

Föstudaginn 3. febrúar 1995 kl. 14:15

46. fundur Samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 7/1995

Kvartanir vegna viðskiptahátta Bónus sf. og Baugs hf.

I.

Málavextir.

1.

Í lok árs 1993 átti stjórn matvöruhóps Félags íslenskra stórkaupmanna fund með fulltrúum Samkeppnisstofnunar vegna viðskiptahátta á matvörumarkaðnum. Í framhaldi af fundinum ritaði félagið stofnuninni bréf, dags. 11. janúar 1994. Þar segir m.a.: "*...óskum við hér með eftir því að Samkeppnisstofnun kanni hvort eðlilegt geti talist með tilliti til Samkeppnislaga og góðra viðskiptahátta að bjóða vörur til kaups undir sannanlegu kostnaðarverði.*" Ennfremur segir: "*Undirboð valda ójafnvægi á vörumarkaði og stuðla að óhagkvæmri nýtingu framleiðsluþátta þjóðfélagsins. Rétt er að benda á mikinn skaða sem orðið hefur af gjaldþrotum fyrirtækja á undanförunum árum og snerta mun fleiri en í fyrstu kann að virðast.*"

2.

Frá Samtökum iðnaðarins barst bréf, dags. 11. ágúst 1994. Þar segir m.a.: "*Samtökum iðnaðarins hafa ítrekað borist ábendingar og kvartanir frá einstökum aðildarfyrirtækjum um viðskiptahætti Baugs hf., sem er innkaupafyrirtæki fyrir Hagkaup og Bónus en eignarhald á þessum fyrirtækjum er að meira eða minna leytí í höndum sömu aðila.*" Ennfremur segir: "*Hagkaup og Bónus hafa óumdeilanlega mjög sterka stöðu á neytendavörumarkaði hér á landi. Ýmislegt bendir til þess að staða þessara fyrirtækja sé svo sterk að þau hafi markaðsráðandi stöðu. Má í því sambandi nefna ýmsa skilmála sem Baugur sf. setur birgjum sínum s.s. kröfu um mikil afsláttarkjör af vörum, einhliða reglur um afgreiðslutíma, þátttöku í flutningskostnaði o.s.frv. Þá er margt sem bendir til að fyrirtækin selji einstakar vörur án álagningar eða jafnvel undir kostnaðarverði um lengri eða skemmri tíma. Slíkt verður að telja óheimilt ef markaðsráðandi fyrirtæki á í hlut.*"

Samtök iðnaðarins beina þeim tilmælum til Samkeppnisráðs í bréfi sínu að fram fari athugun á því hvort Baugur hf. ásamt Hagkaupi hf. og Bónus sf. hafi náð markaðsráðandi stöðu á matvörumarkaðnum og er vísað til heimilda í 17. gr. samkeppnislaga um aðgerðir, ef markaðsráðandi fyrirtæki misbeita stöðu sinni.

3.

Erindi barst frá Almennu lögfræðistofunni hf. í umboði Félags dagvörukaupmanna, sem er deild innan Kaupmannasamtaka Íslands, dags. 2. sept. 1994. Í bréfinu kemur fram beiðni um að Samkeppnisstofnun athugi viðskiptaskilmála heildverslana og iðnfyrirtækja annars vegar gagnvart Baugi hf. og Bónus sf. og hins vegar gagnvart félagsmönnum í Félagi dagvörukaupmanna.

Í bréfinu segir m.a.: "*Félagsmenn hafa rökstuddan grun um, að í viðskiptum þeirra við heildverslanir og iðnfyrirtæki hér á landi njóti þeir viðskiptakjara, sem eru í hróplegu ósamræmi við þau kjör, sem þessar sömu heildverslanir og iðnfyrirtæki veita Baugi sf. og Bónus sf.*"

Máli sínu til stuðnings gerði Félag dagvörukaupmanna samanburð á verði nokkurra vörutegunda hjá tíu heildsölum og framleiðendum og smásöluverði sömu vörutegunda hjá Bónus sf. Meðfylgjandi voru vörunótur frá tveimur litlum verslunum í Félagi dagvörukaupmanna og kassakvittanir frá Bónus sf. þar sem þessar vörutegundir koma fyrir. Í bréfi dagvörukaupmanna segir að þessi samanburður staðfesti, að Bónus sf. selji allar þessar vörur á lægra verði en "*nemur verði vörunnar hjá innflytjanda eða framleiðanda í viðskiptum þessara aðila við félagsmenn í Félagi dagvörukaupmanna. Í ljósi þessara staðreynda telur Félag dagvörukaupmanna afar brýnt, að Samkeppnisstofnun bregðist skjótt við og kanni til hins ítrasta, hvort sú sé raunin, að Baugur sf., geti í krafti stærðar sinnar, knúid fram afslætti eða önnur viðskiptakjör, sem leiða til þess, að félagið fái vörur á verði, sem sé lægra en raunverulegt kostnaðarverð hennar, sem aðrar verslanir og að lokum neytendur, sem ekki eiga þess kost að versla við Baugsverslanir, séu látnir bera.*"

Ennfremur segir: "*Krafa Félags dagvörukaupmanna um rannsókn af hálfu Samkeppnisstofnunar og aðgerðir af hálfu Samkeppnisráðs til að uppræta hin*

bersýnilega óeðlilegu viðskiptakjör, sem Baugi sf. hefur í krafti stærðar sinnar tekist að knýja fram, er byggð á yfirlýstu markmiði Samkeppnislaga nr. 8/1993, samkvæmt 1. gr. þeirra, svo og 17 gr. laganna, sem heimilar Samkeppnisráði að grípa til aðgerða gegn samningum, skilmálum, athöfnum og aðstæðum sem hafa skaðleg áhrif á samkeppni."

4.

Starfsmenn Samkeppnisstofnunar áttu fund með forsvarsmönnum Baugs hf. ásamt lögmanni Baugs hf. og Bónus sf. 26. október s.l., en áður hafði verið rætt við þá um erindi Félags dagvörukaupmanna. Var óskað eftir upplýsingum um innkaupsverð á tilgreindum vörutegundum eins og lýst er í kafla II hér á eftir. Í framhaldi af þessum fundi barst bréf, dags. 10. nóvember 1994, frá lögmanni fyrirtækjanna, Hreini Loftssyni hrl. Í bréfi lögmansins segir m.a.: "*Tilefni þessarar athugunar, sem einnig á að ná til viðkomandi iðnfyrirtækja og heildverslana, er bréf Félags dagvörukaupmanna til stofnunarinnar, dags. 2. september sl. Í því bréfi er að finna aðdróttanir og órökstuddar ásakanir í garð fyrirtækjanna Baugs sf. og Bónusar sf., um óeðlilega skilmála, sem fyrirtækin eiga að hafa náð fram gagnvart heildsölum og iðnfyrirtækum í krafti markaðsráðandi stöðu sinnar. Á fyrrgreindum fundi fengu fulltrúar fyrirtækjanna í fyrsta sinn afrit af nefndu bréfi Félags dagvörukaupmanna og hafa í kjölfar þess getað kynnt sér efni þess."*

Vitnað er til lista Félags dagvörukaupmanna yfir vörur, sem seldar eru undir heildsöluverði í Bónus hf. Í bréfinu segir: "*...þær vörutegundir, sem nefndar eru í bréfinu, eru í harðri samkeppni milli stórverslana og flestar seldar undir innkaupsverði. Sú er einnig raunin í verslunum helstu samkeppnisaðila. Hvergi er í lögum að finna ákvæði þess efnis, að verslanir megi ekki selja ákveðnar vörutegundir undir innkaupsverði. Það er því einfaldlega rangt, að halda því fram, eins og gert er í bréfinu, að nefndur listi sé til marks um það "að Baugur sf., geti í krafti stærðar sinnar knúið fram afslætti eða önnur viðskiptakjör, sem leiða til þess, að félagið fái vörur á verði, sem sé lægra en raunverulegt kostnaðarverð hennar, sem aðrar verslanir og að lokum neytendur, sem ekki eiga þess kost að versla við Baugsverslanir, séu látnir bera."*

Ennfremur segir, að verslanir Bónus sf. séu í harðri samkeppni við aðrar verslanir, sem einnig selji vörur undir innkaupsverði. Baugur hf. njóti stærðarhagkvæmni í innkaupum sínum, auk þess að stunda eigin innflutning,

sem leiði til lægra vöruverðs. Bent er á að raunhæfara sé að bera saman verð í Bónus sf. við verð í stórmörkuðum en ekki við verð í litlum verslunum eins og teknar eru sem dæmi í athugun Félags dagvörukaupmanna.

Óskað var eftir formlegu svari Samkeppnisstofnunar við erindinu og að kannað verði hvort ásakanir Félags dagvörukaupmanna eigi við rök að styðjast. *"Leiði sú skoðun til þeirrar niðurstöðu, að ásakanir Félags dagvörukaupmanna eigi ekki við rök að styðjast, þar að fella málið niður. Það er óþolandi fyrir fyrirtæki á borð við Baug sf. og Bónus sf. að eiga yfir höfði sér slíka rannsókn á svo veikum grunni, sem bréf Félags dagvörukaupmanna felur í sér."* Samkeppnisstofnun svaraði með bréfi, dags. 17. nóvember 1994.

II

Athuganir samkeppnisyfirvalda

1.

Í október 1992 birti Verðlagsstofnun könnun á viðskiptakjörum dreifingaraðila gagnvart matvöruverslunum. Síðla árs 1992 eignaðist Fjárfestingarfélagið Þor hf. hlut í Bónus sf. sem tengdist þá eignalega Hagkaupum hf., en þessir aðilar höfðu áður keppt á matvörumarkaðnum. Nokkrum mánuðum síðar varð Mikligarður hf., sem var stór aðili á markaðnum, gjaldþrota.

Í fyrirnefndri könnun frá árinu 1992 var kannað sérstaklega hvaða viðskiptakjara verslanir á landsbyggðinni nutu. Var það gert m.a. með heimsóknnum í dreifingarfyirtæki og verslanir á Ísafirði og Akureyri. Meginniðurstöður könnunar Verðlagsstofnunar á árinu 1992 voru þær að ekki væri um merkjanlegt ósamræmi að ræða í þeim kjörum sem matvöruverslanir nytu. Var það mat stofnunarinnar að verslunum væri ekki mismunað eftir stærð eða landfræðilegri legu umfram það sem unnt væri að skýra með viðskiptalegum rökum. Helstu skýringuna á lágu verði á ýmsum algengum vörum í stórum verslunum mátti rekja til verðstríðs á milli verslananna. Þá kom í ljós að verðstríðið hafði leitt til þess að allmargar vörutegundir voru seldar í stórmörkuðum undir innkaupsverði verslananna.

Í framhaldi af fyrri athugun og vegna þeirra erinda, sem að framan er getið, auk ýmissa ábendinga, þar sem óskað hefur verið nafnleyndar, var ákveðið að gera nýja athugun á viðskiptakjörum á matvörumarkaðnum. Megináhersla var lögð á að kanna hvort hinn mikli verðmunur, sem er á einstökum vörutegundum í stórmörkuðum og þá sérstaklega verslunum Bónus sf., annars vegar, og í

öðrum dagvöruverslunum á höfuðborgarsvæðinu hins vegar, sé vegna mismunandi afsláttar, sem þessar verslanir kunna að njóta, eða vegna verðlagningar undir kostnaðarverði. Tilgangurinn er að kanna hvort viðskiptahættir Bónus sf. og Baugs hf. stríði gegn samkeppnislögum. Að þessu sinni var ekki gerð sérstök athugun á viðskiptakjörum verslana á landsbyggðinni.

2.

Velta smásöluverslana á matvörumarkaðnum var áætluð 30.000 m.kr. árið 1993. Hagkaup hf. var með um 23% markaðshlutdeild og Bónus sf. með um 10%. Fjárfestingarfélagið Þor hf. á Bónus sf. að hálfu, en eigendur í Þor hf. eru að mestu sömu aðilar og þeir sem eru hluthafar í Hagkaupi hf. Samtals eru Hagkaup hf. og Bónus sf. með þriðjung af matvörumarkaðnum. Eignaraðild að Baugi hf. er að jöfnu í höndum eigenda Hagkaups hf. og Bónus sf. Í félagssamningi um Baug hf. segir: *"Tilgangur félagsins er að annast innkaup, birgðahald, dreifingu og annan tengdan rekstur fyrir verslanir eigenda og aðra eftir ákvörðun stjórnar."*

Á smásölumarkaði matvöru er áætlað að verslanir Nóatúns séu með 6% markaðshlutdeild, Kaupfélag Eyfirðinga með 5%, Fjarðarkaup og Kaupfélag Suðurnesja séu með 4% hvort fyrir sig. Önnur fyrirtæki eru með minni markaðshlutdeild.

3.

Í október 1994 var gerð athugun á verði tæplega 200 vörutegunda í eftirtöldum verslunum: Bónus, Hagkaup, Fjarðarkaup, Miðvangur, 10-11, Nóatún, Grímsbær og Austurver. Vörutegundir í athuguninni voru þurrvara og gosdrykkir. Innlendar vörur voru í meirihluta. Sem dæmi um niðurstöður könnunarinnar má nefna að þessar 200 vörutegundir voru að meðaltali 20% dýrari í Hagkaupi hf. en í verslunum Bónus sf. Ein af verslunum í könnuninni var 48% dýrari að meðaltali en Bónus sf. **Tekið skal fram að þessi athugun gefur ekki rétta mynd af mismun á verði í þessum verslunum, þar sem vörurnar voru valdar með hliðsjón af því að verðið á þeim var mjög lágt í Bónus.** Úr þessum 200 vörutegundum voru valdar til frekari athugunar 53 vörutegundir, sem voru 15% til 60% dýrari í verslunum Hagkaups hf. heldur en í verslunum Bónus sf. Samkeppnisstofnun aflaði síðan gagna um innkaupsverð Bónus sf. á þessum vörutegundum til þess að kanna hvort verðlagning á þeim byggðist á afslætti fyrirtækisins hjá birgjum eða á öðrum atriðum.

4.

Fundur var haldinn í húsakynnum Bónus sf. 26. október 1994 með forsvarsmönnum fyrirtækisins og lögmanni eftir að fyrirnefnd verðkönnun var gerð. Fundarmönnum voru kynntir málavextir og þeim afhent afrit af bréfi dagvörukaupmanna, dags. 2. september 1994. Afhentur var listi yfir þær 53 vörutegundir, sem fyrr er getið, og beðið um innkaupsverð fyrirtækisins á þeim.

Fundur var haldinn í húsakynnum Baugs hf. með forsvarsmönnum fyrirtækisins og lögmanni 9. nóvember, 1994. Beðið var um innkaupsverð Baugs hf. á fyrirnefndum 53 vörutegundum. Lögmaður Baugs hf. óskaði eftir því að svara erindi Samkeppnisstofnunar skriflega. Bréfi lögmannsins dags. 10. nóv. 1994, eru gerð skil í kafla I hér að framan. Samkeppnisstofnun svaraði með bréfi dags. 17. nóvember 1994.

Upplýsingar um innkaupsverð Bónus sf. og Baugs hf. á fyrirnefndum vörutegundum bárust Samkeppnisstofnun um mánaðamótin nóvember, desember.

5.

Við samanburð á innkaupsverði Bónus sf. (frá Baugi hf.) og smásöluverði, sem skráð var í október á vörutegundunum 53, kom í ljós að "smásöluálagning" Bónus sf. á 25 vörutegundir var frá - 29% til 0%. Smásöluálagning á 13 vörutegundir var 1% til 15%. Álagning á 15 vörutegundir var 16% og hærri.

6.

Á tímabilinu 22. september til 13. október áttu starfsmenn Samkeppnisstofnunar fundi með forsvarsmönnum tíu allstórra heildverslana og framleiðenda í matvörugreininni sem voru dreifingaraðilar þeirra vörutegunda sem tilgreindar voru í erindi Félags dagvörukaupmanna. Beðið var um upplýsingar um viðskiptakjör sem þeir veita viðskiptavinum sínum. Í flestum tilfellum voru gögn, svo sem samningar og reikningar, athuguð. Þessar upplýsingar eru trúnaðarmál og verða því ekki birtar hér.

Greiðslukjör verslana hjá birgjum eru með ýmsum hætti. Þegar þær staðgreiða vöru njóta þær afsláttar sem er 3% til 5% eftir birgjum. Einnar viku til tíu daga greiðslufrestur telst gjarna staðgreiðsla. Algengt er að vörur séu keyptar með greiðslufresti sem nemur úttektarmánuði auk þrjátíu daga. Auk staðgreiðsluafsláttar veita dreifingarfyrtæki viðskiptavinum sínum

magnafslátt þ.m.t. brettaafslátt þegar keypt eru "heil bretti". Ennfremur tíðkast samningsbundinn afsláttur sem m.a. byggir á gagnkvæmum viðskiptaskilmálum kaupanda og seljanda. Þannig veitir seljandi tiltekinn afslátt t.d. gegn því að vörur hans fái ákveðið hlutfall af því hilluplássi sem notað er fyrir allar vörur sama vörflokks. Auk þess sem að framan greinir tíðkast að veita afslátt sem stendur öllum verslunum til boða s.s. kynningarafsláttur ýmiss konar. Þegar samkeppni er óvenjumikil svo sem á gosdrykkjamarkaðnum fá nánast allar verslanir tiltölulega háan afslátt frá skráðu heildsöluverði.

Viðskipti Baugs hf. við átta af dreifingarfyrirtækjunum tíu sem aflað var upplýsinga hjá námu 20% til 30% af heildarveltu fyrirtækjanna á matvörumarkaðnum. Viðskipti tveggja fyrirtækjanna við Baug hf. voru 10% til 20% af heildarveltu þeirra.

Baugur hf. semur í flestum tilfellum um viðskiptakjör fyrir Bónus sf. og Hagkaup hf. Vörur eru afhentar til Baugs hf. sem heldur birgðir fyrir verslanir eigenda sinna. Má því líta á þessi fyrirtæki sem einn aðila í viðskiptum við birgja.

III.

Niðurstöður

1.

Allmiklar sviptingar hafa verið á matvörumarkaðnum undanfarin ár. Nokkuð hefur verið um gjaldþrot matvöruverslana. Bónus sf. og Hagkaup hf. tengdust eignalega síðla árs 1992, en fyrirtækin höfðu áður keppt á matvörumarkaðnum og staðið í beinu verðstríði. Mikligarður hf., sem var stór aðili á markaðnum, varð gjaldþrota nokkru síðar en ekki eru orsakatengsl á milli gjaldþrotsins og eignatengsla Bónus sf. og Hagkaups hf. Samkeppni er hörð og stærri verslanir keppast um að vera með lægsta verðið. Aðilar fylgjast með verði hverjir hjá öðrum og ef ein verslun lækkar verð á vörum þá lækka hinar oft í kjölfarið. Í verðstríði standa stærri og styrkari aðilar betur að vígi og geta niðurgreitt ákveðnar vörutegundir um lengri eða skemmri tíma. Óhjákvæmilegur fylgifiskur verðstríðs er að þau fyrirtæki sem ekki eru rekin af hagkvæmni eða standa fjárhagslega veikt verða undir og verða jafnvel gjaldþrota.

Í flestum tilvikum eru þær vörur sem verðlagðar hafa verið undir innkaupsverði algengar í verðkönnunum fjölmiðla. Stórmarkaðir kappkosta að vera með sem

lægst verð í verðkönnunum vegna þeirrar umfjöllunar og athygli sem þeir njóta fyrir bragðið. Verðkannanir fjölmiðla hafa oftast verið einfaldar og einhæfar þannig að stórmarkaðir hafa af reynslunni getað áætlað hvaða vörutegundir koma þar oftast fyrir. Hafa þeir ekki skirrst við að verðleggja umræddar vörur undir innkaupsverði. Á það ekki aðeins við um Bónus sf.

Fyrirtæki á matvörumarkaðnum þurfa eins og önnur fyrirtæki að skila framlegð til að standa undir föstum kostnaði. Vörutegundir sem seldar eru undir kostnaðarverði skila ekki framlegð. Aðrar vörur bera því kostnaðinn af þeim vörutegundum sem skila engri eða neikvæðri framlegð. Einstaka kaupendur þ.e. neytendur og verslanir geta hagnast á því að birgja sig upp af vörum sem seldar eru undir innkaupsverði. Fastir viðskiptavinir verslunar þar sem allmargar vörutegundir eru seldar undir kostnaðarverði geta því þurft að greiða hærra meðalverð fyrir aðrar vörur í verslun. Þær vörur sem seldar eru undir kostnaðarverði gefa neytendum ranga mynd af meðalverði í viðkomandi verslun.

2.

Draga má saman efnislega þætti í fyrirspurnum, athugasemdum og kvörtunum þeirra aðila sem hafa sent samkeppnisyfirvöldum formleg erindi vegna viðskiptahátta Bónus sf. og Baugs hf. með eftirfarandi hætti:

1. Óskað er úrskurðar um það hvort Baugur hf., í eigu Hagkaups hf. og Bónus sf., sé markaðsráðandi á matvörumarkaðnum.
2. Kannað verði hvort Baugur hf. misnoti stöðu sína og knýi fram viðskiptakjör þannig að fyrirtækið fái vörur á verði sem sé lægra en raunverulegt kostnaðarverð þeirra og í "hróplegu" ósamræmi við það verð sem dagvörukaupmenn þurfi að greiða fyrir sömu vörur.
3. Kannað verði hvort eðlilegt sé, með hliðsjón af samkeppnislögum og góðum viðskiptaháttum, að selja vörur í smásölu undir sannanlegu kostnaðarverði.
4. Gripið verði til íhlutunar í krafti samkeppnislaga eftir því sem ástæða þykir til.

Í kvörtun Félags dagvörukaupmanna frá 2. september 1994 er vitnað til samanburðar félagsins á smásöluverði 24 vörutegunda í Bónus sf. og innkaupsverði sömu vörutegunda hjá tveimur verslunum í Félagi dagvörukaupmanna. Verslanir þessar eru mjög smáar dagvöruverslanir og nema innkaup þeirra, hvórrar fyrir sig, aðeins broti af innkaupum Baugs hf.

Af þeim þremur félögum sem sendu formleg erindi vegna málsins lagði aðeins Félag dagvörukaupmanna fram efnisleg gögn erindi sínu til stuðnings.

3.

Velta smásöluverslana á matvörumarkaðnum var áætluð 30.000 m.kr. á landinu árið 1993. Markaðshlutdeild Hagkaups hf. var áætluð um það bil 23% og markaðshlutdeild Bónus sf. um það bil 10%. Aðrir aðilar á matvörumarkaðnum voru með 6% eða minni markaðshlutdeild. Eignaraðild að Baugi hf. er að jöfnu í höndum eigenda Hagkaups hf. og Bónus sf.

Á þeim markaði sem hér er til umfjöllunar er sameiginleg markaðshlutdeild Bónus sf. og Hagkaups hf. áætluð 33% eins og áður er getið. Hlutdeild þeirra fyrirtækja sem næst koma er hins vegar aðeins 4-6%.

Þó að markaðshlutdeild skipti mestu máli þegar meta á hvort fyrirtæki séu ráðandi á þeim markaði sem máli skiptir þarf hún ekki ætíð að vera mjög há til að um markaðsyfirráð sé að ræða. Tæknilegt forskot fyrirtækja og fullkomið dreifingarkerfi stuðla að markaðsráðandi stöðu þeirra. Bónus sf. og Hagkaup hf. hafa með stofnun og rekstri Baugs hf. komið á fullkomnu og afkastamiklu birgðastýringar- og dreifingarkerfi sem hefur stuðlað að hagræðingu í rekstri fyrirtækjanna. Önnur fyrirtæki á markaðnum hafa ekki sambærilegt kerfi. Fulltrúar þeirra dreifingarfyrirtækja matvöru sem Samkeppnisstofnun hefur rætt við hafa nánast talið það forsendu fyrir rekstri fyrirtækja sinna að vörur þeirra séu boðnar til kaups í þeim verslunum sem standa að Baugi hf. Ber það vott um sterka stöðu þeirra á markaðnum. Sterk fjárhagsleg staða fyrirtækis og auðveldur aðgangur að fjármagni er einn mælikvarði á markaðslega stöðu fyrirtækisins. Ekki hefur verið gerð sérstök athugun á fjárhagslegri stöðu Baugs sf. eða þeirra fyrirtækja sem að Baugi hf. standa. Allir fulltrúar dreifingarfyrirtækja sem rætt var við meta það mikils að greiðslur frá Baugi hf. vegna vörukaupa berast undantekningarlaust á umsömdum tíma. Bera þeir fullt traust til greiðslugetu fyrirtækisins.

Með vísan til þess sem að framan er ritað metur Samkeppnisstofnun stöðu Baugs hf. svo að fyrirtækið sé ráðandi á þeim markaði sem hér um ræðir. Er þá tekið tillit til markaðshlutdeildar í samanburði við innkaup annarra fyrirtækja, dreifikerfis og markaðslegrar og fjárhagslegrar stöðu gagnvart birgjum.

Fyrirtækið Bónus hf. var eins og áður segir með 10% hlutdeild á heildarmarkaði matvöruverslana árið 1993. Fyrirtækið hefur haslað sér völl meðal sérstakrar tegundar verslana sem bjóða lágt vöruverð, einkonar afsláttarverslanir. Hjá slíkum verslunum er lögð höfuðáhersla á lágt vöruverð á kostnað þjónustu, vöruframboðs og umhverfis. Ef markaður slíkra verslana er skilgreindur sérstaklega hefur Bónus sf. ráðandi stöðu á honum þar sem aðeins verslanirnar F & A, sem nú hefur hætt rekstri, og Nettó á Akureyri hafa starfað á þeim hluta matvörumarkaðarins auk Bónus sf.

4.

Þegar fyrirtæki hindrar virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir með aðgerðum sínum er um að ræða misbeitingu á markaðsráðandi stöðu þess. Hinar samkeppnishindrandi aðgerðir geta verið fólgnar í því að takmarka aðgang keppinauta að markaðnum, ákveða ósanngjarnt verð, takmarka framboð, halda aftur af markaðs- eða tækniþróun til skaða fyrir neytendur, mismuna viðskiptavinum o.fl.

Kostnaður dreifingarfyrirtækja er að öllu jöfnu lægri á hverja vöru einingu við afgreiðslu á einni stórri pöntun heldur en við afgreiðslu á mörgum smáum. Framlegð birgja er því meiri af viðskiptum við Baug hf. heldur en við smærri aðila og nýtur Baugur hf. þess m.a. í samningsbundnum afslætti.

Helsti rökstuðningur Félags dagvörukaupmanna fyrir því að Baugur hf. misbeiti sterkri stöðu sinni er lágt smásöluverð í verslunum Bónus sf. á einstökum vörutegundum, sem talið er að megi rekja til mikils afsláttar sem Baugur hf. knýi fram í krafti markaðsráðandi stöðu. Könnun leiddi hins vegar í ljós að flestar þessar vörutegundir voru seldar undir innkaupsverði í Bónus sf.

Athugun á viðskiptakjörum tíu allstórra heildverslana og framleiðenda gagnvart Baugi hf. annars vegar og öðrum viðskiptavinum þeirra hins vegar leiddi í ljós að Baugur hf. nýtur afsláttar, sem virðist vera í samræmi við þá framlegð, sem birgjar hafa af viðskiptum við fyrirtækið. Þetta var mat birgja

og gerir Samkeppnisstofnun ekki athugasemdir við það mat á grundvelli þeirra upplýsinga sem stofnunin hefur aflað.

Viðskiptakjör Baugs hf. hjá þeim dreifingarfyrtækjum sem stofnunin aflaði upplýsinga hjá virðast ekki óeðlileg í samanburði við viðskiptakjör annarra fyrirtækja með tilliti til hagræðis dreifingarfyrtækja við að dreifa vörum til stórkaupanda eins og Baugur hf. er. Mismunandi viðskiptakjör sem byggja á viðskiptalegum rökum teljast ekki skaðleg fyrir samkeppnina á markaðnum.

Til að skaða ekki viðskiptahagsmuni aðila verður ekki fjallað um viðskiptakjör einstakra fyrirtækja hér.

5.

Einstök fyrirtæki geta skaðast af mikilli samkeppni eða samkeppnishegðun annarra fyrirtækja. Markmið samkeppnislaga er að efla virka samkeppni en ekki að vernda keppinauta gegn þeim skaða sem samkeppnin kann að valda þeim. Í samkeppnisrétti er undirverðlagning ekki talin skaðleg nema markmiðið með henni sé að skaða aðila á markaðnum til þess að draga úr samkeppni.

Samkeppnisstofnun gerði könnun á smásöluverði 200 vörutegunda í níu verslunum þ.á.m. verslunum Bónus sf. og Hagkaups hf. Þessar vörutegundir voru valdar með hliðsjón af því að smásöluverð þeirra var mjög lágt í Bónus sf. Úr þessum vörutegundum voru valdar 53 sem voru 15% til 60% dýrari í verslunum Hagkaups hf. heldur en í verslunum Bónus sf. Athugað var innkaupsverð Baugs hf. og Bónus sf. á þessum 53 vörutegundum. Athugunin leiddi í ljós að Bónus sf. seldi 25 af þessum vörutegundum undir innkaupsverði verslunarinnar.

Í þeim gögnum sem Samkeppnisstofnun hefur aflað vegna þess máls sem hér er til umfjöllunar hefur ekki komið fram að virk samkeppni á markaðnum hafi verið hindruð með aðgerðum eða hegðun Bónus sf. eða Baugs hf. Ekki hefur heldur komið fram að það hafi verið markmið fyrirtækjanna með markaðshegðun sinni. Ekki hefur verið sýnt fram á að aðgangur keppinauta að markaðnum hafi verið hindraður með þeim hætti að það stangist á við samkeppnislög. Smásöluverðlagning Bónus sf. kann að vera svo lág að önnur fyrirtæki telji ekki fýsilegt að fara í rekstur sambærilegra verslana. Ef svo er verður ekki séð að það hafi skert hag neytenda. Einstaka dreifingarfyrtæki

hefur nefnt dæmi um verðlagningu Bónus sf. undir innkaupsverði sem hafi leitt til þess að aðrar verslanir hafi hætt sölu á viðkomandi vörum og dreifingarfyrirtækið hafi með því borið skaða af viðskiptaháttum Bónus sf. Hafa ber í huga að unnt er að finna staðgönguvörur fyrir flestar vörutegundir í matvöruverslunum og að þær vörur sem ekki eru til í einni verslun eru oftast til í öðrum verslunum. Í þessu sambandi má benda á að Bónus sf. hefur aðeins á boðstólum um 1200 vörutegundir en algengt er að stórar matvöruverslanir bjóði 6000-9000 vörutegundir.

Eitt af meginmarkmiðum samkeppnislaga er að efla verðsamkeppni sem leiðir til lækkaðs vöruverðs. Það þurfa því að liggja fyrir óyggjandi gögn sem sýna skaðsemi smásöluverðlagningar sem er undir innkaupsverði áður en samkeppnislögum er beitt til að hækka vöruverð fyrirtækja.

6.

Í athugun Samkeppnisstofnunar kemur fram að fimm vörutegundir í Bónus sf., af þeim sem voru kannaðar, voru verðlagðar undir 80% af innkaupsverði fyrirtækisins á viðkomandi vörutegundum. Í verðkönnun sem var gerð á höfuðborgarsvæðinu, vegna þess máls sem hér er til umfjöllunar, reyndist smásöluverð þessara fimm vörutegunda vera 30% til 116% herra í öðrum verslunum en í Bónus sf. Verðlækkun Bónus sf. virðist í umræddum tilvikum ekki vera viðbrögð við verðsamkeppni annarra verslana á svæðinu. Verðlagning langt undir innkaupsverði getur valdið ákveðinni upplausn á markaðnum og þarf ekki að vera neytendum til hagsbóta þegar til lengri tíma er litið þar eð álagning annarra vörutegunda hlýtur að bera uppi tapið af sölu þeirra vörutegunda sem seldar eru undir innkaupsverði. Undirverðlagning sem ekki er í samhengi við þá verðlagningu sem er á markaðnum getur verið varasöm. Hún hlýtur að leiða til þess að birgjar viðkomandi vöru eða keppinautar á smásölustigi kaupa vöruna þar sem hún er undirverðlögð enda brýtur það ekki í bága við samkeppnislög.

7.

Dagvörukaupmenn hafa kvartað yfir því að ekki liggi alltaf fyrir heildsöluverðlistar hjá innflytjendum og framleiðendum. Ekki hafa verið tilgreind ákveðin dæmi um slíkt. Almennt verður það að teljast sjálfsögð krafa smásala að fyrir liggi verðskrá hjá heildverslunum og framleiðendum. Góðar verðupplýsingar sem leiða til gagnsæis á markaðnum eru ein af forsendum fyrir því að virk samkeppni fái þrífist. Samkeppnisyfirvöld beina þeim tilmælum til

birgja matvöruverslana að þeir hafi sem aðgengilegastar upplýsingar um verð og viðskiptakjör fyrir viðskiptavinum sína og þær grundvallast á því að verslanir njóti sömu kjara fyrir samskonar viðskipti.

IV. Ákvörðunarorð

"Í athugun samkeppnisfirvalda á þeim viðskiptakjörum sem Baugur hf., Bónus sf. og Hagkaup hf. njóta hjá heildsölu- og framleiðslufyrirtækjum hafa ekki komið fram gögn sem sýna fram á að fyrirtækin njóti óeðlilegra viðskiptakjara í samanburði við önnur fyrirtæki né að þau misbeiti markaðsráðandi aðstöðu sinni í því skyni að ná fram bættum viðskiptakjörum. Þá hafa ekki komið fram gögn sem sýna fram á að viðskiptahættir fyrirtækjanna skaði samkeppnina og þar með neytendur.

Ekki er efni til að grípa til íhlutunar vegna viðskiptakjara sem Baugur hf., Bónus sf. og Hagkaup hf. njóta."

[Máli þessu var áfrýjað; sjá Úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli [nr. 11/1995](#)]