

Matmarkedet: Nasjonalt vs lokalt prispress

BECCLE-seminar

Oslo, 10. november 2016

BECCLE SEMINAR

Tema for dette seminaret er konkurransen på detaljistnivå og hvordan dette håndteres i konkurransesaker. I matmarkedene, som i alle markeder, vil konkurransen generelt bestemmes av substitusjon på etterspørselssiden og kostnader, dvs. innkjøpsmarkedene. I Norge avgjøres nesten alle fusjonssaker ved at man ser på etterspørselssubstitusjon og kostnader i lokale markeder, beregner prispress, og avhjelper disse med lokale avhjelpende tiltak.

I dette seminaret vil vi belyse og diskutere denne angrepsmåten dersom konkurransen også kan ha nasjonale dimensjoner. Den nasjonale dimensjonen av konkurransen kan være at prisene i større eller mindre grad settes nasjonalt i stedet for lokalt, eller i form av at innkjøpsmarkedene er helt eller delvis nasjonale. I seminaret vil vi også prøve å belyse flere av mekanismene som påvirker innkjøpsmakt, og hvordan man skal forholde seg til disse mekanismene konkurranserettslig.

Spørsmål

1. Er lokal diversjonsanalyse og prispresstester tilstrekkelig å utføre uten hensyntagen til det nasjonale elementet?
2. Er det nok å bare gjøre lokalanalyse for å se hele konkurransebildet?
3. Skal man eventuelt i tillegg gjøre mer/annen analyse etc?
4. Noen saker ser vi både/og-argumentering, andre saker behandles bare nasjonal dimensjon og endelig som vi ser mer og mer drøftes bare lokaldimensjonen

Disclaimer

1. Siden seminaret reiser prinsipielle spørsmål, blir det noe teoretisk modellering
2. Noen av konklusjonene er basert på beregninger som må stå for egen regning
3. Ny i Konkurransetilsynet, så operasjonell konkurranseanalyse er relativt nytt for meg

Fusjoner i matmarkeder

- Matmarkeder er typisk kjennetegnet ved
 - Lokal konkurranse og sterk grad av kjededannelse
 - Konkurransevariabler (pris, kvalitet, markedsføring) settes nasjonalt og/eller lokalt
- (Horisontale) fusjoner vil derfor ha både en lokal og nasjonal dimensjon
- Fusjoner har ofte blitt godkjent av KT med avhjelpende tiltak

Coop – ICA

Konkurransetilsynet godkjente onsdag ettermiddag Coops oppkjøp av de 553 Ica-butikkene i Norge.

Konkurransetilsynet har kommet til at oppkjøpet kunne føre til vesentlig begrenset konkurranse i 90 lokale markeder. For å løse konkurranseproblemene har Coop foreslått å selge 43 av dagligvarebutikkene til Bunnpris og 50 til Norgesgruppen.

- De siste avhjelpende tiltakene kom inn i går. Vi har jobbet hardt sammen med Coop for å komme til løsninger slik at oppkjøpet kunne godkjennes, sier konkurransedirektør Christine Meyer til DN onsdag ettermiddag.

Geir Inge Stokke, konstituert administrerende direktør i Coop Norge, er svært fornøyd med avgjørelsen.

- ICA Norge har mange butikker i regioner der Coop ønsker å øke sitt nærvær. Det gjelder for eksempel i det sentrale Østlandsområdet og i Bergensregionen. Tilsvarende har Coop gode butikker i områder hvor ICA ikke har vært like godt representert, sier han i en melding.

Blir nest størst

Med oppkjøpet på plass blir Coop Norges nest største dagligvareaktør foran Rema 1000. Norgesgruppen, som blant annet har kjedene Kiwi, Meny og Spar, er fremdeles størst.



KONKURRANSE-
TILSYNET
The Competition Authority

UPP: Lokale markeder

- Horizontal fusjon mellom to bedrifter (1 og 2) hvor konkurransen foregår lokalt
- To typer lokale markeder
 1. Overlapp
 - Begge parter er i det lokale markedet (konkurransen)
 - Etterspørsel avhenger av begge partenes priser
 2. Ikke-overlapp
 - Bare en av partene er i det lokale markedet
 - Etterspørsel avhenger bare av pris til én av partene

UPP OG LOKAL PRISING

UPP: Lokal prising før fusjon

- Profitt *før fusjon* ved lokal prising

$$- \pi_1 = (p_1^k - c_1)D_1^k(p_1^k, p_2^k) + (p_1^m - c_1)D_1^m(p_1^m)$$

- Optimal lokal pris i marked med overlapp

$$- \frac{\partial \pi_1}{\partial p_1^k} = D_1^k + (p_1^k - c_1) \frac{\partial D_1^k}{\partial p_1^k} = 0$$

- Markeder uten overlapp ikke relevant for UPP-analysen ved lokal prising

– Per definisjon null-prispress her

UPP: Lokal prising etter fusjon

- Profitt *etter fusjon* til fusjonert bedrift
 - $\Pi = \pi_1 + \pi_2$
- Optimal lokal pris på produkt 1 i markeder med overlapp

$$-\frac{\partial(\pi_1 + \pi_2)}{\partial p_1} = \frac{\partial \pi_1}{\partial p_1} + \frac{\partial \pi_2}{\partial p_1} \stackrel{\text{def}}{=} 0$$

- UPP identifiseres ved å evaluere optimal pris etter fusjon ved likevektsprisene før fusjon
 - Dette definerer partenes (ensidige) incentiv til å øke prisen på produkt 1

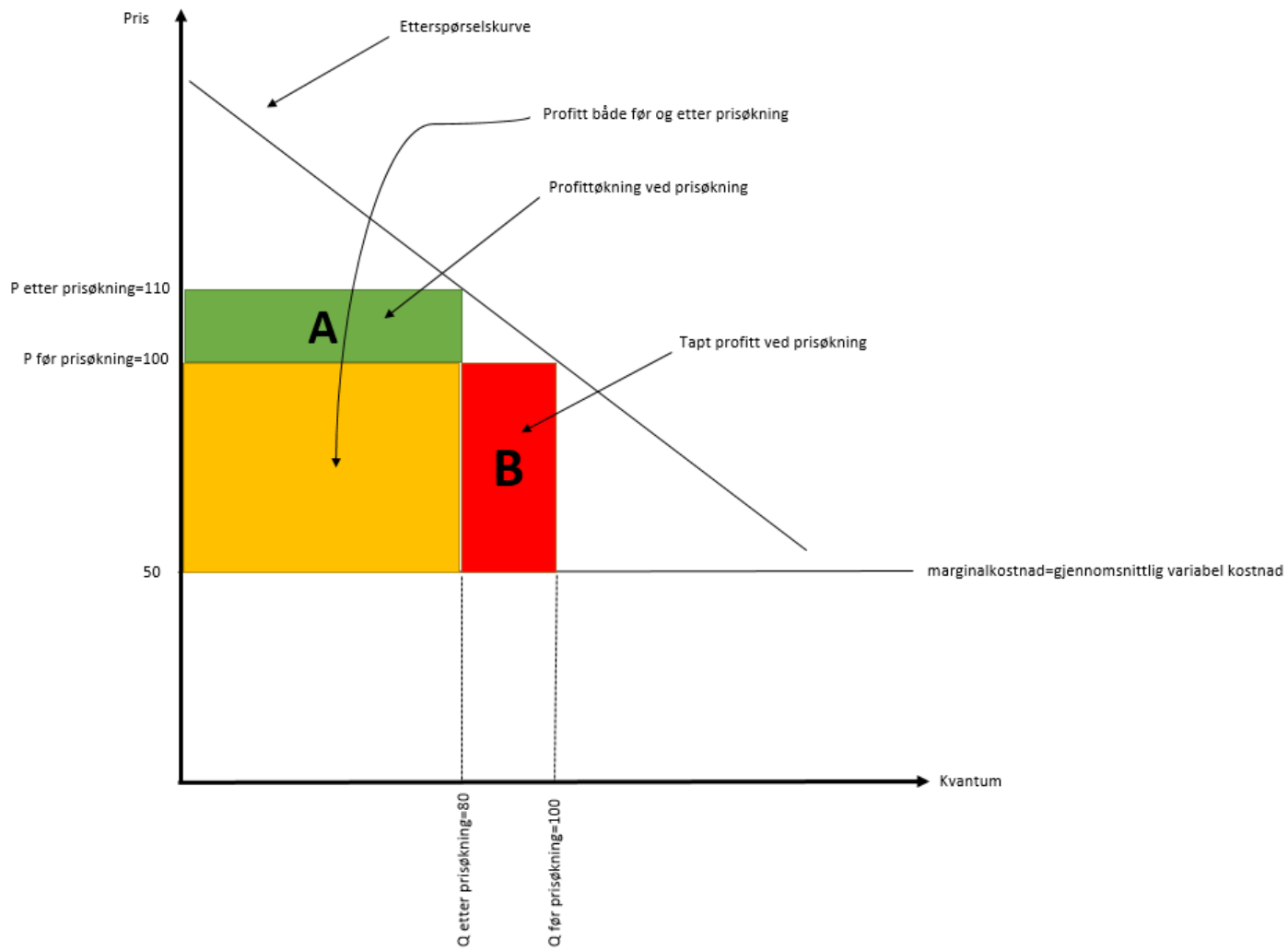
UPP: Lokal prising

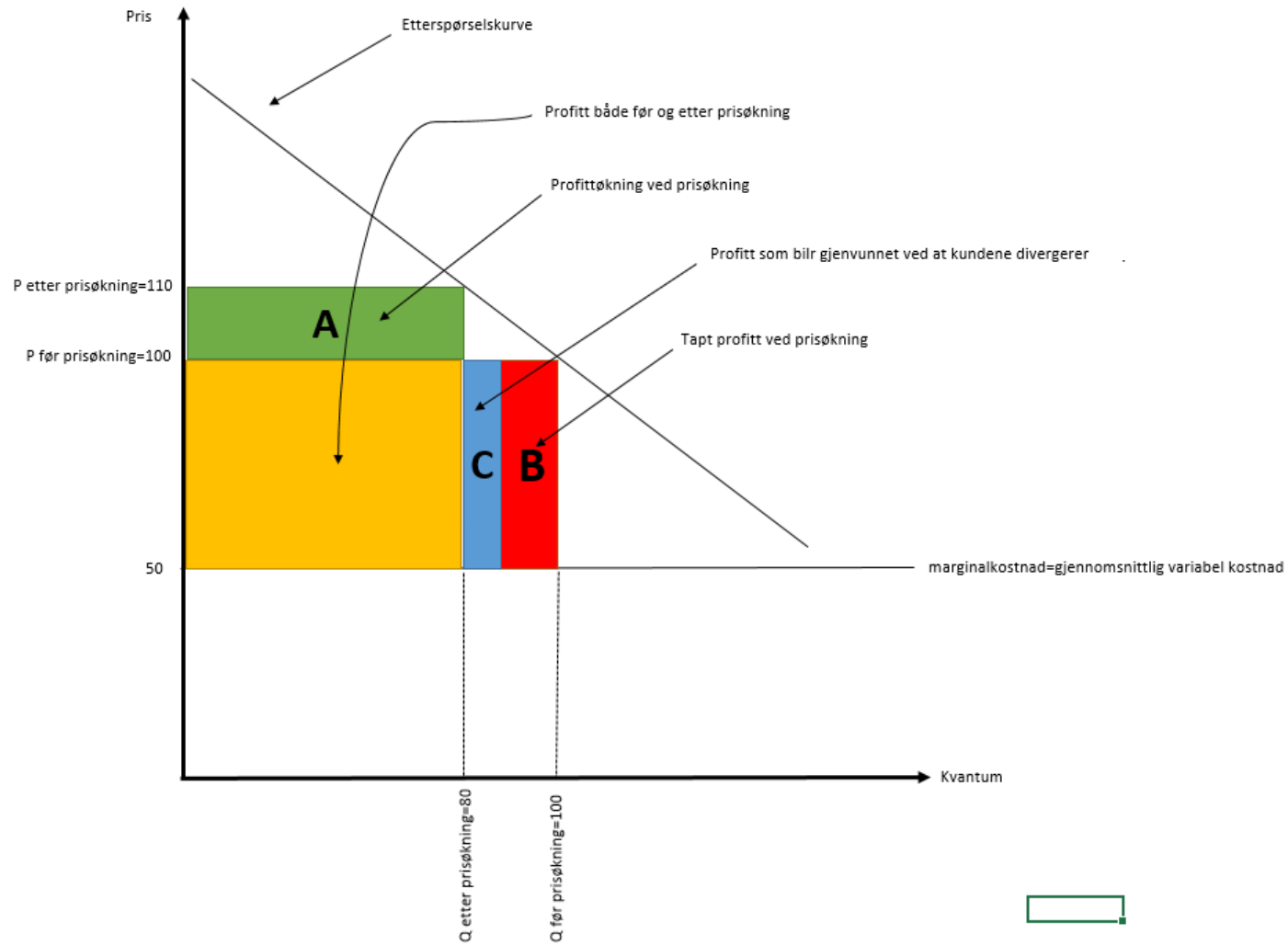
- Prispress produkt 1

$$-UPP_1 \stackrel{\text{def}}{=} (p_2^k - c_2) \frac{\partial D_2^k}{\partial p_1} > 0$$

- «Value of diverted sales»

- Verdien av å øke pris på produkt 1 for fusjonert bedrift
- Kaprer en andel av kundene som divergerer fra produkt 1





UPP: Lokal prising

- GUPPI produkt 1

$$-GUPPI_1 \stackrel{\text{def}}{=} \left(\frac{p_2^k - c_2}{p_2^k} \right) \left(\frac{\partial D_2^k / \partial p_1}{-\partial D_1^k / \partial p_1} \right) \left(\frac{p_2^k}{p_1^k} \right) > 0$$

- Indeks som angir prispress i relativ størrelse (prosent – ikke i kroner)
- Kan direkte sammenlignes med relative endringer i marginalkostnad (synergier)

UPP og NASJONAL PRISING

UPP: Nasjonal prising

- Profitt *før fusjon* ved nasjonal prising

$$- \pi_1 = (p_1 - c_1) [D_1^k(p_1, p_2) + D_1^m(p_1)]$$

- Optimal nasjonal (uniform) pris

$$- \frac{\partial \pi_1}{\partial p_1} = D_1^k + D_1^m + (p_1^* - c_1) \left[\frac{\partial D_1^k}{\partial p_1} + \frac{\partial D_1^m}{\partial p_1} \right] = 0$$

- Prisingsregel forskjellig fra lokal prising

– Naturlig å anta at $p_1^m > p_1^* > p_1^k$

– (Dobson & Waterson, 2005)

UPP: Nasjonal prising

- Prispress produkt 1

$$- UPP_1 \stackrel{\text{def}}{=} \left. \frac{\partial \pi_2}{\partial p_1} \right|_{p_i^*} = (p_2^* - c_2) \frac{\partial D_2^k}{\partial p_1} > 0$$

- Lokal GUPPI produkt 1

$$- GUPPI_1 \stackrel{\text{def}}{=} \left(\frac{p_2^* - c_2}{p_2^*} \right) \left(\frac{\partial D_2^k / \partial p_1}{-\partial D_1^k / \partial p_1} \right) \left(\frac{p_2^*}{p_1^*} \right) > 0$$

- Prispress har identisk struktur som ved lokal prising!
 - Selv med nasjonal prising er prispress utelukkende drevet av markeder med overlapp
 - Forskjell er at marginen er basert på nasjonal pris i stedet for lokal pris

NASJONALT PRISPRESS

Nasjonalt prispress

- Nasjonalt prispress som følge av fusjon er
 - Utelukkende bestemt av lokale markeder med overlapp
 - Påvirkes ikke av lokale markeder uten overlapp
 - Gjelder uavhengig av lokal eller nasjonal prising
- Dersom nasjonal prising
 - Vil lokalt prispress «smitte» over på markeder uten overlapp og dermed gjelde alle lokale markeder
- Dersom lokal prising
 - Vil lokalt prispress ikke «smitte» over på markeder uten overlapp og kun gjelde lokale markeder med overlapp

Nasjonalt prispress

- Hvordan beregne nasjonalt prispress?
 - Dersom symmetriske lokale markeder
 - Nasjonal GUPPI = gjennomsnittlig lokal GUPPI
 - Dersom asymmetriske lokale markeder
 - Nasjonal GUPPI = vektet gjennomsnitt av lokale GUPPI
- Se f eks CMAs saker
 - Ladbrokes/Coral
 - Poundland/99p
 - Sports Direct/JJB Sports

NASJONAL ELLER LOKAL KONKURRANSE?

Kvalitet og nasjonal prising

- Dersom nasjonal prising, men lokalt fastsatt kvalitet, har vi da i praksis lokal prising?
- UPP kan enkelt utvides til å ta hensyn til kvalitet (Willig, 2011)

- Kvalitetsjusterte priser: $P_i = p - v_i$
- GUPPI for produkt 1

$$-GUPPI_1 \stackrel{\text{def}}{=} \left(\frac{P_2^* - c_2}{P_2^*} \right) \left(\frac{\partial D_2^k / \partial P_1}{-\partial D_1^k / \partial P_1} \right) \left(\frac{P_2^*}{P_1^*} \right) > 0$$

Lokal kvalitet

Nasjonal pris



KONKURRANSE-
TILSYNET
The Competition Authority

Oppsummering

1. Dersom fusjon omfatter bedrifter som konkurrerer lokalt (etterspørselen bestemmes lokalt),
 - kommer man ikke unna å gjøre lokal UPP-analyse (beregne lokale GUPPI)
2. Nasjonalt prispress som følge av fusjon bestemmes utelukkende av prispress i lokale markeder med overlapp
 - Det gjelder ikke bare ved lokal prising, men også ved nasjonal prising
 - Ved nasjonal prising vil prispresset «smitte» over på markeder uten overlapp, mens det ikke vil skje ved lokal prising
3. Dersom det er nasjonal prising, men lokal konkurranse langs andre dimensjoner (kvalitet/service), har vi egentlig lokal (kvalitetsjustert) prising