



Handelshøyskolen BI

GRA 19703 Master Thesis

Thesis Master of Science 100% - W

Predefinert informasjon

Startdato:	16-01-2022 09:00	Termin:	202210
Sluttdato:	01-07-2022 12:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	T		
Flowkode:	202210 10936 IN00 W T		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Navn	Aleksander Østrem
------	-------------------

Informasjon fra deltaker

Tittel *:	Elektronikkprodusenters kontrakter i reparasjonsmarkedet – virkninger på samfunnsøkonomisk effektivitet
Navn på veileder *:	Christian Riis og Monica Viken

Inneholder besvarelsen konfidensielt materiale?:	Nei	Kan besvarelsen offentliggjøres?:	Ja
---	-----	--	----

Gruppe

Gruppenavn:	(Anonymisert)
Gruppenummer:	98
Andre medlemmer i gruppen:	Deltakeren har innlevert i en enkeltmannsgruppe

Masteroppgave
ved Handelshøyskolen BI

Elektronikkprodusenters
kontrakter i reparasjonsmarkedet –
virkninger på samfunnsøkonomisk
effektivitet

Eksamenskode og navn:
GRA 19703 – Master Thesis

Utleveringsdato:
16.01.2022

Innleveringsdato:
01.07.2022

Veiledere:
Christian Riis (økonomisk)
Monica Viken (juridisk)

Studiested:
BI Oslo

Program:
Master of Science i forretningsjus og økonomi

*«Denne oppgaven er gjennomført som en del av studiet ved Handelshøyskolen BI.
Dette innebærer ikke at Handelshøyskolen BI går god for de metoder som er
anvendt, de resultater som er fremkommet, eller de konklusjoner som er trukket.»*

Forord

Dette masterprosjektet markerer slutten på min tverrfaglige mastergrad i forretningsjus og økonomi ved Handelshøyskolen BI. Prosjektet undersøker i hvilken grad reguleringen av selektive reparasjonssystemer er samfunnsøkonomisk effektiv, og gjenspeiler min tverrfaglige interesse for forbrukerrettigheter og velfungerende markeder. Studieløpet og prosjektarbeidet har vært utfordrende og til tider frustrerende, men også veldig spennende, lærerikt og interessant. Det er liten tvil om at studiet og arbeidet med dette prosjektet har beriket meg med gode erfaringer og nyttig lærdom som jeg vil ta med meg videre i livet.

Jeg ønsker å uttrykke en stor takk til mine veiledere Christian Riis og Monica Viken, som gjennom hele prosjektprosessen har gitt meg svært god veiledning. Jeg har satt veldig stor pris på deres gode råd og konstruktive tilbakemeldinger. Avslutningsvis ønsker jeg å takke familie og venner for støtten jeg har fått gjennom prosjektarbeidet og under hele studieløpet.

Oslo, 9. Juni 2022

Aleksander Østrem

Sammendrag

Prosjektet foretar en rettsøkonomisk analyse av selektive reparasjonssystemer for elektronikk. Hensikten og problemstillingen til prosjektet er å undersøke om selektive reparasjonssystemer for elektronikk burde være regulert gjennom konkurranseretten på en mer samfunnsøkonomisk effektiv måte. Utfordringene som er i hovedfokus i prosjektet er tilgangsproblematikken knyttet til elektronikkprodusenters hindringer av uautoriserte reparatørens tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon.

En gjennomgang av rettstilstanden viser at elektronikkprodusenters hindringer er i tråd med gjeldende rett. I korte trekk anses hindringene som nødvendige for å bevare kvaliteten og sikre riktig bruk ved reparasjon, samtidig som det fremdeles vil være konkurranse mellom de ulike autoriserte reparatørene. Følgelig utgjør ikke hindringene et konkurransebegrenset samarbeid eller utilbørlig utnyttelse av dominerende stilling etter konkurranselovens §§ 10 og 11. Analysen viser i tillegg at elektronikkprodusentene i sine garantivilkår kan kreve benyttelse av autoriserte reparatører, men at slike betingelser vil stride med forbrukernes reklamasjonsrett hvis det ikke er årsakssammenheng mellom uautorisert reparasjon og mangelen.

Funnene i den samfunnsøkonomiske analysen indikerer at tilgangsproblematikken utgjør en ineffektivitet i reparasjonsmarkedet for elektronikk. Elektronikkprodusentene har sterke incentiver til å begrense konkurransen i reparasjonsmarkedet, som både kan ha positive og negative virkninger for samfunnet. En nærmere analyse av skadeomfanget indikerer imidlertid at markedet er kjennetegnet av flere trekk som øker det skadelige omfanget for forbrukerne. Selv om analysen også viser at de vertikale avtalene har en verdi for produsentene og forbrukerne, viser en subsidiær analyse at markedet kan være organisert på en mer effektiv måte ved å betrakte reservedeler og teknisk informasjon som en essensiell fasilitet. Ved å differensiere autorisasjonene kan flere av implikasjonene til tilgangsproblematikken bli ivaretatt, samtidig som differensieringen har flere positive virkninger for forbrukerne og samfunnet.

I tråd med formålet til konkurranseloven burde myndighetene gripe inn ved identifiserte ineffektiviteter, og endelig konklusjon i prosjektet er dermed at selektive reparasjonssystemer for elektronikk kan og burde være regulert gjennom konkurranseretten på en mer samfunnsøkonomisk effektiv måte.

INNHALDSFORTEGNELSE

FORORD	I
SAMMENDRAG	II
1. INNLEDNING	1
1.1 TEMATIKK, FORMÅL OG PROBLEMSTILLING.....	1
1.2 AVGRENSNINGER OG BEGRENSNINGER.....	3
1.3 METODE.....	4
1.3.1 Juridisk metode.....	4
1.3.2 Samfunnsøkonomisk metode.....	5
1.4 VIDERE FREMSTILLING.....	6
2. REPARASJONSMARKEDET FOR ELEKTRONIKKPRODUKTER	6
2.1 INTRODUKSJON OG BARRIERER.....	6
2.2 ETTERSPOESELN.....	7
2.3 TILBUDET.....	7
2.4 KONKURRANSESITUASJONEN: ÅPENT ELLER LUKKET MARKED?.....	8
3. GJELDENDE RETT	9
3.1 FORHOLDET TIL FORBRUKERKJØPSLOVEN.....	9
3.1.1 Reklamasjon.....	9
3.1.2 Garanti.....	12
3.2 FORHOLDET TIL KONKURRANSELOVEN.....	13
3.2.1 Kort om konkurranseloven § 10.....	13
3.2.1.1 Nærmere analyse av konkurransebegrensningsvilkåret.....	14
3.2.1.2 Unntak i § 10 tredje ledd.....	16
3.2.1.3 Gruppefritaket.....	17
3.2.2 Kort om konkurranseloven § 11.....	19
3.2.2.1 Nærmere analyse av vilkåret «dominerende stilling».....	19
3.2.2.2 Nærmere analyse av vilkåret «utilbørlig utnyttelse».....	21
3.3 OPPSUMMERING OG BETRAKTNINGER.....	22
4. SAMFUNNSØKONOMISK ANALYSE	23
4.1 KORT OM KONKURRANSELOVENS FORMÅL OG EFFEKTIVITETSBEGREPET.....	24
4.2 FORHOLDET MELLOM VERTIKALE OG HORIZONTAL RELASJONER.....	25
4.2.1 Virkninger av samarbeid mellom produsenter av substitutter og komplementer.....	26
4.3 ANALYSE AV VERTIKALE REPARASJONSAVTALER OG VIRKNINGER FOR SAMFUNNET.....	27
4.3.1 Verdien av vertikale reparasjonsavtaler.....	28
4.3.2 Produsentenes incentiver til å begrense konkurransen.....	30
4.3.3 Analyse av potensielt konkurransebegrensende skadeomfang.....	32
4.4 ALTERNATIVE ORGANISERINGER.....	36
4.4.1 Organisering som essensiell fasilitet.....	36
4.4.1.1 Differensiert autorisasjon.....	37
4.4.1.2 Tilgang til de essensielle fasilitetene for uautoriserte reparatører.....	39
5. OPPSUMMERING OG KONKLUSJON	40
REFERANSER	44

1. Innledning

1.1 Tematikk, formål og problemstilling

Det er for tiden stor interesse i EU knyttet til det å fremme reparasjon som et reelt alternativ når forbrukeres elektronikkprodukter blir ødelagt (Almén et al., 2020, s. 8). I flere år har nemlig reparasjonsmulighetene vært gjenstand for diskusjon, ettersom reparasjonsprisene og utskiftingstakten av elektronikkprodukter har økt betraktelig (Almén et al., 2020, s. 8). Globalt utgjør elektronisk avfall en stor trussel mot global oppvarming, ettersom avfallsstrømmen er stadig voksende (Svensson et al., 2018, s. 2). En studie foretatt av det europeiske miljøbyrået viser at bare en ett års forlengelse i levetid på elektronikkprodukter som smarttelefoner, vil redusere utslippet av karbondioksid med 2,1 millioner metriske tonn i EU (Federal Trade Commission, 2021, s. 42). For å øke levetiden til elektronikkprodukter, og derigjennom redusere klimaavtrykket, er man avhengig av å kunne og ville reparere defekte produkter. Studier viser imidlertid at forbrukere gjerne ønsker å reparere sine elektronikkprodukter, men at faktorer som prisnivået og tilgjengeligheten av reparasjonstjenester gjør det enklere å kjøpe nye elektronikkprodukter (Oslo Economics, 2021, s. 8 & 9). Det kan dermed virke som om samfunnet har beveget seg i en uheldig retning i form av «bruk og kast» der forbrukernes reparasjonsmuligheter er begrenset og samfunnets klimautslipp er i fare. Slike trender er klart bekymringsverdige, og utgjør bakgrunnen for valg av tematikk i dette forskningsprosjektet.

Flere elektronikkprodusenter bruker i dag selektive distribusjonssystemer for leveranse av deres reparasjonstjenester. Det vil si at produsenten godkjenner aktører som oppfyller visse vilkår til å foreta reparasjon av deres produkter, jf. Forskrift av 21. juni 2010 nr. 898 om grupper av vertikale avtaler § 1 bokstav e. Disse aktørene har dermed en kontrakt med produsent og er autoriserte reparatører, i motsetning til de uautoriserte reparatørene som ikke har en slik kontrakt. Ved at produsenter lukker distribusjon av slike tjenester kan produsenten bevare sitt omdømme og sikre kvalitet ved reparasjonstjenestene, men slike systemer kan også ha implikasjoner for forbrukernes valgmuligheter når det gjelder reparasjon (Svensson-Hoglund et al., 2021). Forskning viser nemlig at elektronikkprodusenter benytter ulike metoder for å «tvinge» forbrukerne til å benytte deres autoriserte reparatører (Hanley et al., 2020; Svensson-Hoglund et al., 2021). Metoder som benyttes for å begrense forbrukernes valgmuligheter innebærer blant annet å hindre uautoriserte reparatører nødvendige reservedeler, verktøy og manualer, å gjøre produktet vanskelig å

reparere, å ikke godta at forbrukerne benytter uautoriserte reparatører gjennom eksempelvis garantivilkår, samt å «true» med at reklamasjon ikke gjelder ved bruk av uautorisert reparatør (Hanley et al., 2020, s. 9-14; Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 5). Konkurransen mellom autoriserte og uautoriserte reparatører virker således å være begrenset, hvorav dette utgjør utfordringer for forbrukernes reparasjonsmuligheter for elektronikk.

Konkurranseretten har som formål å legge til rette for effektiv bruk av samfunnets ressurser ved å fremme konkurranse, jf. Lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger av 5. mars 2004 (konkurranseloven, heretter krrl.) § 1. Gjennom loven fastsettes blant annet rammen for hva foretak kan samarbeide om og hvordan dominerende aktører kan opptre i markedet, jf. krrl. §§ 10 og 11. Med tanke på utfordringene reparasjonsmarkedet for elektronikk står ovenfor, virker det imidlertid ikke som om dagens konkurranserett slår ned på elektronikkprodusentenes metoder som begrenser konkurransen i markedet. Som Svensson-Hoglund et al. (2021) skriver i sin artikkel, virker det som at EU har hatt liten interesse for å åpne slike ettermarkeder for konkurranse. I tillegg virker det som om de kjøpsrettslige reglene har begrensninger når det gjelder forbrukernes benyttelse av uautoriserte reparatører. Gjennom Lov om forbrukerkjøp av 21. juni 2002 nr. 34 (forbrukerkjøpsloven, heretter fkjl.) har forbrukerne med et mangelfullt produkt muligheten til å få rettet en mangel gjennom reklamasjon eller garanti, jf. fkjl. §§ 27, 26 og 18 a. En grunnforutsetning for reparasjon gjennom reklamasjon eller garanti er imidlertid at mangelen ikke skyldes forbruker eller forhold på forbruker sin side, jf. fkjl. §§ 26 første ledd og 18 a annet ledd. Flere elektronikkprodusenter godtar som nevnt ikke benyttelse av uautoriserte reparatører, i tillegg til at skader som skyldes forbruker må dekkes av forbrukeren. Ved at mange forbrukere synes det er enklere å kjøpe nye elektronikkprodukter står man således igjen ovenfor de samme utfordringene for reparasjonsmulighetene.

Fokuset på å ha muligheten til å reparere elektronikkprodukter er imidlertid økende, og det er nå både organisasjoner og forbrukere som kjemper for retten til å reparere, som et resultat av bærekraftsynet og forbrukernes interesser (Pihlajarinne, 2020, s. 2). Et av virkemidlene som forkjemperne ønsker skal bli introdusert for reparasjon av elektronikkprodukter, er fritt reparatørvalg (Right to Repair Europe, u.å). Det innebærer blant annet et ønske om at produsentene skal gi tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon til uautoriserte

reparatører. Som et resultat av det økende fokuset og effekten på klimaet, har EU inkludert retten til å reparere elektronikkprodukter som et av hovedområdene i den nye handlingsplanen for den sirkulære økonomien (Šajin, 2022, s. 1). Det innebærer en rekke tiltak for å forbedre elektronikkprodukters reparerbarhet, hvorav lovgivningen knyttet til retten til å reparere er ett av dem (Šajin, 2022, s. 1). Svensson-Hoglund et al. (2021) påpeker at konkurransereguleringen er et område som har potensialet til å eliminere flere av barrierene som hindrer retten til å reparere elektronikkprodukter. Spørsmålet er dermed om endringer i konkurranseretten kunne ha løst mye av problematikken knyttet til retten å reparere, og om det ville vært samfunnsøkonomisk effektivt for EU, og dermed Norge, å gjøre det. Det er det som er problemstillingen til dette prosjektet:

«Burde selektive reparasjonssystemer for elektronikk være regulert gjennom konkurranseretten på en mer samfunnsøkonomisk effektiv måte?»

Temaet er følgelig elektronikkprodusenters kontrakter i reparasjonsmarkedet og deres virkninger på samfunnsøkonomisk effektivitet. Dette undersøkes med det formål om å gi økt kunnskap i om konkurranseretten kan være en løsning for utfordringene som selektive reparasjonssystemer for elektronikk medfører forbrukernes reparasjonsmuligheter.

1.2 Avgrensninger og begrensninger

Det er flere perspektiver som kan være interessante når det gjelder problematikken med elektronikkprodusenters kontrakter i reparasjonsmarkedet. Temaet er stort og komplekst, og dette medfører at alle innfallsvinkler og perspektiver ikke kan undersøkes. Prosjektet har i tillegg en tids- og ordbegrensning, og jeg vil derfor måtte foreta avgrensninger.

Problemstillingen i dette prosjektet er avgrenset til å undersøke elektronikkprodusenters hindring av uautoriserte reparatørers tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon, og slike hindringers betydning for samfunnsøkonomisk effektivitet og forbrukernes valgmuligheter når det gjelder reklamasjon og garanti. Elektronikken som er i hovedfokus i prosjektet er forbrukerelektronikk som mobiltelefoner, nettbrett og pc-er. Disse avgrensningene gjør at det kan reises flere juridiske problemstillinger, både innenfor og utenfor konkurranseretten. Prosjektet avgrenses imidlertid til konkurranseloven §§ 10 og 11 og forholdet til forbrukerkjøpsloven. Videre foretas det ikke en omfattende gjennomgang av gjeldende rett, ettersom spesielt konkurranseloven §§ 10 og 11 er svært omfattende, og fordi

prosjektet i tillegg har en samfunnsøkonomisk side. Visse vilkår vil dermed ikke bli behandlet.

Problematikken reiser videre bærekraft som et naturlig hensyn i forbindelse med retten til å reparere. Bærekrafttematikken er veldig sentral, men også svært omfattende. Dette prosjektet har en samfunnsøkonomisk tilnærming, og bærekraftproblematikken inntas dermed kun der det er naturlig.

1.3 Metode

I dette kapitlet gjennomgås den metodiske tilnærmingen som er benyttet til å besvare forskningsspørsmålet i prosjektet. Problemstillingen har et juridisk og et samfunnsøkonomisk aspekt, og metoden som er benyttet er dermed todelt.

1.3.1 Juridisk metode

Den juridiske delen av prosjektet følger rettsdogmatisk metode. Det innebærer en analyse og systematisk fremstilling av hva som er gjeldende rett (Andenæs, 2009, s. 3). For å kunne undersøke gjeldende rett for konkurranseretten, som er hovedelementet i dette prosjektet, må EU-rettslige kilder også undersøkes. Årsaken er at konkurranselovgivningen er harmonisert med EØS-avtalens konkurranseregler, og praksis fra EU og EØS vil «[...] veie tungt som rettskilde ved anvendelsen av de norske forbudsbestemmelsene», jf. Ot.prp.nr.6 (2003–2004) s. 68. EU-retten har en annen oppbygning og funksjon enn tradisjonelle norske rettskilder, og ved undersøkelse og tolkning av EU-retten benyttes dermed EU-rettslig metode (Sejersted et al., 2011, s. 43). Prosjektet følger den tradisjonelle metoden innen begge metodene.

I tillegg til ordinære rettskilder benytter prosjektet også andre mer utradisjonelle rettskilder. I forbindelse med konkurranseretten benyttes retningslinjer fra EU-kommisjonen. Retningslinjene er betraktet som «soft law» og er ikke en bindende rettsakt for EU-domstolene (Sejersted et al., 2011, s. 57). Selv om retningslinjene dermed har begrenset rettskildeverdi, viser de hvordan kommisjonen tolker vertikale begrensninger og har stor praktisk betydning (Sejersted et al., 2011, s. 57). I gjennomgangen av forbrukerkjøpslovgivningen benyttes saker fra forbrukerklageutvalget. Disse har også begrenset rettskildeverdi, men gir god indikasjon på hvordan et organ som har betydelig innsikt i rettsområdet tolker problemstillinger, og kan på den måten bidra til å klargjøre rettstilstanden (Andenæs, 2009, s. 100).

1.3.2 Samfunnsøkonomisk metode

I tillegg til den juridiske fremstillingen består oppgaven av en samfunnsøkonomisk del. Denne delen av prosjektet følger rettsøkonomisk metode. Metoden innebærer å anvende «[...] sosialøkonomiske begreper og teorier til å forklare jus, anslå virkninger av jus, samt å vurdere jus» (Eide & Stavang, 2018, s. 21). Metoden er anerkjent som en juridisk metode (Eide & Stavang, 2018, s. 635), og ble ansett for å være godt egnet til å besvare forskningsspørsmålet i dette prosjektet. Bakgrunnen er at målet med forskningsprosjektet er å gi en normativ konklusjon om hvordan konkurranseretten burde være regulert med tanke på selektive reparasjonssystemer for elektronikk. Prosjektet vurderer således rettsreglene på konkurranserettsområdet, hvorav rettsøkonomien vil bidra til å klargjøre betydningen for samfunnet.

Gjennom å benytte ulike samfunnsøkonomiske modeller og teorier gir den samfunnsøkonomiske analysen svar på hvorfor vi har de konkurranserettslige reglene vi har og hva slags konkurranserettslige regler vi burde ha – som er de to hovedspørsmålene som rettsøkonomien ønsker å besvare (Eide & Stavang, 2018, s. 22). De ulike modellene og teoriene som benyttes er forenklete stiliseringer av markedet og aktørenes rolle i økonomien. Hensikten med å benytte slike forenklinger er å gjøre forståelsen lettere, kartlegge utfall i økonomien, og å gjøre det enklere å vurdere effekter (Eide & Stavang, 2018, s. 52; Riis et al., 2019, s. 18). En del forutsetninger vil dermed ikke være realistiske i den virkelige verden, men analysen vil likevel gi god innsikt i virkningene av rettsreglene for både samfunnet og aktørene i markedet (Berge et al., 2019, s. 12). Videre er den samfunnsøkonomiske analysen utført som en partiell analyse. Det vil si at analysen fokuserer på et enkelt marked – reparasjonsmarkedet for elektronikk – uten å ta hensyn til virkninger i andre markeder (Eide & Stavang, 2018, s. 57).

Viktige modeller og teorier som er benyttet som analyseverktøy er knyttet til: velferdsteoriens første hovedteorem, konsumentteori, chicago-skolen, markedsteori, informasjonsasymmetrier, adferdsøkonomisk teori, og tilgang til essensiell fasilitet. Modellene og teoriene presenteres underveis i analysen og knyttes deretter til det relevante undersøkelsesområdet. Bakgrunnen for benyttelse av en slik fremstilling er å gi et klart og tydelig overblikk av relevansen som modellene og teoriene har, samtidig som det anses som en styrke at teorien er integrert i diskusjonene. Et eget teorikapittel ble derfor ikke ansett som hensiktsmessig for dette prosjektet. I tillegg vil ikke analyseverktøyene modelleres i fremstillingen som figurer eller som matematiske ligninger, ettersom det er selve innsikten som er det sentrale i dette

prosjektet. Informasjonsgrunnlaget i prosjektet bygger på sekundærdata om reparasjonsmarkedet og hvordan aktører i ulike markeder opererer.

1.4 Videre fremstilling

Innledningsvis, i kapittel 2, starter prosjektet med en generell innføring i reparasjonsmarkedet for elektronikkprodukter. Etter innføringen foretas det en gjennomgang av relevant lovgivning på området i kapittel 3. Her er formålet å undersøke og illustrere rettstilstanden når det gjelder elektronikkprodusenter hindringer av originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon. Både forholdet til forbrukerkjøpsloven og konkurranseloven undersøkes. Videre foretas det en samfunnsøkonomisk analyse i kapittel 4. Formålet her er å undersøke om hindringer knyttet til reservedeler og teknisk informasjon utgjør en ineffektivitet som myndigheten burde regulere gjennom konkurranseretten. Avslutningsvis, i kapittel 5, foretas det en oppsummering av funnene i prosjektet, før det til slutt presenteres en konklusjon.

2. Reparasjonsmarkedet for elektronikkprodukter

2.1 Introduksjon og barrierer

Reparasjon av elektronikkprodukter er en del av ettermarkedet for elektronikkprodukter, hvor varer og tjenester tilbys et allerede kjøpt produkt (Federal Trade Commission, 2021, s. 9). Å ha muligheten til å reparere et ødelagt produkt er for mange en selvfølge, men markedet har i flere år vært preget av barrierer som kan gjøre det vanskelig å få reparert et elektronikkprodukt (Svensson et al., 2018, s. 2). For eksempel viser litteratur og forskningsartikler til barrierer som at produktet ikke er designet for reparasjon, tilgjengeligheten av originale deler og nødvendig teknisk informasjon, og prisen for reparasjon (Svensson et al., 2018, s. 2). For å ha et sunt reparasjonsmarked viser Svensson et al. (2018, min oversettelse) til tre nivåer av barrierer som kan hindre reparasjon:

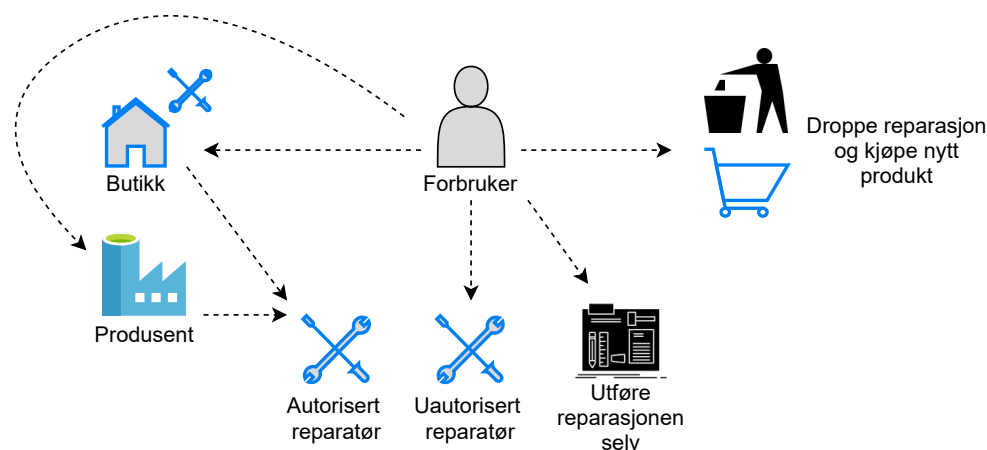
1. Tilgang til reparasjon: omhandler de grunnleggende problemene som kan påvirke reparasjonsmulighetene og konkurransen i markedet, som for eksempel om forbrukere har muligheten til å reparere et produkt hos uautoriserte reparatører, eller om uautoriserte har tilgang til reservedeler og nødvendig teknisk informasjon (Almén et al., 2020, s. 9).
2. Konkurransedyktig reparasjon: omhandler prisen for reparasjon og faktorer som hindrer reparasjon fra å være et økonomisk attraktivt alternativ.

3. Reparasjonstrender: omhandler trender og personlige preferanser som hindrer reparasjon.

Dette prosjektet har fokus på det første nivået «tilgang til reparasjon», hvor lovgivning utgjør en stor rolle (Svensson et al., 2018, s. 2).

2.2 Etterspørselen

Stort sett er det forbrukere som velger om de ønsker å reparere et ødelagt produkt eller ikke. Etterspørselen til reparasjonstjenester er dermed representert ved forbrukere som har et ødelagt elektronikkprodukt. Det er generelt fire forskjellige handlingsalternativer som forbruker står ovenfor: 1) kontakte selger, OEM sin reparasjonsavdeling eller autoriserte reparatører, 2) kontakte en uautorisert reparatør, 3) utføre reparasjonen selv, eller 4) droppe reparasjon og kjøpe et nytt produkt (Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 2). Figur 2.1 gir en oversikt over handlingsalternativene til en forbruker.



Figur 2.1: Egen kreasjon, bearbeidet fra «Virkinger av å fjerne eller redusere merverdiavgiften på reparasjon av forbrukervarer», av Oslo Economics, 2021, opphavsrett 2021 ved Oslo Economics.

Avgjørelsen vil være avhengig av flere faktorer, som for eksempel muligheten til å reparere, prissammenlikningen mellom et nytt produkt og reparasjon, bekvemmeligheten, reparasjonstiden, forbrukernes egne preferanser, og trender (Oslo Economics, 2021, s. 8 & 9). Flere av disse faktorene avhenger særlig av tilgangen til reparasjon (Svensson et al., 2018, s. 2).

2.3 Tilbudet

Tilbudet av reparasjonstjenester er representert av tilbydere som legger til rette for, eller utfører, reparasjonstjenester. Her finner man de originale produktprodusentene (heretter «OEM») og deres autoriserte reparasjonsnettverk, uautoriserte reparatører, og forbrukere som utfører reparasjoner selv («DIY»-reparatører) (Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 2). For dette prosjektet er det de profesjonelle tilbyderne

som er i fokus, og «DIY»-reparatører gjennomgås dermed ikke nærmere. Autoriserte reparatører har en kontrakt med produsenten av elektronikkproduktet som gjør dem godkjent til å foreta reparasjoner av deres produkter. De er dermed en del av produsentens reparasjonskjede som medfører blant annet tilgang til nødvendig verktøy, programvare, manualer, og reservedeler (Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 2). For å oppnå autorisasjonen stiller produsentene vanligvis krav om at visse kriterier må være oppfylt. Slike kriterier kan eksempelvis være knyttet til lokalene, teknikerne, eller kompetanse. I tillegg stilles det ofte kvalitetskrav knyttet til opplæring, hvilke reparasjoner som kan foretas, eller hvilke reservedeler/verktøy som skal benyttes. Eksempelvis stiller Apple krav om at de autoriserte reparatørene kjøper reservedeler fra dem og at de ikke foretar visse reparasjoner (Svensson et al., 2018, s. 3). Kriteriene fører til at distribusjonen av autoriserte reparasjonstjenester er lukket, hvorav dette ofte omtales som selektiv distribusjon. Det kan være flere årsaker til at produsenter ønsker å benytte et selektivt distribusjonssystem, der vanlige grunner er knyttet til sikkerhet for forbrukere, kvalitet og omdømme (Svensson et al., 2018, s. 3).

De uautoriserte reparatørene har derimot ikke en kontrakt med produsent, men de har mulighet til å ta del i det autoriserte reparasjonsnettverket dersom de ønsker og oppfyller kriteriene. Det er imidlertid ikke alle uautoriserte reparatører som ønsker begrensningene knyttet til hvilke reparasjoner som kan foretas, ettersom de mener det kan påvirke deres lønnsomhet (Svensson et al., 2018, s. 3). Som følge av mangelen på kontrakt, kan tilgangen til nødvendig verktøy, programvare, manualer, og reservedeler være begrenset (Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 2). De uautoriserte reparatørene har dermed gjerne en annen forretningsmodell enn de autoriserte.

2.4 Konkurransesituasjonen: åpent eller lukket marked?

Gjennom lang tid viser studier at markedet for reparasjon av elektronikkprodukter er preget av barrierer som gjør det vanskelig for forbrukere å ikke velge OEMs sitt autoriserte reparasjonsnettverk, og som gjør markedet relativt lukket (Svensson et al., 2018, s. 3). Som følge av dette er konkurransen i markedet begrenset sammenliknet med hvis markedet var åpent. Med tilgang til for eksempel originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon, ville forbrukernes valgfrihet vært større og de uautoriserte reparatører kunne i større grad konkurrert med de autoriserte nettverkene (Svensson et al., 2018, s. 4). Det er imidlertid ikke alle

reparasjoner autoriserte reparatører kan foreta, og noen forbrukere har heller ikke tilgang til autoriserte reparatører (Svensson et al., 2018, s. 4). Studier viser således at det foreligger en viss konkurranse mellom de uautoriserte og autoriserte reparatørene, og markedet er dermed ikke helt lukket (Oslo Economics, 2021, s. 11 & 12; Svensson et al., 2018, s. 4). Videre viser studier at prisen for reparasjon har blitt så høy at forbrukerne heller kjøper nye produkter (Oslo Economics, 2021, s. 9). Tilbyderne av reparasjonstjenester møter dermed også konkurranse fra virksomheter som tilbyr nye produkter. Flere argumenterer imidlertid for at denne konkurransen er gunstig for produsenten og ugunstig for forbrukerne, ettersom den sikrer produsenten inntekt (Svensson et al., 2018, s. 4).

3. Gjeldende rett

I dette kapitlet foretas det en juridisk analyse for å undersøke og illustrere rettstilstanden av tilgangsproblematikken i selektive reparasjonssystemer for elektronikk. Ettersom garanti og reklamasjon har betydning for konkurransen mellom autoriserte og uautoriserte reparatører, og for om forbrukere velger å reparere elektronikkprodukter, er det relevant å undersøke forholdet til forbrukerkjøpsloven. Hovedområdet i analysen er imidlertid forholdet til konkurranseloven, ettersom loven setter rammen for konkurransesituasjonen i ulike markeder.

3.1 Forholdet til forbrukerkjøpsloven

Forbrukerkjøpsloven gir forbrukere ulike rettigheter i forbindelse med forbrukerkjøp når selger opptrer i næringsvirksomhet, jf. fkjl. § 1 annet ledd. Formålet med loven er å skape maktbalanse i slike kontraktsforhold og gir dermed forbrukere sterke rettigheter som styrker vernet av forbrukerne, jf. Ot.prp.nr.44 (2001-2002) s. 14. Forbrukere som kjøper elektronikkprodukter fra elektronikkforhandlere, har således ulike rettigheter i medhold av loven. En av de grunnleggende rettighetene er forbrukers reklamasjonsrett og produsentenes mulighet til å utstede en garanti for deres produkter. Det er disse reglene som blir viktige i kjøpsretten.

3.1.1 Reklamasjon

En av de grunnleggende rettighetene som forbruker har etter forbrukerkjøpsloven er reklamasjonsretten. Denne rettigheten gir forbrukerne en lovbestemt rett til å påberope seg ulike krav for eventuelle mangler et produkt måtte ha, jf. fkjl. § 27. Ett av kravene som forbrukere kan påberope seg er retting, jf. fkjl. § 26 første ledd bokstav b, jf. § 29. Hvis et elektronikkprodukt har feil som utgjør en mangel, kan forbruker dermed ha et krav om å få reparert feilen. Vanligvis vil feil som gjør at

produktet ikke samsvarer med avtalen utgjøre en mangel, jf. fkjl. § 16, jf. § 15. Eksempelvis vil feil med elektronikkprodukters egenskaper eller holdbarhet kunne utgjøre en mangel. Det er imidlertid bare mangler som forelå før forbruker overtok risikoen ved produktet som utgjør en mangel, hvorav risikoen normalt overtas ved produktoverlevering, jf. fkjl. § 18 første ledd sml. § 14 jf. § 7. Reklamasjonsretten kan dermed ikke benyttes for mangler som «[...] skyldes forbrukeren eller forhold på forbrukerens side», jf. fkjl. § 26 første ledd. Uhell, brukerfeil, slitasje, ytre påvirkninger m.m. som oppstår etter risikoovergangen vil således ikke utgjøre en kjøpsrettslig mangel (Martinussen, 2016, s. 92). Videre innebærer reklamasjonsretten at forbrukeren må informere selgeren om det mangelfulle forholdet innen gitte frister, jf. fkjl. § 27 første og annet ledd. Forbrukeren må med andre ord reklamere. For det første må forbrukeren «innen rimelig tid» og senest to måneder etter feilen oppdages eller burde oppdages, informere selger om at vedkommende ønsker å påberope seg reparasjon, jf. fkjl. § 27 første ledd. Denne fristen omtales gjerne som den relative reklamasjonsfristen. I tillegg må forbruker også gi beskjed innenfor den absolutte reklamasjonsfristen, som regulerer hvor lenge selger har risikoen for feil ved produktet. Hovedregelen er at den absolutte reklamasjonsfristen er to år, men for produkter som er ment å vare vesentlig lenger er fristen fem år, jf. fkjl. § 27 annet ledd. For forbrukerelektronikk som mobiltelefoner og datamaskiner gjelder ofte femårsfristen, jf. HR-1998-24-A og HR-2007-1592-A. Forbrukerrådet påpeker det samme (Forbrukerrådet, u.å).

Hvis forbrukeren er berettiget reparasjon gjennom reklamasjon, vil forbrukere som oppfyller alle vilkårene kunne kreve reparasjon av mangelen for selgers regning, jf. fkjl. § 30 første ledd. Selgeren vil i så tilfelle legge til rette for autorisert reparasjon uten at det koster forbruker noe. Er ett av vilkårene imidlertid ikke oppfylt, må forbruker dekke reparasjonen av produktet selv. I slike tilfeller har forbrukeren som tidligere nevnt flere handlingsalternativer. Forbrukeren kan dermed fritt benytte uautorisert reparasjon, om det er det vedkommende ønsker. Spørsmålet er imidlertid hvilke implikasjoner uautorisert reparasjon kan få for reklamasjonsretten når det oppstår en mangel i senere tid.

I vurderingen om en feil foreligger ved risikoovergangen påpeker forarbeidende at «[...] dette avgjøres ved en ordinær bevisvurdering i det enkelte tilfellet, med utgangspunkt i overvektsprinsippet», jf. Ot.prp.nr.44 (2001-2002) s. 94. De første seks månedene etter risikoovergangen er det selger som har bevisbyrden, mens etter

seks måneder er det i utgangspunktet forbruker som har bevisbyrden, jf. fkjl. § 18 annet ledd, sml. Ot.prp.nr.44 (2001-2002) s. 94. Å ha bevisbyrden vil si å bevise at feilen forelå ved risikoovergang, eller eventuelt etter risikoovergang dersom selger mener feilen skyldes forbruker. Vedrørende implikasjoner av uautorisert reparasjon, må dermed forbruker bevise med overvekt at feilen forelå ved risikoovergangen og at det ikke er årsakssammenheng mellom den tidligere reparasjonen og feilen som har oppstått i etterkant. Tilsvarende tolkning er lagt til grunn i flere av Forbrukerklageutvalgets saker, hvorav FKU-2019-809 kan tjene som et godt eksempel. I saken ble en forbrukers reklamasjonsrett nektet av en autorisert reparatør, som følge av at mobiltelefonskjermen var skiftet hos en uautorisert reparatør ved benyttelse av uoriginal skjerm. Den autoriserte reparatøren mente det var byttet av skjermen som var skyld i feilen, og at mangelen således hadde oppstått etter risikoovergangen. Forbrukeren måtte dermed bevise at det ikke var årsakssammenheng mellom skiftet av skjermen og feilene med mobilen. Forbrukeren fremla bevis som tilsa at det ikke var noen årsakssammenheng mellom skjermbyttet og feilene, men gav ifølge Forbrukerklageutvalget ikke nok bevis for at feilene forelå ved risikoovergangen. Det var dermed ikke tilstrekkelig overvekt og forbruker fikk ikke medhold. Selv om saken har begrenset rettskildeværdi, gir den en indikasjon på hvordan et organ som har betydelig innsikt i rettsområdet tolker problemstillingen (Andenæs, 2009, s. 100). Høyesterett har også i tidligere saker vedrørende reklamasjonsretten lagt en viss vekt på avgjørelser fra Forbrukerklageutvalget, jf. HR-2007-1592-A avsnitt 45. Basert på lovteksten, forarbeidene og Forbrukerklageutvalget virker forståelsen dermed å være at benyttelse av uautoriserte reparatører i seg selv ikke begrenser forbrukere sin reklamasjonsrett, men at benyttelsen kan gjøre det vanskeligere for forbruker å bevise at mangelen forelå før risikoovergangen.

En interessant observasjon er at som en del av nektelsen i FKU-2019-809 anførte den autoriserte reparatøren at produsenten ikke tillater reparasjon av produkter med uoriginale deler, selv om det skulle vært en berettiget reklamasjon. Forbrukeren mente i sine anførsler at det ikke var riktig å avslå reklamasjon på bakgrunn av slike forhold. Forbrukerklageutvalget tok i saken ikke stilling til disse anførselene, men basert på forståelsen av reklamasjonsretten vil slike nektelser være ulovlig. Tilsvarende forhold er blitt ansett som brudd på forbrukerrettigheter etter amerikansk rett, mens studier viser at EU ikke har reagert tilsvarende (Svensson-

Hoglund et al., 2021, s. 5). Det er heller ikke funnet informasjon om at norsk rett har reagert på liknende måte.

3.1.2 Garanti

I motsetning til reklamasjonsretten er garanti en rettighet som forbrukere ikke automatisk har krav på, men som kan gi forbrukere bedre rettigheter enn de har etter forbrukerkjøpsloven. Forbrukerkjøpsloven inneholder ikke en generell definisjon av begrepet garanti, men etter vanlig norsk forståelse kan en garanti anses som et løfte om et produkts kvalitet. Slik forståelse er i tråd med definisjonen av garantibegrepet i 1999/44/EF (EUs forbrukerkjøpsdirektiv) artikkel 1 nr. 2 bokstave, som forbrukerkjøpsloven § 18 a bygger på. Slike løfter kan for eksempel være at produktet skal ha en viss varighet eller funksjon.

Forbrukerkjøpsloven § 18 a gir produsenter muligheten til å innføre en garanti som utvider produsentens ansvar. Ordlyden i bestemmelsen er klar på at produsenten ikke er pålagt å gi en garanti, og en garanti er således en kontraktsrettslig avtale mellom produsent eller selger og forbruker, jf. Ot.prp.nr.23 (2006-2007) s. 71. Gjennom garantien kan produsenten påta seg ansvaret for feil som ikke utgjør en mangel, eller større ansvar enn mangelen skulle tilsi, jf. fkjl. § 18 a første ledd. Produsenter kan dermed innføre garantier som gir forbrukerne bedre rettigheter og utvider produsenten sitt ansvar. Det avgjørende er etter forarbeidene at forbrukeren får en bedre rettsstilling enn etter forbrukerkjøpsloven, jf. Ot.prp.nr.23 (2006-2007) s. 71. Rettighetene som forbrukerne har etter forbrukerkjøpsloven gjelder fremdeles selv om garantien ikke gjelder, jf. fkjl. § 18 a fjerde ledd, jf. § 3. Det vil si at garantier ikke kan begrense reklamasjonsrettighetene til forbrukerne, og reklamasjonsretten gjelder således uavhengig av om det er gitt en garanti. Produsenter har imidlertid ikke ansvar for alle feil, og kan fastsette betingelser for at garantien skal gjelde, jf. fkjl. § 18 a annet og fjerde ledd. I forarbeidene til bestemmelsen ble det påpekt at produsenter burde ha adgang til å stille krav til forbrukers behandling av produktet i garantiperioden, jf. Ot.prp.nr.23 (2006-2007) s. 72. Det er dermed gitt adgang til å stille krav til vedlikehold av produktet. Når det gjelder forbrukers bruk av uautoriserte reparatører, kan produsenten således stille garantivilkår om at dette vil utgjøre et garantibrudd. Dette gjelder så lenge vilkåret ikke fremstår som urimelig jf. Ot.prp.nr.23 (2006-2007) s. 72. Ettersom uautoriserte reparatører ikke har tilgang til originale deler og nødvendig teknisk informasjon – som kan anses som en viktig forutsetning for et elektronikkprodukts

funksjon – virker ikke slike garantivilkår urimelige. Slike vilkår har imidlertid en viktig side mot konkurranseretten, som gjennomgås i neste delkapittel.

3.2 Forholdet til konkurranseloven

Det konkurranserettslige utgangspunktet for selektive reparasjonssystemer er Lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger av 5. mars 2004 (konkurranseloven, heretter krrl.) §§ 10 og 11. Bestemmelsene er harmonisert med EØS-avtalen artikkel 53 og 54, som er like Traktaten om den Europeiske Unions Virkemåte (heretter TEUV) artikkel 101 og 102. Bestemmelsene er dermed tilnærmet like, hvorav eneste forskjell er at påvirkningsvilkåret for samhandelen i EU og EØS er utelatt i krrl. §§ 10 og 11, jf. HR-2021-1086-A avsnitt 52 og Ot.prp.nr.6 (2003-2004) s. 226. I tilfeller hvor elektronikkprodusenter inngår selektive distribusjonsavtaler med forhandlere i Norge, vil produsenten også normalt inngå avtaler med forhandlere i EU/EØS-området, og samhandlingskravet vil dermed normalt være oppfylt (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 238). Selv om samhandlingskravet normalt vil være oppfylt, benyttes konkurranseloven i den videre fremstilling. Bestemmelsene er for dette prosjekts formål identiske, men det vil naturligvis påpekes i fremstillingen dersom det er forskjeller.

Videre medfører harmoniseringen av norsk konkurranserett med EU/EØS konkurranserett, at praksis fra EU og EØS vil være tungtveiende rettskilder, jf. Ot.prp.nr.6 (2003–2004) s. 68. I tillegg har EU-kommisjonen utgitt retningslinjer for vertikale begrensninger. Selv om retningslinjene er betraktet som «soft law» – og dermed ikke er en bindende rettsakt – har de betydning for hvordan kommisjonen tolker vertikale begrensninger og stor praktisk betydning (Sejersted et al., 2011, s. 57).

3.2.1 Kort om konkurranseloven § 10

Hovedregelen i konkurranseloven § 10 første ledd er at konkurranseskadelig samarbeid er forbudt. Bestemmelsen regulerer hva som utgjør et konkurranseskadelig samarbeid og fastsetter rammen for hva foretakene kan samarbeide om. Formålet med bestemmelsen er å hindre at det inngås avtaler – som for reparasjonsmarkedet er selektive distribusjonsavtaler – som hindrer samfunnsmessig effektivitet og begrenser konkurransen til skade for forbruker, jf. krrl. § 1 og retningslinjene avsnitt 7. Det er tre kumulative vilkår som må være oppfylt for at et samarbeid skal omfattes av forbudet i første ledd: et samarbeidsvilkår, et

konkurransbegrensningsvilkår, og et innfortolket merkbarhetsvilkår av EU/EØS-retten, jf. krrl. § 10 første ledd og Ot.prp.nr.6 (2003–2004) s. 225. Det er konkurransbegrensningsvilkåret som er det sentrale vilkåret for dette prosjektet, og de andre vilkårene forutsettes dermed som oppfylte uten nærmere behandling. Anses distribusjonsavtalen for å oppfylle konkurransbegrensningsvilkåret vil avtalen i utgangspunktet være ugyldig, jf. krrl. § 10 annet ledd. Det foreligger imidlertid unntak i bestemmelsens tredje ledd for avtaler som oppfyller fire kumulative vilkår. I tillegg er det i tråd med bestemmelsens fjerde ledd gitt en forskrift om anvendelse av konkurranseloven § 10 tredje ledd på grupper av vertikale avtaler og samordnet opptreden (heretter gruppefritaket), som kan gi fritak fra første ledd.

3.2.1.1 Nærmere analyse av konkurransbegrensningsvilkåret

Etter konkurranseloven § 10 første ledd er selektive distribusjonsavtaler som har til formål eller virkning å begrense konkurransen forbudt. Å være begrensende vil etter bestemmelsen si å «hindre, innskrenke eller vri konkurransen», jf. krrl. § 10 første ledd. I praksis og juridisk teori er det imidlertid påpekt at det relevante, når det gjelder begrensningen, er om samarbeidet påvirker konkurransen negativt (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 117). Formål eller virkning er alternative vilkår, hvorav det ved avtaler som har konkurransbegrensende formål ikke er nødvendig å foreta en vurdering av virkningen. Ved selektive distribusjonsavtaler er det i gruppefritaket oppstilt ulike alvorlige begrensninger som anses som konkurransbegrensende formål, jf. Retningslinjene avsnitt 47. Eksempelvis vil begrensninger knyttet til fastsettelse av videresalgspriser og oppdeling av markeder utgjøre et konkurransbegrensende formål. Ifølge rettspraksis fra EU utgjør imidlertid ikke begrensninger av uautoriserte reparatørens tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon et konkurransbegrensende formål, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 20. Spørsmålet er dermed når selektive reparasjonssystemer er konkurransbegrensende ved at det påvirker konkurransen negativt.

Når det gjelder om begrensningene i en selektiv distribusjonsavtale påvirker konkurransen negativt, har det gjennom EU-rettslig praksis blitt utpenslet et skille mellom distribusjonssystemer basert på kvalitative og kvantitative kriterier (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 268). *Kvalitative* kriterier er kriterier som ikke direkte begrenser antall forhandlere, som eksempelvis krav til servicenivå, lokalene, eller produktutvalg, jf. Retningslinjene avsnitt 175. *Kvantitative* kriterier

er krav som kommer i tillegg til de kvalitative, og som mer direkte begrenser antallet forhandlere, jf. Retningslinjene avsnitt 175. Eksempelvis vil et krav om at det bare gis autorisasjon til ti forhandlere i Norge utgjøre et kvantitativt krav. Av EU-domstolens C-26/76 (heretter Metro-doktrinen) – som gav opphav til doktrinen om skillet mellom kvalitative og kvantitative kriterier – ble det ansett at distribusjonssystemer basert på kvalitative kriterier ikke er konkurransebegrensende hvis tre kumulative vilkår er oppfylt. Vilkårene vil straks bli gjennomgått. Denne praksisen er fulgt opp i flere andre rettsavgjørelser i EU (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 268). Tilsvarende gjelder ikke for kvantitative kriterier. Begrunnelsen er at kvalitative kriterier ikke begrenser antallet aktører direkte, mens kvantitative kriterier har større potensial for å redusere antallet og være konkurransebegrensende jf. Retningslinjene avsnitt 175. I det videre gjennomgås de tre kumulative vilkårene for at et selektivt distribusjonssystem ikke anses som konkurransebegrensende.

For det første må arten av produktet rettferdiggjøre et selektivt distribusjonssystem, jf. Metro-doktrinen premiss 20. Det er ulike grupper som utgjør en slik art, hvorav retningslinjene påpeker at det avgjørende er at kriteriene er begrunnet i å bevare produktets kvalitet og sikre riktig bruk, jf. Retningslinjene avsnitt 175. I Metro-doktrinen ble produkter av høy kvalitet og som var teknisk avanserte, ansett som en gruppe av slik art, jf. Metro-doktrinen premiss 20. Sæveraas og Evensen (2009) viser også til at slike produkter kan oppfylle vilkåret. Reparasjon av elektroniske produkter vil utvilsomt være av en slik art og oppfylle formålet med vilkåret. Følgelig vil arten rettferdiggjøre et selektivt reparasjonssystem.

Det neste vilkåret er at kriteriene som settes for å bli med i det selektive distribusjonssystemet må være objektive kvalitative kriterier som ikke diskriminerer, jf. Metro-doktrinen premiss 20. Når det gjelder objektive kvalitative kriterier viser Sæveraas og Evensen (2009) til at kriterier knyttet til nødvendig kompetanse, lokalenes utforming og utsalgsnavnet gjennom praksis har blitt akseptert. Slike kriterier anses å være vanlig ved selektive reparasjonssystemer. Videre må produsentene ikke diskriminere, som i denne sammenheng vil si at produsenten ikke kan nekte foretak som oppfyller kriteriene. I tillegg må kriteriene være tilgjengelig for alle forhandlere, jf. Retningslinjene avsnitt 175. For eksempel kom EU-retten i sak 107/82 (AEG) til at nektelse for foretakene som oppfylte de

kvalitative kriteriene utgjorde en konkurransebegrensning og dermed var omfattet av forbudet i konkurranseloven § 10 første ledd.

Det siste vilkåret er at kriteriene må være nødvendige, i den forstand at de ikke er mer omfattende enn nødvendig, jf. Metro-doktrinen premiss 20. I korte trekk vil det si at restriksjonene ikke går lenger enn hva som er nødvendig for å bevare kvaliteten på tjenesten og sikre riktig bruk, jf. C-31/80 (L'Oréal) s. 3791. Med andre ord må kriteriene være nødvendig for å nå målet til systemet. Kriterier som anses som ikke strengt tatt nødvendige vil i tråd med EU-retten medføre en utelukkelse av forhandlere som utgjør en konkurransebegrensning, jf. for eksempel T-19/91 (Vichy) og sak 86/82 (Hasselblad). Kriterier vedrørende opplæring, verktøy, originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon som begrenser tilgangen til uautoriserte reparatører, har gjennom EU-retten blitt ansett som nødvendige for å nå målet, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 21. Begrensninger på originale deler og nødvendig teknisk informasjon vil følgelig for selektive reparasjonssystemer være i tråd med vilkåret.

Dersom alle tre vilkårene oppfylles, ser man at det etter gjeldende rett ikke foreligger en konkurransebegrensning for selektive reparasjonssystemer når det gjelder begrensninger knyttet til originale deler og nødvendig teknisk informasjon. Hvis produsenten derimot benytter kvantitative kriterier, kan begrensningene likevel være konkurransebegrensende. Det foreligger imidlertid et unntak og et gruppefritak for vertikale avtaler, hvor slike kvantitative kriterier likevel ikke nødvendigvis er konkurransebegrensende. Disse gjennomgås nedenfor.

3.2.1.2 Unntak i § 10 tredje ledd

I tredje ledd i konkurranseloven § 10 oppstilles et generelt unntak for avtaler som i utgangspunktet er forbudt etter bestemmelsens første ledd. Det er fire kumulative vilkår som må være oppfylt. Det sentrale ved disse vilkårene er at dersom de oppfylles vil de positive virkningene av avtalen oppveie de negative, jf. Retningslinjene avsnitt 5. I medhold av konkurranseloven § 10 fjerde ledd kan det imidlertid gis forskrifter for hvilke regler «[...] som skal gå inn under tredje ledd». For vertikale avtaler er det gitt en slik forskrift. Oppfylles vilkårene i gruppefritaket vil avtalen således anses for å oppfylle vilkårene i tredje ledd (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 163). En nærmere gjennomgang av vilkårene i tredje ledd foretas dermed ikke.

3.2.1.3 Gruppefritaket

Gruppefritaket oppstiller et generelt unntak for vertikale avtaler som oppfyller en del vilkår, jf. gruppefritaket §§ 2, 3 og 4. Hvis vilkårene er oppfylt vil disse vertikale avtalene, som nevnt ovenfor, anses å gi fordeler som veier opp de negative virkningene som konkurransebegrensningen har, jf. Retningslinjene avsnitt 5. Det må naturligvis være snakk om en vertikal avtale for at gruppefritaket skal komme til anvendelse, jf. gruppefritaket § 2. Ordlyden tilsier at unntaket har et bredt anvendelsesområde, hvorav selektive reparasjonssystemer utvilsomt vil være omfattet, jf. gruppefritaket § 1 bokstav e. Formen til utvalgsriteriene er ikke av samme betydning som ved konkurransebegrensningsvilkåret, hvorav både kvalitative og kvantitative distribusjonssystemer kan være omfattet av unntaket, jf. ordlyden i gruppefritaket § 1 bokstav e, og Retningslinjene avsnitt 176. Arten til produktet er heller ikke relevant, jf. Retningslinjene avsnitt 176. Gruppefritaket gir således produsentene større frihet enn vilkårene etter Metro-doktrinen. Det er imidlertid flere vilkår som må være oppfylt, hvorav de viktigste er knyttet til konkurrentsituasjonen, markedsandelsterskler, og alvorlige begrensninger.

Når det gjelder konkurrentsituasjonen må avtalen ikke være mellom faktiske eller potensielle konkurrenter, jf. gruppefritaket § 2 fjerde ledd, jf. § 1 første ledd bokstav c. Det er faktiske konkurrenter som er relevant for selektive reparasjonssystemer, ettersom produsenter ofte har egne reparasjonstjenester i tillegg til å gi autorisasjon til andre reparatører. Faktiske konkurrenter er definert som «et foretak som utøver virksomhet på det samme relevante markedet», jf. gruppefritaket § 1 første ledd bokstav c. Det er imidlertid unntak fra dette hvis avtalen er ensidig, jf. gruppefritaket § 2 fjerde ledd. Ordlyden i fjerde ledd tilsier at «ensidig» innebærer at foretakene ikke konkurrerer i produksjonsleddet. Juridisk teori har samme forståelse (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 240). Ved selektive reparasjonssystemer er det normalt at forhandlerne av reparasjonstjenestene ikke konkurrerer med produsenten i produksjonsleddet, og selektive reparasjonssystemer vil dermed normalt oppfylle vilkåret.

Markedsandelsterskler er knyttet til at hverken produsenten eller motparten i avtalen må ha en markedsandel på over 30% i det relevante markedet, jf. gruppefritaket § 3 første ledd. Bakgrunnen er at restriksjoner som skal styrke distribusjonen av et merke normalt ved lav markedsrett vil kunne styrke konkurransen mellom merkene (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 235). Hvordan markedsandelene skal beregnes er nærmere regulert i gruppefritaket § 6. Før disse

beregnes må imidlertid det relevante markedet avgrenses. I den sammenheng påpeker retningslinjene at både produktmarkedet for produsenten og det geografiske markedet for motparten må avgrenses, jf. retningslinjene avsnitt 88. I praksis er det imidlertid bare leverandørens markedsandel, og dermed dens marked, som er relevant (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 238). I de tilsvarende bestemmelser i gruppeunntakene til EØS-avtalen og TEUV er det nemlig avgjørende for motpartens beregning om det foreligger en leveringsforpliktelse til hele EU/EØS, og hvis ikke dette er tilfellet er det produsentens markedsandel som er avgjørende, jf. Kommisjonens forordning (EU) nr. 330/2010 artikkel 3. Selektive reparasjonssystemer oppfyller stort sett samhandlingskravet, og det anses som rimelig å anta at reparatørene ikke pålegges en leveringsforpliktelse til hele EU/EØS. Således er det produsentens markedsandel som er relevant. Produktmarkedet avgrenses basert på hvor substituerbare tjenestene er, jf. Retningslinjene avsnitt 88. Produktmarkedet for elektronikk vil dermed være svært avgrenset, ettersom reparasjonstjenester på tvers av ulike merker i liten grad er substituerbare. Man kan dermed anse at hvert elektronikkmerke i grove trekk har sitt eget marked. Rettspraksis fra EU støtter lignende avgrensninger, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 14. Selektive reparasjonssystemer innen elektronikk vil dermed ha begrenset anvendelse av gruppefritaket, ettersom produsenten gjerne vil overstige 30% terskelen for sitt eget merke. For produsenter som derimot ikke overstiger 30% i markedet vil vilkåret være oppfylt.

Gruppefritaket § 4 oppstiller ulike begrensninger som anses for å være alvorlige begrensninger, og som medfører at unntaket i § 2 ikke kommer til anvendelse dersom avtalen inneholder en av disse. Bakgrunnen er at disse begrensningene anses å ha et konkurransebegrensende formål, og som sannsynligvis ikke kvalifiserer til unntak i medhold av konkurranseloven § 10 tredje ledd, jf. Retningslinjene avsnitt 47. Kort fortalt omhandler disse alvorlige begrensningene fastsettelse av videresalgspriser, oppdeling av markeder, restriksjoner for aktivt eller passivt salg til forbrukere, begrensninger ved kryssleveranser, og begrensninger av delleverandørers direkte salg til forbrukere eller uavhengige reparatører, jf. gruppefritaket § 4 bokstav a til e. Vedrørende begrensninger av delleverandørers direkte salg til forbrukere eller uavhengige reparatører, gjelder denne begrensningen bare avtalen mellom leverandøren av deler til produsent (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 247). Det vil si når produsenten av et produkt benytter andre leverandører for leveranse av originale deler. For elektronikkprodukter er det imidlertid vanlig at det er produsenten som er OEM (Svensson-

Hoglund et al., 2021, s. 2). Å begrense uautoriserte reparatørers tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon er dermed ikke en alvorlig begrensning etter gjeldende rett.

For selektive reparasjonssystemer som oppfyller vilkårene i gruppefritaket ser man at begrensninger av uautoriserte reparatørers tilgang til reservedeler og nødvendig teknisk informasjon ikke er omfattet av forbudet i konkurranseloven § 10 første ledd. I så tilfelle vil produsenten ha større frihet når det gjelder kriteriene for autorisasjonen, i tillegg til at produsenten ikke er nødt til å ta hensyn til arten av produktet.

3.2.2 Kort om konkurranseloven § 11

Konkurranselovens § 11 er den andre bestemmelsen i loven som regulerer atferden fra foretak i konkurransesammenheng. Hovedregelen i bestemmelsen er at en utilbørlig utnyttelse av en dominerende stilling er forbudt. Bestemmelsen regulerer således grensene for hvordan en dominerende aktør kan opptre i et marked (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 277). Formålet med bestemmelsen er å forhindre at dominerende aktører hindrer effektiv konkurranse i det relevante markedet, jf. krrl. § 1 og NOU 2003: 12 punkt 4.2.1.3. Det er to sentrale vilkår for at bestemmelsen skal komme til anvendelse. Først må aktøren ha en dominerende stilling, og deretter må denne stillingen utnyttes utilbørlig. Vilråene gjennomgås nærmere i delkapitlene 3.2.2.1 og 3.2.2.2.

3.2.2.1 Nærmere analyse av vilrået «dominerende stilling»

Å ha en dominerende stilling er det første av to vilkår i konkurranseloven § 11. Ordlyden «dominerende stilling» tilsier at aktøren må ha markedsrett i det relevante markedet for at bestemmelsen skal komme til anvendelse. Gjennom rettspraksis fra EU er den generelle definisjonen av dominerende stilling at aktøren i betydelig grad er i stand til å «opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder og sluttbrukere i det relevante markedet», jf. C-27/76 premiss 65. Konkurransetilsynet benytter samme definisjon, jf. V2005-9 s. 19. Definisjonen gir grunnlag for en todelt vurdering. Først må det relevante markedet avgrenses – både geografisk og på produkt – og deretter må markedsretten i dette markedet vurderes, jf. NOU 2003: 12 punkt 4.2.1.3.

I forbindelse med avgrensning av det relevante markedet har EFTAs overvåkningsorgan påpekt at formålet er å identifisere faktiske konkurrenter (EFTAs overvåkningsorgan, 1998, s. 6). Spørsmålet er dermed hvilke tjenester forbrukerne

anser som substituerbare, og innenfor «hvilket geografisk område kundene er villige til å anskaffe disse» (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 287). Når det gjelder produktavgrensningen har det gjennom praksis fra EU kommet ulike avgrensninger av annenhåndsmarkeder (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 297). Ved avgrensning i reparasjonsmarkedet må det i korte trekk først vurderes om primærmarkedet og annenhåndsmarkedet er separate eller ikke, for deretter å vurdere substituerbarheten, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 13-15. For reparasjonsmarkedet for elektronikkprodukter kan det argumenteres for at primærmarkedet og annenhåndsmarkedet er to separate markeder, ettersom forbrukere i begrenset grad virker å ta innover seg reparasjonskostnader ved valg av elektronikkprodukt. Videre så man under delkapittel 3.2.1.3 i tredje avsnitt at substituerbarheten av reparasjonstjenester på tvers av merker er begrenset, og hvert enkelt elektronikkmerke har således sitt eget marked. Distribusjonen av originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon forsterker dette resonnetet, ved at reservedeler og teknisk informasjon ikke er substituerbar mellom ulike merker. Praksis fra EU vedrørende reparasjonstjenester og avgrensningen av det relevante markedet støtter lignende avgrensninger, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 13-15.

Når det gjelder den geografiske avgrensningen gjelder i utgangspunktet konkurranseloven på nasjonale forhold, jf. Ot.prp.nr.6 (2003-2004) s. 226. EØS-artikkel 54 og TEUV artikkel 102 kommer til anvendelse for markeder utenfor det nasjonale. For dette prosjektet er det imidlertid klart at det geografiske markedet avgrenses til EU med Norge inkludert, basert på problemstillingen som prosjektet forsøker å besvare.

Når det gjelder vurderingen av om en aktør har markedsrett i det relevante markedet, er det presumpsjon for markedsrett dersom en aktør har 50% markedsandeler eller høyere, jf. C-62/86 (Akzo) avsnitt 60. Forarbeidene påpeker imidlertid at andre momenter også er av relevans, hvorav det må foretas en totalvurdering, jf. NOU 2003: 12 punkt 4.2.1.3. Slike momenter kan være «konkurrenters markedsandeler, hvilke etableringshindringer som eksisterer i markedet, og eksistens av eventuell kjøperrett på kundesiden», jf. NOU 2003: 12 punkt 4.2.1.3. Ser man på elektronikkprodusentene og avgrensningen av markedet som ble foretatt ovenfor, vil det være rimelig å presumere at flere store elektronikkprodusenter har markedsrett. Eksempelvis er det allment kjent at selskaper som Apple har svært store markedsandeler, i tillegg til at forskning viser

at slike selskaper benytter ulike strategiske etableringshindringer (Svensson-Hoglund et al., 2021). Strategiske etableringshindringer vil si å gjøre det vanskelig for potensielle nykommere å etablere seg, og har av EU-retten blitt ansett å ha betydning for dominansvurderingen (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 314 & 315). Basert på forskningen innenfor tematikken kan det dermed argumenteres for at flere av de store elektronikkprodusentene har markedsrett i reparasjonsmarkedet for elektronikk, og således er i en dominerende stilling.

3.2.2.2 Nærmere analyse av vilkåret «utilbørlig utnyttelse»

Etter konkurranseloven § 11 er det ikke forbudt for en aktør å ha en dominerende stilling, hvis denne stillingen ikke utilbørlig utnyttes. Loven gir imidlertid ingen definisjon på hva som utgjør utilbørlig utnyttelse. I forarbeidene til loven påpekes det at uttrykket «utilbørlig utnyttelse» skal tolkes i samsvar med misbruksvilkåret i tilsvarende bestemmelser i EU/EØS-retten, jf. Ot.prp.nr.6 (2003-2004) s. 225. I det videre benyttes dermed begrepet misbruk. Ordlyden «misbruk» tilsier at enhver handling fra dominerende aktører vil kunne omfattes av bestemmelsen. Bestemmelsen oppgir i annet ledd eksempler på hvilke handlinger som kan anses som misbruk, men listen er ikke uttømmende, jf. Ot.prp.nr.6 (2003-2004) s. 60. I EU-rettslig praksis og i den juridiske litteraturen skiller man i hovedsak mellom ekskluderende og utnyttende handlinger (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 332). Ekskluderende handlinger er handlinger som kan presse konkurrenter ut av et marked eller gjøre det vanskelig for konkurrenter å konkurrere effektivt (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 332). Ettersom hindring av tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon kan gjøre det vanskelig for uautoriserte reparatører å konkurrere effektivt, er det ekskluderende handlinger som er relevant for dette prosjektet. Spørsmålet er dermed hva som skal til for at slike handlinger skal anses som et ekskluderende misbruk.

Ekskluderende misbruk vil i korte trekk være forbudt dersom handlingene har en negativ virkning på konkurransen, jf. C-85/76 (Hoffman-LA Roche) avsnitt 91.¹ Det er den objektive virkningen som er relevant, og en aktørs subjektive hensikt er således irrelevant, jf. C-85/76 (Hoffman-LA Roche) avsnitt 91. I tillegg er det innfortolket et vilkår om at virkningen må være merkbar, jf. HR-2011-1251-A avsnitt 64. Spørsmålet i denne omgang er dermed om hindring av originale

¹ Det påpekes at det er en mer omfattende definisjon av hva som utgjør ekskluderende misbruk etter konkurranselovens § 11, men at det av praktiske hensyn for dette prosjektet fokuseres på det grunnleggende kriteriet.

reservedeler og nødvendig teknisk informasjon er blitt ansett av retten for å ha en merkbar negativ virkning på konkurransen og dermed anses som et ekskluderende misbruk.

En relativt nylig dom fra EU i slutten av 2017 gir god veiledning i å besvare spørsmålet ovenfor. I T-712/14 (Swiss) avviste nemlig EU-retten at leveringsnektelse av reservedeler og teknisk informasjon fra en sveitsisk klokkeprodusent utgjorde et misbruk etter loven, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 18. Selv om produsenten trolig hadde en dominerende stilling, var det ikke bevis for at den effektive konkurransen ble eliminert av handlingen, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 17. Retten argumenterte for at det fremdeles var konkurranse mellom de autoriserte reparatørene, i tillegg til at de uautoriserte reparatørene hadde mulighet til å ta del i det selektive reparasjonssystemet, jf. T-712/14 (Swiss) avsnitt 17. Hindring av originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon anses dermed ikke å ha en negativ virkning på konkurransen i reparasjonsmarkedet, og er således heller ikke å anse som et ekskluderende misbruk etter gjeldende rett.

3.3 Oppsummering og betraktninger

Fremstillingen i kapitlet viser at selektive reparasjonssystemer som hindrer uautoriserte reparatører tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon ikke nødvendigvis er konkurransebegrensende. I grove trekk er det ikke ansett som konkurransebegrensende dersom vilkårene etter Metro-doktrinen er oppfylt, eller vilkårene i gruppefritaket er oppfylt. I tillegg ser man at slike hindringer ikke er ansett for å utgjøre en utilbørlig utnyttelse av dominant stilling, og dermed ikke er forbudt etter konkurranselovens § 11. Ettersom ulike tilsynsorganer ikke har reagert på de selektive reparasjonssystemene for elektronikk i Norge og EU, virker det følgelig rimelig å anta at de fleste av disse systemene i dag er i tråd med gjeldende rett. Den generelle oppfatning er dermed at de selektive reparasjonssystemene medfører gevinster som oppveier de negative virkningene. Ved at tilgangsproblematikken ikke utgjør en konkurransebegrensning, er det i henhold til garantiretten i tråd med gjeldende rett at produsenter inntar betingelser om bruk av autorisert reparatør i garantiperioden. Analysen viser imidlertid at det etter reklamasjonsretten ikke kan stilles slike betingelser, så lenge det ikke foreligger årsakssammenheng mellom den uautoriserte reparasjonen og mangelen.

Spørsmålet er imidlertid om markedet for reparasjon av elektronikkprodukter har beveget seg i en retning hvor uautoriserte reparatører burde få tilgang til originale

deler og nødvendig teknisk informasjon. Frem til den nye sirkulære handlingsplanen har EU generelt vært tilbakeholdne med å åpne ettermarkedet for slike ordninger, hvorav det senest i 2017 for klokke markedet ikke ble ansett som konkurransebegrensende å ikke gi tilgang til slike deler og informasjon, jf. T-712/14 (Swiss). Etter den nye sirkulære handlingsplanen planlegger imidlertid EU-kommisjonen en rekke tiltak for å forbedre elektronikkprodukters reparerbarhet, hvorav forbrukernes rett til å reparere elektronikkprodukter er ett av dem (Šajn, 2022, s. 1). En sektor hvor begrensninger av originale deler og nødvendig teknisk informasjon har blitt ansett for å hindre reparasjonsmulighetene til forbruker, er motorvognsektoren (Konkurransetilsynet, 2013, s. 27). Her ble det relativt tidlig ansett at slike begrensninger utgjorde en konkurransebegrensning, og sektoren har derfor en egen forskrift. I denne forskriften er det inntatt vilkår om at slike begrensninger vil utgjøre en særlig alvorlig begrensning, og dermed ha et konkurransebegrensende formål, jf. Forskrift om anvendelse av krrl i motorvognsektoren § 5. Som følge av dette kan ikke bilprodusentene innta garanti-vilkår som hindrer bruk av uavhengige verksteder når forbruker selv betaler for reparasjonen (Konkurransetilsynet, 2013, s. 2). Med utgangspunkt i den nye sirkulære handlingsplanen og hvordan verden har utviklet seg når det gjelder teknologi, er spørsmålet om det ville være samfunnsøkonomisk effektivt å også foreta endringer i konkurranseretten når det gjelder selektive reparasjonssystemer for elektronikk. Dette undersøkes i neste kapittel.

4. Samfunnsøkonomisk analyse

I dette kapitlet foretas det en samfunnsøkonomisk analyse av tilgangsproblematikken i selektive reparasjonssystemer for elektronikk. Gjennom å sortere mekanismene i reparasjonsmarkedet, forsøker analysen å gi svar på hvorfor og eventuelt hvordan selektive reparasjonssystemer burde være regulert med hensyn til tilgangsproblematikken (Riis et al., 2019, s. 30). Generelt i analysen forutsettes det at forbrukerne og produsentene er rasjonelle. Det vil si at de ønsker å maksimere sin egen nytte, ved å tilfredsstille sine behov på best mulig måte (Eide & Stavang, 2018, s. 53). For å danne grunnlaget til den samfunnsøkonomiske analysen, er det hensiktsmessig å først si noe kort om hva konkurransereguleringer ønsker å oppnå og hva som ligger i begrepet samfunnsøkonomisk effektivitet. Dette gjennomgås nedenfor i delkapittel 4.1.

4.1 Kort om konkurranselovens formål og effektivitetsbegrepet

Konkurranseloven har som formål «[...] å fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser», jf. krrl. § 1 første ledd. Etter ordlyden ser man klart at målet er «effektiv bruk av samfunnets ressurser», mens virkemiddelet er konkurranse. Om hva som utgjør effektiv ressursbruk uttalte forarbeidende til loven at «samfunnsøkonomisk effektivitet innebærer at det ikke er mulig, ved å bruke ressursene på en annen måte, å oppnå mer på ett område uten at det samtidig oppnås mindre på et annet område», jf. Ot.prp.nr.6 (2003-2004) s. 31. Det vil si en pareto-optimal ressursbruk (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 28). Bakgrunnen for at konkurranse skal benyttes til å oppnå dette målet, hviler på økonomisk velferdsteori, jf. NOU 1991: 27 s. 79. I følge velferdsteoriens første hovedteorem er et marked under frikonkurranse samfunnsøkonomisk effektiv (Riis et al., 2019, s. 97). Er det konkurranse i et marked vil dermed alle gevinster realiseres (Riis et al., 2019, s. 97). Dette resonnementet tilsier at et uregulert marked i utgangspunktet vil være effektivt, og for at myndighetene skal gripe inn må det således være identifisert ineffektiviteter. For å vurdere den samfunnsøkonomiske effektiviteten av konkurranseretten vil det dermed være viktig å vite hva som ikke er effektivt (Riis et al., 2019, s. 90). For å ytterligere forstå hva som ligger i effektivitetsbegrepet, gis det i det videre en nærmere beskrivelse av effektivitetsbegrepet slik det er definert i forarbeidene til loven.

I forarbeidene til loven gis effektivitetsbegrepet et statisk og et dynamisk aspekt, jf. NOU 1991: 27 s. 79. Det statiske aspektet omhandler effektiv utnyttelse av tilgjengelige ressurser, hvorav det innebærer at ressursene utnyttes på en måte som gir forbrukerne og produsentene størst nytte jf. NOU 1991: 27 ss. 79 og 82. Gjennom velferdsteoriens første hovedteorem, det vil si ved frikonkurranse, vil det statiske aspektet i utgangspunktet være effektivt (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 29). På den andre siden handler det dynamiske aspektet om samfunnsøkonomisk ønskelige endringer, jf. NOU 1991: 27 s. 82. I korte trekk vil det si at det stadig opprettholdes incentiver i markedet for forbedringer og innovasjon (Sæveraas & Evensen, 2009, s. 33). Eksempelvis kan det i noen tilfeller være effektivt at konkurransen er litt begrenset, slik at det opprettholdes incentiver for innovasjon, hvorav man ellers kunne risikert at det var ulønnsomt for virksomheter å innovere (Riis & Moen, 2017, s. 416). I tillegg vil eksempelvis endringer som er positivt fra et bærekraftig perspektiv utgjøre et dynamisk aspekt. Selv om hovedvekten i effektivitetsvurderingen ligger på det statiske aspektet, påpeker forarbeidene at det

kan være grunn til å legge mer vekt på det dynamiske «[...] enn hva som tidligere har vært vanlig», jf. NOU 1991: 27 s. 81. Med tanke på EU sin nye handlingsplan for sirkulærøkonomien, regnes det dermed med at det dynamiske aspektet vil ha større vekt enn tidligere.

Videre inneholder formålsparagrafen en påpekning om at hensynet til forbrukerne skal tillegges særlig vekt, jf. krrl. § 1 annet ledd. Velferdsteoriens første hovedteorem fokuserer på samfunnet i sin helhet, som vil si den ikke tar hensyn til hvordan en gevinst eller et tap fordeles, så lenge det er effektivt (Riis et al., 2019, s. 97 & 98). Ved å påpeke hensynet til forbrukerne legges det imidlertid mer vekt på om forbrukerne kommer bedre ut, og fordelingen får en større rolle i effektivitetsvurderingen.

Oppsummert ser man at grunnlaget for den samfunnsøkonomiske analysen er om selektive reparasjonssystemer for elektronikk opptrer i tråd med formålet til konkurranseloven. Primært vil analysen dermed undersøke om tilgangsproblematikken utgjør en ineffektivitet i reparasjonsmarkedet som myndighetene burde regulere. Som påpekt ovenfor er det i den forbindelse viktig å vite hva som ikke er effektivt, hvorav dette undersøkes nærmere i neste delkapittel.

4.2 Forholdet mellom vertikale og horisontale relasjoner

For å undersøke hva som ikke er et effektivt samarbeid mellom aktører, og som på den måten kan være uheldig for samfunnet og forbrukerne, er det hensiktsmessig å se på forskjellen mellom goder som karakteriseres som substitutter og komplementær. Klassifiseringen har nemlig betydning for om samarbeid i vertikale eller horisontale relasjoner er til gunst eller ikke for forbrukerne (Riis et al., 2019, s. 52).

Substitutter er i korte trekk produkter som på samme måte kan dekke behovet til en forbruker, og som dermed konkurrerer med hverandre (Riis et al., 2019, s. 50 & 51). En forbruker som eksempelvis har behov for en mobiltelefon, kan velge mellom telefoner fra ulike merker. Dersom forbrukeren ønsker å kjøpe en iPhone, er en mobiltelefon fra Samsung et substitutt. Telefonene dekker det samme behovet, og Samsung vil på den måten kunne være forbrukerens beste alternativ til en iPhone. I kjøpsbeslutninger tar forbrukere hensyn til slike beste alternativer (Riis et al., 2019, s. 50). Det vil si at dersom det blir mer attraktivt å kjøpe Samsung, gjennom at det er billigere eller gir bedre kvalitet, vil forbrukernes betalingsvilje for en iPhone reduseres (Riis et al., 2019, s. 50). Virkningene er følgelig at

etterspørselen etter iPhone reduseres og dermed skifter innover (Riis et al., 2019, s. 50).

Komplementer er på den andre siden produkter som utfyller hverandre og som dermed ikke er konkurrenter. En annen måte å si det på er at produkter er komplementer «hvis rikere tilgang på det ene, øker verdien av å ha tilgang til det andre godet» (Riis et al., 2019, s. 50). Relatert til eksempelet om iPhone og Samsung, vil eksempelvis apper være et komplement (Riis et al., 2019, s. 50). Dersom det utvikles «flere attraktive apper som er unike for iPhone, fremstår iPhone som et mer attraktivt kjøp» (Riis et al., 2019, s. 50). Forbrukerne tar hensyn til komplementer i kjøpsbeslutninger, og som følge av de unike appene vil betalingsviljen for en iPhone øke. Virkningene er således at etterspørselen etter iPhone vil øke (Riis et al., 2019, s. 50).

Når det gjelder reparasjonsmarkedet for elektronikk, er markedet karakterisert av å både inneholde substitutter og komplementer. I primærmarkedet er elektronikkproduktet som produsentene tilbyr kjennetegnet ved at det finnes flere substitutter. En forbruker som ønsker å kjøpe en iPhone har også mulighet til å kjøpe tilsvarende produkter fra merker som Samsung, Huawei, Sony osv. I ettermarkedet med reparasjonstjenestene er det også delvis substitutter. En forbruker har valgmuligheten å benytte autoriserte eller uautoriserte reparatører, selv om de ikke tilbyr nøyaktig samme tjeneste. Videre vil reparasjonstjenesten være et komplement til det elektronikkproduktet forbruker har. Reparasjonstjenesten konkurrer ikke direkte med elektronikkproduktet, men er en tjeneste som utfyller elektronikkproduktet. Hvordan et samarbeid mellom produsenter av henholdsvis substitutter og komplementer påvirker forbruker gjennomgås i neste delkapittel.

4.2.1 Virkninger av samarbeid mellom produsenter av substitutter og komplementer

Ovenfor så man at reparasjonstjenester og elektronikkprodukter står i et komplementært forhold, mens relasjonen mellom ulike produsenter av elektronikkprodukter preges av å være substitutter. For å vise hvordan forbrukerne enten er tjent med eller ikke tjent med et samarbeid i de ulike relasjonene, er det hensiktsmessig å se på virkningene av samarbeid.

I en vertikal relasjon, hvor produktene er å anse som komplementer, vil reparasjonstjenestene være tjent med at elektronikkprodusenten setter lave priser og/eller har høy kvalitet på sine produkter, ettersom det vil øke etterspørselen etter

reparasjonstjenester. Tilsvarende vil elektronikkprodusenten være tjent med at reparasjonstjenestene holder lave priser og/eller høy kvalitet, ettersom det vil øke etterspørselen etter elektronikkproduktet. Koordinerer partene et samarbeid vil det dermed føre til lavere priser og et bedre tilbud for forbrukerne, og av den grunn kunne være samfunnsøkonomisk effektivt (Riis et al., 2019, s. 51).

I horisontale relasjoner, hvor produktene anses som substitutter, vil de ulike elektronikkprodusentene være tjent med at alle elektronikkprodusentene har høye priser (Riis et al., 2019, s. 52). Dersom en elektronikkprodusent setter opp prisen, vil det redusere etterspørselen etter deres elektronikkprodukter, mens etterspørselen etter de andre produsentenes elektronikkprodukter vil øke. Tilsvarende gjelder dersom det er de andre elektronikkprodusentene som setter opp prisen. Koordinerer elektronikkprodusentene et samarbeid om å holde høye priser, som produsentene er tjent med, vil således forbrukerne måtte betale mer for elektronikkproduktene uten å nødvendigvis få noe igjen for det. Horisontalt samarbeid hindrer dermed samfunnsøkonomisk effektivitet, og er et av kjerneområdene som konkurranse-loven § 10 regulerer som forbudt.

I horisontale relasjoner ser man dermed at det er viktig med konkurranse for å beskytte forbrukerne og således unngå ineffektiviteter i markedet. Samarbeid i vertikale relasjoner kan derimot være gunstig for forbrukerne og samfunnet, og kan dermed være effektivt. Følgelig gir det en begrunnelse for at det er samfunnsøkonomisk effektivt at elektronikkprodusentene inngår vertikale avtaler med reparatører. Et problem med samarbeid i vertikale relasjoner er imidlertid når samarbeidet benyttes til å begrense konkurransen i horisontale relasjoner. Det vil si når et vertikalt samarbeid påvirker konkurransen i markedet horisontalt mellom substitutter. Det er dette som må undersøkes med tanke på reparasjonsmarkedet. Er det slik at elektronikkprodusentenes hindring av tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon begrenser konkurransen i den horisontale relasjonen mellom autoriserte og uautoriserte reparatører? Dette undersøkes nærmere i neste delkapittel.

4.3 Analyse av vertikale reparasjonsavtaler og virkninger for samfunnet

Generelt vet man fra velferdsteoriens første hovedteorem at konkurranse i utgangspunktet skal sikre at det ikke oppstår ineffektiviteter i et marked. Det vil si at det må være begrenset konkurranse i de horisontale relasjonene for at markedet ikke sørger for effektivitet i de vertikale relasjonene (Riis et al., 2019, s. 189). En

eller flere av elektronikkprodusentene må med andre ord være dominerende og ha markedsmakt. Dersom hindringer, som tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon, skaper en monopolsituasjon i ettermarkedet, vil monopolsituasjonen være uheldig dersom samfunnet og forbrukerne påføres et verditap (Riis et al., 2019, s. 190). Velkjent økonomisk teori argumenter imidlertid for at en eventuell monopolsituasjon faktisk ikke medfører et verditap (BIAC, 2017, s. 2). Ifølge Chicago-skolen kan nemlig en produsent ikke utnytte sin markedsmakt for både produktet og komplementet, ettersom det bare finnes én monopolprofitt (BIAC, 2017, s. 2). Således skal dominerende elektronikkprodusenter egentlig ikke ha incentiver til å monopolisere ettermarkedet for deres produkter, ettersom profitten kan hentes ut selv om det er konkurranse i ettermarkedet (BIAC, 2017, s. 2). Det kan imidlertid være andre forklaringer på hvorfor elektronikkprodusenter foretar hindringer, og at disse hindringene er uheldige for samfunnsøkonomisk effektivitet (Riis et al., 2019, s. 190). For å undersøke dette nærmere vil det i første omgang foretas en analyse av verdien til de vertikale reparasjonsavtalene. Deretter undersøkes det om elektronikkprodusentene har incentiver til å foreta utestengelse av konkurrenter, før det til slutt foretas en analyse av det potensielle skadeomfanget til konkurransebegrensningen.

4.3.1 Verdien av vertikale reparasjonsavtaler

En sentral del i å forstå hvorfor elektronikkprodusenter foretar hindringer av tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon, er å undersøke hvorfor elektronikkprodusentene inngår de vertikale reparasjonsavtalene. Det vil si hvilken verdi de vertikale reparasjonsavtalene har for elektronikkprodusentene. Tidligere i prosjektet så man at det er effektivt for samfunnet at det inngås vertikale avtaler for reparasjonstjenester, men likevel foretar elektronikkprodusentene begrensninger på hvem avtalene inngås med. Som begrunnelse for denne begrensningen viser elektronikkprodusentene til at ukontrollert tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon, har negative eksternaliteter for dem (Federal Trade Commission, 2021, s. 6). Det vil si tredjepartsvirkninger, hvor en aktør sine handlinger påfører andre aktører en kostnad uten at det nødvendigvis gjenspeiles i prisen (Idsø, 2022; Riis & Moen, 2017, s. 442).

Eksternaliteten elektronikkprodusentene i hovedsak viser til, er at oppheving av reparasjonsrestriksjonene vil skade omdømmet deres (Federal Trade Commission, 2021, s. 33). En stilisert modell kan illustrere bakgrunnen for argumentet. Betrakt et marked hvor det ikke foreligger noen hindringer av tilgang til originale

reservedeler og nødvendig teknisk informasjon. Uten begrensningene vil det således være et stort antall reparatører til stede i markedet, og konkurransen i reparasjonsmarkedet vil være høy. Hvor seriøse ulike reparatører er kan imidlertid variere. Det kan være seriøse reparatører som utfører reparasjoner av høy kvalitet, mens andre useriøse reparatører leverer reparasjoner av lav kvalitet. Benytter forbrukerne useriøse reparatører kan det således svekke kvaliteten til elektronikkproduktet gjennom å eksempelvis redusere levetiden. Slike kvalitets-svekkelser kan gi forbrukerne et negativt inntrykk av elektronikkproduktet. Dersom det er mange useriøse reparatører i markedet, vil elektronikkproduktet kunne bli et gjennomgående dårlig produkt som følge av dårlige reparasjoner, hvorav forbrukernes inntrykk vil svekke omdømmet til elektronikkprodusentene. Omdømmerisiko utgjør dermed en negativ eksternalitet fra reparasjonsmarkedet på elektronikkprodusentene. Elektronikkprodusenter ønsker å ha kontroll over hva som skjer i reparasjonsmarkedet for å opprettholde kvaliteten og kvalitetsopplevelsen hos forbrukerne. Produsentene har således incentiver til å dempe den negative eksternaliteten gjennom å regulere hvilke aktører som kan få tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon.

Et tilleggsmoment er at asymmetrisk informasjon vil forsterke problemet med den negative eksternaliteten for omdømmet. Forbrukere har vanligvis ikke forutsetninger for å kunne skille mellom seriøse og useriøse reparatører. Både en seriøs og en useriøs reparatør kan utad fremstå som seriøse, men kvaliteten på reparasjonene kan som nevnt være ulik. Reparatørene vil derimot på den andre siden ha forutsetninger for å vite hvilken kvalitet de leverer, og således om de er seriøse eller ikke. Informasjonen om hvilke reparatører som er seriøse eller useriøse kan dermed være skjevfordelt mellom forbrukerne og reparatørene (Sørgard, 2005, s. 95). Det kan øke risikoen for at forbrukerne ufrivillig benytter useriøse reparatører som kan redusere kvaliteten til elektronikkproduktet. Hvis reparasjonen feiler, oppstår det også flere usikkerhetsmomenter for forbrukerne. Er det produktet fra produsenten som er årsaken til feilen? Eller er det reparasjonen fra en useriøs reparatør som er årsaken? Asymmetrisk informasjon utgjør dermed en informasjonseksTERNALITET fra reparasjonsmarkedet på forbrukerne, slik at forbrukerne er tjent med å ha informasjon om hvilke reparatører som er seriøse og useriøse.

Generelt ser man dermed at verdien av de vertikale reparasjonsavtalene er at elektronikkprodusentene reduserer negative eksternaliteter knyttet til omdømme,

samtidig som at avtalene har en informasjonsverdi for forbrukerne. Isolert sett tilsier det at produsentene har incentiver til å organisere markedet slik at de negative eksternalitetene hensyntas, og forsvaret dagens ordning med autoriserte og uautoriserte reparatører. En innvending mot dette resonnetet er at uavhengig ekspertise kan gi forbrukerne den informasjonen de trenger for å skille mellom seriøse og useriøse reparatører. Det vil si at det ikke er opplagt at problemet med asymmetrisk informasjon er så viktig i en økonomi der informasjon flyter lettere over internett.

4.3.2 Produsentenes incentiver til å begrense konkurransen

Tidligere i dette kapitlet ble det påpekt at elektronikkprodusentene i utgangspunktet ikke skal ha incentiver til å hindre konkurransen i ettermarkedet. En enkel illustrasjon av reparasjonsmarkedet kan illustrere dette poenget. Betrakt et reparasjonsmarked som kun består av seriøse reparatører. Kvaliteten av reparasjonene vil dermed være høy uavhengig av hvilken reparatør som benyttes. Uten begrensinger på konkurransen, vil konkurransen mellom de ulike reparatørene resultere i lavere priser for forbrukerne, og siden kvaliteten av reparasjonene er den samme, vil elektronikkproduktet bli mer attraktivt for forbrukerne. I en slik situasjon vil forbrukernes betalingsvilje for produktet øke, med det resultat at etterspørselen etter produsentens produkter øker. Produsentene er følgelig tjent med at det er konkurranse i ettermarkedet. Det er dermed ikke nødvendigvis effektivt for produsentene å hindre at flere reparatører har muligheten til å foreta reparasjoner. Et viktig spørsmål som må undersøkes er således hvorfor elektronikkprodusentene begrenser konkurransen istedenfor å skape konkurranse i ettermarkedet. Nedenfor trekkes det frem tre momenter som kan gi en forklaring.

Det første momentet er at produsentene kan betrakte de negative eksternalitetene i reparasjonsmarkedet som viktigere enn de positive virkningene av konkurranse (se delkapittel 4.3.1). Dersom produsentene verdsetter kvalitetsopplevelsen for forbrukerne, som påvirker deres omdømme, som viktigere enn potensielt økt etterspørsel, har elektronikkprodusentene incentiver til å foreta utestengelser som begrenser konkurransen. Det kan for elektronikkprodusentene være bedre å begrense konkurransen for å ha kontroll over hva som skjer i ettermarkedet. Basert på uttalelsene fra elektronikkprodusentene, om deres begrunnelse for å foreta reparasjonsrestriksjoner, virker elektronikkprodusentene å legge mye vekt på dette momentet.

Videre kan adferdsøkonomisk teori gi en forklaring. I følge «The costly information theory» kan forbrukere være uinformerte i den forstand at de ikke tar innover seg løpende kostnader i kjøpsbeslutningen (BIAC, 2017, s. 8). Det vil si at forbrukerne kan være myopiske, og dermed er nærsynte i sin kjøpsbeslutning (BIAC, 2017, s. 8). I situasjoner med slike informasjonssvikter, argumenterer teorien for at redusert konkurranse i ettermarkedet kan være til fordel for produsentene, ettersom høyere priser ikke straffer produsentenes etterspørsel ved at forbrukerne velger andre produkter (BIAC, 2017, s. 8). Produsentene har på den måten sterke incentiver til å øke prisene og hente ut mest mulig profitt fra deres myopiske forbrukere, både gjennom salg og ved å kanalisere profitt fra reparasjonsmarkedet til selskapet selv (BIAC, 2017, s. 8). Selv om slike informasjonssvikter strider med forutsetning om at forbrukerne er rasjonelle, finnes det flere studier som viser at forbrukerne i ulike markeder er myopiske (BIAC, 2017, s. 9). Disse studiene observerer at forbrukerne legger mer vekt på prisen i dag og mindre vekt på fremtidige kostnader (BIAC, 2017, s. 9). Dermed kan det argumenteres for at forbrukerne ikke legger så mye vekt på hva det koster å reparere et elektronikkprodukt, og det kan hende at organiseringen av reparasjonsmarkedet ikke betyr så mye for forbrukernes betalingsvilje. Dersom prisene i reparasjonsmarkedet øker, påvirkes ikke produsentens etterspørsel, og elektronikkprodusentene kan dermed ha incentiver til å utnytte forbrukerne gjennom å begrense konkurransen.

Et annet moment som kan gi elektronikkprodusentene incentiver til å begrense konkurransen, er knyttet til informasjonsasymmetrier. I Akerlof (1970) sin nobelprisvinnende artikkel om «The market for Lemons», argumenteres det for at informasjonsasymmetrier som angår kvalitet kan føre til markedssvikt. Hvis kvaliteten på produktet eller tjenesten som tilbys er vanskelig å observere, vil forbrukerne ta hensyn til informasjonssvikten i deres kjøpsbeslutning (Akerlof, 2005, s. 28). Det vil si at forbrukerne tillegger en sannsynlighet for at tjenesten vil være av lav kvalitet, som vil bidra til at forbrukernes betalingsvilje reduseres (Akerlof, 2005, s. 28). Gitt reduksjonen i betalingsviljen er det sannsynlig at tjenester av høy kvalitet anses som uøkonomisk, og at forbrukerne avstår fra å kjøpe slike tjenester i frykt for at kvaliteten er lav (Akerlof, 2005, s. 28). Tjenester av høy kvalitet kan på den måten konkurreres bort, og således utgjøre en markedssvikt. En enkel illustrasjon kan vise poenget for reparasjonsmarkedet for elektronikk. Betrakt et marked med to typer reparatører: reparatører med høy kvalitet på reparasjonene og reparatører med lav kvalitet på reparasjonene. Forskjellen i kvalitet kan

eksempelvis tenkes å påvirke levetiden til elektronikkproduktet. Når det gjelder forbrukerne i markedet forutsetter vi som en forenkling at de ikke evner å skille mellom kvaliteten fra de to ulike reparatørene. Legger man til grunn at selv om forbrukerne i sin kjøpsbeslutning ønsker å ta hensyn til kvalitetsforskjellen, vil informasjonsasymmetrien føre til at reparatørene som tilbyr høy kvalitet konkurreres bort, siden forbrukerne ikke evner å skille mellom reparatørene etter kvalitet. I så tilfelle vil bortfall av høykvalitets reparatører i et forbrukerperspektiv være uheldig. Selv om konkurransen fører til lavere reparasjonspriser, får forbrukerne tjenester som reduserer verdien til elektronikkproduktet gjennom lavere kvalitet ved reparasjonene (Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 2). Fra produsentenes perspektiv vil slike effekter være uheldig for etterspørselen, ettersom det kan påvirke omdømmet (se diskusjonen i delkapittel 4.3.1). I tillegg kan man argumentere for at bortfallet vil være uheldig for samfunnet fra et bærekraftig perspektiv. Reparasjoner av lav kvalitet kan redusere levetiden til elektronikkproduktene, og av den grunn øke samfunnets elektroniske avfall. Tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon vil dermed ikke nødvendigvis redusere samfunnets klimaavtrykk, man er også avhengig av at kvaliteten med reparasjonene opprettholdes. Argumentene viser dermed at informasjonsasymmetrier gir produsentene incentiver til å begrense konkurransen for å kontrollere kvaliteten i ettermarkedet, og at det i tillegg kan være i forbrukernes interesser.

I avsnittene ovenfor ser man at konkurransen i reparasjonsmarkedet for elektronikk er sårbar og at produsentene har incentiver til å foreta begrensninger av konkurransen for dempe eller utnytte sårbarheten. Negative eksternaliteter, myopiske forbrukere og informasjonsasymmetrier gir forklaringer på at produsentene er tjent med det. Effektiviteten av begrensningene er imidlertid uklar, ettersom det fremgår både positive og negative virkninger. Litteraturen er av samme oppfatning, og det er diskusjoner rundt det skadelige omfanget av konkurransebegrensningene (BIAC, 2017, s. 9). I neste delkapittel foretas det derfor en vurdering av om tilgangsproblematikken i reparasjonsmarkedet utgjør en skadelig konkurransebegrensning.

4.3.3 Analyse av potensielt konkurransebegrensende skadeomfang

I økonomimiljøet og litteraturen er det en generell konsensus at produsenter har incentiver og mulighet til å monopolisere et ettermarked (BIAC, 2017, s. 9). Likevel er det få empiriske studier som har klart å måle om konkurranseeffektene av

begrensningene er mer negative enn positive (BIAC, 2017, s. 9). Coppi (2007) gir imidlertid i sin artikkel om «Aftermarket Monopolization» noen momenter av trekk ved et marked, som kan benyttes til å vurdere den samfunnsøkonomiske effektiviteten av ulike hindringer. I det videre vil det foretas en analyse av noen av disse momentene med hensyn til tilgangsproblematikken i reparasjonsmarkedet for elektronikk.

Det første momentet som har betydning for vurderingen av effektivitet, er forbrukernes byttekostnader, det vil si kostnadene for å bytte til et annet produkt eller tjeneste (BIAC, 2017, s. 10). Produsenter kan bare utnytte den enkelte forbruker inntil dens byttekostnader, ettersom forbrukeren ellers vil bytte produkt. Det vil si at dersom markedet er preget av høye byttekostnader, er det større sannsynlighet for at produsenten kan utnytte forbrukerne og hindre effektivitet (BIAC, 2017, s. 10). I primærmarkedet for forbrukerelektronikk anses byttekostnadene for å være høye. Selv om forbrukerne ikke trenger å bruke mye ressurser eller tid på å bytte produkt, har forbrukerne sterke preferanser når det gjelder merke (Kim et al., 2020, s. 1). Det vil eksempelvis si at det skal mye til for en forbruker å bytte fra iPhone. I reparasjonsmarkedet kan det også argumenteres for høye byttekostnader. Som påpekt tidligere i prosjektet vil benyttelse av uautoriserte reparatører gjøre at forbrukerne mister garantien, samtidig som det kan gjøre bevisførselen vanskelig i forbindelse med reklamasjon. Det gjør at forbrukerne forbinder en større kostnad ved å benytte uautoriserte reparatører, og det skal således mer til for å benytte uautoriserte reparatører i forhold til autoriserte reparatører. Dette synet deles av flere ulike artikler på området (Hanley et al., 2020; Oslo Economics, 2021). Som følge av høye byttekostnader i både primærmarkedet og reparasjonsmarkedet, er det større sannsynlighet for at elektronikkprodusentene foretar en skadelig utnyttelse av forbrukerne.

Det neste momentet i vurderingen omhandler konkurransen i primærmarkedet. Konkurransen i primærmarkedet vil normalt sett kunne føre til gevinster, som for eksempel lavere priser eller bedre kvalitet, som vil kunne oppveie den eventuelle merprofitten som produsentene henter ut i ettermarkedet (BIAC, 2017, s. 10). Ved lav konkurranse i primærmarkedet er det derfor større presumpsjon for at monopolisering av ettermarkedet har negative virkninger (BIAC, 2017, s. 10). Det er liten tvil om at det er relativt sterk konkurranse i primærmarkedet for elektronikk, spesielt med tanke på å produsere nye og forbedrede produkter. Likevel har flere

elektronikkprodusenter markedsrett og er i en dominerende stilling, slik at konkurransen er begrenset. I tillegg påpeker flere kritikere av monopolisering av reparasjonsmarkedet at konkurransen i primærmarkedet ikke innebærer å innovere produkter i form av lenger levetid (Hanley et al., 2020, s. 12). Med tanke på de stadig økende prisene i både primærmarkedet og reparasjonsmarkedet, kan det derfor argumenteres for at gevinstene i primærmarkedet ikke nødvendigvis oppveier ulempene i reparasjonsmarkedet.

Videre utgjør også informasjonsasymmetrier et moment i vurderingen. Slike asymmetrier kan oppstå fra ulike kilder og kan påvirke produsentenes incentiver til å utnytte forbrukere i ettermarkedet (BIAC, 2017, s. 10). En type informasjonsasymmetri er knyttet til informasjon om reparerbarheten til et elektronikkprodukt. Dersom forbrukere får lite eller ingen informasjon om reparerbarheten til et produkt, har forbrukerne ingen forutsetninger for å ta hensyn til reparasjonskostnader i sin kjøpsbeslutning og de kan lettere utnyttes (BIAC, 2017, s. 10). I EU sin nye handlingsplan for sirkulærøkonomien er informasjon om reparerbarheten ett av områdene det skal fokuseres på, ettersom undersøkelser foretatt for Europakommisjonen viser at forbrukerne mangler slik informasjon (European Commission, 2020; LE Europe et al., 2018, s. 10). Dette indikerer at informasjon om reparerbarheten til elektronikkprodukter har utgjort et problem. I tillegg til at slike problemer øker sannsynligheten for forbrukerutnyttelse, viser en undersøkelse foretatt av det europeiske miljøbyrået at dobbelt så mange forbrukere velger produkter med høyest reparasjonsvurdering dersom informasjonen gis (Šajin, 2022, s. 3). Informasjonssvikten utgjør dermed også en trussel for klimaavtrykket, ettersom det er uheldig om forbrukere velger produkter som ikke kan repareres. Videre er en annen informasjonsasymmetri om forbrukerne faktisk tar hensyn til informasjon om reparasjon i deres kjøpsbeslutning. Som vi så tidligere i prosjektet handler det om forbrukerne er myopiske. Ved et stort antall myopiske forbrukere har produsentene større incentiver til å utnytte informasjonssvikten (BIAC, 2017, s. 10). Undersøkelsen som ble foretatt for Europakommisjonen viser at reparasjon er mindre viktig for forbrukerne enn garantien som gis med produktet (LE Europe et al., 2018, s. 10). Det antyder at forbrukerne stoler på produsentene og dermed ikke tar like mye hensyn til reparasjon i kjøpsbeslutningene. Egne erfaringer fra flere års arbeid med salg av forbrukerelektronikk styrker resonnetet, ettersom det aldri opplevdes at forbrukerne tok hensyn til eventuelle fremtidige reparasjonskostnader. Man ser dermed at ulike informasjonsasymmetrier gir

grunnlag for at elektronikkprodusentene utnytter forbrukerne i reparasjonsmarkedet for elektronikk.

Neste moment i analysen handler om størrelsen til ettermarkedet. Jo større ettermarkedet er i forhold til primærmarkedet, desto mer er produsentene tjent med å øke prisene i ettermarkedet (BIAC, 2017, s. 11). For forbrukerelektronikk er det klart at primærmarkedet er det største markedet for elektronikkprodusentene. Likevel viser forskning at det foreligger store verdier for elektronikkprodusentene i reparasjonsmarkedet (Hanley et al., 2020, s. 15). Selv om primærmarkedet er størst, er det dermed ikke sikkert at elektronikkprodusentene også utnytter størrelsen av reparasjonsmarkedet. En innsigelse mot dette resonnementet er imidlertid at forbrukerelektronikk har relativt høy utskiftningsgrad (Oslo Economics, 2021, s. 8). Det vil si at produsentene i utgangspunktet skal ha mindre incentiver til å utnytte forbrukerne i reparasjonsmarkedet, sammenlignet med en situasjon der utskiftningsgraden er lav (BIAC, 2017, s. 11).

Et siste moment i vurderingen handler om effekten monopolisering har for omdømmet til produsentene. Omdømme har en disiplinerende effekt i å forhindre skadelig utnyttelse av forbrukere (BIAC, 2017, s. 11). Det vil si at dersom omdømmet ikke påvirkes av utnyttende handlinger, har produsentene incentiver til å foreta skadelige utnyttelser. Tidligere i denne analysen så man at forbrukerne har høye byttekostnader i både primærmarkedet og i reparasjonsmarkedet. Det indikerer at omdømmet til produsentene i begrenset grad svekkes av utnyttede handlinger. Eksempelvis har både Apple og Samsung flere ganger blitt anklaget og bøtelagt for å utnytte deres makt over forbrukerne, men likevel er de antakelig størst innen forbrukerelektronikk (Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 10). Dette eksempelet viser at elektronikkprodusenter har utnyttet sin posisjon, samtidig som det gir støtte for at strategiske hindringer har begrenset effekt på produsentenes omdømme og at de dermed har sterke incentiver til å utnytte forbrukerne. Det kan imidlertid også argumenteres for at omdømmet har en større effekt enn tidligere, som følge av det økte fokuset på reparasjonsmulighetene i samfunnet.

Med alle momentene som er gjennomgått ovenfor gis det grunnlag til å hevde at produsentenes tilgangshindringer utgjør en skadelig begrensning av konkurransen i reparasjonsmarkedet for elektronikk. Markedet er kjennetegnet av flere trekk som indikerer at produsentene både har sterke incentiver og er tjent med å utnytte forbrukerne. Det er dermed stor sannsynlighet for forbrukerne utnyttes. Tidligere i

prosjektet har vi imidlertid også sett at hindringene har positive virkninger, og det vil derfor i neste delkapittel undersøkes om strukturen i markedet kan organiseres på en måte som i bedre grad hensyntar tilgangsproblematikken.

4.4 Alternative organiseringer

For å undersøke om en regulering av tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon vil være effektivt, er det hensiktsmessig å foreta en subsidiær analyse av ulike organiseringer av reparasjonsmarkedet for elektronikk. Det vil si at man forutsetter at markedet har behov for å reguleres, og undersøker om dette vil være mer effektivt. Følgelig er utgangspunktet i dette kapitlet at det er for lite konkurranse i reparasjonsmarkedet for elektronikk og at det er effektivt å regulere selektive reparasjonssystemer gjennom konkurranseretten.

4.4.1 Organisering som essensiell fasilitet

I flere markeder er aktører avhengig av tilgang til bestemte fasiliteter for å kunne operere i markedet (Riis et al., 2019, s. 187). Skal man tilby flyreiser er det essensielt at man har tilgang til flyplassene, ettersom man uten tilgang ikke har noen tjeneste å tilby. Man er avhengig av en essensiell fasilitet. I denne analysen kan tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon betraktes som essensielle fasiliteter. Det vil si at reparatørene er avhengig av disse fasilitetene for å kunne tilby fullverdige tjenester.

Et av problemene med essensielle fasiliteter er at de kan gi opphav til uheldige strukturer i markedet (Riis et al., 2019, s. 187). Dersom aktøren som kontrollerer fasiliteten har markedsrett, samtidig som aktøren konkurrerer i tilstøtende markeder der aktørene er avhengig av fasiliteten, kan markedsretten benyttes til å foreta strategiske utestengelser i det tilstøtende markedet (Riis et al., 2019, s. 187). Relatert til reparasjonsmarkedet vil det si hvis elektronikkprodusenten er dominerende i primærmarkedet, som for eksempel Apple, og elektronikkprodusenten benytter denne markedsretten til å stenge ute reparatører i reparasjonsmarkedet. Slike strategiske utestengelser kan svekke effektiviteten i et marked, noe vi tidligere i prosjektet har sett eksempler på (Riis et al., 2019, s. 188). For analysen i dette kapitlet ligger det til grunn at elektronikkprodusentene har slik markedsrett². Hovedproblemet er dermed hvordan man skal regulere

² Det påpekes at denne vurderingen er nært tilknyttet doktrinen om essensielle fasiliteter, som spesifiserer når eieren av en essensiell fasilitet må gi tilgang til fasilitetene. Doktrinen oppstiller flere kriterier som må være oppfylt, og er implementert i europeisk og amerikansk konkurranseretten (Riis et al., 2019, s. 188).

tilgangen til de essensielle fasilitetene for å unngå verdisvekkelser. Som Riis et al. (2019, s. 188) påpeker finnes det imidlertid ikke «[...] entydige kriterier for hva som er effektive tilgangsvilkår», og det må derfor foretas en konkret vurdering av den enkelte markedssituasjon. I det videre undersøkes det derfor hvordan ulike organiseringer av tilgang til den essensielle fasiliteten vil kunne påvirke reparasjonsmarkedet for elektronikk.

4.4.1.1 Differensiert autorisasjon

Det nåværende selektive reparasjonssystemet for elektronikk er i korte trekk kjennetegnet av at reparatørene må være autoriserte for å få tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon. Skillet på tilgangen er dermed mellom autoriserte og uautoriserte reparatører. En annen organisering som er relevant å betrakte i tilknytning til selektive reparasjonssystemer, er differensierte autorisasjoner. Det vil si et reparasjonsmarked der det opereres med ulike typer autorisasjoner. En enkel versjon kan eksempelvis være at markedet opererer med to typer autorisasjoner: fullstendig autorisasjon og begrenset autorisasjon. Skillet mellom autorisasjonene kan være basert på kompetanse og hvilke typer inngrep reparatørene kan foreta. Dersom en reparatør er kvalifisert til å foreta enkelte typer reparasjoner, som for eksempel skifte av en mobiltelefonskjerm, men mindre kvalifisert for andre typer inngrep, gis det en begrenset autorisasjon. Tilsvarende gis det en fullstendig autorisasjon dersom reparatøren er kvalifisert til å foreta alle typer reparasjoner. For mer komplekse reparasjoner som reparatører med begrenset autorisasjon ikke kan foreta, kan forbrukerne således bli henvist videre til reparatører med fullstendig autorisasjon. Et forslag til regulering av en slik organisering er at det oppstilles strengere vilkår for å kunne nekte den begrensede autorisasjonen enn den fullstendige autorisasjonen, og at reparatørene gis tilgang til den essensielle fasiliteten de er autorisert for.

I et reparasjonsmarked der autorisasjoner differensieres, er det flere ulike virkninger som kan oppstå. En sentral virkning er at differensieringen vil kunne medføre at flere reparatører får tilgang til de essensielle fasilitetene, og det vil bli flere reparatører som kan tilby enkelte reparasjoner. Av generell markedsteori vil dermed konkurransen på visse reparasjoner øke, og man kan forvente at reparasjonsprisene reduseres. Kvaliteten på reparasjonene vil opprettholdes, ettersom reparatørene fremdeles må være kvalifisert for å oppnå autorisasjonen. I tillegg kan det argumenteres for at den økte rivaliseringen vil kunne bidra til å øke kvaliteten på reparasjoner ytterligere.

Betrakter man implikasjonene som tilgangsproblematikken har for forbrukerne, produsentene og samfunnet, vil virkningene ovenfor kunne ivareta disse på en god måte. Organiseringen tar hensyn til reparasjonskvalitet, og produsentenes bekymringer for hvordan forbrukernes kvalitetsopplevelser påvirker omdømmet, vil således være hensyntatt. Som følge av informasjon om kvalitetsopprettholdelsen vil det heller ikke oppstå en markedssvikt der lavkvalitets reparasjoner utkonkurrerer høykvalitets reparasjoner. I tillegg kan produsentene være tjent med organiseringen, ettersom opprettholdelsen av kvalitet og reduserte reparasjonspriser vil kunne øke betalingsviljen til rasjonelle forbrukere, og dermed øke elektronikkproduktets etterspørsel. Videre vil også forbrukerne kunne være tjent med differensieringen, ettersom det kan bli rimeligere å reparere elektronikkprodukter. Pris er også, som vi har sett tidligere i prosjektet, den viktigste faktoren som forbrukerne legger på vekt på i reparasjonsbeslutningen, og antallet forbrukere som benytter reparasjon kan dermed øke. I tillegg vil benyttelse av reparatører med begrenset autorisasjon ikke medføre at garantien brytes for enkelte typer reparasjoner. Foretas det en reparasjon som reparatøren er autorisert for, vil ikke reparasjonen bryte med produsentens garantivilkår. Differensieringen tydeliggjør således forbrukernes adgang til å benytte uautoriserte reparatører, samtidig som det tydeliggjør elektronikkprodusentenes adgang til hindre uautorisert reparasjon. Dette vil kunne gjøre at forbrukerne i mindre grad vil frykte å miste garantien, samt at det vil kunne gjøre bevisføringen enklere i forbindelse med reklamasjon. Å velge uautoriserte reparatører som har autorisasjon for enkelte typer reparasjoner, vil dermed bli et mer reelt alternativ og forbrukerne vil således få flere handlingsalternativer for enkelte typer reparasjoner. Antallet forbrukere som benytter reparasjon kan dermed øke ytterligere. Sett fra samfunnets side vil økningen i antallet forbrukere som benytter reparasjon utvilsomt være positivt. Elektronisk avfall utgjør en stor miljøtrussel for samfunnet og en økning i bruken av reparasjon kan redusere utskiftningsgraden av elektronikkprodukter. Som vi så innledningsvis i prosjektet, kan en forlengelse i levetid på elektronikkprodukter redusere samfunnets utslipp av karbondioksid betraktelig (Federal Trade Commission, 2021, s. 42).

Totalt sett ser man dermed at differensiert autorisasjon er en mulig løsning som kan balansere implikasjonene som tilgangsproblematikken har i reparasjonsmarkedet for elektronikk. Følgelig vil organiseringen kunne være en pareto-forbedring og dermed en effektiv organisering av markedet. Det kan likevel argumenteres for at

det bør utvises en viss varsomhet i en eventuell regulering. En innvending mot differensiering er nemlig at dagens autoriserte reparatører vil kunne bli eksponert for en risiko. Gjennom at det inngås flere kontrakter med reparatører, kan verdien av å være autorisert bli redusert (Riis et al., 2019, s. 191). Reparatørenes betalingsvilje for å være autorisert kan således bli redusert, og på den måten gi produsentene et incentiv til å begrense antall kontrakter (Riis et al., 2019, s. 191). Det er derfor viktig at vilkårene for nektelse er strenge, slik at produsentenes incentiver til å begrense kontraktene dempes.

En interessant observasjon er at noen produsenter nylig har opprettet programmer som differensierer autorisasjoner (Svensson-Hoglund et al., 2021, s. 11). Apple har eksempelvis opprettet «Programmet for uavhengige reparasjonsleverandører», der uautoriserte reparatører kan få godkjenning til å foreta enkelte reparasjoner og tilgang til reservedeler og teknisk informasjon for disse reparasjonene (Apple, u.å.). Selv om Apple kan nekte autorisasjonen uten begrunnelse, viser programmet at differensiert autorisasjon kan være organisering som tar hensyn til produsentenes implikasjoner.

4.4.1.2 Tilgang til de essensielle fasilitetene for uautoriserte reparatører

En annen interessant innfallsvinkel på organiseringen av reparasjonsmarkedet, er naturligvis en organisering der uautoriserte reparatører får full tilgang til de essensielle fasilitetene. Det vil si en situasjon der både autoriserte og uautoriserte reparatører har tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon. På samme måte som for motorvognsektoren, kan reguleringen av en slik organisering være en sektorregulering som gjør at begrensninger knyttet til de essensielle fasilitetene er forbudt.

I et reparasjonsmarked der alle reparatører har tilgang til de essensielle fasilitetene kan det oppstå flere virkninger. Et sentralt moment er at det vil bli flere reparatører som kan tilby tilsvarende tjenester, ettersom alle reparatørene har tilgang til de samme essensielle fasilitetene. Konkurransen i markedet vil dermed kunne øke betraktelig, og man kan forvente at reparasjonsprisene reduseres. Fri tilgang kan imidlertid, som vi tidligere har sett, kunne ha en kvalitetseffekt i negativ forstand. Til forskjell fra motorvognsektoren kreves det i de aller fleste land ikke en offentlig godkjenning – som gir sikkerhet for profesjonell utførelse av reparasjoner – for å drive reparasjonsvirksomhet (Konkurransetilsynet, 2013, s. 23; Mikolajczak, 2021). Kvalitetssikringen i markedet vil således være annerledes. Selv om

uavhengig ekspertise kan demme opp for kvalitetseffekten, er det vanskelig å predikere hvordan fri tilgang faktisk kommer til å påvirke kvaliteten av reparasjonene som tilbys. Som påpekt i delkapittel 4.3.2 kan kvalitetsvekkelser være uheldig for både forbrukerne, produsentene og samfunnet, ettersom det kan utgjøre en markedssvikt. Det kan både redusere verdien til elektronikkproduktet, påvirke produsentenes omdømme, og redusere elektronikkproduktets levetid. Bærekraftsmessig kan imidlertid organisering også medføre positive virkninger. Økningen i antall reparatører og reduksjonen i reparasjonspriser kan medføre at forbrukerne i større grad benytter reparasjon som et alternativ til å kjøpe nye elektronikkprodukter. Gjennom redusert utskiftningsgrad kan dermed samfunnets elektroniske avfall reduseres. På den andre siden kan reduksjonen i levetid som følge av kvalitetssvekkelser oppveie denne fordelene, og det bærekraftige utfallet er således vanskelig å predikere. For forbrukernes garanti- og reklamasjonsrett vil løsningen imidlertid kunne være positiv. Som følge av at uautoriserte reparatører får tilgang til de essensielle fasilitetene, kan ikke produsentene benytte garantivilkår som hindrer bruk av uautoriserte reparatører. Samtidig vil det bli klarere for forbrukerne at reklamasjonsretten ikke ryker ved å benytte uautoriserte reparatører.

Med disse virkningene tatt med i betraktning ser man at det å gi uautoriserte reparatører tilgang til de essensielle fasilitetene ikke utelukkende er effektivt. Selv om organiseringen har noen positive trekk, kan det også oppstå konsekvenser for forbrukerne, produsentene, og samfunnet. Svensson-Hoglund et al. (2021) påpeker flere av de samme virkningene i sin artikkel, som gir støtte for at organiseringen ikke nødvendigvis vil være mer effektiv enn nåværende regulering. En løsning kunne vært å innføre offentlige godkjenninger for å drive reparasjonsvirksomhet, ettersom det kunne ha bedret kvalitetssikringen i markedet. Denne problemstillingen anses imidlertid å falle utenfor dette prosjektets rettsområde, men kan for andre forskere være interessant å undersøke nærmere.

5. Oppsummering og konklusjon

Formålet med prosjektet har vært å undersøke om konkurranseretten kan være en løsning for utfordringene som selektive reparasjonssystemer for elektronikk har for forbrukernes reparasjonsmuligheter. Målet og problemstillingen til prosjektet har dermed vært å undersøke om selektive reparasjonssystemer for elektronikk burde være regulert gjennom konkurranseretten på en mer samfunnsøkonomisk effektiv måte. Utfordringene som har vært i hovedfokus er tilgangsproblematikken knyttet

til elektronikkprodusentenes hindringer av uautoriserte reparatørers tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon.

En grundig juridisk analyse viste at produsentenes selektive reparasjonssystemer som hindrer uautoriserte reparatører tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon ikke nødvendigvis er konkurransebegrensede. Dersom produsentene oppfyller vilkårene etter Metro-doktrinen eller er unntatt ved å oppfylle vilkårene i gruppefritaket, er det i tråd med konkurranselovens § 10 å foreta hindringene. Hindringene anses etter § 10 i korte trekk å ikke skade konkurransen, ettersom de sørger for å bevare kvaliteten og sikrer riktig bruk ved reparasjon. Den generelle oppfatningen er dermed at de positive virkningene oppveier de negative. Videre viste analysen at hindringene heller ikke utgjør en utilbørlig utnyttelse av en dominerende stilling etter konkurranselovens § 11. EU-rettslige kilder viser til at hindringene ikke effektivt reduserer konkurransen i markedet, ettersom det fremdeles er konkurranse mellom de autoriserte reparatørene. Konkurranserettslig er det dermed i tråd med gjeldende rett at elektronikkprodusentenes selektive reparasjonssystemer hindrer tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon. I sammenheng med forbrukernes reparasjonsrettigheter er det dermed i tråd med garantiretten at produsentene krever benyttelse av autoriserte reparatører i garantiperioden. Analysen viser imidlertid at slike betingelser ikke skal påvirke forbrukernes reklamasjonsrett, så lenge det ikke er årsakssammenheng mellom en uautorisert reparasjon og mangelen.

For å undersøke den samfunnsøkonomiske effektiviteten av konkurranserettens regulering av selektive reparasjonssystemer, ble det foretatt en samfunnsøkonomisk analyse. Denne analysen viser i første omgang at det er en verdi for både produsentene og forbrukerne i de vertikale avtalene. Avtalene gir nemlig produsentene omdømmesikkerhet og gjør det tydelig for forbrukerne hvilke reparatører som er seriøse og ikke. Organiseringen av reparasjonsmarkedet verdsettes således av både produsentene og forbrukerne, og gir en forklaring for reguleringen av selektive reparasjonssystemer. En innvending mot organiseringen er imidlertid at informasjon i dagens økonomi flyter lettere over internett, og det kan derfor være usikkert hvor mye verdi organiseringen faktisk tilfører forbrukerne.

Videre belyste analysen produsentenes incentiver til å begrense konkurransen og noen virkninger av disse begrensningene. Selv om konkurranse i reparasjonsmarkedet kan ha positive virkninger for produsentene, virker det som at

omdømmesikkerhet vektet mer av produsentene. Informasjonsasymmetrier utgjør også en trussel mot kvaliteten på reparasjoner, ettersom forbrukerne gjerne ikke evner å skille reparatørene etter kvalitet. Et marked preget av lav kvalitet på reparasjonene er uheldig både for forbrukerne, produsentene og samfunnet, ettersom det påvirker verdien av produktet, omdømmet til produsentene, og kan øke klimaavtrykket. Begrensninger av konkurransen i reparasjonsmarkedet kan følgelig være i både produsentenes og forbrukernes interesse. Analysen viser imidlertid også at redusert konkurranse i ettermarkedet kan være til fordel for produsentene. Hvis forbrukerne er myopiske og ikke tar hensyn til reparasjonskostnader i kjøpsbeslutningen, kan produsentene ha sterke incentiver til å utnytte forbrukerne gjennom å øke prisene i både ettermarkedet og primærmarkedet. En nærmere analyse av konkurransebegrensningenes skadeomfang viser at reparasjonsmarkedet er preget av høye byttekostnader, myopiske forbrukere, og å være et stort ettermarked. Alle disse momentene gir indikasjoner på at forbrukerne utnyttes til fordel for produsentene. I tillegg viser konkurransen i primærmarkedet at forbrukerne og samfunnet ikke nødvendigvis oppnår gevinster i form av lavere priser eller økt levetid som oppveier mergevinsten for produsentene i ettermarkedet. Som følge av høye byttekostnader er det også begrenset hvor mye omdømmet til produsentene svekkes av å foreta hindringer som medfører utnyttelse. Det virker dermed som at elektronikkprodusentene faktisk foretar en skadelig konkurransebegrensning for å utnytte forbrukerne. Det er således motstrid mellom de positive og negative virkningene som hindringer av tilgang til originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon har for samfunnet og forbrukerne, og dagens regulering har følgelig både positive og negative konsekvenser.

Et viktig ankepunkt i spørsmålet om tilgangsproblematikken utgjør en ineffektivitet i dagens regulering av selektive reparasjonssystemer, er den subsidiære analysen. Den avdekket aspekter som indikerer at markedet kan være mer effektivt organisert gjennom å betrakte originale reservedeler og nødvendig teknisk informasjon som en essensiell fasilitet. Ved bruk av differensierte autorisasjoner vil flere av implikasjonene som reparasjonsmarkedet for elektronikk møter kunne være ivaretatt, samtidig som markedet bedrer sin effektivitet. Eksempelvis ser man at reparasjonsprisene vil reduseres, kvaliteten opprettholdes, forbrukernes handlingsalternativer både i og utenfor garanti og reklamasjon vil øke, samt at klimaavtrykket kan reduseres gjennom redusert utskiftningsgrad. Motsetningsvis viser analysen at full tilgang til de essensielle fasilitetene kan komplisere markedet uten å

nødvendigvis ta hensyn til alle implikasjonene. Problematikken for produsentenes omdømme og kvalitet gjør seg fortsatt gjeldende, i tillegg til at det er usikkert hvordan det vil påvirke klimaavtrykket.

I tråd med formålet til konkurranseloven skal konkurransepolitikken legge til rette for effektiv bruk av samfunnets ressurser, som vil si å effektivt utnytte tilgjengelige ressurser og å oppnå samfunnsøkonomisk ønskelige endringer. Basert på den samfunnsøkonomiske analysen, med hovedvekt på den subsidiære analysen, oppnår ikke dagens regulering dette formålet. Analysen indikerer at det foreligger en ineffektivitet, hvorav eksterne virkninger og utnyttelsesmuligheten for produsentene gjør at ønskelige kontrakter ikke inngås. I tillegg utgjør eksterne virkninger for klimaet en stor trussel som i større grad kan ivaretas med en omregulering. Med hensyn til forbrukerne, som tillegges ekstra vekt i effektivitetsvurderingen, indikerer også analysen en skadelig utnyttelse. Følgelig virker det rimelig å konkludere at selektive reparasjonssystemer kan og burde være regulert gjennom konkurranseretten på en mer samfunnsøkonomisk effektiv måte.

Tilsynelatende er dermed reparasjonsmarkedet modent for implementering av en presiserende regulering, hvorav dette prosjektet foreslår å differensiere autorisasjonene. Indikasjoner fra markedsaktører og den subsidiære analysen tyder på at denne løsningen vil være en pareto-forbedring for reparasjonsmarkedet. I EU sin handlingsplan for sirkulærøkonomien er, som nevnt, forbrukernes rett til å reparere elektronikkprodukter et av hovedområdene. Etter alt å dømme vil det dermed komme en presiserende regulering fra myndighetene angående selektive reparasjonssystemer for elektronikk. Dersom myndighetene benytter konkurranseretten som regulering, vil det i videre forskning være interessant å undersøke om løsningen faktisk er mer samfunnsøkonomisk effektiv.

Uavhengig av hvordan eller om myndighetene kommer til å foreta en ny regulering av selektive reparasjonssystemer for elektronikk, har dette prosjektet fremhevet en rekke sentrale momenter som er viktige å ta i betraktning når det gjelder tilgangsproblematikk i reparasjonsmarkeder. Følgelig har forhåpentligvis prosjektet bidratt til å øke kunnskapen om utfordringene som selektive reparasjonssystemer for elektronikk medfører forbrukernes reparasjonsmuligheter.

Referanser

Litteraturliste

- Akerlof, G. A. (1970). The market for lemons: Quality uncertainty and the market mechanism.
- Akerlof, G. A. (2005). *Explorations in pragmatic economics*. Oxford University Press.
- Almén, J., Anehagen, M., Enström, E., Hartman, C., Jonsson, C., Lindbladh, F. & Ohlsson, J. (2020). Promoting the Repair Sector in Sweden. I. The International Institute for Industrial Environmental Economics Lund.
- Andenæs, M. H. (2009). *Rettskildelære* (2. utg. utg.). M.H. Andenæs.
- Apple. (u.å.). *Programmet for uavhengige reparasjonsleverandører*. Apple Inc.
<https://support.apple.com/no-no/irp-program>
- Berge, B. K., Mähönen, J. & Keeping, D. (2019). *Rettsøkonomi i et nøtteskall* (1. utgave. utg.). Gyldendal.
- BIAC. (2017). *Competition Issues in Aftermarkets - Note from BIAC*. OECD.
[https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2017\)51/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2017)51/en/pdf)
- Coppi, L. (2007). Aftermarket monopolization: The emerging consensus in economics. *The Antitrust Bulletin*, 52(1), 53-71.
- EFTAs overvåkningsorgan. (1998). *Kunngjøring fra EFTAs overvåkningsorgan om avgrensning av det relevante marked innen konkurranseretten i det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS)* (28). EFTA.
<https://www.efta.int/sites/default/files/documents/eea-supplements/norwegian/1998-no/su-nr-28-no-16-07-1998.pdf>
- Eide, E. & Stavang, E. (2018). *Rettsøkonomi* (2. utg. utg.). Cappelen Damm akademisk.
- European Commission. (2020). *Circular economy action plan : for a cleaner and more competitive Europe*. Publications Office. <https://doi.org/doi/10.2779/05068>
- Federal Trade Commission. (2021). *Nixing the Fix: An FTC Report to Congress on Repair Restrictions*. https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/nixing-fix-ftc-report-congress-repair-restrictions/nixing_the_fix_report_final_5521_630pm-508_002.pdf
- Forbrukerrådet. (u.å.). *Elektronikk*. <https://www.forbrukerradet.no/forside/varer-og-tjenester/elektronikk/>
- Hanley, D. A., Kelloway, C. & Vaheesan, S. (2020). Fixing America: Breaking manufacturers' aftermarket monopoly and restoring consumers' right to repair. I. Washington, DC: Open Markets Institute. <https://www.openmarketsinstitute.org/>
- Idsø, J. (2022). *Eksterne virkninger*. SNL. https://snl.no/eksterne_virkninger
- Kim, J., Lee, H. & Lee, J. (2020). Smartphone preferences and brand loyalty: A discrete choice model reflecting the reference point and peer effect. *Journal of retailing*

- and consumer services, 52, 101907.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101907>
- Konkurransetilsynet. (2013). *Din bil – ditt verkstedsvalg*.
https://konkurransetilsynet.no/wp-content/uploads/2018/08/rapport_om_bilgaranti-1-1.pdf
- LE Europe, VVA, Ipsos, ConPolicy & Trinomics. (2018). *Behavioural Study on Consumers' Engagement in the Circular Economy*. E. Commission.
https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/ec_circular_economy_final_report_0.pdf
- Martinussen, R. (2016). *Forbrukerkjøp* (3. utg. utg.). Cappelen Damm akademisk.
- Mikolajczak, C. (2021). *New Ecodesign regulations: 5 reasons Europe still doesn't have the Right to Repair*. Right to Repair Europe. <https://repair.eu/news/new-ecodesign-regulations-5-reasons-europe-still-doesnt-have-the-right-to-repair/>
- Oslo Economics. (2021). *Virkninger av å fjerne eller redusere merverdiavgiften på reparasjon av forbrukervarer* (63). <https://fil.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2022/01/oe-rapport-2021-63-virkninger-av-a-fjerne-eller-reducere-mva-pa-reparasjon-av-forbrukervarer.pdf>
- Pihljarinne, T. (2020). European Steps to the Right to Repair: Towards a Comprehensive Approach to a Sustainable Lifespan of Products and Materials? *University of Oslo Faculty of Law Research Paper*, (2020-32).
- Right to Repair Europe. (u.å). *What we want*. <https://repair.eu/what-we-want/>
- Riis, C. & Moen, E. R. (2017). *Moderne mikroøkonomi* (4. utg. utg.). Gyldendal akademisk.
- Riis, C., Moen, E. R. & Steigum, E. (2019). *Innføring i samfunnsøkonomi : kompendieutgave : med digital arbeidsbok* (2. utgave. utg.). Gyldendal.
- Šajn, N. (2022). *Consumers and repair of products*. European Parliamentary Research Service.
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/640158/EPRS_BRI\(2019\)640158_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/640158/EPRS_BRI(2019)640158_EN.pdf)
- Sejersted, F., Arnesen, F., Rognstad, O.-A., Foyn, S. & Kolstad, O. (2011). *EØS-rett* (3. utg. utg.). Universitetsforl.
- Svensson, S., Richter, J. L., Maitre-Ekern, E., Pihljarinne, T., Maigret, A. & Dalhammar, C. (2018). The emerging 'Right to repair' legislation in the EU and the US. *Proceedings from Going Green–Care Innovation*, 27-29.
- Svensson-Hoglund, S., Richter, J. L., Maitre-Ekern, E., Russell, J. D., Pihljarinne, T. & Dalhammar, C. (2021). Barriers, enablers and market governance: A review of the policy landscape for repair of consumer electronics in the EU and the US. *Journal of Cleaner Production*, 288, 125488.

Sæveraas, E. & Evensen, H. (2009). *Konkurranseloven og EØS-konkurranseloven : med kommentarer*. Gyldendal akademisk.

Sørgard, L. (2005). Informasjonsasymmetri og konkurransepolitikk. *Stortingsmelding (2004-2005), Om konkurransepolitikken*(nr. 15), 95-109.

<https://akkonkstrat.portfolio.no/data/0dd4ab0a-b3ad-477f-bcd3-ffcec12fa4fa>

Regelverk

Lov 5. mars 2004 nr. 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger (konkurranseloven).

Lov 21. juni 2002 nr. 34 om forbrukerkjøp (forbrukerkjøpsloven)

Forarbeider

Ot.prp.nr.23 (2006-2007) Om lov om endringer i forbrukerkjøpsloven mv.

Ot.prp.nr.6 (2003-2004) A) Om lov om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger (konkurranseloven) B) Om lov om gjennomføring og kontroll av EØS-avtalens konkurranseregler mv. (EØS-konkurranseloven)

Ot.prp.nr.44 (2001-2002) Om lov om forbrukerkjøp (forbrukerkjøpsloven)

NOU 2003: 12 Ny konkurranselov

NOU 1991: 27 Konkurranse for effektiv ressursbruk

Forskrifter

Forskrift 21. juni 2010 nr. 898 om anvendelse av konkurranse-loven § 10 tredje ledd på grupper av vertikale avtaler og samordnet opptreden

Forskrift 24. august 2010 nr. 1214 om anvendelse av konkurranse-loven § 10 tredje ledd på grupper av vertikale avtaler og samordnet opptreden i motorvognsektoren

Rettspraksis

EU rett:

Sak 107/82, AEG-Telefunken AG mot Kommisjonen, EU:C:1983:293

Sak 86/82, Hasselblad mot Kommisjonen, EU:C:1984:65

Sak C-31/80, L'Oréal mot De Nieuwe AMCK, EU:C:1980:289

Sak C-27/76, United Brands mot Kommissjonen, EU:C:1978:22

Sak C-62/86, Akzo mot Kommissjonen, 1991, EU:C:1991:286

Sak C-85/76, Hoffmann-La Roche & Co. mot Kommissjonen, EU:C:1979:36

Sak C-26/76, Metro mot Kommissjonen, EU:C:1977:167

Sak T-19/91, Vichy mot Kommissjonen, EU:T:1992:28

Sak T-712/14, CEAHR mot Kommissjonen, EU:T:2017:748

Norsk rett:

HR-1998-24-A

HR-2007-1592-A, Mobiltelefondommen

HR-2021-1086-A

HR-2011-1251-A

Annen praksis:

FKU-2019-809, Forbrukerklageutvalgets vedtak

V2005-9, Konkurransetilsynets vedtak

Retningslinjer fra EU kommisjonen

2012/EØS/65/01, Retningslinjer for vertikale begrensninger