

Part

Reitan Servicehandel Sverige AB, org nr 556061-5790, Box 30185, 104 25 Stockholm

Saken

Konkurrensbegränsande samarbete; nu fråga om godtagande av åtagande enligt 23 a § konkurrenslagen (1993:20)

Beslut

Konkurrensverket godtar Reitan Servicehandel Sverige AB:s åtagande, se bilaga. Konkurrensverkets beslut gäller t.o.m. den 6 februari 2008.

Konkurrensverkets skäl

Bakgrund

1. Enligt franchiseavtalen mellan Reitan Servicehandel Sverige AB (Reitan) och franchisetagarna inom Pressbyrån respektive 7-Eleven tillhandahåller Reitan vad de betecknar som rekommenderade priser, vilka inte får överskridas. Vidare tillhandahåller Reitan den inredning och utrustning som franchisetagarna skall använda. En del av utrustningen i butiken utgörs av butiksdatasystemet Store Point.
2. Genom butiksdatasystemet Store Point distribuerar Reitan försäljningspriser till sina franchisetagare. Franchisetagarna skall enligt de instruktioner som Reitan utfärdar använda sig av butiksdatasystemet bland annat vid registrering av försäljning till kund och vid utskrift av hyllkantsetiketter. Priserna i butiksdatasystemet kan endast ändras av Reitan. För det fall franchisetagarna vill sätta ett eget försäljningspris som avviker från det pris som Reitan tillhandahåller är franchisetagarna i huvudsak hänvisade till att registrera försäljning på PLU-nummer med valbart pris (s.k. "öppet PLU").^[1]
3. En franchisetagare som väljer ett eget pris som avviker från det pris som Reitan tillhandahåller måste föra en parallell prislista vid sidan om kassasystemet. För det fall att varan säljs till det pris som Reitan lagt in i butiksdatasystemet kan försäljningen registreras via t.ex. scanning eller snabbkommandon i form av s.k. "varuknappar".
4. Vid utskrift av hyllkantsetiketter hämtas prisuppgifterna från butiksdatasystemet. Det innebär att hyllkantsetiketterna anger det av Reitan

inlagda priset. En avvikande prissättning förutsätter således en manuell prismärkning av varorna.

5. De priser som Reitan tillhandahåller via butiksdatsystemet ligger enligt franchiseavtalet även till grund för beräkningen av franchiseavgiften. Vid merparten av de möjliga lägre priser som franchisetagaren kan tänkas ta ut kommer denne att få betala en större andel av sin bruttovinst till Reitan.

6. Reitan har uppgett att de bedömer att franchisetagarna inte avviker mycket från de priser som Reitan tillhandahåller. Den höga följsamheten har bekräftats av tillfrågade franchisetagare.

Reitan

7. Reitan är verksam som franchisegivare inom servicehandeln i Sverige med varumärkena 7-Eleven och Pressbyrån. Ägare är det norska bolaget Reitan Handel AS.^[2] Reitan omsatte ca 1, 019 miljarder kronor.

8. Pressbyrån är en rikstäckande kedja med ca 320 butiker och varuomsättningen år 2004 uppgick till ca 1,8 miljarder kronor.^[3] Butikskonceptet drivs i huvudsak som en franchisekedja.

9. Reitan har från 7-Eleven Inc., USA, genom Reitan Handel AS, Norge, erhållit licens att i Sverige utnyttja varumärket 7-Eleven. 7-Elevenkedjan drivs på franchisebasis och omfattar 73 butiker som finns i tre geografiska regioner – Stockholm, Göteborg samt Malmö-, Lund- och Helsingborgsregionen. 7-Elevenkedjans varuomsättning uppgick 2004 till ca 589 miljoner kronor.

10. Både Pressbyråbutikernas och 7-Elevenbutikernas försäljning består huvudsakligen av dagligvaror.

Den preliminära rättsliga bedömningen

11. Den 23 november 2005 fick Reitan del av Konkurrensverkets preliminära bedömning av det ovan beskrivna förfarandet. Av den preliminära bedömningen framgick sammanfattningsvis följande.

Förbudet i 6 § konkurrenslagen

12. Konkurrensverket har i den preliminära bedömningen angett att även om en leverantör i princip får tillhandahålla rekommenderade priser eller maximipriser anses sådana priser utgöra fasta priser eller minimipriser om leverantören påverkar köparen eller ger denne incitament att inte sälja varorna under det "rekommenderade" priset.

13. Enligt den preliminära bedömningen har Reitan och dess franchisetagare ingått franchiseavtal genom vilka de senare accepterade att tillämpa det aktuella butiksdatsystemet i enlighet med de instruktioner som Reitan tillhandahåller. De praktiska svårigheter som en egen prissättning medför och det sätt på vilket franchisetagarnas avgift till Reitan beräknas bedömdes preliminärt utgöra ett konkurrensbegränsande samarbete mellan företag om försäljningspriser. Franchisetagarna hade inte avstått från att använda det aktuella butiksdatsystemet. Inte heller hade de meddelat Reitan att de inte accepterade de försäljningspriser som Reitan distribuerade. Av Konkurrensverkets utredning framgick också att franchisetagarna i hög grad följde dessa priser. Genom butiksdatsystemet hade Reitan dessutom möjlighet att följa upp respektive

franchisetagares användande av öppet PLU och därmed övervaka franchisetagarnas prissättning.

14. I den preliminära bedömningen avgränsade Konkurrensverket inte slutligt den relevanta marknaden utan identifierade i stället ett antal alternativa produktmarknader. Dessa alternativa marknader utgjordes av hela

servicehandeln^[4], marknaden för försäljningen av ett kiosksortiment inom servicehandeln, eller marknaden för försäljningen av en sortimentsmix som är typisk för Reitans franchisetagare inom servicehandeln. Oavsett hur den relevanta marknaden avgränsades gjorde Konkurrensverket den preliminära bedömningen att Reitans franchisetagare hade en sådan ställning på marknaden att samarbetet om försäljningspriser skulle begränsa konkurrensen på ett märkbart sätt och omfattas av förbudet i 6 § KL. Det bedömdes inte finnas skäl för undantag jämlikt 8 § KL.

Åtagande enligt 23 a § KL

15. I 23 a § första stycket KL stadgas följande:

"Har fråga uppkommit om ett företag överträder något av de förbud som avses i 23 § första stycket får Konkurrensverket, om företaget åtar sig att vidta åtgärder som medför att verket inte längre ifrågasätter att någon överträdelse föreligger, besluta att godta åtagandet. Verkets beslut får avse en bestämd tid. Så länge beslutet gäller får verket i de avseenden åtagandet omfattar inte meddela något åläggande enligt 23 §."

16. Efter det att Reitan tagit del av Konkurrensverkets preliminära bedömning har Reitan inkommit med ett åtagande, i syfte att undanröja de betänkligheter som Konkurrensverket uttryckt i den preliminära bedömningen, se bilaga. Åtagandet innebär att Reitans franchisetagare, senast sju månader efter detta beslut, skall vara fria i sin prissättning, dock med beaktande av de av Reitan rekommenderade högstapriserna. Reitans åtagande innebär att butiksdatasystemet ändras så att franchisetagaren själv kan ändra sina försäljningspriser lokalt i butik. När en vara säljs och scannas i kassan registreras det av franchisetagaren fastställda priset. Hyllkantsetiketten ska visa, av franchisetagaren valt försäljningspris samt jämförelsepris beräknat utifrån detta.

17. En sammanfattning av Konkurrensverkets preliminära bedömning och Reitans åtagande skickades till Reitans franchisetagare den 22 december 2005. De synpunkter som har inkommit med anledning härav föranleder ingen ändring av Konkurrensverkets ovan beskrivna preliminära bedömning.

18. Med hänsyn till Reitans åtagande och de synpunkter som har inkommit från Reitans franchisetagare finner Konkurrensverket inte längre skäl att ingripa mot Reitan. Konkurrensverket godtar därför Reitans åtagande.

19. Mot bakgrund av att det är svårt att förutse hur marknadsförhållandena kan komma att förändras och med hänsyn till att även avtalsrelationen mellan Reitan och Reitans franchisetagare kan komma att förändras anser Konkurrensverket att beslutet skall avse en tid om två år vilket Reitan har godtagit. Detta beslut skall därför gälla till och med den 6 februari 2008. Under denna tid avser Konkurrensverket följa upp Reitans åtagande.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit Magnus Lindbäck.

Claes Norgren

Magnus Lindbäck

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.

[1] PLU (Price-Lock-Up) standard är ett prisminne för kassaregister för produkter som saknar EAN-koder (streckkoder). Öppet PLU är inte kopplat till en specifik artikel utan till respektive huvudgrupp av varor.

[2] Reitangruppens koncernomsättning år 2004 uppgick till ca NOK 28,4 miljarder inklusive franchisedrivna enheter, där servicehandelsverksamheten omfattar ca 1 400 butiker och omsatte ca NOK 7,3 miljarder inklusive franchisedrivna enheter. Servicehandelsverksamheten omfattar varumärkena 7-Eleven (Sverige, Norge och Danmark), Pressbyrån (Sverige), Narvesen (Norge och Lettland) respektive Preses Apvieniba (Lettland).

[3] Avser varuomsättning exklusive moms plus provisioner, varav ca 1,062 miljarder SEK avser franchisedrivna butiker och ca 821 miljoner SEK butiker i egen drift.

[4] Begreppet servicehandeln såsom det presenterats av Reitan omfattar mindre detaljister inom dagligvaruhandeln såsom servicebutiker, trafikbutiker, kiosker, tobaksaffärer, frukt- och konfektyraffärer men även andra typer av företag såsom gatukök, caféer och konditorier.
