

Föstudaginn 12. maí 1995 kl. 14:00

52. fundur Samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 18/1995

## **Kvörtun vegna sölusynjunar Bónusar hf.**

### **I.**

#### **Málavextir og lagarök**

##### **1.**

Þann 9. febrúar sl. barst erindi frá Friðriki G. Friðrikssyni vegna sölusynjunar í verslunum Bónusar hf. Í erindinu er því m.a. lýst að verslunarstjóri í Bónusi við Skútuvog hafi sagt að augljóslega væri verið að kaupa vörurnar til endursölu og það mætti ekki.

Í erindi sínu ber Friðrik G. Friðriksson fram þrjár spurningar. Fyrsta spurning Friðriks varðar það hvort Bónusi sé heimilt að meina honum að versla í verslunum fyrirtækisins. Ennfremur er spurt hvort Bónusi sé heimilt að neita sölu á vöru sem er til endursölu. Loks er spurt hvort verslun sem er markaðsráðandi sé heimilt með vísan til ákvörðunar Samkeppnisráðs nr. 7/1995 að skammta vörur til kaupenda (4. töluliður bls. 10).

Þann 23. febrúar sl. barst annað erindi frá Friðriki G. Friðrikssyni. Í því er vitnað til 6. töluliðar bls. 12 í ákvörðun Samkeppnisráðs nr. 7/1995 þar sem segir m.a. að undirverðlagning sem ekki er í samhengi við aðra verðlagningu á markaðnum hljóti að leiða til þess að birgjar viðkomandi vöru eða smásalar kaupi vöruna þar sem hún sé undirverðlögð enda brjóti það ekki í bága við samkeppnislög. Í erindinu er síðan lýsing á því hvernig tilteknum aðilum hafi verið neitað um innkaup og pöntunum hafi ekki verið sinnt. Jafnframt er frá því greint að skilti hafi verið komið upp í verslunum Bónusar með eftirfarandi texta: „*Bónus er verslun fyrir venjuleg heimili. Við áskiljum okkur allan rétt til að koma í veg fyrir hamstur til endursölu. Þannig verjum við hagsmuni heimilanna.*“

Friðrik G. Friðriksson telur fullreynt að hann geti ekki farið að ráðum samkeppnisyfirvalda og keypt undirverðlagðar vörur þar sem þær eru til sölu og þar með keypt vörur þar sem þær eru ódýrastar. Lýsir hann því að markmið sitt sé „...að

*kaupa vörurnar þar sem þær eru ódýrastar til þess að þeir neytendur sem versla við okkur hvar sem er á landinu fái að njóta lægsta mögulegs verðs“.*

Í lok erindisins kærir Friðrik G. Friðriksson Bónus, sem markaðsráðandi fyrirtæki, fyrir að vera með viðskiptahindranir og mismuna viðskiptavinum.

## 2.

Greinargerð barst frá Hreini Loftssyni, hrl., f.h. Bónusar, 28. febrúar sl. Í upphafi greinargerðarinnar vísar hann til lagareglna um samningsfrelsi sem Samkeppnisráð hafi áréttað í forsendum fyrir ákvörðun nr. 14/1994 um kvörtun Hótel Express International á Íslandi á hendur Greiðslumiðlun hf.-VISA Ísland. Þá segir í greinargerðinni: „...er rétt að undirstrika að ekkert bannar umbjóðanda mínum að vísa utanaðkomandi aðilum úr verslun sinni ef um er að ræða aðila sem ekki eru þar í lögmætum tilgangi heldur beinlínis að reyna að grafa undan verslunarrekstri hans. Umbjóðandi minn hefur að sjálfsögðu að lögum húsbóndavald yfir sínu húsnæði“. Þá fjallar lögmaðurinn um efnisleg atriði kvörtunar Friðriks G. Friðrikssonar og vísar til einstakra atriða í samkeppnislögum í því sambandi. Í fyrstu leggur hann út af 20. gr. laganna þar sem segir: „Óheimilt er að hafast nokkuð það að sem brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi eins og þeir eru tíðkaðir eða eitthvað það sem óhæfilegt er gagnvart hagsmunum neytenda“. Með vísan til 20. gr. samkeppnislaga segir lögmaðurinn m.a.: „Ljóst er að andstætt er hagsmunum neytenda að fyrirtæki í smásölu grafi undan hagsmunum og afkomugrundvelli keppinauta sinna með því að kaupa vörur hjá þeim undir því yfirskyni að um smásölu sé að ræða en í þeim raunverulega tilgangi að endurselja vörurnar neytendum – á hærra verði – og í beinni samkeppni við þann sem keypt var af. Slíkt framferði kvartandans rýrir í fyrsta lagi fjárhagslega möguleika umbjóðanda míns, Bónus, á að bjóða neytendum áfram vörur á hagstæðu verði og er því andstætt hagsmunum neytenda en að auki dregur það úr því vöruframboði sem ætlað er reglulegum viðskiptavinum verslunarinnar.

Í öðru lagi brýtur framferði kvartandans í bága við góða viðskiptahætti enda keppir hann við umbjóðanda minn, Bónus, með því að kaupa vörur sem ætlaðar eru neytendum og selja þær svo á hærra verði til neytenda, en hirðir sjálfur ávinninginn. Slíkt fer í bága við markmið og ákvæði samkeppnislaga.

Rétt er að áréttta í þessu sambandi að neytandi er í 4. gr. samkeppnislaga skilgreindur sem einstaklingur sem kaupir vöru eða þjónustu gegn endurgjaldi, enda séu kaupin ekki gerð í atvinnuskyni. Kvartandinn er augljóslega ekki neytandi. Öðru nær. Hann grefur undan hagsmunum neytenda þvert á markmið samkeppnislaga.

Í forsendum ákvörðunar samkeppnisráðs nr. 14/1994 hefur svipuð viðskiptasynjun verið talin heimil. Þar sagði um 20. gr. samkeppnislaga:<sup>2</sup>

„Þá hefur ekki verið sýnt fram á að synjun VISA stangist á við 20. gr. laganna“.

Á sú niðurstaða enn frekar við hér þar sem þar var um að ræða fyrirtæki, sbr. 4. gr., sem kom fram sem slíkt gagnvart öðru fyrirtæki – á jafnréttisgrundvelli. Hér er hins vegar um það að ræða að kvartandinn – fyrirtæki – kemur fram undir því yfirskinu að hann sé neytandi og eigi sem slíkur rétt á viðskiptum við umbjóðanda minn, Bónus.

EKKI verður talið að samkeppnisráð geti með nokkru móti beitt ákvæðum 51. gr. samkeppnislaga gagnvart umbjóðanda mínum enda er það þvert á móti kvartandinn sem gerist sekur um brot á ákvæðum 20. gr. samkeppnislaga.“

Lögmaðurinn vísar í greinargerð sinni til ákvæða 17. gr. samkeppnislaga. Um þau segir lögmaðurinn: „Í **a-lið** er rætt um að ná, viðhalda eða styrkja markaðsráðandi stöðu á viðkomandi markaði. Markaðsyfirráð eru ekki ólögmæt í sjálfu sér en hins vegar misbeiting þeirra.<sup>3</sup> Ekkert liggur fyrir um að umbjóðandi minn, Bónus, hafi misbeitt, reynt að misbeita eða vilji misbeita stöðu sinni enda er sú staða einungis til þess ætluð að bæta hag neytenda hér eftir sem hingað til enda til komin vegna árangurs á þeirri braut.

Í forsendum ákvörðunar samkeppnisráðs nr. 17/1994 segir:<sup>4</sup>

„Telja verður fyrirtækið [...] í markaðsráðandi stöðu [...]. Fyrirtækið verður hins vegar ekki sakað um sérstaka tilburði til að ná þeirri stöðu á markaðnum, [...]“

-----

<sup>2</sup> Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 14/1994, miðvikudaginn 8. júní 1994, Kvörtun Hotel Express International á Íslandi á hendur Greiðslumiðlun hf. - VISA Ísland, bls. 4.

<sup>3</sup> Alþt. 1992–1993; greinargerð með frumvarpi til samkeppnislaga á bls. 376.

<sup>4</sup> Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 17/1994, miðvikudaginn 8. júní 1994, Félag íslenskra stórkaupmanna gegn Flúðasveppum, bls. 8.

Af þessu og tilvitnuðum orðum í greinargerð með lögnum virðist ljóst að til þurfi að koma einhvers konar saknæmi – til viðbótar ólögmæti ef grípa á til aðgerða af hálfu samkeppnisyfirvalda.

*Í b-lið eru skaðleg áhrif sögð geta falist í óhagkvæmri nýtingu framleiðsluþátta, t.d. vegna þess að valkostum viðskiptavina fækki, framleiðsla og sala verði dýrari og keppinautar útilokist frá markaðnum.*

*Hefur samkeppnisráð gefið fordæmi um túlkun varðandi fyrstnefnda atriðið:<sup>5</sup> „Í því máli sem hér er til umfjöllunar hefur enginn samningur komist á milli VISA-Ísland og Hotel Express International. Því er ekki unnt að færa fyrir því rök að valkostum viðskiptavina fækki við að VISA synjar Hotel Express International um samstarfssamning.“*

*Veitir þetta fordæmi líkur fyrir því að synjun fyrirtækis um að eiga viðskipti við ákveðna aðila – **sem fyrirtækið hefur ekki skipt við áður** – stangist ekki á við þetta ákvæði samkeppnislaga. Styrkist sú niðurstaða enn frekar af því sem fyrr greinir að markmið umbjóðanda míns, **Bónus**, er að það, sem fyrirtæki, eigi viðskipti við neytendur – selji þeim vörur. Tilgangur fyrirtækisins er ekki heildsala. Ekki verður því jafnað til viðskipta að kvartandinn hafi undir fölsku flaggi verslað í verslunum umbjóðanda míns sem fyrirtæki en í gervi neytanda.*

*Næsttalda atriðið í b-lið um að **sala verði dýrari** á ekki við hér – nema gagnvart kvartandanum sjálfum enda eru athafnir hans ekki aðeins til þess fallnar að gera vöru dýrari heldur er tilgangur hans beinlínis að græða mismuninn á söluverði frá umbjóðanda mínum til neytenda og því verði sem hann selur sömu neytendum vöruna á. Er það hlutverk samkeppnisyfirvalda að taka – *ex officio* – afstöðu til slíkra brota á ákvæðum samkeppnislaga.*

*Þriðja atriðið í b-lið er að keppinautar útilokist frá markaðnum.*

-----  
<sup>5</sup> Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 14/1994, miðvikudaginn 8. júní 1994, Kvörtun Hotel Express International á Íslandi á hendur Greiðslumiðlun h.f. - VISA Ísland, bls. 4. Áherslur hér.

<sup>6</sup> Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 17/1994, miðvikudaginn 8. júní 1994, í málinu Félag íslenskra stórkaupmanna gegn Flúðasveppum, bls. 8. Þar var opinber vernd ástæða þess að fyrirtæki var skyldað til viðskipta – meðan innflutningur á sams konar erlendri vöru væri bannaður og skortur væri á henni.

*Ef umbjóðanda mínum væri ekki heimil slík viðskiptasynjun sem kvartað er yfir myndu keppinautarnir með slíkum athöfnum, sem kvartandinn stundar, smám saman grafa undan honum og möguleikum hans til þess að þjóna neytendum á sem bestan hátt.“*

Loks segir í greinargerð lögmanns Bónusar: „Af samanburði á 1. og 2. mgr. 17. gr., sbr. orð í greinargerð og forsendur umrædds úrskurðar,<sup>6</sup> má e.t.v. ráða að eitthvað sérstakt þurfi til þess að samkeppnisráð mæli fyrir um skyldu fyrirtækis til viðskipta eða samningsgerðar við annað eða önnur fyrirtæki

Ekki liggur neitt fyrir um að umbjóðandi minn, Bónus, viðhafi samkeppnishindranir sem hafi í för með sér ófullnægjandi samkeppni – öðru nær.

Ekki er heldur um að ræða sérstakt eðli eða opinbera vernd á markaði þessum hvað umbjóðanda minn, Bónus, varðar.<sup>7</sup>

Auk þess hefur samkeppnisráð í forsendum sama úrskurðar talið heimilt – þrátt fyrir skyldu fyrirtækis til samningsgerðar – að fyrirtækið setji væntanlegum samningsaðilum sínum „**hlutlæg og réttmæt skilyrði**“ er lúta að því að tryggja gæði vörunnar. Í því sambandi má benda á að gæði vöru og þjónustu umbjóðanda míns, Bónus, eru fólgin í því að neytendur hafi sem greiðastan aðgang að verzlunum umbjóðanda míns. Í því felast hlutlæg og réttmæt skilyrði að viðskiptavinir umbjóðanda míns séu neytendur – í skilningi 4. gr. samkeppnislaga.“

### 3.

Lögmaður Friðriks G. Friðrikssonar, Sigurður G. Guðjónsson, hrl., gerði athugasemdir við greinargerð Hreins Loftssonar, hrl., í bréfi 13. mars sl.

Hann bendir á að reglum um samningafrelsi séu settar ýmsar skorður. Einstaklingar geti verið skyldaðir til að gera samninga við hvern sem vill auk

-----

<sup>7</sup> Sbr. Alþt. 1992–1993; greinargerð með frumvarpi til samkeppnislaga á bls. 376.

<sup>8</sup> Ákvörðun samkeppnisráðs nr. 17/1994, miðvikudaginn 8. júní 1994, í málinu Félag íslenskra stórkaupmanna gegn Flúðasveppum, bls. 9.

þess sem dómstólar og stjórnvöld geti breytt samningum. Þá bendir lögmaðurinn á eftirfarandi: „Meðal þeirra laga sem í dag setja samningafrelsinu skorður eru samkeppnislög nr. 8/1993 sbr. t.d. 17. gr. þeirra, en þar segir efnislega að Samkeppnisstofnun geti gripið til aðgerða gegn athöfnum og aðstæðum sem geta haft skaðleg áhrif á samkeppni svo sem því að fyrirtæki nái, viðhaldi eða styrkji markaðsráðandi stöðu sína á þeim markaði sem um ræðir“.

Ennfremur segir í bréfinu: „Hinn 3. febrúar 1995 komst samkeppnisráð að þeirri niðurstöðu í ákvörðun nr. 7/1995 að Baugs- Bónus- Hagkaupssamsteypa væri markaðsráðandi á matvörumarkaðnum hér á landi. Þessi niðurstaða samkeppnisráðs setur bæði samsteypu þessari í heild sinni og eins einstökum félögum innan hennar verulegar skorður meðal annars með tilliti til hins marglofaða samningafrelsis.“

Lögmaðurinn telur með hliðsjón af markmiðum samkeppnislaga að söluskylda hvíli á markaðsráðandi aðila. „Söluskylda sem sé alveg óháð því hvort kaup séu gerð vegna eigin neyslu á viðkomandi vöru eða vegna fyrirhugaðrar endursölu hennar. Má í þessu [sambandi] benda á að í fyrrnefndri ákvörðun sinni frá 3. febrúar 1995 komst samkeppnisráð að þeirri niðurstöðu, að viðvarandi undirverðlagning Bónusar sf., á fjölda algengra neysluvara hlyti að leiða til þess að birgjar eða keppinautar á smásölustigi mundu kaupa vöruna, þar sem hún væri undirverðlögð, enda bryti slíkt ekki í bága við samkeppnislög.“ Vísar lögmaðurinn einnig í ákvörðun Samkeppnisráðs frá janúar 1994 í máli HMM Topp 40 gegn Skífunni hf. og Spori hf.

Ennfremur segir: „Lögmaður Bónusar sf., telur kaup umbjóðanda míns á undirverðlögðum vörum frá Bónusi sf., geta skaðað hagsmuni neytenda. Því er auðvitað alls ekki svo farið. Með því að kaupa undirverðlagða vöru í Bónus sf. og endurselja hana með smávægilegri álagningu er verið að tryggja það að fleiri neytendur fái notið lægra smásöluverðs, því þó að Baugur- Bónus- Hagkaupssamsteypa sé markaðsráðandi þá er markaðshlutdeildin í dag ekki nema 33%!“

Lögmaður Friðriks G. Friðrikssonar telur í athugasemdum sínum að samkeppnisyfirvöld verði að vera á varðbergi vegna hagsmuna neytenda og keppinauta þegar fyrirtæki sem er hluti af markaðsráðandi samsteypu selji vörur langtímum undir kostnaðarverði. Hann telur slíkan viðskiptamáta vera stundaðan til að koma keppinautum út af markaðnum.

Lögmaðurinn gerir þá kröfu f.h. umbjóðanda síns að samkeppnisyfirvöld leggi bann við tilraunum „forsvarsmanna Baugs- Bónus- Hagkaupssamsteypunnar“ til að koma í veg fyrir að umbjóðandi hans fái að kaupa vörur hjá verslunum á því verði sem þær eru boðnar almenningi.

## II. Niðurstöður

### 1.

Í kjölfar þess að Friðrik G. Friðriksson gerði tilraun til að kaupa nokkurt magn af tilteknum vörutegundum sem eru seldar undir innkaupsverði í Bónusi setti fyrirtækið upp skilti með eftirfarandi texta í verslunum sínum: „*Bónus er verslun fyrir venjuleg heimili. Við áskiljum okkur allan rétt til að koma í veg fyrir hamstur til endursölu. Þannig verjum við hagsmuni heimilanna.*“ Auk þess hafa í einhverjum tilvikum verið sett upp skilti við tilteknar vörutegundir þar sem tilkynnt er að aðeins megi kaupa tiltekið magn af viðkomandi vörutegundum (7 stk.) í einu. Þessar aðgerðir Bónusar ásamt upphaflegri sölusynjun er ástæðan fyrir kvörtunum Friðriks G. Friðrikssonar og telur hann aðgerðirnar vera viðskiptahindranir sem feli í sér mismunun gagnvart viðskiptavinum. Er sú krafa gerð að samkeppnisyfirvöld leggi bann við tilraunum Bónusar til að útiloka Friðrik G. Friðriksson frá kaupum á vörum á því verði sem þær eru boðnar almenningi.

Í erindinu vegna kvörtunarinnar er vísað til markaðsstöðu Bónusar og tengdra félaga og þess kafla í ákvörðun Samkeppnisráðs nr. 7/1995 sem fjallar um undirverðlagningu (töluliður 6 á bls. 12) en þar segir að undirverðlagning hljóti að leiða til þess m.a. að keppinautar á markaðnum kaupi hina undirverðlögðu vöru, enda brjóti það ekki gegn samkeppnislögum.

Í ákvörðun nr. 7/1995 komst Samkeppnisráð að þeirri niðurstöðu að Baugur hf. sé markaðsráðandi fyrirtæki á þeim markaði sem fyrirtækið starfar. Jafnframt var það mat ráðsins að Bónus væri ráðandi á markaði þeirrar tegundar matvöruverslana sem bjóða lágt vöruverð. Samkeppnisráð taldi hins vegar ekki hafa verið sýnt fram á að fyrirtækin hefðu misnotað markaðsráðandi stöðu sína í skilningi samkeppnislaga.

## 2.

Telja verður að almennt sé ekki unnt að skylda keppinauta til viðskipta, þó að slíkt sé ekki útilokað við ákveðnar aðstæður. Í því sambandi skiptir máli hvort um er að ræða staðgengdarvörur sem að fullu eða að verulegu leyti koma í stað annarra vara. Viðskiptasynjun á staðgengdarvöru felur ekki í sér jafn mikið óhagræði og ef engin önnur vara kemur að fullu eða verulegu leyti í stað þeirrar vöru sem synjað er um sölu á. Einnig kemur til skoðunar hvort sú verslun sem um ræðir byggir markaðsyferráð sín á ytri aðstæðum, svo sem vegna landfræðilegrar einangrunar. Að síðustu getur skipt máli hvort áður hafi komist á samningur milli aðila.

## 3.

Bónus er, sem fyrr segir, dagvöruverslun sem hefur haslað sér völl sem lágvöruverðsverslun. Þær vörur sem synjað er um viðskipti á, í því máli sem er hér til umfjöllunar, eru í öllum tilvikum staðgengdarvörur. Bónus býr ekki við hagstæðari

ytri skilyrði en önnur fyrirtæki og ekki hefur komið fram að um sé að ræða slit á viðskiptasambandi sem stofnað hafi verið til áður.

Þá liggur fyrir í gögnum málsins að Friðrik G. Friðriksson hefur reynt að kaupa vörur í Bónusi til endursölu. Í skilningi samkeppnislaga er Friðrik því ekki neytandi heldur atvinnurekandi. Með sölusynjun gagnvart honum er Bónus því ekki að mismuna neytendum heldur að hafna því að starfa í hlutverki heildsala.

Ófrávíkjanlegt skilyrði fyrir íhlutun samkeppnisyfirvalda á grundvelli 17. gr. samkeppnislaga er að um sé að ræða hegðun sem sé skaðleg samkeppni. Það er mat Samkeppnisráðs að ekki hafi verið sýnt fram á það í því máli sem hér er til umfjöllunar að sölusynjun Bónusar gagnvart Friðriki G. Friðrikssyni, þegar hann gerði tilraun til að kaupa vörur gagnert til endursölu, sé viðskiptaleg mismunun sem skaði samkeppni. Telja verður að markaðsráðandi fyrirtæki sé óheimilt að setja ólíka skilmála í samskonar viðskiptum. Þannig verður eitt yfir alla neytendur að ganga, þ.e. þá sem ekki gera kaupin í atvinnuskyni. Á sama hátt verður eitt yfir alla endurseljendur að ganga. Það verður að teljast hlutlægt og réttmætt skilyrði af hálfu Bónusar sem starfar að smásöluverslun, að hafna viðskiptum við endurseljendur. Að öðrum kosti væri Bónus skyldað til viðskipta við keppinauta sína. Ekki hefur verið sýnt fram á forsendur fyrir slíkri niðurstöðu. Til samanburðar skal bent á að löngum hefur verið viðurkennt og talið leiða af eðli máls að heildsölum sé heimilt að hafna viðskiptum við neytendur en eiga þess í stað eingöngu viðskipti við endurseljendur.

Sú ábending Samkeppnisráðs í ákvörðun nr. 7/1995, að viðvarandi undirverðlagning Bónusar á fjölda algengra neysluvara hlyti að leiða til þess að birgjar eða keppinautar á smásölustigi myndu kaupa vöruna, þar sem hún væri undirverðlögð, enda bryti slíkt ekki í bága við samkeppnislög, breytir því ekki að unnt er að setja hlutlæg og réttmæt skilyrði fyrir sölu til keppinauta. Ábendingin var gefin með hliðsjón af þeim aðstæðum sem voru á markaðnum áður en ákvörðun nr. 7/1995 var tekin. Þá takmarkaði Bónus ekki það magn af vörum sem hverjum og einum var heimilt að kaupa í verslunum fyrirtækisins. Við þær aðstæður var einfaldlega bent á að það bryti ekki í bága við samkeppnislög að kaupa vöruna þar sem hún væri undirverðlögð. Í því felst ekki að Bónus hafi verið skylt að selja í ótakmörkuðu magni öllum sem höfðu áhuga á að kaupa hinar undirverðlögðu vörur. Í þeirri ákvörðun sem nú er tekin er skylda Bónusar til viðskipta afmörkuð við almenna neytendur auk þess sem fallist er á að Bónus kunní að hafa efnislegar ástæður fyrir að takmarka sölu við ákveðið magn til hvers og eins.

Þess verður að gæta að sú takmörkun sem Bónus setur gegn sölu einstakra vara skaði ekki hagsmuni neytenda. Af meginreglum laga og eðli máls leiðir að Bónusi sé skylt að selja hinum almenna neytenda þær vörur sem hann óskar nema hlutlæg og réttmæt rök liggi að baki sölusynjun. Skilyrðið um hlutlægni felur m.a. í sér að óheimilt er að mismuna einstökum neytendum, þ.e. selja einum en ekki öðrum. Sem dæmi um réttmæta og málefnalega ástæðu fyrir takmörkun má nefna vísun til sannanlegrar birgðarstöðu fyrirtækisins.

Almennur áskilnaður á skiltum í verslunum Bónusar um rétt fyrirtækisins til að verjast hamstri telst ekki fullnægja ofangreindum skilyrðum. Hins vegar er heimilt að takmarka sölu vöru við fyrirfram ákveðið og afmarkað magn, svo fremi að slík takmörkun sé byggð á réttmætum sjónarmiðum og að takmörkun sé beitt með hlutlægum og almennum hætti.

### III. Ákvörðunarorð

**„Kröfu Friðriks G. Friðrikssonar, sem sett er fram í bréfi dags. 13. mars sl., er hafnað.“**

*[Máli þessu var áfrýjað; sjá Úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli [nr. 17/1995](#)]*