

Konkurransetilsynet
v/Jon Ivar Kroken
Postboks 8132 Dep
0033 Oslo

Oslo, 4. mai 2005

#311255-002_186347/5

Saksansvarlig partner:

Jan Magne Langseth

EUROSKILT AS' OPPKJØP AV NCC NORSKILT TRAFFIC SAFETY AS - FULLSTENDIG MELDING

1. INNLEDNING

Vi viser til Konkurransetilsynets telefaks av 22. april med pålegg om fullstendig melding vedrørende foretakssammenslutningen mellom Euroskilt AS ("Euroskilt") og NCC Norskilt Traffic Safety AS ("Norskilt") som ble meldt til Konkurransetilsynet 15. april 2005 ved alminnelig melding.

Ved pålegg om fullstendig melding gjelder forbudet mot gjennomføring av foretakssammenslutningen, jf konkurranseloven ("krrl") § 19 første ledd, jf § 20 annet ledd første punktum. Euroskilt bekrefter herved at Euroskilt avventer videre behandling og konklusjon fra Konkurransetilsynet før endelig gjennomføring av transaksjonen finner sted.

For ordens skyld opplyser vi om at Euroskilt – før gjennomføringsforbudet trådte i kraft – har konstituert en daglig leder for Norskilt. Bakgrunnen er at Norskilt på tidspunktet for inngåelse av avtalen kun hadde en "fungerende" daglig leder som formelt var ansatt i NCC, og som utelukkende befant seg i Stavanger ca en gang i uken. Videre har Euroskilt valgt nytt styre i Norskilt. Bakgrunnen for endringene var at både styret og daglig leder var ansatte i NCC, og at endringen var et krav fra selger. Euroskilt anser ikke disse endringene for å være i strid med gjennomføringsforbudet – og ber om at til tilsynet gir melder beskjed umiddelbart dersom man er av en annen oppfatning.

Mye av den informasjon som en fullstendig melding skal inneholde, jf forskrift om melding av foretakssammenslutninger ("forskriften") § 4, er allerede inngitt i Euroskilts alminnelige melding av 15. april 2005.

Nødvendig kontaktinformasjon mv fremgår av punkt 1 og 2 i alminnelig melding. Beskrivelse av foretakssammenslutningen fremgår av alminnelig melding punkt 3 og foretakenes struktur og virksomhetsområder er beskrevet i punkt 4. Nedenfor følger

derfor først og fremst en utdyping av de berørte markedene som omfattes av foretakssammenslutningen (punkt 1), markedsstrukturen (punkt 2), at det hersker stor potensiell konkurranse i markedet (punkt 3) og effektivitetsgevinster av foretakssammenslutningen (punkt 5) for å utfylle den informasjon gitt i alminnelig melding punkt 7 og 8.

2. BESKRIVELSE AV MARKEDENE SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

2.1 Avgrensning av det relevante produktmarked

Vi viser til vår foreløpige vurdering av markedet i vår alminnelige melding. Som det fremgår, er det ulike produktmarkeder som berøres av foretakssammenslutningen. Etter Euroskilts oppfatning, er de relevante produktmarkedene fra et etterspørselsståsted hhv skilt, variable skilt, oppsettingsutstyr, avsperring og gatemiljø. Dette substansieres i det følgende.

Av Tilsynets vedtak i *Protector-saken*¹ følger at det relevante produktmarkedet avgrenses til trafikkskilt, oppsettingsutstyr, avsperring og gatemiljø. Euroskilt følger i det store og hele denne markedsavgrensningen. Vi bemerker imidlertid at det var Protectors føringer av de relevante produktmarkeder som ble lagt til grunn ved dispensasjonssøknaden. Etter Euroskilts oppfatning reflekteres ikke fullstendig det som synes å være den mest korrekte avgrensning av de relevante produktmarked sett fra et konkurranserettslig perspektiv – spesielt fra et tilbyderssubstitusjonsståsted.

Skilt og variable skilt er en mer hensiktsmessig avgrensning av det relevante produktmarked enn trafikkskilt. Trafikkskilt er ikke nærmere definert i Tilsynets vedtak. Det er således usikkert om det kun er offentlige trafikkskilt man her sikter til, eller også om andre skilt som f.eks. private skilt mv, er omfattet.

Avgrensning av det relevante produktmarked skjer normalt ut fra etterspørersubstituerbarhet. Imidlertid vil det være naturlig å avgrense det relevante produktmarked ut ifra tilbyderssubstituerbarhet. Dette skjer særlig i de tilfeller hvor tilbyderssubstituerbarhet har de "*samme effektive og direkte virkninger*" som etterspørersubstituerbarhet.² Slike effektive og direkte virkninger forutsetter at "*leverandørerne som reaktion på små, varige endringer i de relative priser omgående kan omstille produksjonen til de relevante produkter og markedsføre de på kort sig, uden at det medfører betydelige ekstraomkostninger eller*

¹ Konkurransetilsynets vedtak V200-23 av 18.02.2000 – Protector Skilt AS og Euroskilt AS

² Kommissionens meddelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrencerett ("*retningslinjerne*") premiss 20

ricisi. Når disse betingelser er oppfylt, vil den yderligere produktion, der markedsføres, få en disciplinerende virkning på de involverede virksomheders konkurrencemæssige adfærd.”³

En slik avgrensning er den mest hensiktsmessige i nærværende sak. Alle typer skilt laget av aluminium eller plast og dekket med folie som har tekst enten av utskåret folie eller silketrykk substituerer hverandre og benyttes både til offentlige og private skilt, herunder trafikkskilt, parkeringsskilt mv og visse typer reklameskilt. Alle tilhører således samme produktmarked. Leverandørene produserer – eller kan velge å produsere - skilt laget av aluminium eller plast dekket med folie om hverandre uten at dette medfører noen form for signifikant kostnad eller store tekniske endringer i produksjonslinjen. I den grad leverandørene kun leverer f eks reklameskilt er dette gjort ut fra markedsmessige vurderinger – ikke på grunn av produksjonstekniske adgangsbarrierer. Ved levering av ”offentlige trafikkskilt” er leverandørene underlagt anbudskonkurranser iht anskaffelsesregelverket, enten direkte, eller indirekte som underleverandør. Konkurransesituasjonen i det offentlige segmentet er derfor annerledes som følge av offentlige rammebetingelser. Teknologien, materialet, produksjon og produksjonskostnader er uansett komparativ for alle disse typer skilt. Som en umiddelbar reaksjon på små varige endringer i markedsprisen vil enhver leverandør innenfor én type skilt kunne omstille produksjonen til andre typer skilt uten at det medfører signifikante ekstraomkostninger eller risiki.⁴

På basis av dette legger vi til grunn at skilt laget av aluminium eller plast, dekket med folie som har tekst enten av utskåret folie eller silketrykk, er ett relevant produktmarked (”skilt”).

Variable skilt utgjør imidlertid et egetrelevant produktmarked fordi de teknisk skiller seg fra ”ordinære” skilt. Variable skilt består av en mekanisk konstruksjon med drivverk og styringssystemer (”mekanisk variable skilt”) eller en mekanisk konstruksjon med dioder og styringssystemer (”elektronisk variable skilt”). Elektronisk variable skilt basert på ”dataskjerm”-teknologi er nå også på vei inn.

Felles for alle typer variable skilt er at budskapet kan varieres etter behov, som oftest basert på fjernstyring. Selv om teknologien er noe annerledes, er det – fra et etterspørersynspunkt – klart at mekaniske og elektroniske skilt er substituerbare. På tilbydersiden (”tilbydersubstituerbarhet”) er det imidlertid ikke nødvendigvis slik.

Elektroniske og mekaniske variable skilt er konkurrerende substituerbare produkter i forbindelse med f eks anbudskonkurranser, og det er liten tvil om at offentlige oppdragsgivere i all hovedsak betrakter dem som substituerbare. Det er ikke grunnlag

³ Ibid.

⁴ Se for øvrig EF-domstolens avgjørelse i sak 6/72 *Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc v Commission*, Saml. 1973 s. 215, premiss 33 flg

for å konkludere annerledes i det private marked. At variable skilt, også kalt dynamiske skilt, utgjør et eget relevant produktmarked har partene i *Swarco*-saken også hevdet uten at Tilsynet har uttalt seg spesifikt om dette.⁵

Vi legger etter ovennevnte til grunn at de relevante produktmarkeder som berøres av foretakssammenslutningen omfatter "skilt", "variable skilt", "oppsettingsmateriell", "sperrmateriell" og "trafikkteknisk utstyr".

2.2 Avgrensning av det relevante geografiske marked

I *Protector* la Tilsynet til grunn at det relevante geografiske marked er regionalt. Dette er en for snever avgrensning – og markedet er i alle fall nasjonalt. Man kan i forbindelse med større anskaffelser som settes ut på anbud på ingen måte utelukke at tilbydere fra andre EØS-land deltar. Nasjonal avgrensning er for øvrig i samsvar med Tilsynets avgrensning i *Swarco*. Det ble i denne saken ikke utelukket at det i enkelte tilfeller kunne forekomme regionale markeder – men et nasjonalt geografisk marked var utgangspunktet. Selv om de relevante produktmarkeder i *Swarco* kun omfattet tilliggende markeder ift de relevante produktmarkeder i nærværende sak, gjør de samme hensyn seg gjeldende.

Kundene i markedet bærer preg av å være to "grupperinger", hhv. offentlige og private foretak som foretar relativt sett store innkjøp (store aktører), gjerne basert på anbuds-konkurranse. I tillegg er det på etterspørersiden en rekke små aktører som kjøper f eks ett skilt, jf punkt 3.2 nedenfor.

For store aktører vil markedet åpenbart alltid være nasjonalt, med enkelte internasjonale aspekter, jf. ovenfor (anbudskonkurranser over EØS-terskelverdiene).

For de mindre innkjøp / kunder kan det tenkes at markedet er noe mindre fordi aktørene utelukkende opererer regionalt, men dette er neppe hovedregelen.

Det kan konkluderes med at det relevante geografiske markedet i all hovedsak er nasjonalt, men dette vil uansett ikke ha betydning i nærværende sak.

2.3 Markedsandeler

Som det fremgår av den alminnelige melding vil ikke Euroskilts oppkjøp av Norskilt medføre at Euroskilt oppnår særlig store markedsandeler. For ordens skyld gjennomgår vi markedsandelene basert på ovennevnte markedsavgrensning på nytt. Som nevnt pr

⁵ Konkurransetilsynets vedtak i V2005-3 *Swarco Norge AS – Peek Trafikk AS*, punkt 3 flg

telefon til saksbehandler Jon Kroken er markedets totale omsetningstall basert på en analyse over markedet foretatt av Euroskilt.

Tallene omtalt nedenfor er derfor så korrekte som mulig tatt i betraktning at man selv har foretatt en analyse basert på Euroskilts kunnskap om markedet.

Innen *skilt* er omsetningen totalt i markedet på ca NOK 493 millioner det totale markedet i Norge, hvorav Euroskiltgruppen har en omsetning på NOK 65 millioner og Norskilt en omsetning på NOK 8 millioner, totalt NOK 73 millioner. Partenes markedsandel etter oppkjøpet antas således å utgjøre ca 15%. Deltaet som følge av oppkjøpet er derfor lite.

Innen *variable skilt* er omsetningen i markedet totalt anslagsvis på NOK 100 millioner. Euroskiltgruppen har en omsetning på ca NOK 1 million og Norskilt en omsetning på NOK 4 millioner, totalt for partene NOK 5 millioner. Dette utgjør en markedsandel på ca 5%.

Den totale omsetningen i markedet for *oppsetningsutstyr* er på ca NOK 189 millioner. Av dette har Euroskiltgruppen en omsetning på ca NOK 40 millioner og Norskilt ca NOK 9 millioner, totalt ca NOK 49 millioner. Markedsandel etter oppkjøp antas derfor å utgjøre ca 26%.

Innen markedet for *avsperring* er den totale omsetning i markedet på ca NOK 437 millioner. Euroskiltgruppen har en omsetning på ca NOK 21 millioner og Norskilt en omsetning på ca NOK 16 millioner, totalt for partene ca NOK 37 millioner. Partenes markedsandel etter oppkjøpet antas således å utgjøre ca 8,5%.

Innen markedet for *gatemiljø* er den totale omsetning i markedet på anslagsvis NOK 100 millioner, hvorav Euroskiltgruppen har en omsetning på ca NOK 5 millioner og Norskilt på ca NOK 8 millioner, totalt ca NOK 13 millioner. Gatemiljø kan kort beskrives som parkmøbler, sykkelstativ, søppelbøtter, pullerter, leskur, belegningsstein, kantstein mv. Etter oppkjøpet antas partene å ha en markedsandel på ca 13%.

3. BESKRIVELSE AV MARKEDSSTRUKTUREN I DE BERØRTE MARKEDENE

3.1 Markedskonsentrasjon

Som det følger av Euroskilts alminnelige melding av 15.04.05 pkt 8.1 finnes mange aktører i de ulike produktmarkedene.

Skilt

Som nevnt er den totale omsetningen i markedet ca NOK 493 millioner. Av dette har Euroskilt før foretakssammenslutningen en omsetning på NOK 65 millioner. Norskilts omsetning er på ca NOK 8 millioner. Foretakssammenslutningen medfører således en lav økning av Euroskilts markedsandel innenfor markedet av skilt laget av aluminium med folie. Videre bærer markedet preg av en rekke norske aktører; Electro Vakum, Eurosign, BotneSkilt, Finn Solvang, Arbeidsmiljøseneteret, Svenil, Focus Neon, Åstvedt Industrier, Kraftex som de største konkurrenter samt flere små. I tillegg finnes utenlandske leverandører som gjerne konkurrerer om store enkeltoppdrag i Norge. Basert på Euroskilts eget anslag har Electro Vacuum en markedsandel på ca 15%, mens de øvrige aktører som nevnt har en markedsandel på anslagsvis mellom 5-10%.

Det er således ingen indikasjon på at det markedet er konsentrert; ingen enkeltaktør har markedsrett.

Variable skilt

Totalmarkedet for variable skilt er på ca NOK 100 millioner. Etter foretakssammenslutningen får Euroskilt en markedsandel på under 5%. De resterende 95% av markedet er fordelt (anslagsvis) mellom en rekke aktører hvorav de største er Swarco (ca 20%), Sønnico (10%), Scandesign (15%), BotneSkilt (5%), Osram Dulf (10%) og EKA.

Markedet vil således ikke bli vesentlig mer konsentrert som følge av foretakssammenslutningen.

Oppsettingsutstyr

I markedet for oppsettingsutstyr finnes et titallsaktører; foruten Euroskilt er dette bl.a. Brødrene Dahl (15%), Norsk Stål (10%), Juralco (5%), CCB, Astrup, Buskerud Betong (10%), Brødrene Glomsrud (10%), Voss Cement og Reime som de største aktørene. Totalmarkedet utgjør ca NOK 189 millioner. Euroskilt har før foretakssammenslutningen en omsetning i markedet på NOK 40 millioner og etter foretakssammenslutningen NOK 49 millioner.

Foretakssammenslutningen vil derfor ikke medføre større endring i markeds-konsentrasjonen – og det er mange aktører i et diversifisert marked.

Avsperring

Totalmarkedet for avsperringsutstyr utgjør NOK 437 millioner. Euroskilt har en markedsandel på ca 8,6% etter foretakssammenslutningen. Videre finnes en rekke aktører i markedet; Rossing (15%), Gunnebo Troax (5%), Reime (5-10%), Sønnico (5%), Brødrene Østbye (5%) Pervaco, Swarco, BetoNor og Nopro for å nevne de største.

Foretakssammenslutningen leder heller ikke på dette punkt til en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med konkurranselovens formål.

Gatemiljø

Innen gatemiljø finnes også flere aktører. Euroskilt vil etter foretakssammenslutningen ha en markedsandel på ca 12% av et totalmarked på NOK 100 millioner. De største aktørene er Norfax (25%), Ørsta (15%), Vestre (15%), Mitra og Furnes Hamjern (10%).

Det finnes derfor ingen indikasjon på at markedet er spesielt konsentrert.

3.2 Kjøpermakt

Som det fremgår av Euroskilts alminnelige melding av 15. april 2005 punkt 8.2 er Euroskilts kunder først og fremst store aktører, både offentlige og private.

Det er ingen tvil om at markedet er preget av at det foreligger stor grad av kjøpermakt hos kundene. For det første er samtlige av Euroskilts (og Euroskilts konkurrenter) *offentlige kunder* omfattet av regelverket for offentlige anskaffelser⁶ og mange innkjøp fra offentlige kunder er basert på konkurranse. Samtlige innkjøp over NOK 200.000 må følge forskrift om offentlige anskaffers spesielle prosedyrer. Formålet med regelverket er å *"bidra til økt verdiskapning i samfunnet ved å sikre mest mulig effektiv ressursbruk ved offentlige anskaffelser basert på forretningsmessighet og likebehandling."*⁷ Videre er anleggsarbeid utført av private virksomheter, men som er subsidiert med mer enn 50 % av offentlige midler også underlagt regelverket.⁸ Ofte vil de produktmarkeder Euroskilt opererer i utgjøre deler av slike anleggskontrakter.

Innkjøp foretatt iht anskaffelsesregelverket presumeres å sørge for virksom konkurranse. Ett av formålene med anskaffelsesregelverket er nettopp å sørge for virksom konkurranse på de områdene regelverket gjelder.⁹ Da leverandørene ikke er kjent med hverandres tilbud eller priser og de offentlige aktørenes tildeling skal skje på saklige og ikke-diskriminerende vilkår utelukkende ut fra hvilket tilbud som har den laveste prisen eller på grunnlag av det økonomiske mest fordelaktige tilbud basert på gitte tildelingskriterier, har kundene betydelig kjøpermakt.

Også *private aktører* har stor kjøpermakt. For det første er bærer store deler av kundegruppen preg av å være store, internasjonale foretak med betydelig kjøpermakt grunnet innkjøp av store volum, f eks Mesta og Skanska. I tillegg til deres store

⁶ Lov om offentlige anskaffelser av 16. juli 1999 nr. 69 ("LOA") med tilhørende forskrifter

⁷ LOA § 1

⁸ Forskrift om offentlige anskaffelser ("FOA") § 1-2(3), jf vedlegg 1 bokstav 3

⁹ Se for eksempel EF-domstolens avgjørelse av 03.03.05 i sak C-21/03 *Fabricom*, premiss 26

kjøperkraft vil også de store kundene benytte Euroskilt som underleverandør i sine anleggskontrakter vunnet på bakgrunn av anbudskonkurranser iht anskaffelsesregelverket. Den betydelig største sluttkunden er i slike tilfeller Statens Vegvesen.

Sett mot denne bakgrunn er det klart at Euroskilts og dets konkurrenters største kunder har betydelig kjøperkraft som veier opp for potensiell selgerkraft hos leverandørene. Verken Euroskilt eller andre aktører har "selgerkraft" nedstrøms. Det er mange ulike leverandører i de forskjellige relevante produktmarkeder, og det er ofte konkurranse om rammeavtale som underleverandør for de store entreprenørfirmaene. Det er heller ingen spesifikke etableringshindringer – og derfor stor grad av potensiell konkurranse.

Markedet nedstrøms for øvrig bærer preg av mange små innkjøp fra mange ulike aktører. Slike innkjøp skjer gjerne ved at en aktør henvender seg direkte til Euroskilt for å kjøpe f.eks. ett parkeringsskilt eller ett privat trafikkskilt.

Markedet er i det hele preget av en dynamikk og diversitet som gjør det enkelt å konkludere med at det foreligger – og vil fortsette å foreligge – virksom og effektiv konkurranse også etter gjennomføring av foretakssammenslutningen.

3.3 Markedet oppstrøms

Også markedet oppstrøms bærer preg av virksom konkurranse. Euroskilt har lav kjøperkraft i forhold til sine leverandører, som har stor selgerkraft. For det første finnes mange leverandører innen de ulike produktmerkene, både norske og utenlandske. Vi viser til punkt 8.3 i Euroskilts alminnelige melding.

Som det fremgår er mange av aktørene leverandører av ulike produkter som er nødvendig for produksjonen av produktene Euroskilt selger. Dette indikerer at Euroskilts leverandører selger sine varer til en rekke andre kunder enn bare aktører som opererer i de relevante produktmerkene.

I enkelte tilfeller, slik som i markedet for variable skilt, får Euroskilt levert "halvfabrikata". Imidlertid er leverandøren nederlandsk og anses å ha en rekke andre kunder internasjonalt. Norskilt har imidlertid produsert egne variable skilt og fått leveranser av produkter nødvendig for sin produksjon.

Euroskilt er i enkelte tilfeller produsent, i andre tilfeller kun distributør av varer. Leverandørene er således til dels konkurrenter og til dels leverandører av produkter som skal bearbeides før videresalg.

3.4 Markedsmakt

Euroskilt får ikke markedsmakt som følge av foretakssammenslutningen. Markedsmakt defineres vanligvis som *"en bedrifts evne til å kunne opprettholde priser som er høyere enn lavest mulige produksjonskostnader."*¹⁰

Som det fremgår av punkt 1.3 ovenfor vil ikke Euroskilt oppnå høye markedsandeler i noen av de relevante produktmarkedene. Euroskilts markedsandel vil variere mellom 5-26%. Dette indikerer klart at Euroskilt ikke har adgang til å utøve markedsmakt.

I samtlige av de relevante produktmarkedene som berøres av foretakssammenslutningen finnes mange aktører som konkurrerer med Euroskilt. Vi viser igjen til Euroskilts alminnelige melding (punkt 8.1), hvor Euroskilts største konkurrenter etter foretakssammenslutningen fremgår.

Innenfor samtlige av de relevante produktmarkeder vil Euroskilts konkurrenter kunne øke sitt salg på kort sikt uten betydelige økte kostnader. Ved en tenkt prisøkning på Euroskilts produkter, vil Euroskilts kunder kunne etterspørre tilsvarende produkter til gunstigere betingelser fra en rekke andre leverandører.

Videre har det de siste årene vært en rekke nyetableringer i samtlige produktmarkeder. Etableringene har særlig funnet sted ved at allerede etablerte foretak som opererer i andre produktmarkeder, har utvidet sin virksomhet til også å omfatte én eller flere av de relevante produktmarkeder som er omfattet av foretakssammenslutningen. For eksempel har Protector Skilt AS etter opphør av samarbeidsavtalen med Euroskilt¹¹ startet opp sin virksomhet igjen innen samtlige av de områder Euroskilt AS kjøpte fra Protector i 1999,¹² og driver i dag virksomhet innen skilt, variable skilt, avsperring og oppsetting. Videre har både Intercontrol og Aastvedt Industrier startet virksomhet innen variable skilt. Innen gatemiljø har både Veitec og Weland startet virksomhet. Bl.a. Swarco, Teto, Mjøsplast og Veiteknikk har etablert seg innen avsperring. Innen oppsetting har Veitec, Mjøsplast, Veiteknikk, Karl M Gulbrandsen, Oslo Vei og Veidrift etablert seg de siste år.

Det er således ingen tvil om at samtlige produktmarkeder er under utvikling, det foreligger ikke noe statisk marked og markedene er helt klart preget av virksom konkurranse.

¹⁰ Se bl.a. *Swarco* punkt 4.2.2

¹¹ Dispensasjon for samarbeidet ble gitt iht konkurranseloven av 1993 i *Protector*, jf fotnote 1

¹² *Ibid.*

4. STOR POTENSIELL KONKURRANSE – SMÅ OM INGEN ETABLERINGSHINDRINGER I MARKEDET

Samtlige relevante produktmarkeder bærer preg av at det finnes små, om ingen, etableringshindringer. Det er således betydelig potensiell konkurranse i markedene.

For det første krever ingen av produktmarkedene konsesjon eller liknende for å kunne starte virksomhet. Det foreligger mao. ingen formelle etableringshindringer.

For det andre finnes ingen tekniske hindre eller lisens-/patentrettigheter som hindrer slik etablering. Det kreves en viss kunnskap om hvilke krav som stilles til farger, størrelser mv av offentlige og private skilt, men dette er allmenn tilgjengelig informasjon.

For det tredje er det heller ikke spesielt kostnadskrevenende å etablere seg i de ulike produktmarkedene. Det er en lav terskel for igangsettelse av produksjon.

For produksjon av *skilt* vil nødvendig utstyr utgjøre tilgang til PC, evt programvare, folieskjærer, diverse verktøy og enkelte mindre mekaniske maskiner. Anslagsvis vil investeringer til utstyr ligge et sted mellom NOK 100.000-500.000. Som nevnt over i pkt 2.1 vil aktørene enkelt kunne legge om produksjonen uten store kostnader eller tekniske endringer som reaksjon på små varige endringer i de relative priser.

Hva gjelder markedet for *variable skilt* finnes det minimum 50 produsenter av mekanisk variable skilt i Europa. Videre finnes en betydelig mengde leverandører av andre typer variable skilt. Euroskilt kjøper i dag mekanisk variable skilt som halvfabrikata fra Rotapanel i Nederland. Disse skiltene kan imidlertid kjøpes komplett. Det finnes andre variable skilt som kjøpes komplett fra utlandet.

Det finnes ingen etableringshindringer eller bestemmelser som hindrer andre internasjonale aktører å etablere seg i det norske marked eller levere varer direkte nedstrøms i Norge til Euroskilts (eller Euroskilts konkurrenters) kunder.

Videre er heller ikke etablering av egen produksjon i Norge særlig kostnadskrevenende. Et estimat på kostnader for etablering er ca NOK 500.000-1.000.000. Imidlertid kreves en viss teknisk kunnskap. Styringssystemer som slike variable skilt er avhengig av kjøpes uansett eksternt fra flere leverandører i inn- og utland.

Det er således få, om ingen, etableringshindringer i markedet for *variable skilt*. Det finnes flere utenlandske aktører som både kan etablere egen produksjon i Norge, samt levere variable skilt direkte i konkurranse med Euroskilt nedstrøms fra deres produksjonssteder i utlandet.

Innen de øvrige relevante produktmarkedene, *oppsetningsutstyr, avsperringsmateriell og gatemiljø* finnes som nevnt et stort antall leverandører, både norske og internasjonale. Pris og volum tilsier at den normale varestrømmen er at produktene blir produsert i utlandet og importert av Euroskilts og dets konkurrenter for videresalg i Norge. Dette skjer gjerne i form av distribusjonsavtaler eller at aktørene opptrer som agenter for de utenlandske produsentene.

Pr i dag finnes flere slike agenturer som er "ledige" på markedet, og det er således nærliggende å tro at man vil oppleve utvikling av antall leverandører i Norge av produktene.

Som nevnt i pkt 2.3 ovenfor har det vært betydelig antall nyetableringer, iallfall etableringer av allerede etablerte foretak, i de relevante produktmarkedene de siste år. Dette indikerer lav etableringshindring. Etablering i de ulike relevante produktmarkeder har skjedd både av nye aktører samt aktører som opererer i tilliggende produktmarkeder.

Ett eksempel er særlig Protector's etablering i samtlige av produktmarkedene etter at samarbeidsavtalen mellom Protector og Euroskilt ble avsluttet i 2004. I 1999 solgte Protector deler av sin virksomhet til Euroskilt og det ble samtidig inngått et samarbeid mellom partene.¹³ Da avtalen utløp i 2004, startet Protector umiddelbart opp igjen den virksomhet som ble solgt til Euroskilt i 1999.

5. STORE EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Etter foretakssammenslutningen vil Norskilt fortsatt bestå som et eget foretak. Det er ikke aktuelt å slå sammen Euroskilt og Norskilt innenfor noen av de relevante produktmarkedene. Imidlertid vil Euroskilt og Norskilt samordne sine innkjøp. Dette vil medføre effektivitetsgevinster i form av volumrabatter som følge av felles innkjøp. Lavere innkjøpspris oppstrøms vil medføre at prisene nedstrøms blir lavere og således kommer forbrukerne til gode.

Videre medfører foretakssammenslutningen oppløsning av NCCs vertikale integrasjon i markedet. NCC har i form av eier av Norskilt i stor grad kjøpt de ulike produkter direkte av Norskilt. Ved oppløsning av den vertikale integrasjon vil det således være ytterligere en stor kunde med betydelig kjøpermakt i markedet. Da NCC ikke lenger er eier av Norskilt vil NCC i større grad bidra til mer effektiv konkurranse i markedet siden deres kjøp i større grad vil bære preg av konkurranse Euroskilt og dets konkurrenter fordi NCC ikke lenger vil ha tilhørighet og således være "forpliktet" til å kjøpe av sitt selskap. Etter Euroskilts oppfatning vil også dette få innvirkning på etterspørsel og priskonkurransen i de ulike produktmarkedene.

¹³ Dispensasjon for samarbeidet ble gitt av Konkurransetilsynet i *Protector* i 2000, jf fotnote 1.

6. IKKE UNDERLAGT ANNET TILSYN

Foretakssammenslutningen er ikke meldt og er ikke underlagt tilsyn fra andre konkurransemyndigheter. Selv om Euroskilt også kjøper Norskilt Traffic Safety Denmark A/S i Danmark er ikke terskelverdiene for meldeplikt til Konkurrencestyrelsen oppfylt.

7. VEDLEGG

Seneste versjon av avtalen om foretakssammenslutningen "*NCC Roads Holding AB och Euroskilt AS- Aktieöverlåtelseavtal avseenda aktierna i NCC Norskilt Traffic Safety AS och NCC Norskilt Traffic Safety Denmark AS*" fulgte vedlagt alminnelig melding av 15.04.05. Vedlagt oversendes avtalens vedlegg.

Også vedlagt vår alminnelige melding var foretakenes siste årsberetning og årsregnskap.

8. OFFENTLIGHET

Som nevnt i vår alminnelige melding ber vi om at avtalen unntas fra offentlighet i sin helhet. Vi ber også om at avtalens vedlegg unntas offentlighet.

Av informasjon som gitt i fullstendig melding ber vi om at markedstall for markedet, partenes markedstall og markedsandeler i punkt 2.3, markedstall og markedsandeler, samt navnene på de aktører som nevnt i punkt 3.1, navn på aktører som nevnt i punkt 3.2 og 3.3, markedsandeler og aktører som nevnt i punkt 3.4, samt navn på aktører som nevnt i punkt 4. Bakgrunnen er at partenes markedstall og markedsandeler er forretningshemmeligheter og således unntatt offentlighet, jf fvl. § 13 første ledd bokstav b, jf offl. § 5a. Videre er øvrige markedstall og markedsandeler i markedet samt aktører basert på Euroskilt egen analyse over markedet og derfor etter Euroskilts oppfatning også å regne som forretningshemmeligheter.

For ordens skyld oversendes kopi av meldingen merket med hvilken informasjon som bes unntatt offentlighet.

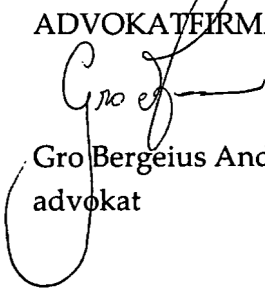
* * *

Dersom det skulle være spørsmål til ovennevnte eller tilsynet ønsker ytterligere informasjon, er det selvsagt bare å ta kontakt. Euroskilt anser det hensiktsmessig å avholde et møte med Tilsynet så snart som mulig. Vi tar derfor snarlig kontakt for å drøfte videre fremdrift.

Vi ber på bakgrunn av ovennevnte informasjon – som viser at inngrepvilkårene etter krrl. § 16 første ledd ikke er oppfylt – om at tilsynet avslutter sin saksbehandling så snart som mulig. Vi ber om at det bekreftes så snart som mulig at inngrep ikke er aktuelt, jf. krrl. § 20 annet ledd, slik at partene kan gjennomføre transaksjonen uten større forsinkelser.

Med vennlig hilsen

ADVOKATFIRMAET SCHJØDT AS



Gro Bergeius Andersen
advokat

Vedlegg