

Misstänkt konkurrensproblem – marknaden för låssmeds-grossisttjänster

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket kommer inte att utreda saken ytterligare.

Ärendet

Bakgrund

I november 2013 öppnade Konkurrensverket på eget initiativ en utredning av ASSA ABLOY-koncernen rörande en misstänkt överträdelse av förbudet mot missbruk av dominerande ställning i 2 kap. 7 § konkurrenslagen (2008:579), förkortad KL och artikel 102 Fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (FEUF) på den svenska marknaden för låssmedsgrossisttjänster.

Utredningen initierades mot bakgrund av information som framkom vid Konkurrensverkets prövning av ASSA Sverige AB:s förvärv av Prokey AB.¹ I prövningen tog Konkurrensverket del av avtal som väckte frågan om Copiax AB (Copiax), ett koncernbolag inom ASSA ABLOY, tillämpade volymåtaganden, lojalitetsrabatter och rabatter med exklusivitetsvillkor i avtal med låssmeder och säkerhetsföretag (nedan benämnda Copiax kundavtal) som riskerade att låsa upp en betydande del av efterfrågan på marknaden.

Konkurrensverket tog även del av data som tydde på att koncernbolagen ASSA AB (Assa) och Copiax tillämpade en prissättning gentemot Copiax konkurrent Prokey AB (Prokey) som utgjorde marginalklämning.

Dessa ageranden misstänktes leda till konkurrensbegränsande utestängning av befintliga och potentiella låssmedsgrossister.

¹ Dnr 437/2013 Assa Sverige AB/Prokey AB.

Företagen

Assa

Assa är ett helägt dotterbolag till Assa Sverige AB som ingår i den internationella koncernen ASSA ABLOY. Assa tillverkar och marknadsför säkerhetsprodukter till bl.a. den svenska marknaden. I Sverige är ASSA ABLOY-koncernen vertikalt integrerad och verksam i tillverkningsledet, grossistledet och installationsledet. Assa omsatte 2016 ca 1,3 miljarder kronor.

Copix

Copix är sedan 2008 ett helägt dotterbolag till Assa Sverige AB. Copix bedriver grossistverksamhet med lås- och säkerhetsprodukter. Kunderna utgörs i huvudsak av låsmeder och säkerhetsföretag som har låsmedstjänster som en del av sin verksamhet. Som låsmedsgrossist tillhandahåller Copix produkter från ett flertal leverantörer. Copix har verksamhet över hela Sverige. År 2016 omsatte bolaget drygt en miljard kronor.

Konkurrensverkets utredning

Konkurrensverket har fokuserat utredningen på två förfaranden som misstänks kunna utgöra en överträdelse av förbudet mot missbruk av dominerande ställning på den svenska marknaden för låsmedsgrossisttjänster. För det första har verket utrett om Assa och Copix prissättning tillsammans utgör marginalklämning. För det andra om de volymåtaganden, lojalitetsrabatter och rabatter med exklusivitetsvillkor som Copix har tillämpat i sina kundavtal utgör ett utestängande missbruk.

Under utredningen har Copix reviderat sina kundavtal. Från och med 2014 innehåller kundavtalen inte längre bindande individuella volymåtaganden eller individuella rabattvillkor som är förenade med krav om exklusivitet.

Huvudsakliga utredningsåtgärder

Konkurrensverket inledde utredningen i november 2013 med en platsundersökning hos Assa och Copix. Efter en tilläggsansökan från Konkurrensverket under platsundersökningens gång meddelade Stockholms tingsrätt att verket tilläts utvidga platsundersökningen till att omfatta en bredare misstänkt överträdelse. Assa överklagade tingsrättens beslut till Marknadsdomstolen som upphävde beslutet och avlog Konkurrensverkets ansökan.² Under den tid som prövningen av överklagandet pågick avvaktade Konkurrensverket med utredningen av ärendet. Detta medförde att platsundersökningen avslutades först i januari 2016.

Under utredningen har Konkurrensverket ålagt bolag inom ASSA ABLOY-koncernen att tillhandahålla information om bl.a. Copix kundavtal och deras

² Marknadsdomstolens avgörande, Assa AB mot Konkurrensverket, MD 2015:15, 28 oktober 2015.

tillämpning, försäljningsdata, kostnadsdata och marknadsförhållanden. Konkurrensverket har också inhämtat skriftlig information och träffat övriga tillverkare, grossister och låssmeder samt låssmedernas branschförening. Konkurrensverket har genomfört olika typer av ekonomisk analys, däribland kvantitativa analyser av avtal och försäljningsdata. Fokus har varit att undersöka om en lika effektiv konkurrent kan möta Assas och Copiax priser, ett s.k. lika effektiv konkurrent-test (LEK-test).

I utredningen har bl.a. följande framkommit.

Marknaden

Säkerhetsprodukter är ett samlingsbegrepp och innefattar produkter som avser att skydda mot eller försvåra stöld, intrång och liknande angrepp. Det kan röra sig om t.ex. låssystem, hänglås, nyckelämnen, passersystem och dörrstängare. Säkerhetsprodukter kan delas in i tre huvudkategorier: mekaniska, elektromekaniska och elektroniska produkter. Den tekniska utvecklingen har medfört att mekaniska produkter över tid har minskat i betydelse medan försäljningen av elektromekaniska och elektroniska produkter ökar. Utvecklingen skapar utrymme för nya aktörer och ökade möjligheter både för befintliga aktörer att expandera sin verksamhet, och för nya aktörer att etablera sig.

Säkerhetsmarknaden kan delas in i två marknader; (i) primärmarknad, s.k. objektmarknad, och (ii) eftermarknad. På objektmarknaden säljs produkter för installation i nybyggen samt större till- och ombyggnationer. Eftermarknaden omfattar t.ex. reparationer, mindre till- och ombyggnationer samt utbyten och uppgraderingar av existerande säkerhetslösningar. ASSA ABLOY-koncernen har levererat en stor del av den befintliga installerade basen av säkerhetsprodukter i Sverige, därmed finns en stor efterfrågan på ASSA ABLOY-produkter på eftermarknaden.

Säkerhetsprodukter kan nå marknaden på olika vägar. Hur produkterna säljs och distribueras varierar mellan olika produktkategorier och kunder. För flertalet produkter har dock grossistdistribution stor betydelse.

Distributionen av säkerhetsprodukter till låssmeder och säkerhetsinstallatörer sker antingen direkt från tillverkare eller genom en grossist. Låssmedsgrossister säljer till låssmeder och säkerhetsinstallatörer vilka i sin tur säljer säkerhetsprodukter och installation till slutkunder. Typiskt sett arbetar låssmedsgrossisterna mer mot eftermarknaden medan tillverkarnas direktförsäljning i högre utsträckning sker till objektmarknaden.

Service har betydelse för installatörernas val av grossist. Grossisttjänsten som sådan inkluderar bl.a. att tillgängliggöra ett brett sortiment, erbjuda produkter från olika tillverkare, snabba leveranser, lagerhållning, produktkännedom och

sampaketering. Låssmederna efterfrågar i hög utsträckning främst en fullsortimentgrossisttjänst.

De grossister som är verksamma på säkerhetsmarknaden är i hög grad specialiserade på olika kundgrupper och anpassar sitt sortiment efter dessas behov. Grossister kan indelas i låssmedsgrossister, elgrossister, grossister till byggbolag, grossister till dörr- och fasadtillverkare samt grossister till järn- och bygghandel.

Copiax och Prokey är de enda grossisterna på den svenska marknaden som är specialiserade på försäljning till låssmeder. Båda företagen erbjuder samtliga eller merparten av de produkter och tjänster som låssmeder efterfrågar för sin verksamhet. Prokey etablerade sig som låssmedsgrossist i samband med Assas förvärv av Copiax 2008. Prokey bedriver liksom Copiax grossistverksamhet med lås- och säkerhetsprodukter med säte i Stockholm och verksamhet över hela Sverige. Prokey omsatte 2016 ca 138 miljoner kronor.

Skäl för beslutet

Rättslig grund

Enligt 2 kap. 7 § KL, och artikel 102 FEUF, är missbruk av dominerande ställning förbjudet. Sådant missbruk kan särskilt bestå i att det dominerande företaget begränsar produktion, marknader eller teknisk utveckling till skada för konsumenterna. För att kunna fastställa att ett agerande omfattas av förbudet krävs först att en dominerande ställning etableras och därefter att agerandet kan anses utgöra ett missbruk.

Relevant marknad och dominerande ställning

En dominerande ställning har av EU-domstolen definierats 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. En dominerande ställning grundar sig i allmänhet på flera faktorer som var för sig inte nödvändigtvis är avgörande.³

För att kunna göra en bedömning av om ett företag har en dominerande ställning är det nödvändigt att definiera en relevant produktmarknad och en relevant geografisk marknad. Den relevanta produktmarknaden omfattar de produkter som kunderna anser är utbytbara, dvs. sådana produkter som på grund av pris, funktion och egenskaper i övrigt kan tillfredsställa samma behov hos kunderna. Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda

³ Se EG-domstolens dom i mål C-27/76, *United Brands mot kommissionen*, EU:C:1978:22, p. 65.

företagen tillhandahåller de relevanta produkterna, inom vilket konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden framförallt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.⁴

Avgränsningen av relevant marknad utgår från den snävast tänkbara marknaden, ofta kallad kandidatmarknaden. Sedan görs en analys av om utbytbarheten på efterfrågesidan och/eller utbudssidan medför att kandidatmarknaden ska utvidgas.

I utredningen har Konkurrensverket utgått från låssmedsgrossisttjänster som kandidatmarknad. Hittillsvarande utredning har inte visat på att denna marknad ska utvidgas av följande skäl.

Tillverkarna kan till viss del ersätta den distribution som låssmedsgrossisterna erbjuder med direktdistribution. Distributionsform väljs dock utifrån vad som bedöms vara mest effektivt och det finns kostnadsfördelar med grossistdistribution. Det finns även skillnader mellan direktdistribution och grossistdistribution avseende bl.a. produktsortiment, orderstorlek, leveranstid och serviceinnehåll. Tillverkarnas direktdistribution är också i större utsträckning riktad mot objektsmarknaden medan låssmedsgrossisterna i större utsträckning verkar mot eftermarknaden. Utredningen talar därför för att direktförsäljning av säkerhetsprodukter kompletterar den låssmedsgrossisttjänst som Copiax och Prokey erbjuder.

Det finns också ett antal andra grossister med närliggande verksamhet och visst överlapp avseende produktsortiment. Som beskrivits ovan efterfrågar dock låssmeder liksom andra installatörer specialiserade fullsortimentstjänster. Övriga säkerhetsgrossister erbjuder ett delvis annat produkt- och tjänsteinnehåll än Copiax och Prokey, vilket talar för att de inte utgör ett fullgott alternativ för låssmeder.

Copiax och Prokey har kunder i hela Sverige men endast marginell försäljning utomlands. Det har inte heller i utredningen i övrigt framkommit någon information om att svenska säkerhetsinstallatörer gör sina inköp utomlands.

Dessa omständigheter talar för att den relevanta marknaden i detta ärende utgörs av låssmedsgrossisttjänster i Sverige.

I utredningen har framkommit omständigheter som talar för att ASSA ABLOY-koncernen har en stark ställning i samtliga led av säkerhetsmarknaden och har så haft under lång tid. Genom Copiax har ASSA ABLOY potentiellt en särskilt stark ställning på en marknad för låssmedsgrossisttjänster. ASSA ABLOY har dessutom

⁴ Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT 1997/C 372/03, p. 7 och 8.

mycket starka varumärken och en stor etablerad bas i form av redan installerade säkerhetsprodukter.

Dessa omständigheter talar för att Assa har en dominerande ställning som leverantör till låssmedsgrossisterna och att Copiax har en dominerande ställning på en marknad för låssmedsgrossisttjänster.

Konkurrensverket har inte gjort någon slutlig avgränsning av den relevanta marknaden. Konkurrensverket har inte heller gjort en slutlig bedömning av Assas eller Copiax ställning på en sådan marknad. I ljuset av övriga resultat i utredningen har det inte varit nödvändigt att ta slutlig ställning i dessa frågor.

Missbruk

Det faktum att ett företag innehar en dominerande ställning är i sig inte otillåtet. Det är företagets eventuella missbruk av en sådan dominerande ställning som är förbjudet enligt 2 kap. 7 § KL och artikel 102 FEUF. Missbruk är ett objektiva begrepp som särskilt omfattar sådant beteende av ett dominerande företag som kan påverka strukturen på en marknad där konkurrensen redan är försvagad just till följd av det dominerande företagets existens och som, genom att företaget använder andra metoder än sådana som räknas till normal konkurrens om varor och tjänster på grundval av de ekonomiska aktörernas prestationer, hindrar att den konkurrens som föreligger på marknaden upprätthålls eller utvecklas.⁵ Sådant beteende kan utgöra ett utestängande missbruk.

Allmänt om marginalklämning

När ett vertikalt integrerat företag som är dominerande, i vart fall uppströms, tillämpar en prissättning som leder till s.k. marginalklämning, kan detta vara utestängande. Marginalklämning kan uppstå om skillnaden mellan det pris som företagets uppströmsbolag tar ut vid leverans till sina konkurrenter nedströms och det pris som företagets nedströmsbolag tar ut till slutkunder är negativ eller otillräcklig för att täcka de tillkommande kostnader som är hänförliga till att sälja produkten till slutkunderna. Ett sådant förhållande innebär att det inte är möjligt för en lika effektiv konkurrent att konkurrera med det vertikalt integrerade företaget om leveranser till slutkunderna utan att göra en förlust.⁶

Allmänt om exklusivavtal och lojalitetsrabatter

Olika former av exklusivavtal och lojalitetsrabatter kan leda till konkurrensbegränsande utestängning när ett dominerande företag tillämpar dem och därigenom binder upp en betydande del av kunderna på en marknad.

Att bevilja rabatter till kunder är i sig inte ett otillåtet sätt att priskonkurrera. Rabatter kan generera effektivitet och vara gynnsamma för konkurrensen och i

⁵ Se EU-domstolens dom i mål C-85/76, *Hoffmann-La Roche mot kommissionen*, EU:C:1979:36, p. 91.

⁶ Se EU-domstolens dom i mål C-52/09, *TeliaSonera Sverige*, EU:C:2011:83, p. 32.

slutändan för konsumenterna. Om vissa typer av rabatter tillämpas av en dominerande aktör kan det emellertid finnas en risk för utestängning av befintliga eller potentiella konkurrenter till skada för konsumenterna.

Om ett företag med dominerande ställning binder köpare genom en skyldighet eller ett löfte att göra alla eller en betydande del av sina inköp uteslutande från det dominerande företaget – s.k. exklusivavtal – kan det utgöra ett missbruk. Så är även fallet om företaget tillämpar ett system med lojalitetsrabatter, dvs. rabatter som ges på villkor att kunden gör alla eller en betydande del av sina inköp uteslutande hos företaget.⁷ Sådana förfaranden kan ha förmåga att leda till en konkurrensbegränsande utestängning.

Ekonomisk analys av Assas och Copiax priser och avtal

Copiax har enligt kundavtalen tillämpat ett flertal prismodeller i form av rabattsystem med exklusivitetsvillkor, volymåtaganden, bonussystem samt olika kundförmåner. Avtalen tecknas för ett år i taget och förhandlas individuellt med varje kund. Konkurrensverket har utrett om kundavtalen utgjorde ett utestängande missbruk.

Vid bedömningen av om Copiax kundavtal har haft förmåga att leda till en konkurrensbegränsande utestängning på marknaden har Konkurrensverket utfört ett LEK-test.

Konkurrensverket har analyserat om ASSA ABLOY:s prissättning har haft förmåga att utestänga en lika effektiv konkurrent till Copiax. LEK-testet har gjorts för att analysera om en hypotetisk aktör med Prokeys inköpskostnader för produkter från något av bolagen inom ASSA ABLOY-koncernen, men med Copiax kostnadsstruktur i övrigt, skulle kunna konkurrera med Copiax slutkundspriser för Assas produkter och ändå täcka alla de tillkommande kostnaderna för försäljning av dessa produkter inklusive t.ex. kostnader för hantering, lagerhållning, personalkostnader och distribution.⁸ I denna utformning analyserar testet samtidigt de eventuella utestängande effekterna av såväl den misstänkta marginalklämningen som Copiax kundavtal. LEK-testet har inte visat på att de tillämpade priserna har haft förmåga att utestänga en lika effektiv konkurrent.

Konkurrensverket har även analyserat om de i utredningen aktuella villkoren i Copiax kundavtal har använts i sådan utsträckning, och åtföljts av kunderna i sådan grad, att dess tillämpning har kunnat leda till konkurrensbegränsande utestängning.

⁷ Se EU-domstolens dom i mål C-85/76, *Hoffmann-La Roche mot kommissionen*, EU:C:1979:36, p. 89 och dom i mål C-413/14 P, *Intel mot kommissionen*, EU:C:2017:632, p. 137.

⁸ Kostnadsuppgifter och uppgifter om intäkter har hämtats från Copiax och Prokeys interna affärs- och redovisningsystem.

Analysen av Copiax kundavtal visar att avtalen omfattar en inte obetydlig andel av antalet kunder på låssmedsgrossistmarknaden. Dessa kunder står för en ännu större andel av låssmedsgrossisternas totala försäljning. Vidare visar analysen att volymåtagandena täcker en betydande andel av avtalskundernas totala årliga inköp.

Samtidigt visar analysen att många av de kunder som ingått avtal med Copiax även handlade av Prokey. Analysen visar inte att Copiax undandrar bonus för kunder som inte uppnår sina volymåtaganden. Utredningen visar inte heller att Copiax särbehandlar kunder som gör alla sina inköp hos Copiax gentemot kunder som gör sina inköp hos både Copiax och Prokey.

Sammantaget ger Konkurrensverkets analyser av tillämpade priser och av avtalens tillämpning varken tydliga indikationer på marginalklämning eller på att avtalen har haft förmåga att leda till konkurrensbegränsande utestängning.

Slutsats

Med hänsyn till vad som har framkommit i utredningen finner Konkurrensverket inte anledning att prioritera ytterligare utredning. Konkurrensverket skriver därför av ärendet från vidare handläggning.

Särskild talan

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

Konkurrensverkets beslut innebär inte ett slutligt ställningstagande till om förfarandet strider mot konkurrensreglerna.

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

Särskild talan om förbud mot missbruk av dominerande ställning enligt 2 kap. 7 § KL (eller enligt artikel 102 FEUF) väcks genom ansökan om stämning vid Patent- och marknadsdomstolen.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit konkurrensrådet Maria Bernhardsson.

Rikard Jermsten

Maria Bernhardsson

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.

Kopia till:

ASSA ABLOY AB

Copiax AB

Assa AB