

[Formanden]

Christmas-Møller, Pia (KF): spm. nr. S 588

Engell (KF): spm. nr. S 584

Frandsen, Aage (SF): spm. nr. S 565

Gade (SF): spm. nr. S 583

Gyldenkilde, Lilli (SF): spm. nr. S 580, 606 og 610

Højland, Niels (FP): spm. nr. S 589-592 og 594

Møller, Rahbæk (SF): spm. nr. S 586

Pedersen, Inger Stilling (KRF): spm. nr. S 593

Steenholdt (V): spm. nr. S 587

Spm. nr. S 538

Til *industriministeren* (10/3 93) af:

Kim Behnke (FP):

»I hvilket omfang har offentlige myndigheder indgået reklameaftaler, der i praksis har karakter af monopol, og hvorledes påvirkes disse aftaler af Konkurrencerådets afgørelse i AFA JCDecaux-sagen?«

Begrundelse

Konkurrencerådet har afgjort, at firmaet AFA JCDecaux ikke kan indgå aftaler med kommuner om eneret og monopol på reklamer på byinventar i 20 år.

Allerede i dag har offentlige myndigheder som f.eks. busselskaber, DSB og kommuner indgået aftaler med enkelte reklameleverandører (f.eks. Trans-Media) om, at de har eneret på at opsætte reklamer.

Spørgeren ønsker at få oplyst, om Konkurrencerådets afgørelse vil betyde, at disse aftaler skal ændres, og hvorledes ministeren vil følge Konkurrencerådets afgørelse op.

Svar (23/3 93):

Industriministeren (Trøjborg):

Jeg har indhentet følgende udtalelse fra Konkurrencerådet, hvortil jeg kan henholde mig:

»En række kommuner, trafikselskaber og DSB har indgået aftaler med private selskaber om trafikreklameformidling. Derudover har en række kommuner indgået aftaler om levering af byinventar. Dette er kendt som reklamefinansieret byinventar, idet leverandøren som modydelse for byinventaret får eneret på reklameformidling via byinventar for en længere periode samt de deraf følgende indtægter.

Konkurrencerådet har i medfør af konkurrencelovens § 5 krævet anmeldelse af de aftaler, der er indgået med selskaberne AFA trafik reklame a/s og Trans-Media AS vedrørende trafikreklameformidling samt med AFA JCDecaux as vedrørende reklamefinansieret byinventar. Konkurrencerådet har således fundet, at der ved de pågældende aftaler udøves eller vil kunne udøves en dominerende indflydelse på markedet for de pågældende ydelser. Anmeldelsespligtige aftaler er offentligt tilgængelige.

Aftaler, der kun for en kortere periode giver de nævnte virksomheder eneret, anses ikke for anmeldelsespligtige efter konkurrenceloven, forudsat at aftalerne er etableret under afprøvning af markedskræfterne. Dette kan ske ved licitation eller udbud under licitationslignende forhold ud fra saglige, objektive, rimelige og konsekvent gennemførte kriterier.

I hovedparten af de aftaler om trafikreklameformidling, som Konkurrencerådet er bekendt med, er aftaleperioden begrænset til maksimalt 5 år. Konkurrencerådet er ikke i forbindelse med disse aftaler stødt på konkurrenceskadelige bestemmelser i aftalerne, men i en række tilfælde er aftalerne etableret uden den anbefalede afprøvning af markedskræfterne.

I den såkaldte statsforpagtningsaftale mellem DSB og Trans-Media AS om trafikreklameformidling er aftalens løbetid ikke begrænset, og Konkurrencerådet har opfordret DSB til at udbyde denne aftale i licitation med passende mellemrum.

Konkurrencerådet har undersøgt aftalerne om reklamefinansieret byinventar mellem AFA JCDecaux as og en række kommuner og fundet, at disse aftaler som ovenfor anført er anmeldelsespligtige i medfør af konkurrencelovens § 5. Rådet har endvidere fundet, at aftalerne indeholder en række konkurrencebegrænsende bestemmelser, herunder en eneretsperiode på 20 år, som hæmmer konkurrencen og dermed effektiviteten på markedet.

Der vil derfor bliver optaget forhandlinger med AFA JCDecaux as om en ophævelse af disse konkurrencebegrænsende bestemmelser i aftalerne. Resultaterne heraf vil kunne påvirke bedømmelsen af andre tilsvarende aftaler.«

Spm. nr. S 551

Til *statsministeren* (11/3 93) af: