

Markedsafgrænsning i praksis

Young Competition Law Professionals, 24. august 2017

Louise Kastfelt, Souschef, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

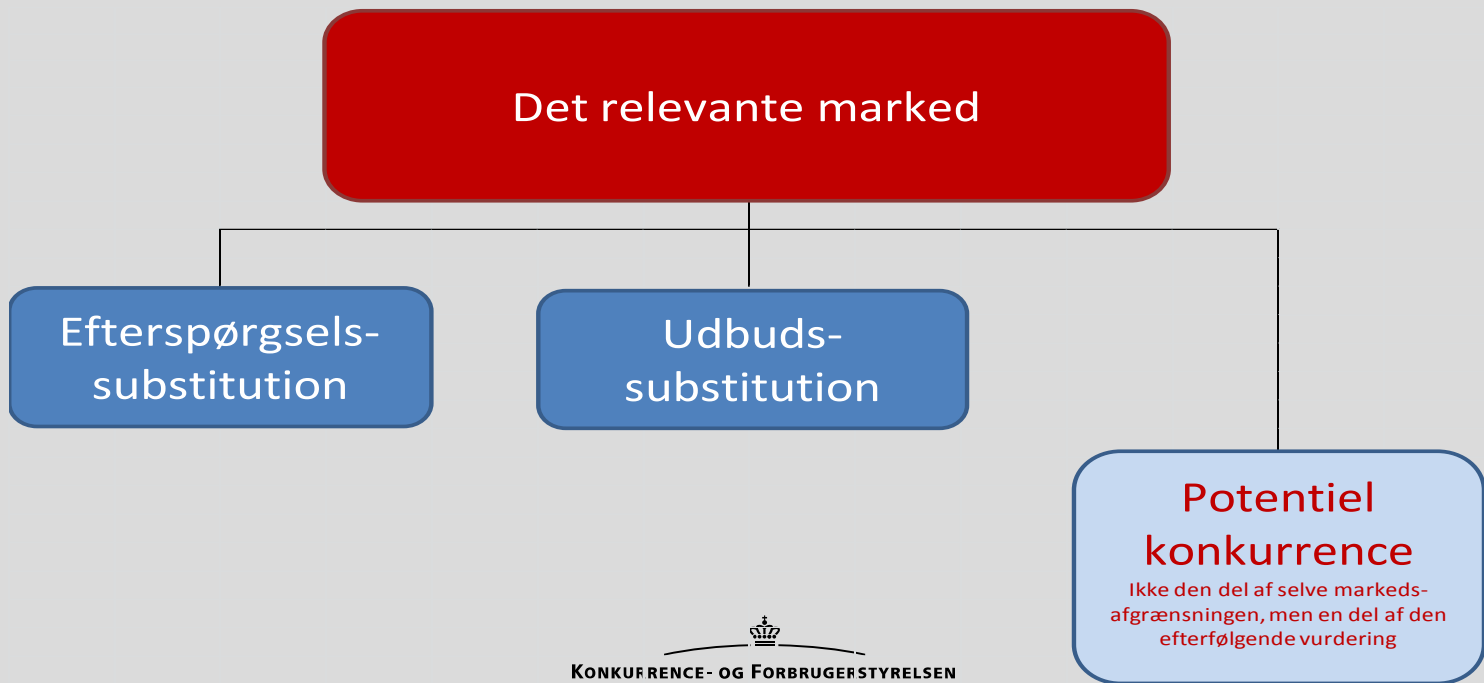


KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Agenda

1. Rammen for markedsafgrænsningen
2. Markedsundersøgelser og øvrige analyser
3. Digitaliseringens betydning
4. Internationalisering og det geografiske marked
5. Spørgsmål

1. Afgrænsning af det relevante marked



SSNIP/Hypotetiske monopolist - eksempel

Bananer

Kan en hypotetisk monopolist hæve prisen på bananer og derved øge profitten?



SSNIP/Hypotetiske monopolist - eksempel

Nej! Derfor udvider vi kandidatmarkedet til også at inkludere æbler.

Æbler



Bananer

Kan en hypotetisk monopolist hæve prisen på bananer og derved øge profitten?



SSNIP/Hypotetiske monopolist - eksempel

Vi stiller nu samme spørgsmål igen: Er det profitabelt at hæve prisen på æbler og bananer for en monopolist?

Hvis "Ja", så er markedet defineret

Hvis "Nej", må vi udvide markedet yderligere, så de også omfatter pærer osv.

Æbler

Bananer

Pærer



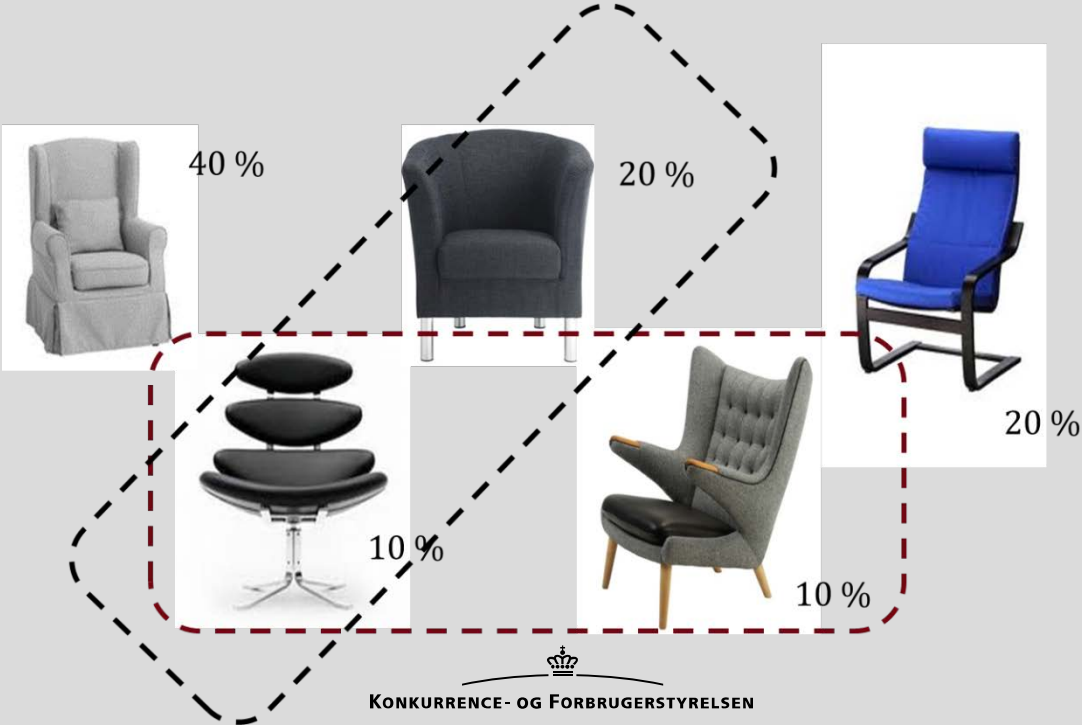
Diversion ratios

- Et udtryk for graden af konkurrence mellem virksomheder eller produkter
- Hvor stor en andel af den tabte efterspørgsel ved en prisstigning går til den anden konkurrent/det andet produkt?

$$D_{A,B} = -\frac{\delta q_B / \delta p_A}{\delta q_A / \delta p_A}$$



Eksempel med differentierede produkter



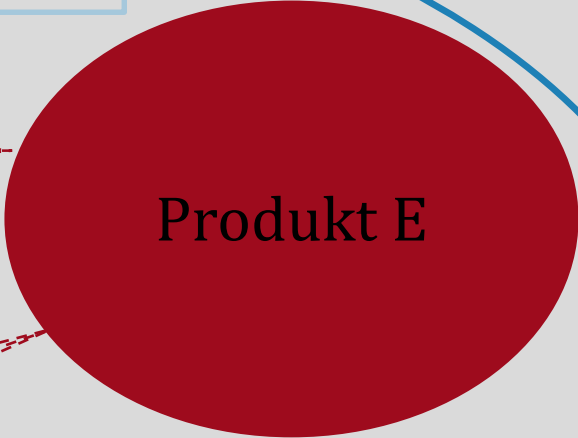
Hvad ville du købe, hvis produkt B ikke længere var tilgængeligt?

Diversio
n ratios

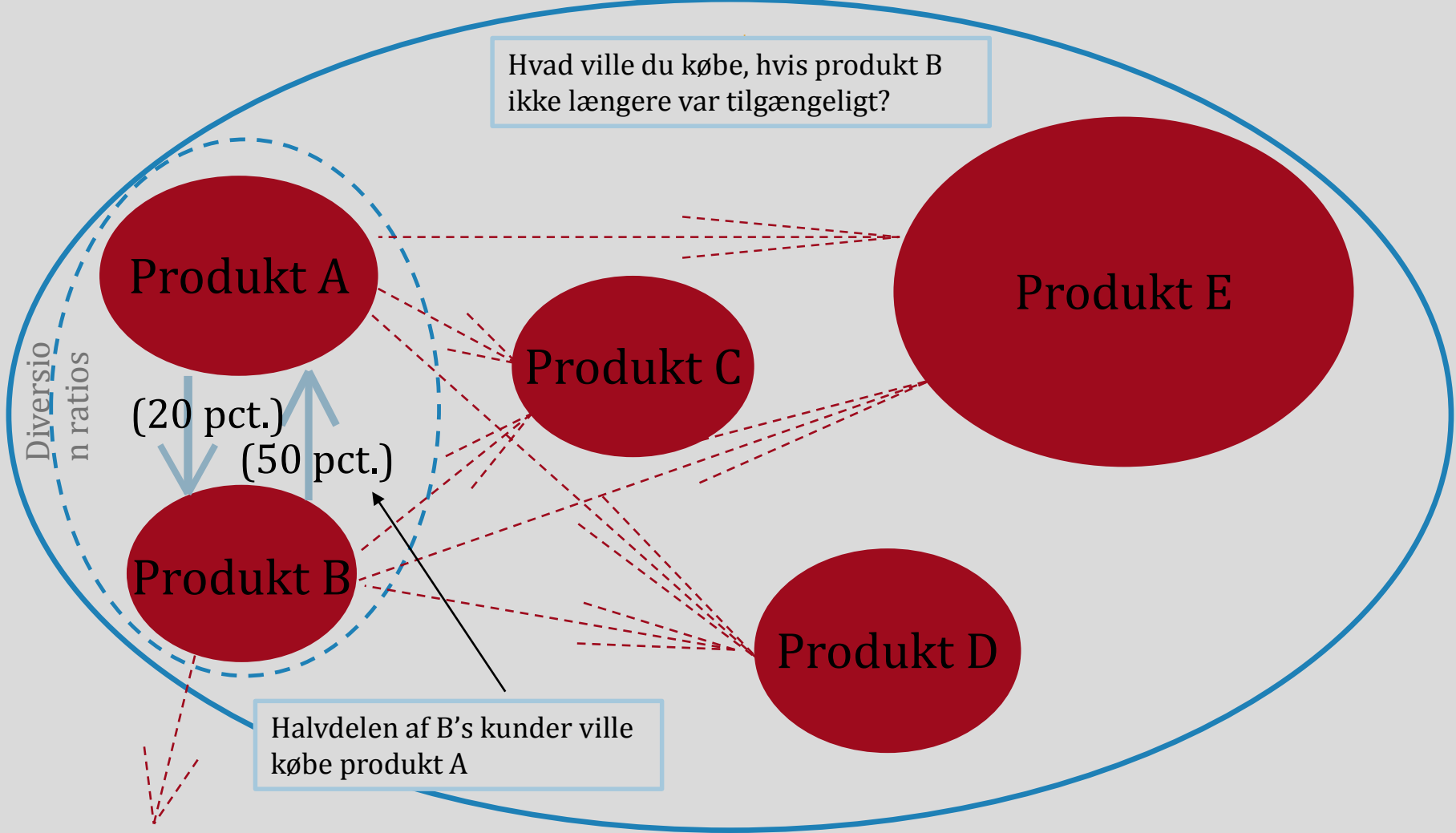


(20 pct.)

(50 pct.)



Halvdelen af B's kunder ville købe produkt A



2. Markedsundersøgelser og øvrige analyser

- Indhentning af data og kvalitative input
 - Markedsundersøgelser (spørgeskemaer og møder):
 - Forbrugere (web, telefon, butiksideinterview)
 - Øvrige kunder
 - Konkurrenter m.v.
 - Markedsrapporter
 - Interne markedsanalyser
 - Brug af eksperter, konsulenter m.v.

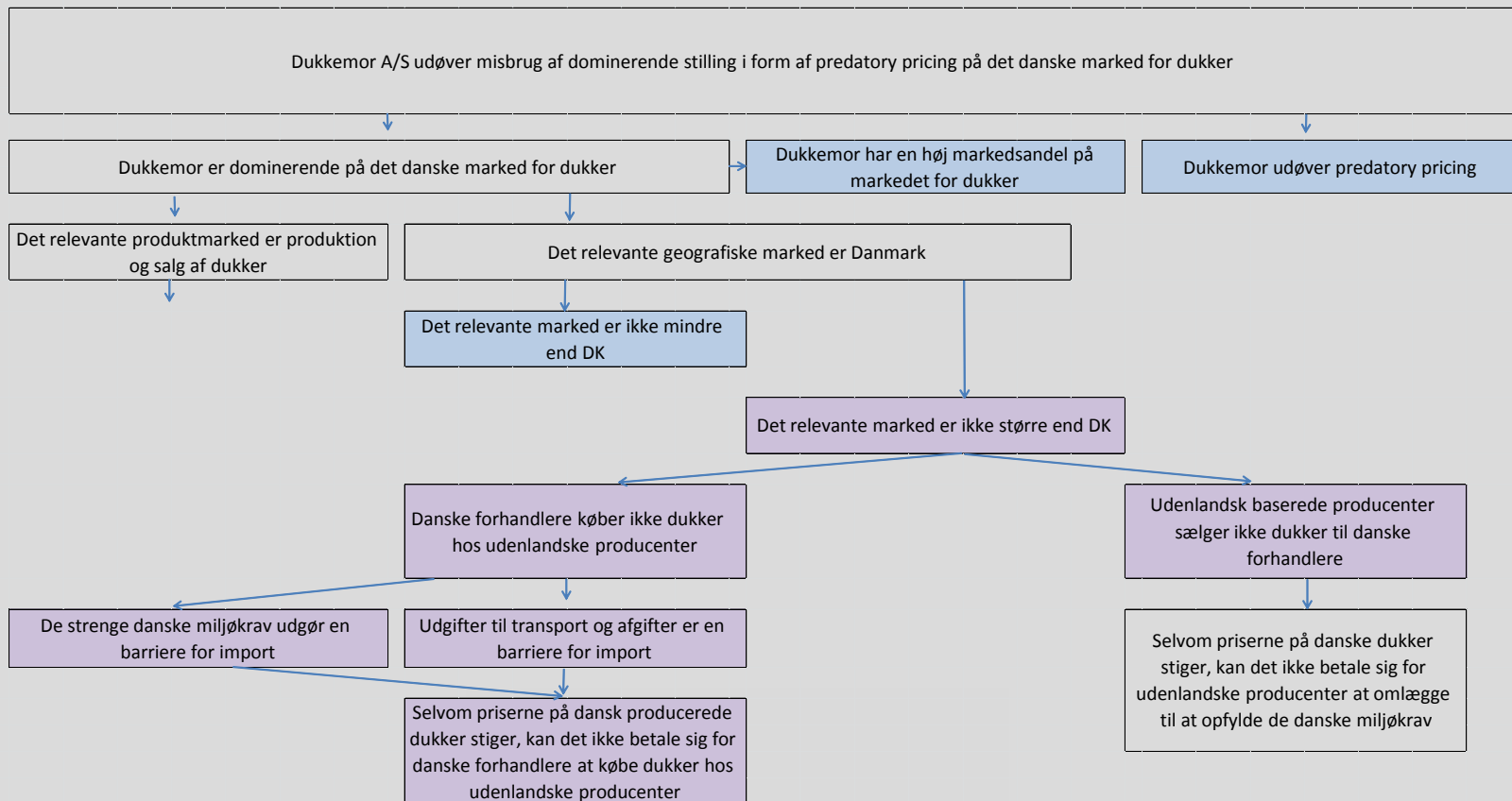
KL § 17

Spørgeskemaer og dataanmodninger

- Desk research: Hvad anfører parterne / hvad siger praksis / almindelig sund fornuft
- Hypotesetræer
- Udkast til spørgeskemaer (sparring med sociolog) - evt. høring hos parter og øvrige interessenter
- Udvalgelse af respondenter – herunder sikre repræsentativitet (vigtigt med gode kontaktoplysninger)
- Datamøder med parter og øvrige aktører



Hypotesetræ



Hvad kan parterne selv gøre?

- Tænk i data
 - Hvad kan fremskaffes internt?
 - Hvilke øvrige kilder er der?
 - Identificér de rette datafolk i virksomhederne – kan spare en omfattende § 17
 - Analyser af faktisk adfærd
- Virksomhedsbesøg – også ift. fx udbudssubstitution

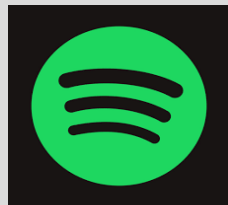


3. Digitalisering og markedsafgrænsning

- I udgangspunktet anvendes de almindelige metoder
- Særlige opmærksomhedspunkter
 - Migration. Kraftig brug af nye digitale tjenesteydelser kan føre til effekter, der minder om konkurrenceeffekter.
 - Vigtigt at se på de bagvedliggende årsager til skifte – hvor stor en del af skifteadfærden skyldes pris?
 - Den potentielle konkurrence.

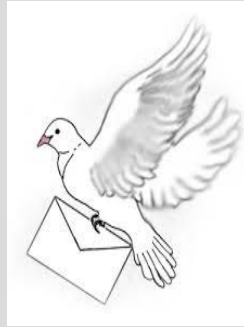


Migration vs. substitution (1) Musik



Migration vs. substitution (2)

Kommunikation

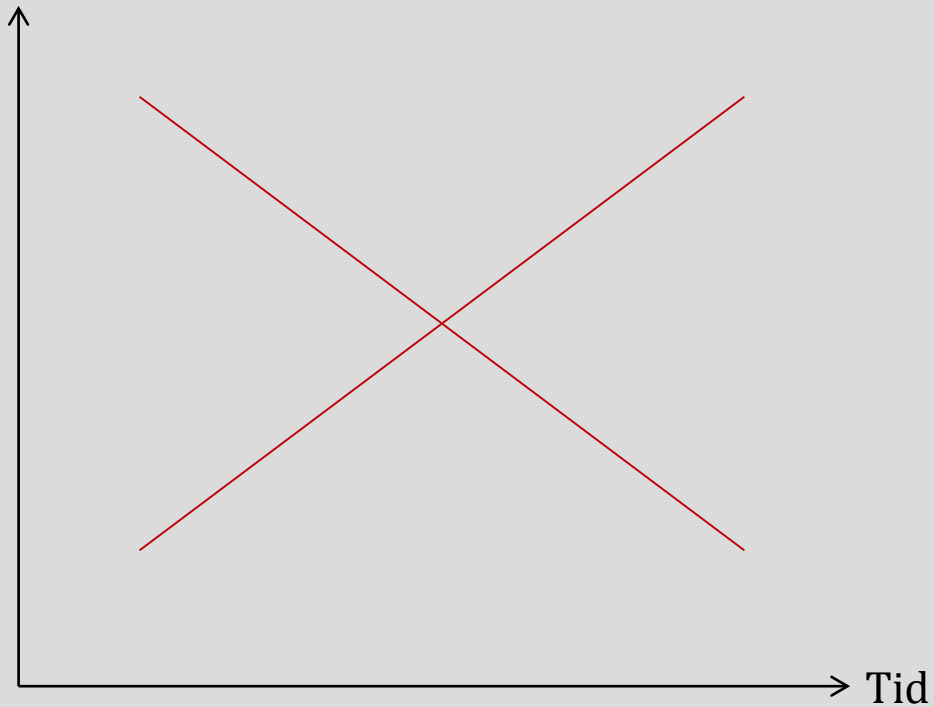


Migration vs. substitution (3)

- Engelsk sag om spilmarkedet (Ladbrokes/Coral, juli 2016)
- “Overall, we considered that the growth of the online channel and the fact that some customers are migrating online do not mean that customers who currently choose to gamble in an LBO would divert to the online channel to a sufficient degree to make a price increase (or worsening of the product offering) in the retail channel unprofitable”

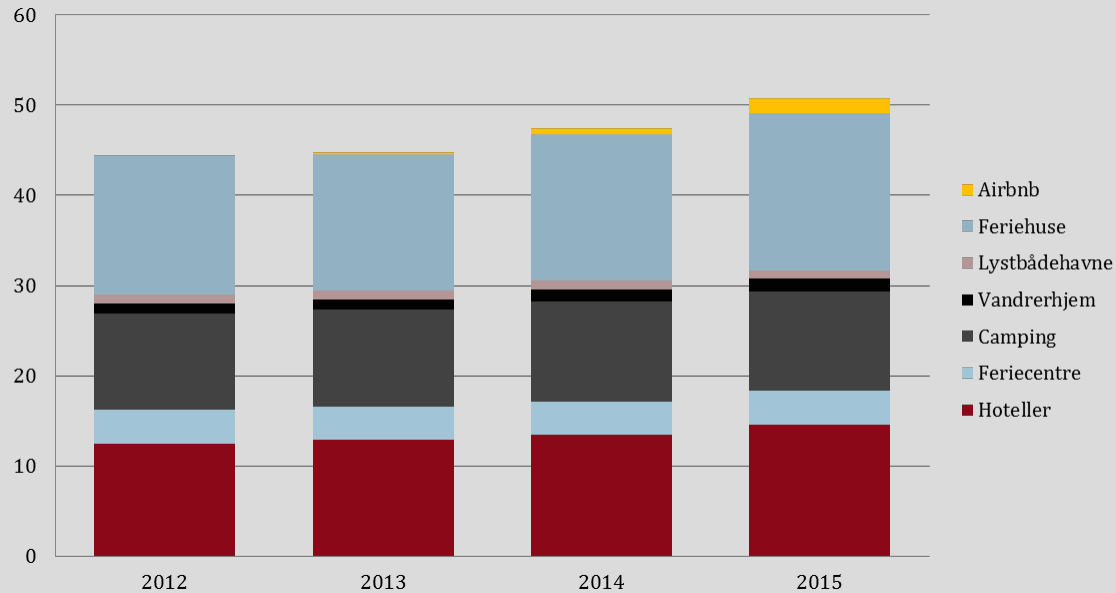


Mængde



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Hastighed og reel betydning: Solgte overnatninger i DK, mio.



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

4. Afgrænsning af det geografiske marked

- Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked:
 - *”Ved det relevante geografiske marked forstås det område, hvor de deltagende virksomheder er involveret i udbud af og efterspørgsel efter produkter eller tjenesteydelser, og som har tilstrækkelig ensartede konkurrencevilkår og kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene der er meget anderles.” [egen understregning]*



Evaluering af 10 Kommissionsager

- DG COMP kritiseret for at afgrænse det geografiske marked for snævert og uden hensyntagen til stigende globalisering
- Evaluering af 10 udvalgte, nylige fusionsafgørelser, hvor geografisk afgrænsning var et centralt spørgsmål (Amelia Fletcher, Bruce Lyons)



Importens betydning for udbudssubstitution

To forskellige situationer:

1. De samme udbydere konkurrerer på ensartet vis inden for hvert delområde uden tegn på prisdiskrimination på tværs af disse områder
2. Konkurrencen udspiller sig inden for et særligt område, men der er potentiale for, at aktører uden for dette område kan begynde at sælge ind i området og derved holde priserne nede

Anbefaling vedr. import

- Afgræns markedet snævert
- Tag højde for konkurrencemæssigt pres udefra i den efterfølgende vurdering
- I mange sager bør det ikke have afgørende betydning, særligt i fusionssager





KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN