

Þriðjudagur, 30. apríl 2002.

180. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 14/2002

Kvörtun vegna synjunar Íslenskrar getspár um að setja upp lottóspilakassa í Shellnesti á Húsavík.

I. Erindið

Samkeppnisstofnun barst erindi, dags. 12. október 2000 frá Ísaki J. Ólafssyni þar sem kvartað er yfir synjun Íslenskrar getspár um að setja upp lottóspilakassa í Shellnesti á Húsavík.

Fram kemur að kvartandi reki fyrirtækið Shellnesti á Húsavík sem sé bensinstöð, myndbandaleiga, söluturn og grill. Auk þess fari allar áætlunarferðir sérleyfisbíla frá Shellnesti.

Þá kemur fram að fyrirtækið Íslensk getspá, sem hafi einkaleyfi á að setja upp lottóspilakassa, hafi hafnað því að setja upp lottóspilakassa hjá kvartanda. Telur hann að þetta hamli verulega samkeppnismöguleikum sínum gagnvart keppinautum á Húsavík.

Svo segir í erindinu:

„Á grundvelli 1. gr. og 17. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 með síðari breytingum óska ég eftir að Samkeppnisstofnun hlutist til um málið, þannig að Íslenskri getspá verði gert skylt að setja upp lottóspilakassa í Shellnesti Húsavík, þannig að ég standi jafnfætis mínum samkeppnisaðilum hér á Húsavík“.

Með erindinu fylgdi nánari greinargerð um málið. Þar kemur fram að kvartandi hafi tekið við rekstrinum þann 1. september 1999. Fljótlega eftir það hafi hann sent erindi til Íslenskrar getspár þar sem óskað var eftir að settur yrði upp lottóspilakassi í Shellnesti. Eftir að hafa verið í símasambandi við markaðsstjóra Íslenskrar getspár í nokkra mánuði var honum tjáð að hann fengi kassa. Í september 2000 hafi umræddur markaðsstjóri komið í heimsókn til að skoða aðstæður. Ekkert hafi komið fram um að staðurinn væri ekki nógu stór eða hæfur til að selja lottó. Hins vegar væri sá annmarki á að aðeins væru um 100 metrar í Essóskálann þar sem selt væri lottó. Stuttu síðar var kvartanda tilkynnt að hann fengi ekki lottókassa.

Loks kom fram að á Húsavík séu tveir staðir sem selji lottó. Á Húsavík búi 2.500 manns, auk þess sem íbúar í sveitunum í kring sæki þjónustu þangað og íbúar í Norður-Þingeyjarsýslu komi flestir við þegar þeir séu á ferðalagi auk annarra ferðamanna.

II. Málsmeðferð

1.

Samkeppnisstofnun sendi erindi kvartanda til Íslenskrar getspár til umsagnar. Sérstaklega var þess óskað, að Íslensk getspá lýsti viðhorfi sínu til þess, á hvaða þjónustumarkaði það teldi lottóspilakassa vera, og hvort það liti svo á að þeir væru í beinni samkeppni við aðra happdrættis- eða gettraunaleiki. Þá var þess óskað, að gerð yrði grein fyrir þeim reglum sem Íslensk getspá hafi stuðst við varðandi ákvarðanir um fjölda lottóspilakassa á tilteknu sölusvæði.

Svar Íslenskrar getspár barst þann 30. nóvember 2000. Þar kemur fram að kvartandi hafi sótt það fast að fá lottóspilakassa í verslun sína. Erindið hafi verið tekið til afgreiðslu og maður sendur frá fyrirtækinu til að skoða aðstæður. Við mat á aðstæðum hafi komið í ljós að verslunin væri við hliðina á öðrum útsölastað Íslenskrar getspár og af þeirri ástæðu hafi erindinu verið hafnað.

Þá kemur fram að uppsetning nýs sölukassa kosti Íslenska getspá a. m. k. 500.000 krónur. Þar fyrir utan sé tengi- og uppsetningarkostnaður um 100.000 krónur og rekstrarkostnaður 6.-8.000 krónur á mánuði. Fyrirtækið geri því þá kröfu að hver nýr sölukassi auki þá sölu sem fyrir sé á markaðnum og standi undir þessum kostnaði. Því séu gerðar strangar kröfur til útsölastaða. Markaðsdeild fyrirtækisins sjái um mat á því hvort útsölastaðir uppfylli ákveðin skilyrði. Þar sé litið til ýmissa þátta, svo sem að útsölastaðir laði að viðskiptamenn, að góð aðkoma sé bæði fyrir akandi og fótgangandi, að stærð húsnæðis sé nægileg til að mæta því álagi sem fylgir því að vera með sölukassa. Þá sé lögð áhersla á góða umgengni og snyrtimennsku. Einnig sé gerð krafa um ákveðinn opnunartíma. Þess sé jafnframt gætt að útsölastöðum sé dreift hæfilega annars vegar um viðkomandi bæi og hins vegar um landið allt. Svo segir í erindinu:

„Við úthlutun sölukassa hefur sú meginregla verið notuð að á bak við hvern útsölastað séu u.þ.b. 1000 íbúar. Á Húsavík, þar sem umræddur sölustaður er, eru 2500 íbúar og tveir sölustaðir. Hér var því talið að íbúar væru of fáir til að standa undir nýjum útsölastað og sérstaklega þar sem annar útsölastaður var við hliðina á

verslun Ísaks. Niðurstaða okkar var því sú að nýr útsölustaður á þessum stað myndi ekki standa undir viðbótarkostnaði.“

Loks var tekið fram að fyrirtækið vildi ná til sem flestra íbúa landsins, án óhæfilegs kostnaðar og hafi verið leitast við að setja upp útsölustaði í samræmi við það markmið. Fyrirtækið telur sig vera í samkeppni við önnur happdrætti og getraunaleiki en samkeppni á þeim markaði sé gríðarlega hörð og hafi Íslensk getsþá átt í vök að verjast til þess að viðhalda tekjum til eignaraðila. Íslensk getsþá telur sig þó ekki vera í samkeppni við þá aðila sem selja svokallað flokkahappdrættismiða s.s. DAS, SÍBS og HHÍ.

2.

Shellnesti var send umsögn Íslenskrar getsþár til athugasemda með bréfi, dags. 1. desember 2000. Svar Shellnestis barst með bréfi þann 7. desember 2000.

Með athugasemdum kvartanda fylgdu myndir af Shellnesti á Húsavík og var þeim ætlað að gefa hugmynd um aðkomu að staðnum, stærð húsnæðis, umgengni og snyrtimennsku. Kvartandi mótmælir því ekki að skammt sé á milli Shellnestis og Essóskálans þar sem lottókassi sé fyrir. Hins vegar bendir hann á að á Egilsstöðum séu aðeins um 150 metrar á milli Shell og Essó sölustaðanna og báðir selji lottó í 1.450 manna samfélagi. Þar sé hins vegar eins og á Húsavík fjöldi íbúa í nærliggjandi sveitum sem sækir verslun og þjónustu til viðkomandi bæjarfélaga.

Þá ítrekar kvartandi að frá Shellnesti fari og komi nánast allar rútur sem fari og komi frá Húsavík. Því fullyrðir kvartandi að meirihluti þeirra íbúa úr sveitarfélögum austan við Húsavík komi við í Shellnesti þegar þeir séu á faraldsfæti.

Loks tekur kvartandi fram að það sem mestu máli skipti sé að Shellnesti sé í mikilli samkeppni við Essó og fleiri aðila á Húsavík og því sé mikilvægt fyrir fyrirtækið að geta veitt viðskiptavinum sínum bestu fáanlegu þjónustu hverju sinni með það að markmiði að tryggja sér áframhaldandi viðskipti þeirra. Grundvallaratriði sé að standa jafnfætis keppinautunum.

3.

Athugasemdir kvartanda voru sendar Íslenskri getsþá til umsagnar og barst umsögn þann 19. janúar 2001.

Þar kemur fram að miðað við núverandi aðstæður telji Íslensk getsþá sér ekki fært að verða við erindi kvartanda. Að öðru leyti er vísað til fyrri umsagnar í málinu þar sem fram komi þær vinnureglur sem Íslensk getsþá noti við val útsölustaða.

III. Niðurstöður

Á fundi samkeppnisráðs, þann 30. apríl 2002, var ákvörðun tekin í máli þessu. Þátt í fundinum tóku Kirstín Þ. Flygenring, Atli Freyr Guðmundsson, Karitas Pálsdóttir, Ólafur Björnsson, og Sigurbjörn Magnússon.

1.

Kröfur aðila

Kvartandi gerir með vísan til 1. gr. og 17. gr. þágildandi samkeppnislaga nr. 8/1993 kröfu um að samkeppnisyfirvöld hlutist til um málið, þannig að Íslenskri getsþá verði gert skylt að setja upp lottóspilakassa í verslun kvartanda, Shellnesti á Húsavík. Kvartandi telur að hann verði af miklum viðskiptum þar sem hann hafi ekki fengið lottósölukassa í verslun sína og að hann standi ekki jafnfætis keppinautum sínum. Íbúar bæjarfélagsins séu nógu margir til að standa undir einum lottókassa til viðbótar í bænum, auk þess sem margir ferðamenn og íbúar nálægra sveita sækja þjónustu til bæjarins. Þá sé Shellnesti viðkomustaður langferðabíla sem leið eigi til og frá Húsavík.

Íslensk getsþá telur að ekki séu forsendur til að bæta við sölustað lottós á Húsavík. Í bænum búi 2.500 manns og þar séu tveir sölustaðir fyrir og annar þeirra sé einungis í 100 m fjarlægð frá Shellnesti. Kostnaður við uppsetningu slíkra sölukassa sé slíkur að gera verði kröfu um söluaukningu á viðkomandi stað. Miðað við aðstæður í þessu tilviki telur Íslensk getsþá að ekki sé ástæða til að verða við beiðni Shellnestis í máli þessu.

2.

Markmið samkeppnislaga er að efla virka samkeppni í viðskiptum. Markmiðinu skal ná með því að vinna gegn óhæfilegum hindrunum og takmörkunum á frelsi í atvinnurekstri, vinna gegn óréttmætum viðskiptaháttum, skaðlegri fákeppni og samkeppnishömlum og auðvelda aðgang nýrra keppinauta að markaðnum.

Á meðan á málsmeðferð stóð tók gildi breyting á samkeppnislögum, nánar tiltekið 7. desember 2000 með lögum nr. 107/2000. Þar eð meint brot á samkeppnislögum sem um er fjallað í erindi Shellnestis átti sér stað fyrir gildisstöku lagabreytingarinnar og málsmeðferð vegna erindisins fór að mestu fram fyrir gildistöku verður fjallað um erindið í þessari ákvörðun á grundvelli samkeppnislaga eins og þau voru fyrir umrædda breytingu. Því verður í máli þessu að leggja til grundvallar 17. gr. samkeppnislaga eins og hún hljóðaði áður en breytingarlögin tóku gildi:

„Samkeppnisráð getur gripið til aðgerða gegn samningum, skilmálum, athöfnum og aðstæðum sem hafa skaðleg áhrif á samkeppni. Hin skaðlegu áhrif geta m.a. falist í:

a. að fyrirtæki nái, viðhaldi eða styrki markaðsráðandi stöðu sína á þeim markaði sem um ræðir,

b. óhagkvæmri nýtingu framleiðsluþátta, t.d. vegna þess að valkostum viðskiptavina fækkar, framleiðsla og sala verður dýrari og keppinautar útilokast frá markaðnum,

c. óhæfilegri notkun á kaupbæti.

Íhlutun getur falið í sér bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði. Íhlutun getur m.a. falið í sér að samkeppnisráð grípi til ákvörðunar um verð og viðskiptakjör einstakra fyrirtækja eða fyrirtækjahópa, enda verði að mati samkeppnisráðs ekki með öðru móti komið í veg fyrir skaðleg áhrif á samkeppni í viðkomandi grein.“

3.

Í máli þessu óskar Shellnesti eftir íhlutun Samkeppnisstofnunar á grundvelli áður gildandi 17. gr. samkeppnislaga, þ.e. 11. gr. laganna eftir þá breytingu sem tók gildi með lögum nr. 107/2000, vegna synjunar Íslenskrar getspár á því að setja upp sölukassa fyrir lottó í verslun hans.

Í málum þar sem um sölusynjun er að ræða verður í upphafi að taka afstöðu til þess hvort það fyrirtæki sem kvartað er yfir sé markaðsráðandi á þeim markaði sem við á. Er þetta nauðsynlegt sökum þess að innan samkeppnisréttarins geta mismunandi sjónarmið átt við um hegðun markaðsráðandi fyrirtækis og fyrirtækis sem ekki hefur slíkan styrk. Þannig geta ýmsir viðskiptahættir og hegðun á markaði, sem teljast eðlileg og samkeppnishvetjandi ef lítil fyrirtæki eiga í hlut, haft skaðleg áhrif á viðkomandi markaði ef markaðsráðandi fyrirtæki á í hlut.

Í ljósi framangreinds verður að telja að sú ákvörðun forsvarsmanna lítils eða meðalstórs fyrirtækis að hafna því að eiga viðskipti við tiltekinn aðila geti í fæstum tilvikum haft í för með sér skaðleg áhrif á samkeppni og gefi ekki tilefni til afskipta samkeppnisyfirvalda. Öðru máli kann að gegna ef ákvörðun um sölusynjun er tekin af markaðsráðandi fyrirtæki. Í því tilviki kann að vera ástæða til íhlutunar samkeppnisyfirvalda. Löggjafinn hefur viðurkennt að rétt sé í vissum tilvikum að setja samningafrelsinu ákveðin takmörk og liggja þá almannahagsmunir einatt til grundvallar. Í þessu samhengi má nefna að samkvæmt samkeppnislögum eru allir samningar milli fyrirtækja á sama sölustigi sem lúta t.d. að verði eða skiptingu markaða bannaðir. Eru slíkir samningar samkvæmt lögnum lýstir ógildir og geta varðað samningsaðila stjórnvaldssektum. Einnig er samkeppnisyfirvöldum í samkeppnislögum veitt heimild til að grípa til aðgerða gegn samningum eða hegðun fyrirtækja sem að mati þeirra hafa skaðleg áhrif á samkeppni. Þannig er samkeppnisyfirvöldum t.d. heimilt, til að vinna gegn samkeppnishindrunum, að skylda markaðsráðandi fyrirtæki til að selja öðru fyrirtæki afurðir sínar beint þrátt

fyrir að fyrrnefnda fyrirtækið hafni því að ganga til viðskipta, sbr. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 36/1995, *Kvörtun Þýzk-Íslenska hf. yfir meintri sölusynjun Steinullarverksmiðjunnar hf.*

Þegar framangreint er virt má ljóst vera að miklu skiptir fyrir úrlausn þess máls sem hér er til umfjöllunar að taka afstöðu til þess hvort Íslensk getsþá sé markaðsráðandi á þeim markaði sem hér á við.

4.

Við mat á því hvort um markaðsráðandi stöðu sé að ræða verður að líta til tveggja þátta. Í fyrsta lagi verður að skilgreina þann markað sem um er að ræða. Þetta er frumskilyrði því markaðsyfirlráð geta aðeins átt sér stað í tengslum við sölu eða kaup á tiltekinni vöru eða þjónustu. Því næst verður að meta styrk fyrirtækisins á viðkomandi markaði. Hagfræðileg rök leiða til þess að líta verður á viðkomandi markað frá tveimur sjónarhornum; vörumarkaðnum og landfræðilega markaðnum.

4.1. Þjónustumarkaður

Í 4. gr. samkeppnislaga segir að markaður sé sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Það sem ræður úrslitum um hvort ákveðnar vörur teljist til sama vörumarkaðar er innbyrðis staðgangar þeirra. Staðgengdarvara og staðgengdarþjónusta er skilgreind sem sú vara eða þjónusta sem að fullu eða verulegu leyti getur komið í stað annarrar. Til þess að meta staðgöngu verður m.a. að hafa hliðsjón af eiginleikum vöru, verði hennar og til hvaða nota hún er ætluð.

Íslensk getsþá telur sig starfa á sama markaði og önnur happdrætti og getraunaleikir. Fyrirtækið segir að samkeppni á þeim markaði sé gríðarlega hörð og hafi Íslensk getsþá átt í vök að verjast til þess að koma í veg fyrir minnkandi tekjur. Íslensk getsþá telur sig þó ekki vera í samkeppni við þá aðila sem selja svokallaða flokkahappdrættismiða s.s. DAS, SÍBS og HHÍ.

Að mati samkeppnisráðs hafa hinar ýmsu tegundir happdrætta ólíka eiginleika í augum neytenda. Lottóið er peningahappdrætti sem dregið er í einu sinni í viku í beinni útsendingu á Ríkissjónvarpinu og Stöð tvö. Lottóið er auðvelt að nálgast á sölustöðum þess, en þeir eru dreifðir víða um landið allt og er opnunartími flestra þeirra langur. Í Reykjavík eru t.d. 77 sölustaðir. Einnig er hægt að kaupa lottó rafrænt í gegnum tölvu eða í gegnum síma. Sá sem kaupir lottó getur valið hvað hann kaupir margar raðir en hver röð kostar 75 krónur. Þá er ljóst að Íslenskar getraunir hafa einkarétt á að starfrækja talnagetraunir. Með hliðsjón af ofangreindu telur samkeppnisráð að ekki sé um að ræða staðgöngu í skilningi samkeppnislaga á milli lottósins og annarra happdrætta. Þá telur samkeppnisráð að í augum Shellnestis sé

ekki um staðgöngu að ræða á milli t.d. þess að selja svokallaða skafmiða og þess að vera sölustaður lottós.

4.2. Landfræðilegi markaðurinn

Í máli þessu er til umfjöllunar hvort synjun Íslenskrar getspár um að setja upp lottóspilakassa í Shellnesti á Húsavík hafi brotið gegn áður gildandi 17. gr. samkeppnislaga. Shellnesti á Húsavík er í samkeppni við aðra söluturna staðsetta á Húsavík. Þar af leiðandi er landfræðilegi markaðurinn í máli þessu Húsavík.

5.

Markaðsráðandi staða

Samkvæmt 4. gr. samkeppnislaga telst fyrirtæki hafa markaðsráðandi stöðu þegar það hefur þann efnahagslega styrkleika að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og það getur að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppnauta, viðskiptavina og neytenda.

Hér að framan hefur markaður þessa máls verið skilgreindur sem sala á lottómiðum. Í 7. gr. laga um talnagetraunir nr. 26/1986 er ÍSÍ, UMFÍ og ÖBÍ, en þessi félög eiga Íslenska getspá, veittur einkaréttur á starfrækslu talnagetrauna hér á landi. Íslensk getspá er þar af leiðandi eini aðilinn sem heimilt er að starfrækja talnagetraunir hér á landi og er þar með í einokunarstöðu varðandi þessa tegund happdrættis.

Í samkeppnisrétti hvílir sérstök skylda á markaðsráðandi fyrirtækjum. Slíkum fyrirtækjum er óheimilt að misnota stöðu sína og hafa þar með skaðleg áhrif í skilningi samkeppnislaga, sbr. t.d. úrskurði áfrýjunarnefndar samkeppnismála nr. 16/1999, *Flugfélag Íslands hf. gegn samkeppnisráði*.

6.

Sölusynjun markaðsráðandi fyrirtækis þarf ekki endilega að brjóta í bága við samkeppnislög. Við mat á lögmæti synjunar þarf að horfa til þess hvort hlutlæg og málefnaleg sjónarmið liggi til grundvallar synjuninni. Ef ákvörðun er tekin á grunni slíkra sjónarmiða, t.d. vegna vanskila viðskiptavinar, er að öðru jöfnu ekki ástæða til afskipta samkeppnisyfirvalda.

Ástæða þess að Íslensk getspá neitar að setja upp lottóspilakassa í Shellnesti á Húsavík er sú, að sögn Íslenskrar getspár, að við mat á aðstæðum kom í ljós að Shellnesti er við hliðina á öðrum útsölustað Íslenskrar getspár. Þá segir Íslensk getspá að uppsetning nýs sölukassa kosti Íslenska getspá a.m.k. hálf milljón króna. Síðan bætist við tengi- og uppsetningarkostnaður um 100.000 kr. og rekstrarkostnaður 6.-8.000 kr. á mánuði. Sú krafa sé því gerð af hálfu fyrirtækisins að hver nýr sölukassi auki þá sölu sem fyrir sé á markaðnum og standi undir kostnaði þessum. Þá reyni Íslensk getspá að gæta þess að útsölustöðum sé dreift hæfilega annars vegar um

viðkomandi bæ og hins vegar um landið allt. Einnig segir að við úthlutun á sölukassa hafi sú meginregla verið notuð að á bak við hvern útsöluastað séu u.þ.b. 1.000 íbúar. Á Húsavík þar sem Shellnesti sé starfrækt séu 2.500 íbúar og tveir sölustaðir. Niðurstaða Íslenskrar getspár hafi því verið sú að nýr útsöluastaður á þessum stað myndi ekki standa undir viðbótarkostnaði.

Samkvæmt upplýsingum frá Íslenskri getspá lítur fyrirtækið til ýmissa sjónarmiða, ásamt þeim sem fram koma hér að ofan, þegar metið er hvort sölustaðir uppfylli skilyrði til að fá sölukassa. Litið er m.a. til þess hvort útsöluastaðir laði að viðskiptamenn, hvort góð aðkoma sé bæði fyrir akandi og fótgangandi, hvort stærð húsnæðis sé nægileg til að mæta því álagi sem fylgir því að vera með sölukassa, hvort umgegni sé góð og snyrtimennska og þá sé einnig gerð krafa um ákveðinn opnunartíma.

Eins og fyrr segir þarf við mat á lögmæti synjunar að horfa til þess hvort hlutlæg og málefnanleg sjónarmið liggja til grundvallar synjuninni. Ef synjunin byggist á viðskiptalegum hagsmunum fyrirtækis, öðrum en þeim að hindra eða útrýma samkeppni á viðkomandi markaði, hefur í samkeppnisrétti verið talið að um hlutlæg og málefnanleg sjónarmið sé að ræða.¹ Það liggur fyrir að það kostar Íslenska getspá a.m.k. 600.000 krónur að koma upp nýjum sölukassa og við bætist fastur rekstrarkostnaður sem fyrirtækið greiðir í hverjum mánuði. Fræðimenn á sviði samkeppnisréttar hafa talið að ekki sé hægt að skylda fyrirtæki til að eiga viðskipti við einhvern aðila þegar fyrirtækið hefur slíkan kostnað af viðskiptunum að þau verða óarðbær fyrir vikið.² Sú krafa hefur verið gerð af Íslenskri getspá að hver nýr sölukassi auki þá sölu sem fyrir er á markaðnum og standi undir kostnaðinum sem fyrirtækið verður fyrir vegna sölukassa. Það er mat samkeppnisráðs að þessi krafa Íslenskrar getspár byggi á hlutlægum og málefnalegum sjónarmiðum.

Eins og fyrr segir hefur Íslensk getspá stuðst við þá meginreglu að á bak við hvern útsöluastað séu u.þ.b. 1.000 íbúar. Einnig reyni fyrirtækið að gæta þess að útsölustöðum sé dreift hæfilega, annars vegar um viðkomandi bæ og hins vegar um landið allt. Ef skoðaðar eru íbúatölur á nokkrum stöðum á Íslandi, eins og þær voru 1. desember 2001, og fjöldi lottósölukassa á viðkomandi stöðum kemur í ljós að Íslensk getspá hefur í megindráttum fylgt þessum sjónarmiðum.³ Það er því ekki annað að sjá

¹ Sjá t.d. í riti Faull & Nikpay, *The EC Law of Competition*, bls.154 en þar segir: A refusal to deal by dominant undertaking will not be considered an abuse under Article 82 of the EC Treaty if it is objectively justified. This will be the case if the refusal can be justified on business grounds other than the intention to eliminate a competitor from the market.

² Sjá Faull & Nikpay, *The EC Law of Competition*, bls. 154.

³ Skv. tölum frá Hagstofu Íslands voru 2.420 íbúar á Húsavík 1. desember 2001 og 825 íbúar í strjálbýli Húsavíkur. Á Húsavík eru tveir lottósölukassar. Á Egilsstöðum voru 1.608 íbúar og 2.881 í strjálbýli Egilsstaða. Á Egilsstöðum eru tveir lottósölukassar og einn er í Fellabæ. Á Ísafirði voru 2.741 íbúar og 49 í strjálbýli Ísafjarðar en á Ísafirði eru tveir lottósölukassar. Á Selfossi voru 4.818 íbúar og 2.583 í strjálbýli Selfoss en á Selfossi eru fimm lottósölukassar.

en Íslensk getsþá hafi beitt þessari viðmiðunarreglu sinni með málefnanlegum og hlutlægum hætti án mismununar.

Í ljósi framangreindra raka verður að telja að Íslensk getsþá hafi málefnanlegar og hlutlægar ástæður til að synja um uppsetningu á lottókassa í Shellnesti á Húsavík. Samkeppnisráð telur því ekki tilefni til íhlutunar í þessu máli.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Ekki er tilefni til íhlutunar samkeppnisráðs í máli þessu“.