

Misstänkt konkurrensproblem – toalettstolar

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket kommer inte att utreda saken ytterligare.

Ärendet

Misstänkt överträdelse

Konkurrensverket mottog den 8 maj 2015 ett klagomål från Arredo AB mot Ifö Sanitär AB (nedan Ifö). Av klagomålet framgick sammanfattningsvis att Ifö ska ha försökt tvinga återförsäljaren Arredo AB att hålla en viss prisnivå för toalettstolen Ifö Sign 6860.

Konkurrensverket har därefter valt att inrikta utredningen på frågan om Ifö genom avtal eller samordnat förfarande med återförsäljarna Bauhaus & Co KB (nedan Bauhaus), Hornbach Byggmarknad AB (nedan Hornbach) och K-Rauta AB (nedan K-Rauta) har fastställt fasta eller lägsta priser för toalettstolen Ifö Sign 6860, eller delat strategisk information mellan ovannämnda återförsäljare. Perioden för den utredda misstanken har av Konkurrensverket inskränkts till att avse slutet av 2013 till mitten av 2015.

Företagen

Ifö är Nordens största tillverkare av VVS-produkter för badrum och bolaget är särskilt känt för sin produktion av sanitetsporslin. En av Ifös produkter inom sanitetsporslin är toalettstolen Ifö Sign 6860, som under en lång period har varit Ifös främsta produkt i Sverige. Ifös försäljning av Ifö Sign 6860 till återförsäljare av toalettstolar sker uteslutande genom grossister och Ifö har därför inget direkt leverantörsförhållande till återförsäljarna. Däremot har Ifö förhållande till flera återförsäljare avseende finansiering av marknadsföring och rabatter till återförsäljarna. Sedan 2015 ingår Ifö i den internationella Geberit koncernen.

Bauhaus ingår i en av Europas största varuhuskedjor för verkstad, hem och trädgård och finns sedan 1997 i Sverige. Bauhaus bedriver detaljistförsäljning

av bygg- och heminredningsvaror från ett flertal varuhus runt om i Sverige och är i princip rikstäckande och hade 17 varuhus under 2013–2015. Sedan 2011 driver Bauhaus även en nätbutik (webbutik), där delar av sortimentet finns till försäljning. Bauhaus riktar sig mot "hemma-fixare", som själva renoverar, bygger till eller bygger om sin bostad.

K-Rauta ingår i en multinationell byggvaruhuskedja, som saluför produkter och tjänster inom bygg, badrum, verktyg, inredning och trädgård. Kedjans första byggvaruhus i Sverige öppnades i april 1996. Det svenska dotterbolaget hade under 2013–2015 runt 20 byggvaruhus och är rikstäckande. *K-Rauta* har sedan 2014 en webbutik.

Hornbach tillhör Hornbach-koncernen som är en av Europas största bygg- och trädgårdskoncerner inriktade mot privatpersoner och proffs. Företaget har sitt huvudkontor i Hisings Backa i Göteborg och har sedan sommaren 2013 fem varuhus i södra och mellersta Sverige. *Hornbach* bedrev inte e-handel under den tidsperiod som utredningen avser.

Konkurrensverkets utredning

Konkurrensverket har inhämtat information genom att skicka ålägganden till ett stort antal aktörer verksamma inom tillverkning, distribution och försäljning av toalettstolar. Under 2016 har 24 aktörer ålagts att inkomma med information om korrespondens, avtal och underlag för prissättning avseende produkten Ifö Sign 6860. Konkurrensverket har under 2016 och 2017 inhämtat marknadsinformation från ett flertal tillverkare och återförsäljare av toalettstolar. Från oktober till och med december 2016 har Konkurrensverket genomfört oannonserade platsbesök hos Ifö, Bauhaus, Hornbach och *K-Rauta*. Under 2017 har Konkurrensverket hållit förhör med ett antal personer som arbetar eller har arbetat för dessa företag. Konkurrensverket har även haft marknadskontakter med företrädare för andra företag i branschen för att inhämta information om marknadsförhållandena.

Bakgrund

Av utredningen framgår att Ifö Sign 6860 i början på 2010-talet var utsatt för en betydande priskonkurrens i återförsäljarledet. Denna priskonkurrens kan kopplas till att Bauhaus, Hornbach och *K-Rauta* hade en betydande försäljning av denna produkt och tillsammans med e-handeln bedrev en aktiv prispolitik med bl.a. frekvent marknadsföring av Ifö Sign 6860. Försäljning via internet och pris-sökningstjänster bidrog även till en ökad pristransparens.

Ifö har i vart fall sedan 2012 aktivt diskuterat prissättningen mot slutkund med enskilda återförsäljare. Under 2013 påbörjade Ifö ett systematiskt arbete med att försöka minska prispressen på Ifö Sign 6860 i återförsäljarledet. Detta för att motverka de problem som Ifö upplevde att prispressen orsakade dess försäljning i andra distributionskanaler, såsom exempelvis installatörer. Som en del i arbetet med att genomföra denna målsättning har Ifö haft direktkontakt med ett flertal

återförsäljare, bland annat Bauhaus, Hornbach och K-Rauta, oftast i samband med kontakter som avsåg andra mellanhavanden. Dessa kontakter pågick i varje fall från slutet av 2013 till mitten av 2015.

I kontakterna har Ifö framställt önskemål om att återförsäljarna ska ha ett visst pris som lägsta konsumentpris på Ifö Sign 6860. Detta pris har även diskuterats internt på Ifö som ett målpris för ett nytt marknadspris. Ifö har i olika omfattning mot olika återförsäljare meddelat att denna prisnivå ska utgöra ett nytt gemensamt marknadspris.

Det finns inga tecken på att någon av återförsäljarna Bauhaus, Hornbach eller K-Rauta har haft direktkontakt med varandra avseende prissättningen på Ifö Sign 6860. Hornbach har vidare ställt sig avvaktande och vid minst ett tillfälle protesterat mot Ifös önskemål.

Marknadsförhållanden

Tillverkarledet för toalettstolar i Sverige var koncentrerat under den aktuella perioden, där Ifö och Villeroy & Boch Gustavsberg AB var de klart största aktörerna. Ifö stod för över 60 procent av försäljningen av alla golvstående toalettstolar i Sverige under perioden medan Villeroy & Boch Gustavsberg AB stod för drygt 20 procent. Resterande delen av marknaden var fragmenterad mellan mindre aktörer. Den aktuella produkten Ifö Sign 6860 var under perioden den enskilt största produkten bland golvstående toalettstolar i porslin och stod ensamt för cirka 30 procent av försäljningen av samtliga golvstående toalettstolar i porslin i Sverige.

En mycket stor andel av försäljningen av toalettstolar från tillverkarledet i Sverige sker genom grossister. Grossisterna utgör ett mellanled i distributionen av toalettstolar och säljer produkterna till olika typer av kunder, såsom återförsäljare och installatörer. Ifö distribuerar uteslutande sina toalettstolar i Sverige genom grossister. Det finns ett flertal olika aktörer i grossistledet men klart störst i detta marknadsled är Dahl Sverige AB och Ahlsell Sverige AB.

Även återförsäljarledet var under den aktuella perioden koncentrerat och Bauhaus, Hornbach och K-Rauta stod gemensamt för över 50 % av försäljningen av alla toaletter i återförsäljarledet och andelen var ungefär densamma avseende Ifö Sign 6860.

Skäl för beslutet

Rättslig grund

Av 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579), KL, och artikel 101 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, FEUF, följer att avtal mellan företag är förbjudna om de har till syfte eller resultat att hindra, begränsa eller snedvrída konkurrensen på marknaden på ett märkbart sätt. Detta gäller särskilt sådana

avtal som innebär att inköps- eller försäljningspriser eller andra affärsvillkor direkt eller indirekt fastställs. Enligt 1 kap. 6 § KL ska det som sägs i lagen om avtal även tillämpas på samordnade förfaranden.

Avtal mellan tillverkare och återförsäljare som direkt eller indirekt begränsar återförsäljarens möjlighet att prissätta under en viss nivå, s.k. prisbindning, anses som en särskilt allvarlig konkurrensbegränsning. Sådana avtal omfattas inte heller av gruppundantaget för vertikala avtal.¹ Företagen har dock en möjlighet att i det enskilda fallet visa att avtalet leder till konkurrensfrämjande effektivitetsvinster.

2 kap. 1 § KL och artikel 101 FEUF är tillämpliga oavsett om företag befinner sig i samma eller i olika marknadsled.² Däremot är aktörernas förhållande till varandra av betydelse för det juridiska och ekonomiska sammanhang inom vilken en eventuell överträdelse bedöms. För konkurrenter är utrymmet att utbyta information och nå överenskommelser avseende prissättning, utan att överträda konkurrenslagstiftningen, mycket litet. I vertikala förhållanden som det mellan en tillverkare och en leverantör finns det ett större utrymme att ha diskussioner om priser som kan vara neutrala eller positiva för konkurrensen på marknaden. Rena prisrekommendationer och avtal om högsta priser är exempelvis som huvudregel tillåtna.³ Kontakter mellan företag i olika marknadsled kan utgöra överträdelser av konkurrenslagstiftningen om dessa går utanför vad som kan anses vara främjande eller neutralt för konkurrensen. Detta kan huvudsakligen ske i två typfall. Det ena är om en tillverkare och en eller flera återförsäljare för diskussioner som resulterar i avtal eller samordnat förfarande om vertikal prisbindning. Det andra är om en tillverkare sprider eller delar information mellan flera återförsäljare så att ett avtal eller samordnat förfarande kommer till stånd mellan dessa.

Relevant marknad

Den relevanta produktmarknaden omfattar de produkter som köpare anser är utbytbara, dvs. sådana produkter som på grund av pris, funktion och egenskaper i övrigt kan tillfredsställa samma behov hos köparen. Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller

¹ Artikel 4 (a) i Kommissionens förordning (EU) nr. 330/2010 av den 20 april om tillämpningen av artikel 101.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden och 3 § i lag (2008:581) om gruppundantag för vertikala konkurrensbegränsande avtal. Se även punkt 47-48 i Europeiska kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar (2010/C 130/01)

² Se bland annat Kommissionens förordning (EU) nr 330/2010 av den 20 april 2010 om tillämpningen av artikel 101.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden, AEG ./, Kommissionen, C-107/82, ECLI:EU:C:1983:293, BMW Belgium m.fl. ./, Kommissionen, C-32/78, 36/78 och 82/78, m.fl., ECLI:EU:C:1979:191, Ford ./, Kommissionen, C-25/84 och 26/84, ECLI:EU:C:1985:340 och Kommissionen ./, Volkswagen, C-74/04 P, ECLI:EU:C:2006:460, Activision Blizzard Germany GmbH ./, Kommissionen, C-260/09 P, ECLI:EU:C:2011:62

³ Se bland annat preambeln punkterna 6-7 respektive artikel 4 (a) i Kommissionens förordning (EU) nr 330/2010 av den 20 april 2010 om tillämpningen av artikel 101.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden



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

Ifö och de aktuella återförsäljarna är verksamma i olika marknadsled där Ifö agerar på en uppströmsmarknad i förhållande till återförsäljarna som är en del i distributionskedjan av Ifös produkter till slutkonsumenter.

Konkurrensverkets utredning talar för att den för ärendet relevanta marknaden som Ifö agerar på är en svensk nationell marknad för tillverkning och distribution av golvstående toalettstolar i porslin.

Vad gäller den för ärendet relevanta nedströmsmarknaden som Bauhaus, K-Rauta och Hornbach agerar på talar utredningen för att denna utgörs av en marknad för försäljning av golvstående toaletter i porslin i butik (inbegripet webbutiker) i Sverige.

Konkurrensverket tar dock inte slutlig ställning i frågan om relevanta marknader för ärendet eftersom det inte är nödvändigt för att fatta beslut i ärendet.

Möjliga effekter på marknaden

Prisbindning som tillämpas av en ensam tillverkare och dess återförsäljare kan skada effektiv konkurrens mellan återförsäljare. Risken för sådan skada beror bland annat på tillverkarens marknadsmakt. Av betydelse för bedömningen av prisbindning från en ensam aktör är alltså i vilken grad denne har möjlighet att prissätta över konkurrensutsatt pris. Ju högre marknadsandel för tillverkaren, desto större är sannolikheten att prisstyrningen leder till skada på konkurrensen och konsumenterna.

Prisbindning kan även skada konkurrensen och konsumenterna om den utgör del i en horisontell samordning som kan vara antingen uttalad eller outtalad mellan konkurrenter. Samordningen kan antingen ske i tillverkarledet eller i återförsäljarledet, eller i båda dessa marknadsled. Prisbindning som omfattar flera konkurrenter kan därmed skada konkurrensen och konsumenter genom att ge upphov till horisontella konkurrensbegränsande effekter. Förutsättningarna för horisontella effekter beror bland annat på de båda ledens koncentrationsnivå. Med ett koncentrerat uppströms- och nedströmsled finns det – som i det aktuella fallet – förutsättningar för horisontell samordning eller motsvarande effekter, och prisbindning leder i regel till skada på konkurrensen och konsumenterna. En ytterligare omständighet som ökar risken för sådan skada är om återförsäljare

⁴ Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT 1997/C 372/03

med betydande marknadsmakt efterfrågar prisstyrning av andra återförsäljare från tillverkaren.

Slutsats

Av utredningen framgår att Ifö har haft återkommande kontakter med återförsäljarna Bauhaus, Hornbach och K-Rauta avseende konsumentpriser för Ifö Sign 6860. Bauhaus och K-Rautas konsumentpriser har i princip utvecklats i överensstämmelse med de prisdiskussioner som dessa återförsäljare var och en hade med Ifö under den aktuella perioden.

Både tillverkarledet och återförsäljarledet kännetecknades under perioden av en betydande koncentration. Ifö hade en mycket stark ställning i tillverkarledet där det dessutom bara fanns en ytterligare aktör med en betydande försäljning i Sverige. Även återförsäljarna Bauhaus, Hornbach och K-Rauta var starka aktörer i sitt marknadsled. Av utredning framgår att det i återförsäljarledet främst var försäljning hos stora byggvaruhus och försäljning på internet som bidrog till att pressa ner prisbilden på Ifö Sign 6860 i början av 2010-talet. Marknadsförhållandena och aktörernas ställning var därför sådana att en eventuell prisbindning skulle kunnat medföra negativa effekter på konkurrensen.⁵

Inom ett leverantörsförhållande finns som tidigare redogjorts för ett visst utrymme för kontakter mellan en tillverkare och en återförsäljare avseende konsumentpriser och strategier som anses främjande eller neutralt för konkurrensen. Att det inte finns något direkt leverantörsförhållande mellan Ifö och återförsäljarna gör dock att behovet av att diskutera detaljerade inköps- och försäljningspriser blir mindre.

Konkurrensverkets utredning ger emellertid inte stöd för att de diskussioner om konsumentpris som förts mellan återförsäljarna och Ifö medfört att återförsäljarnas prissättning utgjort ett uttryck för parternas "gemensamma vilja". Därmed ger utredningen inte stöd för att ett avtal ska ha uppkommit mellan Ifö och någon av Bauhaus, Hornbach eller K-Rauta i konkurrensrättslig mening.

Utredningen ger inte heller stöd för att prisinformationen som delats av Ifö varit tillräckligt konkret för att i tillräcklig grad undanröja den strategiska osäkerheten på marknaden så att ett avtal eller samordnat förfarande ska anses ha kommit till stånd mellan återförsäljare.

Då utredningen inte ger stöd för att Ifö, Bauhaus, Hornbach eller K-Rauta har deltagit i ett förfarande som utgör en överträdelse av 2 kap. 1 § KL och artikel 101 FEUF saknas således skäl för att fortsätta utreda ärendet.

⁵ Jämför med beslut från den 30 oktober 2014 i Konkurrensverkets ärende Dnr. 559/2013



Särskild talan

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

Beslutet innebär inte ett ställningstagande till om förfarandet strider mot konkurrensreglerna.

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

Särskild talan om förbud mot konkurrensbegränsande samarbete mellan företag enligt 2 kap. 1 § KL (eller enligt artikel 101 i FEUF) väcks genom ansökan om stämning vid Patent- och marknadsdomstolen.

Detta beslut har fattats av generaldirektören Rikard Jermsten. Föredragande har varit sakkunnige Andreas Sigeman.



Rikard Jermsten



Andreas Sigeman

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.

Kopia: Arredo AB
Bauhaus & Co KB
Hornbach Byggmarknad AB
Ifö Sanitär AB
K-Rauta AB