsta drivmedelspriserna.²⁶ I Nya Zeeland infördes en lag som gör det obligatoriskt med inrapportering av priser till följd av en sektorstudie 2018.^{27,28} På samma tema har den brittiska konkurrensmyndigheten CMA under 2022 föreslagit till regeringen att upprätta ett öppet datasystem som ska bidra till pristransparens på marknaden²⁹, som följd av en förfrågan av det brittiska departementet för näringslivs-, energi- och industristrategi att undersöka drivmedelsmarknaden.³⁰

¹⁸ Fuel Sector Inquiry – Final Report.pdf (bundeskartellamt.de)

¹⁹ Ibid, s. 26–27

²⁰ Ibid, s. 11

²¹ Bundeskartellamt – Mineral oil - Launch of Sector Inquiry into Refineries and Oil Wholesale Sector (bundeskartellamt.de)

²² Bundeskartellamt – Market Transparency Unit for Fuels (bundeskartellamt.de)

²³ German enforcer laments legal barriers stopping intervention in fuel market – Global Competition Review (globalcompetitionreview.com)

²⁴ Fuel and petrol monitoring – ACCC (acc.gov.au)

²⁵ Spara pengar till medvetna bränslekunder – Konkurransetilsynet (konkurransetilsynet.no)

²⁶ Energy prices (bmk.gov.at)

²⁷ Commerce Commission – Market study into retail fuel (comcom.govt.nz)

²⁸ Commerce Commission – Petrol stations must display standard prices of all engine fuels under new rules (comcom.govt.nz)

²⁹ Road fuel review – Competition and Markets Authority (www.gov.uk)

³⁰ Letter from Business Secretary Kwasi Kwarteng to the Competition and Markets Authority, 11 June 2022 (publishing.service.gov.uk)

Vidare har det i vissa länder implementerats begränsningar i drivmedelföretagens pris-sättningsmöjligheter. Österrike har sedan 2011 en lag som endast tillåter en prishöjning per dag av drivmedelsstationer som inte får ske senare än klockan 12.00.³¹ I delstaten *Western Australia (WA)* finns sedan 2000 en lag som begränsar drivmedelsstationerna att ändra priser inom en 24 timmarscykel, när ett pris väl är satt.³² I Norge har Circle K till följd av en tillsynsutredning åtagit sig att inte redovisa rekommenderade priser på sin webbplats avsedd för den norska marknaden.³³

Sammanfattningsvis förefaller det finnas en del erfarenhet från andra länder av åtgärder som kan bidra till att öka möjligheterna till en mer effektiv konkurrens på drivmedelsmarknader. Konkurrensverket avser därför att ta initiativ till en kontinuerlig dialog med konkurrensmyndigheter i andra länder för att få en djupare förståelse av hur dessa åtgärder bidragit till en effektivare konkurrens, och för att förstå i vilken grad dessa även kan vara effektiva på den svenska drivmedelsmarknaden.

³¹ Competition in Energy Markets – Note by Austria, s. 4 (one.oecd.org)

³² Legislative framework (fuelwatch.wa.gov.au)

³³ V2020-26-Offentlig-versjon—Circle-K-Norge-AS-konkurranseloven-§-12-tredje-ledd-jf.-§-10-og-EOS-avtalen-artikkel-53-1.pdf (konkurransetilsynet.no)



Adress 103 85 Stockholm
Telefon 08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se