

Inneholder forretningshemmeligheter unntatt offentlighet

SIMONSEN Advokatfirma DA
C.J. Hambros plass 2D, NO-0164 Oslo
Postboks 6641 St. Olavs plass, NO-0129 Oslo
Tel: +47 21 95 55 00
Faks: +47 21 95 55 01
Organisasjonsnr.: 883 202 902 MVA
post@simonsenlaw.no
www.simonsenlaw.no

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

Att: Ingunn Bruvik

Ansvarlig advokat
Mona Søyland

Oslo
15. januar 2007

Vår ref.

FULLSTENDIG MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING - Reiten & Co Capital Partners VI L.P. – Ørsta-gruppen AS

0 OPPSUMMERING

Foretakssammenslutningen verken fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål.

Partenes virksomhet er stort sett komplementær i den forstand at partene hittil har hatt sin hovedvirksomhet på forskjellige produktmarkeder. Den begrensede overlappingen som foretakssammenslutningen fører til skaper ingen konkurransemessige problemer.

På markedet for rekkverk får partene en stor andel av omsetningen i Norge, men en ubetydelig andel av omsetningen i det relevante geografiske markedet, som minst omfatter hele Europa (EØS-området). At det relevante markedet er betydelig større enn Norge underbygges blant annet av produktharmonisering på EU-nivå (EN-1317), lave transportkostnader, aktørenes kjøp og salg på tvers av landegrensene og at muligheten for import fra Kina er aktualisert. Flere av de samme forholdene var med på å føre til at Office of Fair Trading (OFT) i 2005 tillot en foretakssammenslutning mellom to av de tre aktørene som opererte på det åpne britiske markedet, jf OFTs avgjørelse i *Hill & Smith*.

Uansett foreligger vesentlig markedsrett på *etterspørselssiden* i enkelte av de berørte markedene i denne saken, jf særlig på rekkverksmarkedet. Det er partenes erfaring at kundene utnytter denne kjøpermakten i forhandlingene og de har i Konkurransetilsynets høringsrunde i denne saken uttrykkelig vist vilje til å fortsette og benytte seg av denne kjøpermakten.

Foretakssammenslutningen gir dessuten opphav til effektivitetsgevinster som ville oppveid for eventuelle konkurransebegrensninger.

Som det også har fremkommet i Konkurransetilsynets høringsrunde vil partene hver for seg kunne bli for små i den internasjonale konkurransen dersom foretakssammenslutningen ikke gjennomføres. Det vil være uheldig dersom foretak som har utspring i Norge ikke

tillates å få den størrelsen som er nødvendig for å møte internasjonal konkurranse, mens foretak i f.eks Storbritannia tillates nettopp dette.

1 MELDER

Foretaksopplysninger

Navn: Reiten & Co Capital Partners VI L.P. (heretter RCP VI)
Adresse: c/o Augentius Fund Administration (Guernsey Limited)
Postnummer: P.O. box 79, La Plaidere House
Poststed: La Plaidere, St Peter Port, Guernsey GY1 3 DQ, Channel Islands

Kontaktperson/representant

Navn: Simonsen Advokatfirma DA v/ Anders Thue
Stilling: Advokat
Adresse: Postboks 6641, St. Olavs plass
Postnummer: NO-0129
Poststed: Oslo
Telefonnummer: 21 95 55 00
Telefaks: 21 95 55 01
E-post: at@simonsenlaw.no

2 ØVRIGE INVOLVERTE FORETAK

Navn: Ørsta-gruppen AS
Organisasjonsnummer: 958 103 069

3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

3.1 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Foretakssammenslutningen består av en selskapsrettslig fusjon og en etterfølgende overtagelse av kontroll ved rettet emisjon. Først skal Euroskilt AS (som allerede i dag kontrolleres av RCP VI) og Ørsta-gruppen AS fusjonere, med Ørsta-gruppen AS som overtakende selskap. Derneft skal RCP VI gjennom å delta i en rettet emisjon i Ørsta-gruppen AS sikre seg minst 50,1 % eierandel og dermed overta kontrollen over den fusjonerte enheten.

Fusjonen er betinget av godkjenning i selskapenes respektive generalforsamlinger. Slik godkjenning vil etter planen foreligge i slutten av januar 2007. Først ved generalforsamlingenes godkjenning av fusjonsplanen, vil endelig avtale foreligge i konkurranselovens forstand. Det er videre en betingelse for fusjonen at minst 90 % av aksjonærene i det fusjonerte selskap forplikter seg til en aksjonæravtale. Etter godkjenning i generalforsamlingene følges aksjelovens system med melding og registrering av fusjonen med kreditorvarsel (antageligvis i slutten av januar eller begynnelsen av februar). Melding om gjennomføring av fusjonen vil imidlertid ikke sendes til registrering før

Konkurransetilsynets gjennomføringsforbud ikke lenger gjelder. Fusjonen gjennomføres heller ikke praktisk før dette. Fremdriften til den endelige gjennomføringen av fusjonen er således avhengig av Konkurransetilsynets saksbehandling. Det er partenes oppfatning at den fremdrift som her beskrives er i overensstemmelse med Konkurransetilsynets gjennomføringsforbud.

Profilvirksomheten til Euroskilt AS og havbruksvirksomheten i Ørsta-gruppen AS skal utfisjoneres og inngår ikke i foretakssammenslutningen. Dette innebærer at følgende datterselskaper og tilknyttede selskaper ikke er planlagt å inngå i den sammenslåtte enheten:

Ørsta Aqua Systems AS, Procean Technologies AS, Helland Flex Technology AS, Haug Aqua Chile SA, Nyprofil AS, Nyprofil ApS, Finn Solvang AS.

Utfisjoneringsen av profilvirksomheten til Euroskilt AS gjennomføres ved at aksjonærene i Euroskilt AS mottar aksjer i et nystiftet aksjeselskap i samme eierforhold som i Euroskilt AS. Det samme gjelder for utfisjoneringsen av havbruksvirksomheten til Ørsta-gruppen. Fisjonene vil således ikke innebære noen overdragelse av kontroll for disse virksomhetene.

Forhandlingene som ledet til foretakssammenslutningen startet medio 2006.

Bakgrunnen for fusjonen – strategisk og økonomisk begrunnelse

Euroskilt og Ørsta-gruppen retter seg begge mot markedene for produkter og systemer til trafikk og beslektet infrastruktur. Selskapene opererer i hovedsak på forskjellige, men beslektede produktmarkeder, og har i stor grad komplementære produkter og systemer.

Partene ønsker å oppnå noe som kan sees på som en totalleverandørposisjon for å ligge i *forkant* av utviklingen i Europa. Partene ser at noen prosjekter (i all hovedsak EU-finansierte prosjekter i Øst-Europa, men også enkeltvis prosjekter i Norden og Europa forøvrig) gis til én totalentreprenør f.eks for bygging av en veistrekning med alt tilbehør. I noen tilfeller har partene registrert at denne totalentreprenøren ønsker færrest mulig underentreprenører/underleverandører. Partene ønsker å ta høyde for at dette kan være en trend som vil bre seg til resten av det europeiske markedet. Foretakssammenslutningen er et viktig skritt på veien i så måte.

Dette er uansett ikke en trend som er tydelig nok til at det har oppstått et marked for totalleveranser i konkurranserettslig forstand. Etter partenes oppfatning gjelder dette selv om man tar utgangspunkt i en fremoverskuende markedsavgrensning. Per i dag er det partenes oppfatning at leveranser på de aktuelle markedene skjer på produkt(gruppe)basis. Dvs at skilt fremdeles er ett marked, rekkverk et annet osv. Dette er reflektert i markedsavgrensningen i den alminnelige meldingen.

I den nærmeste framtid vil det å være en totalleverandør være av begrenset betydning. Partene antar likevel at det kan ha en viss markedsføringsmessig betydning å være representert på mange markeder ettersom kundene oftere vil støte på varemerket til den sammenslåtte enheten. Dette vil øke gjenkjenneligheten.

Begge selskap har strategier for internasjonalisering og vil gjennom sammenslåing styrke sin evne til å konkurrere og gjøre oppkjøp i utlandet. Fusjonen vil videre styrke selskapenes mulighet til effektive innkjøp, særlig fra lavkostland. En slik tilpasning vurderes nødvendig for overlevelse over tid idet markedene selskapene betjener i vesentlig grad er åpnet for konkurranse ved innføring av EU-standardisering, jf nedenfor.

Terminologi

Når "Euroskilt" og "Ørsta-gruppen" brukes i det følgende menes hele det relevante konsernet i konkurranselovens forstand, dvs alle selskaper under samme kontroll. Dette så langt ikke annet fremgår av sammenhengen.

3.2 UTØVELSE AV KONTROLL

Etter at RCP VI har deltatt i den rettede emisjonen i den sammenslåtte enheten vil RCP VI ha mer enn 50 % av stemmene i selskapet og dermed enekontroll.

3.3 FELLESFORETAK

Det opprettes ikke et fellesforetak i konkurranselovens forstand.

3.4 ENDELIG AVTALE

Foretakssammenslutningen er avhengig av at begge selskapers (Ørsta-gruppen AS og Euroskilt AS) generalforsamlinger godtar fusjonsplanen, jf ovenfor. Slik godkjennelse er ventet å foreligge i slutten av januar 2007. Først ved slik godkjennelse vil avtalen om foretakssammenslutningen anses å være endelig i konkurranselovens forstand.

4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

4.1 FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDER

RCP VI

RCP VI er et private equity fond etablert på Guernsey. Det er ingen foretak som kontrollerer RCP VI.

For en mer utfyllende beskrivelse av RCP VI, se alminnelig melding fra RCP VI v /Thommessen av 1. november 2006 (RCP VIs oppkjøp av Malthus AS).

Euroskilt-konsernet

RCP VI eier ca 68 % av aksjene i Euroskilt AS. Euroskilt-konsernet har et stort spekter av vei- og trafikkrelaterte produkter. Konsernet har i dag ca 460 ansatte i ca 20 bedrifter i inn-

og utland. Selskapets virksomhet er hovedsakelig konsentrert om Norge, Sverige, Danmark, Polen, Ukraina, Romania og Hviterussland.

Vedlegg 1 gir en oversikt over operasjonell og juridisk struktur i Euroskilt-konsernet. Vedlegg 2 gir en kort beskrivelse av virksomhetene til de kontrollerte datterselskapene.

Euroskilt AS leverer selv, eller gjennom sine datterselskaper, produkter innen følgende hovedområder:

- trafikk- og reklameskilt (se dog pkt 3 ovenfor)
- skiltmaster og monteringsutstyr
- kurs i arbeidsvarsling
- vei- og brorekkverk
- støtputer for kjøretøy og for montering foran påkjøringsfarlige elementer langs vei
- oppmerking av vei, flyplasser og parkeringsarealer
- brudekker i aluminium
- støyskjerming av vei og jernbane
- tunnelkledninger
- møbler og trafikkprodukter for utemiljø og kollektivtrafikk
- bildekor (se dog pkt 3 ovenfor)

Ørsta-gruppen

Ørsta-gruppen AS med datterselskaper (heretter Ørsta-gruppen) leverer produkter, tjenester og systemer innen forretningsområdene infrastruktur og marine installasjoner. Ørsta-gruppen AS kontrollerer datterselskaper i Sverige, Finland, Kroatia og Polen. Ørsta-gruppen har som konsern ca 420 ansatte.

Vedlegg 3 gir en oversikt over operasjonell og juridisk struktur i Ørsta-gruppen-konsernet. Vedlegg 4 gir en kort beskrivelse av virksomhetene til de kontrollerte datterselskapene.

Ørsta-gruppen leverer selv, eller gjennom sine datterselskaper, produkter innen følgende områder:

- marinaprodukter
- bergsikring
- overflatebehandling
- rekkverk
- vegbelysning
- utemiljø
- trapper, rekkverk og balkonger til bygg og anlegg
- havbruk (se dog pkt 3 ovenfor)
- gitterrist-produkter

4.2 ANDRE EIERINTERESSER

Vedlegg 3 inneholder en oversikt over Ørsta-gruppen AS' eierinteresser i selskaper der de ikke har kontroll.

Vedlegg 1 inneholder en oversikt over Euroskilts eierinteresser i selskaper der de ikke har kontroll.

4.3 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT

Navn	Omsetning 2005 (i MNOK)	Driftsresultat 2005 (i MNOK)
RCP VI (inkl kontrollerte foretak)	1366,45 ¹	85,6 ²
Ørsta-gruppen (inkl kontrollerte foretak)	452	38 ³

4.4 BRANSJEORGANISASJONER

Euroskilt er medlem av NHO, Norsk Industri, SVBRF (Svenska Väg- och broräckesföreningen), SIS, Svenskt Näringsliv og Nordic Galvanizers.

Ørsta-gruppen er medlem av NHO, Norsk Industri, Norsk Forening for Fjellsprengningsteknikk, Nordic Galvanizers, Entreprenørforeningen Bygg & Anlegg, Almega, Teknikföretagen, Företagarana, Sydsvenska Industri och Handelskammaren og Næringsforeningen Trondheim.

5 BESKRIVELSE AV DE MARKEDENE SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

5.1 BERØRTE MARKEDER

5.1.1 Utemiljø (park, gate og hage)

Dette markedet er horisontalt berørt. Markedet er også marginalt vertikalt berørt.

Produktmarked

Euroskilt har i alminnelig melding av 15. april 2005 (Euroskilt/Norskilt) beskrevet markedet for gatemiljø. Gatemiljø (eller utemiljø) kan kort beskrives som produkter til park, gate og hage f.eks benker, søppelstativ, sykkelstativ, bord, prydrekkverk, leskur etc.

Geografisk marked

Det er verken betydelige større transportkostnader eller andre hindringer av betydning for at etterspørre i Norge av produkter til park, gate og hage kan kjøpe benker, søppelstativ, sykkelstativ, bord, prydrekkverk og leskur mv. fra tilbydere i andre land. Særlig gjelder

¹ Tallet inkluderer omsetningen til Malthus AS, jf melding fra RCP VI v /Thommessen av 1. november 2006

² Tallet inkluderer omsetningen til Malthus AS, jf melding fra RCP VI v /Thommessen av 1. november 2006

³ Driftsresultat hele konsernet

dette større leveranser. Det relevante geografiske markedet omfatter derfor minst Norden, trolig hele Europa.

5.1.2 Tunnelsikring

Dette markedet er horisontalt og vertikalt berørt.

Produktmarked

Markedet består av produkter og tjenester til vann- og frostsikring av tunneler. Euroskilt har i hovedsak bare solgt ett produkt på dette markedet, et brannsikkert hvelv. Ørsta-gruppen har 60-70 produkter, samt entreprenørvirksomhet. Ørsta-gruppen forestår montering for Euroskilt, som underentreprenør.

Geografisk marked

Tilsvarende som for produkter til utemiljø, er det verken betydelige transportkostnader eller andre hindringer av betydning for at etterspørre i Norge av produkter og tjenester til vann- og frostsikring av tunneler kan kjøpe dette fra tilbydere i andre land. Det relevante geografiske markedet omfatter minst Norge, Sverige og Finland, men er antageligvis større.

5.1.3 Rekkverk

Dette markedet er horisontalt berørt. Vi har oppfattet at Konkurransetilsynet etter den alminnelige meldingen har stilt flest spørsmål knyttet til dette markedet, og melder vil derfor forklare mer detaljert hvordan dette markedet fungerer.

Produktmarked

Ørsta-gruppen og Euroskilt produserer og selger stålrekkverk til vei og bro, midlertidig rekkverk, samt tilhørende produkter (rekkverk til gang- sykkelvei, rekkverksender/avslutninger mv). Etterspørre etter disse produktene har behov for å sikre kjøretøy og fotgjengere på veier, broer og så videre. Produktområdet anses som sentralt i å realisere målsetningen om reduksjon i antall omkomne i trafikken.

Ved en liten varig prisøkning på stålrekkverk, vil en del av etterspørre kunne substituere seg over til betongrekkverk og motsatt så lenge rekkverk av begge materialer tilfredsstiller kundens behov. Rekkverk av stål og betong er derfor så nære substitutter at de tilhører det samme relevante produktmarkedet i konkurranselovens forstand. Selv om betongrekkverk normalt er dyrere å anskaffe enn stålrekkverk oppfattes slikt rekkverk av kundene som mindre vedlikeholdskrevende. Av denne grunn er det tilstrekkelig substituerbarhet mellom de to produktene. Det kan også tenkes at rekkverk i andre materialer, for eksempel treverk, i enkelte tilfeller er substituerbart med stålrekkverk. Det relevante produktmarkedet kan derfor også tenkes å være enda videre enn rekkverk av stål og betong. Trekkverk med stålbejelker inni er mye brukt på det europeiske markedet.

At rekkverk av materialene stål og betong inngår i samme relevante produktmarked støttes av OFTs avgjørelse i *Hill & Smith Holdings plc/Lionweld Kennedy Limited* (heretter Hill & Smith) av 24. februar 2005. I denne saken fant OFT at stål- og betongrekkverk ville kunne inngå i det samme produktmarkedet når Storbritannia hadde implementert EU-standardEN 1317 for rekkverk. Denne standarden er implementert i Norge.

Geografisk marked

Etterspørre etter rekkverk av stål og betong til vei og bro mv. er entreprenørfirmaer innenfor anlegg som Mesta, Veidekke og Skanska, i tillegg til mindre firmaer innenfor anleggsbransjen. Som regel kjøpes produktene inn i store kvanta og fraktes frem til anleggsplassen med vei- og sjøtransport.

Entreprenørfirmaer i Norge kan kjøpe inn rekkverk fra produsenter over hele Europa. Det er ingen formelle hindringer av betydning for å kjøpe inn rekkverk fra leverandører lokalisert for eksempel i Sverige, Italia eller Polen. Se nedenfor om godkjenningsordningene, samt Vegdirektoratets uttalelser om disse. Det er heller ingen formelle hindringer av betydning for innkjøp av rekkverk fra leverandører utenfor Europa, f.eks Kina.

Transportkostnaden ved å få rekkverk levert fra andre land avviker ikke vesentlig fra transportkostnadene ved å få rekkverk levert fra produsenter i Norge. Det som er av betydningen for transportkostnaden, er i hovedsak landtransporten. Denne er ikke nødvendigvis høyere selv om produktene produseres i andre land og kan transporteres med båt til nærmeste havn. Merkostnadene for utenlandske aktører ved transport til landet oppveies for en stor del ved lavere landtransport enn partene innen Norge pga partenes lokalisering på Vestlandet.

I det følgende gis eksempler på transportkostnader med utgangspunkt i leveranser fra Vik Verk i Sogn.

I eksemplene er det lagt til grunn at det er snakk om leveranser av normal størrelse. Transportkostnadene ved svært små leveranser kan bli noe større. På den annen side vil det kunne være mulig å redusere transportkostnadene noe ved svært store leveranser.

Eksempler:

- Transport i Sør-Norge utgjør normalt ca 3-5 % av salgsprisen på varen.
- Levering til Tromsø utgjør ca 4 – 6 % av salgsprisen på varen.
- Transportkostnader til Sverige utgjør ofte ikke mer enn ca 3 % av salgsprisen. Det er rimelig transport til Sverige pga rimelige returrater (dvs frakt i biler som har kommet til Vestlandet med andre varer).
- Transportkostnaden på importvarer kan ofte være lavere enn den kostnaden som er relevant for Vik Verk. Dette skyldes at Vik Verk først må importere råvarene (stål på coil, som er en slags rull) fra Kina eller Russland. Europeiske konkurrenter som har et stålverk nær rekkverkfabrikken har lavere transportkost på råvaren. Merkostnad på transport av råvare til Vik i forhold til fabrikker i andre europeiske land (Tyskland, Polen) kan utgjøre ca 6 % av salgsprisen. Partene anslår at mange europeiske leverandør totalt vil betale det samme eller mindre for samlet transport

(råvare til fabrikk og ferdigvare fra fabrikk) til destinasjoner i Norge. Dette gjør det lett for europeiske aktører å konkurrere i Norge.

- Transport fra Polen til Østlandet utgjør ca 6,4 % av salgsprisen.

Det er partenes oppfatning at det for de deler av Østlandsområdet som er nærområder til containerterminaler vil de samlede transportkostnader fra Kina vil kunne være på størrelse med transportkostnadene fra Vik Verk AS og Ørsta Stål AS.

Tallene ovenfor stemmer godt overens med tallene som er lagt til grunn i OFTs avgjørelse i *Hill & Smith*⁴. I den avgjørelsen ble det estimert at gjennomsnittlig transportkostnad innen Storbritannia var 5 % av produktverdien, mens gjennomsnittlig transportkostnad på import var 9 % av produktverdien. OFT uttalte at "No other significant barriers to trade have been identified. Customers considered that transport costs were not significant and could be offset against the lower prices offered by the larger European suppliers".

Det geografiske markedet må med bakgrunn i dette anses minst å være EØS-området. Dette er i tråd med hva OFT kom til i *Hill & Smith*. Saken gjaldt en konsentrasjon som involverte to britiske aktører som blant annet var aktive på markedet for rekkverk. Selv om markedet i Storbritannia ble mer konsentrert, anså OFT at det ikke var grunn til å gripe inn. Dette skyldtes blant annet at OFT anså at markedet innen nær fremtid ville omfatte hele EU. Dette skyldtes at man i Storbritannia skulle implementere EU-standard EN 1317 for rekkverk. Dermed ville enhver europeisk tilbyder av rekkverk kunne komme lett inn på det britiske markedet. EN 1317 er også implementert i Norge, jf ovenfor.

Av de samme grunner som OFT la til grunn, må markedet også i denne saken anses for å være europeisk (EØS-området). Det kan nevnes at flere utenlandske produkter er godkjent for bruk i Norge.

Det vises til uttalelser⁵ fra Statens Vegvesen/Vegdirektoratet i denne saken. Her uttales det at "Det er ingen sentral godkjenning i EØS, men hvis rekkverket er godkjent etter EN 1317 skal det ikke være et problem å bruke rekkverket i Norge". Videre uttales at "Det er ingen krav av betydning utover de krav som stilles i EN 1317" og "Det er ingen spesielle etableringshindringer".

Statens Vegvesen/Vegdirektoratet viser også til at det er en sentral EU-godkjenning av rekkverksprodukter på trappene, men at det er usikkert når denne vil tre i kraft. Selv om den formelle felles godkjenningsordningen ikke ennå er på plass gjelder altså standarden, slik at de produkter som oppfyller denne skal godkjennes i de ulike landene. Merk også at det allerede nå finnes en ordning som innebærer at en godkjenning i Sverige automatisk innebærer godkjenning i Norge og omvendt, jf også uttalelser fra Statens Vegvesen/Vegdirektoratet i denne saken.

Se også uttalelse⁶ fra Arvid Gjerde AS, hvor det blant annet uttales at "Globalt marked. Det er produsenter i alle land og alle er potensielle leverandører".

⁴ *Hill & Smith Holdings plc/Lionweld Kennedy Limited* (Hill & Smith) av 24. februar 2005

⁵ Jf Konkurransetilsynets telefonnotat av 20. desember 2006

⁶ Jf Konkurransetilsynets telefonnotat av 19. desember 2006

Mesta AS uttaler⁷ at "Potensielle leverandører kan i prinsippet være fra hele Europa. Produktene som de leverer må imidlertid ha de nødvendige godkjenninger og sertifikater i henhold til normalene fra Vegdirektoratet" (vår understrekning). Mesta AS uttaler videre samme sted at Mesta AS etter foretakssammenslutningen "må således forsøke å gå til utlandet for å skaffe seg disse produktene".

Mesta har overfor Konkurransetilsynet indikert⁸ at de er usikre på å bruke utenlandske leverandører;

"den anførte usikkerheten [knytter] seg rett og slett til den usikkerhet som alltid er der når man skal se etter nye leverandører, særlig i de tilfellene hvor de eventuelle, nye leverandørene er utenlandske. Mesta har så langt kjøpt de angjeldende innsatsfaktorene fra de aktuelle norske leverandørene, og har således ikke noen erfaring med utenlandske leverandører av disse produktene" (vår understrekning).

Mestas usikkerhet er altså av generell art og kan ikke tas til inntekt for at markedet er begrenset til Norge. Tvert i mot viser Mesta AS' uttalelser at markedet er internasjonalt.

Det kan opplyses at partene er kjent med at denne type internasjonale forespørsel er brukt av innkjøpere av rekkverk. Et annet aspekt som er med på å understreke at rekkverksmarkedet er internasjonalt er at *entreprenørmarkedet* internasjonaleses. 

 Entreprenører som allerede opererer internasjonalt vil ikke være usikre på bruk av utenlandske leverandører, slik Mesta AS hevder de er.

Teto Road Secure AS uttaler⁹ at "Det vil også være muligheter for utenlandske aktører å etablere seg i Norge avhengig av markedets størrelse fremover". Videre uttales at "FMK og Varmforzinking er eksempler på utenlandske firmaer som markedsfører bro og vegrekkverk i Norge i dag...Siden Euroskilt-Ørsta vil rette sin markedsføring mot utlandet vil det selvfølgelig gi samme muligheter for utenlandske aktører i det norske markedet".

Reinertsen AS uttaler¹⁰ at Reinertsen AS ikke lenger er "redd" for å knytte til seg utenlandske leverandører.

Det kan nevnes at partene ved flere anledninger har solgt rekkverk i andre europeiske land (f.eks Irland, England, Sverige, Danmark og Island). Euroskilt har til og med deltatt i konkurranse så langt unna som Jamaica. Videre kan det nevnes at AB Varmforzinking¹¹ og FMK AB¹² er eksempler på svenske leverandører som leverer i Norge.

Vi viser dessuten til hjemmesiden til en av de største aktørene på rekkverk, Volkmann-Rossbach. Referanselisten rekkverksproduktene viser at disse produktene er levert i en

⁷ Jf notat til Konkurransetilsynet av 17. desember 2006

⁸ Jf bl.a e-post fra Stein Ove Solberg til Konkurransetilsynet v/Fedje av 22. desember 2006

⁹ Jf Konkurransetilsynets telefonnotat av 21. desember 2006

¹⁰ Jf Konkurransetilsynets telefonnotat av 19. desember 2006

¹¹ F.eks leveranser til E 6 Melhus i Sør Trøndelag og E 18 Ørje i Østfold

¹² F.eks leveranser til Oslo- og Drammensområdet

rekke land foruten Tyskland, f.eks Sverige, Skottland, Slovenia, Latvia, Tyrkia, Israel og Irland:

<http://www.volkmann-rossbach.de/referenzen.html>

En kopi av disse sidene vedlegges som vedlegg 6.

Det vises også til hjemmesiden til den nederlandske leverandøren Verran B.V, der det fremkommer at de er en leverandør på rekkverksprodukter på verdensmarkedet:

<http://www.verran.nl/index.htm>

En kopi av siden er vedlagt som vedlegg 7. Verran B.V uttaler på siden at "Verran's primary business is marketing safety barrier systems produced by Laura Metaal Eygelshoven BV. Laura Metaal is one of the major manufacturers of safety barrier products in The Netherlands. Located in the south, we are ideally situated for transporting our products worldwide".

Det er altså ikke nødvendig for leverandørene å være fysisk etablert i alle de land de selger produktene til. Det er enkelt å levere på tvers av landegrensene selv om man kun er etablert i ett eller noen få land. Det vises til tilsvarende vurderinger i Fornyings- og administrasjonsdepartementets vedtak¹³ i klagesaken om National Oilwell/Varco, der departementet blant annet uttalte at:

"Departementet finner at Konkurransetilsynet i denne saken har avgrenset det relevante geografiske markedet for snevert. Departementet viser til at selv om fysisk tilstedeværelse i Nordsjøområdet er et konkurransefortrinn, er det verken et lovbestemt krav eller en forutsetning fra kjøpernes side. Når det gjelder tekniske krav til utstyret, er det riktig at det er et lovbestemt krav om bruk av fjernoperert rørhåndteringsutstyr på norsk sokkel.

Departementet får imidlertid opplyst at slikt utstyr i praksis anvendes også i andre havområder. Departementet finner på bakgrunn av dette at det ikke er grunnlag for å avgrense det geografiske markedet til Nordsjøen. Departementet legger til grunn at det geografiske markedet for boreutstyr er globalt".

Oppsummeringsvis er rekkverk av stål og betong som tilfredsstillende de standarder som etterspørerne må forholde seg til, i samme relevante marked. Ved at det er små forskjeller i transportkostnader om innkjøpene gjøres i Norge eller andre land i Europa, omfatter det relevante markedet alle leverandører av slike produkter minst i hele EØS-området. Partene oppnår en markedsandel på under 4 % i det relevante markedet, jf nedenfor.

5.1.4 Korrosjonsvern - Leiemarked for varmforsinkning

Dette markedet er horisontalt berørt.

Produktmarked

¹³ Vedtak av 18. november 2005

Partene er leverandører på markedet for korrosjonsvern, eventuelt et snevrere såkalt *leiemarked for varmforsinking*. Varmforsinking som korrosjonsvern benyttes på en rekke av de involverte selskapenes egne produkter (f.eks rekkverk). Begge partene har egen produksjonskapasitet innenfor dette området med varmforsinkingsanlegg i Ørsta, Vik i Sogn, Trondheim og Ønnestad (Sverige). Disse anleggene benyttes primært til egne produkter. Ledig kapasitet gjør at man i tillegg utfører korrosjonsvern på produkter fra stålbearbeidende industri og entreprenører. Omfanget av dette varierer fra anlegg til anlegg, hvor anlegget i Trondheim har den største tonnasjen.

Mekanisk industri og skipsindustri har behov for overflatebehandling av visse komponenter i deres produkter. Overflatebehandlingen skjer ved at komponenten dyppes i flytende sink.

Det produkt partene leverer (varmforsinking) konkurrerer med andre typer korrosjonsvern på dette markedet, f.eks malingssystemer for stål og aluminium. Det er ikke nødvendig å foreta en nøyaktig avgrensning av dette markedet ettersom partene uansett kun vil oppnå en liten markedsandel.

Geografisk marked

Det er i dag importkonkurranse fra anlegg i både i vestre deler av Sverige og i Danmark, i tillegg til konkurranse fra alternative teknologier for korrosjonsvern i andre land. Eksempler på dette er malingssystemer for stål og andre materialer for eksempel aluminium. Markedets geografiske utstrekning omfatter derfor mer enn Norge. I det følgende tas det utgangspunkt i et norsk marked med noe importkonkurranse.

Selv om markedet hadde vært så snevert som regionalt, vil partene uansett ha små markedsandeler. Det er derfor ikke nødvendig å avgrense dette markedet nøyaktig.

5.1.5 Støyskjerming

Dette markedet er horisontalt berørt.

Produktmarked

De involverte foretak har mindre leveranser av støyskjermer ifm skjerming mot trafikkstøy. Partenes marginale befatning med dette markedet gjør at partene har noe begrenset informasjon om markedet og dets aktører.

Det benyttes en rekke ulike teknologier/metoder for støyskjerming i dag. Eksempler på dette er støyvoller, støyisolering og tradisjonelle støyskjermer. Når det gjelder støyskjermer, utføres disse av ulike materialer som tre, tre/glass/stål, aluminium/glass, komposittmateriale og betong. Ofte tegner kundens arkitekter nye støyskjermer. Dette gjør at svært mange kan levere disse produktene.

Geografisk marked

Fordi partene uansett oppnår ubetydelige markedsandeler, er det etter partenes oppfatning ikke nødvendig å avgrense den geografiske utstrekningen av dette markedet nøyaktig. Markedet må imidlertid minst anses å være Norden, men muligens hele Europa.

5.1.6 Skiltoppsettingsutstyr

Dette markedet er vertikalt og horisontalt berørt.

Produktmarked

Euroskilt har i en tidligere sak definert et marked for oppsettingsutstyr for skilt¹⁴. I markedet inngår utstyr til å sette opp skilt (dvs skiltstolper, skiltmaster, skiltportaler og tilhørende produkter som fundamenter og festemateriell).

Geografisk marked

I Euroskilt/Norskilt var det ikke nødvendig å avgrense det geografiske markedet presist. Det er heller ikke nødvendig i denne saken. Produktene er i stor grad handelsvarer som kan skaffes fra et stort antall leverandører i Europa og resten av verden. Markedet er antageligvis minst Europa eller Norden, men det at skiltoppsetningsutstyr til en viss grad selges sammen med skilt kan muligens tale for at markedet er nasjonalt. Se om skiltmarkedet i punktet om tilgrensende markeder nedenfor.

Euroskilt har virksomhet innenfor skilt og oppsettingsutstyr i Norge og Danmark. Ørsta-gruppen selger slike produkter kun i begrenset omfang til kunder i Norge gjennom datterselskapet Ørsta Stål AS. Samlet omsetning for Ørsta Stål AS i 2006 var ca kr 0,5 mill. Euroskilt var den største kunden med en omsetning på ca kr 0,3 mill. Ørsta-gruppen har også salg til kunder i Sverige gjennom sitt datterselskap Vägbelysning i Sverige AB. Ørsta-gruppen har inngått avtale vedrørende utviklings- og leveringsprosjektet "Vägutrustning med særskilt formspåk" med det svenske Vägverket. Ørsta-gruppen skal utvikle en helhetlig produktserie i samarbeid med en dansk designer for en rekke vegprodukter som vegrekkverk, brurekkverk, lysmaster og skiltstolper. De første leveransene planlegges i 3. kvartal 2007.

I tillegg til omsetningen i Sverige selger Vägbelysning i Sverige AB et produkt til Euroskilt i Norge (skiltportaler).

Partene anser det ikke nødvendig å foreta en presis markedsavgrensning i denne saken ettersom partene uansett har markedsandeler som ikke gir opphav til konkurranseproblemer. Dersom Konkurransetilsynet mener at markedene er nasjonale er dette i første rekke et vertikalt berørt marked. Dersom Konkurransetilsynet mener at det geografiske markedet er større kan markedet være et horisontalt berørt marked.

5.1.7 Avsperring

Dette markedet er horisontalt og vertikalt berørt.

¹⁴ Jf Euroskilt/Norskilt, alminnelig melding av 15. april 2005 og fullstendig melding av 4. mai 2005

Produktmarked

Det er et vidt spekter av produkter som inngår i dette markedet. Kundenenes behov er midlertidig og permanent avsperring/sikring av områder (anlegg, eiendommer, veier etc). Produkt eksempeler er gjerder, grunder, bomber etc. Hjemmesiden til Rosings AS gir eksempler på hvilke produkter som inngår i markedet:

<http://www.rosing.no/index.php?id=33>

Kopi av siden er vedlagt som vedlegg 8.

Geografisk marked

Det er verken betydelige større transportkostnader eller andre hindringer av betydning for at etterspørere i Norge av produkter til avsperring kan kjøpe slike fra tilbydere i andre land. Særlig gjelder dette større leveranser. Det relevante geografiske markedet omfatter derfor minst Norden, trolig hele Europa.

5.2 TILGRESENDE MARKEDER

De tilgrensende markeder som det her redegjøres for skiller seg fra de berørte markeder ved at det ikke er (tilstrekkelig) substituerbarhet mellom disse produktene og produktene i pkt 5.1.1 – 5.1.7 til at de tilhører et av de berørte markedene.

Et tilgrensende marked er markedet for skilt, se mer i Euroskilts meldinger i Euroskilt/Norskilt¹⁵. Hva gjelder standard trafikkskilt i de europeiske landene er ikke produktenes egenskaper veldig forskjellige. Alle land benytter aluminium, stål eller plast, samt reflekterende folie. Men siden det for tiden ikke foreligger noen felles standard som definerer hvordan et trafikkskilt skal se ut, kan man ikke sette opp f.eks et svensk skilt i Norge. Det er forskjeller i farger, fasong, budskap og selvsagt språk som gjør dette. Men forholder man seg til normene og språket i det enkelte land spiller det selvsagt ikke noen rolle i hvilket land skiltet er produsert, eller hvilket land leverandøren kommer fra. På denne bakgrunn er det mulig at dette markedet i motsetning til de markeder som er *berørt* av foretakssammenslutningen, er nasjonalt. Av partene er det kun Euroskilt som er en aktør på dette markedet.

Det er mulig at det kan defineres tilgrensende markeder for hhv arbeidsvarsling og vegmerking. Uansett er dette markeder der kun Euroskilt har virksomhet¹⁶.

Markedet for vegbelysning er et tilgrensende marked. Ørsta-gruppen har en ikke ubetydelig andel av omsetningen i Norge på veibelysning, men er små i europeisk sammenheng. Euroskilt har tidligere hatt noe begrenset omsetning på dette feltet (lysmast), men er ikke lenger en aktør på dette markedet. Den eneste omsetningen Euroskilt har hatt på dette markedet er to leveranser på hhv 15 og 30 lysmaster i 2005. Euroskilt har stoppet

¹⁵ Jf Euroskilt/Norskilt, alminnelig melding av 15. april 2005 og fullstendig melding av 4. mai 2005

¹⁶ Ørsta-Gruppen foretar imidlertid varslig av egne arbeider der det gjøres arbeid på trafikkert vei. Dette gjøres imidlertid kun i forbindelse med tunnelsikring. Ørsta-Gruppen er således ikke en aktør på markedet for arbeidsvarsling

produksjonen av dette produktet og har verken budsjettert med, eller hatt omsetning på dette produktet i 2006.

Et tilgrensende marked til tunnelsikring er markedet for bergsikring. Produktene på førstnevnte marked skal sikre tunnelen mot vann og frost. Sistnevnte skal sikre mot ras. Det er kun Ørsta-gruppen som er aktiv på sistnevnte marked.

Konkurransetilsynet har reist spørsmål ved om det finnes et marked for totalleveranser til vei. Som tidligere besvart¹⁷ anser partene at det ikke foreligger et slikt marked. Det vises til tidligere oversendt informasjon på dette punkt. Se også pkt 3.1 ovenfor. Uansett vil ikke konsentrasjonen øke, snarere tvert i mot, i et eventuelt "totalleveransemarked", fordi partene ikke opererer i noe slikt marked i dag.

6 BESKRIVELSE AV MARKEDSSTRUKTUREN I DE BERØRTE MARKEDENE

6.1 OMSETNINGSANSLAG¹⁸ – MARKEDET TOTALT

6.1.1 Utemiljø

Partene anslår at det nordiske markedet har en omsetning på ca kr 500 millioner.

6.1.2 Tunnelsikring

Partene anslår at det nordiske markedet (Norge, Sverige og Finland) har en omsetning på ca kr 450 millioner.

6.1.3 Rekkverk

Partene anslår at det europeiske markedet, som er det relevante markedet, har en omsetning på ca kr 5 milliarder. Den nordiske delen av omsetningen er på anslagsvis kr 775 millioner, mens den norske delen av omsetningen er på anslagsvis kr 250 millioner.

6.1.4 Leiemarked for varmforsinkning

Partene anslår at det relevante markedet har en omsetning på ca kr 150 millioner. I volum er dette anslagsvis 25.000 tonn varmforsinket stål. Varmforsinkning til bruk i egen produksjon (captive production) er ikke medregnet.

¹⁷ Se notat oversendt på e-post til Konkurransetilsynet v/Fedje 18. desember 2006

¹⁸ Det finnes ingen kjente omsetningsstatistikker for de relevante markedene. Alle anslagene er derfor basert på partenes generelle kjennskap til markedene

6.1.5 Støyskjerming

Partene kjenner ikke størrelsen på dette markedet. Anslagsvis er det på kr 300 – 600 millioner i Norden og flere milliarder kroner i Europa. Dersom Konkurransetilsynet, mot formodning, skulle komme til at markedet er så snevert som Norge anslår partene at det relevante markedet har en omsetning på ca kr 70 millioner.

6.1.6 Skiltoppsettingsutstyr

Partene anslår at det relevante markedet har en omsetning på ca kr 190 millioner dersom det avgrenses så snevert som Norge. Omsetningen i Norden er mer enn kr 600 millioner.

6.1.7 Avsperring

Partene anslår at det relevante markedet (Norden) har en omsetning på ca kr 1,5 mrd. I Norge er omsetningen ca kr 400 millioner.

6.2 DE INVOLVERTE FORETAKENES OMSETNING OG MARKEDSANDELER

6.2.1 Lemping på kravene til fullstendig melding

Det vises til telefonsamtale med Konkurransetilsynet v/Jan Petter Fedje 3. januar 2007. I samtalen bekreftet Konkurransetilsynet at melder ikke trenger å oppgi omsetning målt i volum på markeder der volum ikke kan oppgis på noen enkel og meningsfull måte. Omsetning målt i verdi oppgis for alle markeder. Se vedlegg 13 for mer informasjon om lemping i denne saken.

6.2.2 Utemiljø

Euroskilt har en omsetning på dette markedet på kr 10 millioner, mens Ørsta-gruppen har en omsetning på kr 25 millioner. Partene får en samlet markedsandel på ca 7 %. Selv med en *for* snever markedsavgrensning (dvs kun Norge) har partene ikke mer enn 35 % til sammen. Ørsta-gruppen selger produkter for ca kr 450.000 per år til Euroskilt på dette markedet.

6.2.3 Tunnelsikring

Ørsta-gruppen har en omsetning på ca kr 59 millioner og dermed ca 13 % markedsandel. Euroskilt har hatt en begrenset satsing på dette markedet. Euroskilts markedsstilling er liten og minkende. De tre siste årene har Euroskilts omsetning på dette markedet variert mellom 0 og 4 millioner kroner. I 2006 omsatte Euroskilt kun for ca kr 300.000 på dette markedet. Euroskilts markedsandel er derfor tilnærmet lik 0.

6.2.4 Rekkverk

Euroskilt har ca kr 154 millioner i omsetning på dette markedet, mens Ørsta-gruppen har ca kr 36 millioner¹⁹. Partenes markedsandel i det relevante markedet er marginal, ca 4 %. Markedsandelen alene viser at partene ikke kan utøve markedsrett etter sammenslutningen jf nedenfor.

Innenfor Norden er partenes andel av omsetningen ca 24 %. Innenfor Norge har partene p.t. en andel av omsetningen på anslagsvis 60 % til sammen.

Merk at tallene i dette punktet avviker marginalt fra tallene i den alminnelige meldingen²⁰.

6.2.5 Leiemarked for varmforsinkning

Euroskilt har en omsetning på dette markedet på kr 1,5 millioner, mens Ørsta-gruppen har en omsetning på kr ca 20 millioner. Partene får en samlet markedsandel på ca 15 %.

6.2.6 Støyskjerming

Euroskilt og Ørsta-gruppen har hver en omsetning på ca kr 1 million på dette markedet. Partene har en markedsandel på under 1 % i Norden og tilnærmet 0 % i Europa. Partene får en samlet markedsandel på ca 3 % hvis markedet, mot formodning, avgrenses så snevert som Norge.

6.2.7 Skiltoppsettingsutstyr

Euroskilt har en omsetning på dette markedet på kr 50 millioner i Norge og kr 5 millioner i Danmark.

Ørsta-gruppen har en omsetning på kr 1,6 millioner (hvorav kun kr 200.000 til andre enn Euroskilt) i Norge og kr 3,3 millioner i Sverige.

Partene vil ha en markedsandel på ca 31 % hvis markedet avgrenses til Norge og under 10 % hvis markedet avgrenses til Norden.

6.2.8 Avsperring

I det følgende gis opplysninger basert på den snevrest mulige markedsavgrensningen (Norden). Partene har i hovedsak hver for seg betjent de nordiske landene med et

¹⁹ 2006-tall. I alminnelig melding ble det oppgitt 40 millioner

²⁰ Dette skyldes at noe av Euroskilts europeiske omsetning ikke kom med i den alminnelige meldingen. Partene beklager dette. Uansett spiller dette ingen rolle for partenes stilling på det relevante markedet. Til orientering er Euroskilts omsetning kr 154 millioner i Europa, kr 152 millioner i Norden og kr 110 millioner i Norge

produktspekter som kombinerer egne produkter og importerte handelsvarer. Smekab AS (Ørsta-Gruppen) selger noen produkter på dette markedet til Euroskilt.

Ørsta-gruppen har en omsetning på dette på kr 21,7 millioner, mens Euroskilts omsetning er på kr 18 millioner. Partenes samlede markedsandel på det nordiske markedet er dermed ca 3 %.

6.3 SALGSKANALER

Partene har ikke tilstrekkelig oversikt over salgskanalene benyttet av konkurrentene og vil derfor konsentrere seg om å redegjøre for de kanaler partene selv benytter.

6.3.1 Utemiljø

83 % av de produktene Ørsta-gruppen leverer på dette markedet er direkte salg til kunde. Salg gjennom agenter og forhandlere står for de resterende 17 %.

30 % av omsetningen til Euroskilt går direkte til stat, kommune og fylker, 20 % går til entreprenører, mens 50 % går til andre private aktører.

6.3.2 Tunnelsikring

Ørsta-gruppen opererer både som produktleverandør og entreprenør i dette markedet. Produktene fremstilles og selges av datterselskapet Ørsta Stål AS. Deler av dette salget skjer til søsterselskapet Tunnelteknikk AS som er entreprenør og deler av salget skjer til andre entreprenører og konkurrerende virksomheter som eksempelvis Giertsen Tunnel AS. Euroskilts begrensede salg har vært til entreprenører.

6.3.3 Rekkverk

Ørsta-gruppen leverer 60 % av produktene på dette markedet ferdig montert til entreprenør. 25 % av produktene blir levert til montør/entreprenør for montering. 15 % leveres direkte til sluttkunde (Statens Vegvesen).

Euroskilt leverer nesten all sin produksjon til montør/entreprenør og kun ca 1 % går direkte til sluttkunde. Euroskilt har så godt som ingen egen monteringsvirksomhet.

6.3.4 Leiemarked for varmforsinkning

Alt salg på dette markedet foregår som direktesalg til kunde, dvs stålbearbeidende industri (skipsverft, mekanisk industri, stålentreprenør o.l).

6.3.5 Støyskjerming

Salget foregår stort sett gjennom anbudskonkurranser. Kundestrukturen er fragmentert. Kunder kan være barnehageutbyggere, energiselskap, boligutbyggere, kommuner og entreprenører.

6.3.6 Skiltoppsettingsutstyr

Salget foregår i hovedsak til entreprenører (63 %), men også til andre private kunder (25 %) og til stat, fylke og kommune (12 %).

6.3.7 Avsperring

I Ørsta-gruppen er det datterselskapet Smekab AS som har produkt og markedsansvar for dette markedet. 82 % av salget skjer direkte fra Smekab til kunde. Kundene er i hovedsak sluttkunder som borettslag og kommuner. Noe salg skjer også til entreprenører. Ca. 1 % av salget skjer gjennom øvrige selskap i Ørsta-gruppen. Det resterende salget skjer gjennom forhandlere i Norge, Sverige og Finland.

Euroskilt selger ca 26 % til offentlige kunder, 40 % til entreprenører og ca 34 % til andre private kjøpere.

6.4 SAMARBEIDSAVTALER

Vik Verk AS (Euroskilt) og Tunnelteknikk AS (Ørsta-gruppen) har samarbeidsavtale om at Tunnelteknikk AS skal montere tunnelhvelv for Vik Verk AS og drive salg/markedsføring i utvalgte områder på tunnelhvelv.

Vik Verk AS har satt ut produksjon av en type brorekkverk på lisens til et britisk selskap.

Asoma AB (Euroskilt) har en lisensavtale med Blue System AS på produksjon av rørrekkverk.

Vik Verk AS (Euroskilt) har avtale med Energy Absorbitions Inc om lisensproduksjon av påkjøringsvennlige rekkverksavslutninger.

Ørsta-gruppen har en avtaler om utvikling og salg av enkeltkomponenter innen tunnelsikring med hhv Giertsen Tunnel AS og Skanska Norge AS.

Videre har Ørsta-gruppen rammeavtaler med kundene Jernbaneverket (utemiljøprodukter) og Kystverket (leidere ol til fyrlykter).

Partene har også en del alminnelige forhandler- og agentavtaler, men disse antas å være irrelevante under dette punktet.

6.5 ETTERSPØRSELSSTRUKTUREN²¹

6.5.1 Markedsmakt på etterspørselssiden – kjøpermakt

I flere av markedene som partene tilbyr sine produkter, består etterspørselssiden av store profesjonelle kunder, jf f.eks det som nedenfor er opplyst om kundene på rekkverksmarkedet. Disse tilpasser seg ikke automatisk de priser og vilkår som leverandørene setter, men stiller krav til leveransene både når det gjelder kvalitet, utforming og pris, og har makt til å forhandle om dette med leverandørene.

Fordi hver enkelt etterspørger i disse markedene utgjør en ikke ubetydelig del av Euroskilt/Ørsta-gruppens salg, ville ikke partene kunne utøve markedsmakt selv om det relevante markedet hadde vært mindre omfattende.

6.5.2 Utemiljø

Markedet har ekspandert de siste årene. Økt vektlegging av etablering av et tiltalende offentlig rom kombinert med en god økonomisk vekst, virker å være de viktigste driverne bak denne markedsutviklingen.

Etterspørselsstrukturen i dette markedet påvirkes av direkte markedsføring fra leverandør og men også i stor grad av konsulenter/arkitekter som beskriver produkter i sine plandokumenter. Kundens valg er mest influert av design og "trend" i noen prosjekter, av kvalitet i andre prosjekter, og av pris i enda andre prosjekter. Lojaliteten fra kundene oppnås ved leveringsdyktighet og oppfølging før og etter salget.

Kunden kan bytte leverandør både basert på pris og på det formuttrykk som ønskes på det aktuelle prosjekt. Den gjennomsnittlige leveransen er relativt liten, men kundene er til en viss grad store aktører (f.eks Mesta AS) som må anses å ha en viss kjøpermakt.

Langsiktige avtaler benyttes i liten grad. Ørsta-gruppen har en årsavtale med Jernbaneverket.

6.5.3 Tunnelsikring

Markedet må sies å være modent. Det har likevel vært vekst de seneste årene. Etterspørselen i markedet er avhengig av offentlige bevilgninger.

Markedet er i all hovedsak et anbudsmarked. Produktene må være godkjent i de respektive land. Tilbydere med produkter som tilfredsstiller kravene blir i stor grad valgt basert på pris. Tildelingskriteriet i anbud er oftest "for byggherren totalt sett gunstigste tilbud". Gjennomføringsevne vil derfor bli vektlagt i tillegg til pris. Den enkelte kunde benytter i relativt stor grad ulike leverandører.

²¹ Der partene for ett marked ikke kommenterer et forhold spesifikt, f.eks eneforhandleravtaler, antas dette forholdet å ikke ha vesentlig betydning

Kontrakter baseres i stor utstrekning på etablerte standarder. De største entreprenørene benytter særvilkår og har i kraft av sin størrelse betydelig forhandlingsstyrke i forhold til leverandørene når det gjelder kontrakts- og leveringsvilkår.

Partene har ingen eneforhandleravtaler eller langsiktige avtaler. I markedet for vedelikehold benyttes ofte langsiktige kontrakter (3-5 år). Partene har ingen slike avtaler.

6.5.4 Rekkverk

Deler av markedet er et modent marked (Nord- og Vest- Europa). Andre deler opplever vekst (Øst-Europa).

Kundens valg er i hovedsak påvirket av design, pris og kvalitet. Partene har kun eneforhandleravtaler av mindre betydning.

Det varierer fra kunde til kunde om kunden skifter leverandør ofte eller ikke. Kundene har betydelig forhandlingsstyrke som en følge bl.a av at hver av de står for en stor andel av selskapenes omsetning innenfor dette markedsområdet.

Kundene har kjøpermakt i konkurranselovens forstand. Kundene er i hovedsak store (ofte internasjonale) entreprenører som i kraft av sin størrelse og sin forretningsmessige betydning for partene, har kjøpermakt overfor partene. I tillegg har kundene mulighet til å bytte til andre leverandører enn den sammenslåtte enheten. Kundene har i Konkurransetilsynets høringsrunde uttrykkelig gitt uttrykk for at de vil fortsette benytte seg av denne muligheten, jf uttalelsene fra f.eks Mesta AS ovenfor.

6.5.5 Leiemarked for varmforsinkning

Markedet er et modent marked hvor det totale volumet svinger i takt med konjunkturutviklingen i Norge og verden ellers. En del av kundene eksporterer sine produkter. Norsk industris konkurranseevne internasjonalt er derfor også en medvirkende faktor for det totale volum i markedet. De viktigste kjøpskriteriene for kunden synes å være pris og leveringstid.

Det er få kunder som kjøper for mer enn kr 0,5 millioner per år, men de største kundene må anses å ha en viss kjøpermakt.

6.5.6 Støyskjerming

Pris, design og leveringsdyktighet antas å være de viktigste kjøpskriteriene. Markedet må anses å være et modent marked med moderat nyutvikling. Mange av kundene skifter leverandør ofte etter å ha innhentet pristilbud. De store entreprenørene på dette markedet har kjøpermakt.

6.5.7 Skiltoppsettingsutstyr

Pris, design og leveringsdyktighet antas å være de viktigste kjøpskriteriene. Markedet må anses å være et modent marked med moderat nyutvikling. Mange av kundene skifter leverandør ofte etter å ha innhentet pristilbud. De store entreprenørene på dette markedet har kjøpermakt. Euroskilt har langsiktige leveringsavtaler med to kunder (Mesta AS og Kolo Veidekke AS).

6.5.8 Avsperring

Markedet vurderes som velutviklet, men fortsatt i vekst. De viktigste kjøpskriteriene er kvalitet, funksjon og pris.

De forhandleravtalene som finnes er basert på langsiktig samarbeid. Den enkelte leveranse er relativt liten i omsetning, men kundene er til en viss grad store aktører (f.eks Mesta AS) som må anses å ha en viss kjøpermakt.

6.6 FORSKNING OG UTVIKLING

6.6.1 Utemiljø

Design er et viktig beslutningskriterie for etterspørrene. Det legges derfor vekt på en kontinuerlig produkt- og variantutvikling på dette området, både i form av standardløsninger og kundespesifikke løsninger. Produktene er ikke teknisk avanserte og er derfor i liten grad påvirket av generell forskning og teknologiutvikling.

6.6.2 Tunnelsikring

Brannsikre tunneler er et satsningsområde for aktørene i markedet. Nye materialer som kompositter er derfor meget aktuelle både på kort sikt og i det lengre tidsperspektiv. Forskning og utvikling av brannhemmende / ikke-brennbare materialer som kan benyttes til vann- og frostsikring er derfor sentralt for produktutviklingen.

6.6.3 Rekkverk

Produktet kan ikke karakteriseres som høyteknologisk. Det er lite forskning blant leverandørene, men en del utviklingsarbeid. Aktørene utvikler for å forbedre design, funksjon og pris. De europeiske og internasjonale selskapene har store ressurser til rådighet for utvikling. Harmoniseringsarbeidet i Europa gjør at det stilles krav til produktutvikling hos aktørene. Disse kravene kan være betydelige for mindre aktører, som partene. Etter partenes oppfatning er det av hensyn til trafikksikkerheten ønskelig med et norsk miljø som er langt framme på dette feltet.

6.6.4 Leiemarked for varmforsinkning

Varmforsinkning er en gammel teknologi. Det foregår en viss forskning på bransjenivå når det gjelder for eksempel tilsetningsmaterialer. På selskapsnivå er forsknings- og utviklingsarbeidet marginalt.

Forskning/utvikling av alternative teknologier for korrosjonsvern herunder alternative materialer er betydelig og må antas å innvirke på markedet i fremtiden.

6.6.5 Støyskjerming

Per i dag må dette sies å være et lavteknologiprodukt, med relativt lavt innslag av forskning og utvikling i produktutviklingen. Som vist til ovenfor skjer en stadig utvikling for enkeltkunder på designsiden.

6.6.6 Skiltoppsettingsutstyr

Som nevnt ovenfor er produktutviklingen på et moderat nivå. Ny EU-harmonisering med krav til energiabsorberende stolper/master medfører en del forskning og utvikling av nye mastetyper og ny teknologi, slik som oppsetningsmateriell i aluminium og komposittmaterialer (plast).

6.6.7 Avsperring

Store deler av produktspekteret må betraktes som lav-teknologiprodukter. Produktutviklingen er i hovedsak basert på tilgjengelig velprøvd teknologi som kombineres i partenes produkter.

6.7 VIRKNINGER PÅ MARKEDSSTRUKTUREN

6.7.1 Generelt

Utover at de to aktørene slår seg sammen er det vanskelig å se hvilken betydning foretakssammenslutningen vil ha for markedsstrukturen. Det vil fremdeles være sterk konkurranse på alle de berørte markedene. Dersom foretakssammenslutningen ikke gjennomføres er det sannsynlig at selskapenes konkurransekraft over tid vil svekkes i forhold til internasjonale aktører.

For markedene tunnelsikring, leiemarkedet for varmforsinkning, støyskjerming, avsperring og skiltoppsettingsutstyr har enten den ene eller begge aktørene helt marginal omsetning og markedsandel. Alene av denne grunn kan det konkluderes at vilkåret for inngrep ikke er oppfylt. Dette underbygges av at den samlede markedsandelen til partene på disse markedene ikke overstiger 31 % i noe tilfelle.

6.7.2 Utemiljø

Partene får en samlet markedsandel på ca 7 %. Selv med en *for* snever markedsavgrensning (dvs kun Norge) har partene ikke mer enn 35 % til sammen. Dermed kan det konkluderes at det ikke oppstår konkurranseproblemer på dette markedet som en følge av foretakssammenslutningen.

6.7.3 Rekkverk

Heller ikke på dette markedet skjer det noen vesentlige endringer i markedsstrukturen. Partene får en samlet markedsandel på rundt 4 % på det relevante markedet. At markedsstrukturen ikke påvirkes negativt bekreftes av uttalelser fra flere av de som uttalte seg i Konkurransetilsynets høringsrunde. Arvid Gjerde AS uttaler²² bl.a at "Foretakssammenslutningen er ikke et problem".

Selv om Konkurransetilsynet mot formodning skulle komme til at markedet kun omfatter Norden vil partenes markedsandel på 24 % ikke gi dem mulighet til å utøve noen form for markedsrett.

Hvis Konkurransetilsynet feilaktig skulle konkludere med at det geografiske markedet kun omfatter Norge vil partene få en høy markedsandel. Det vil uansett være flere gode alternativer i markedet. I tillegg vil kundenes kjøperrett, som redegjort for ovenfor, hindre partene i å kunne utøve markedsrett.

6.7.4 Konkurranseloven § 16 (4)

Konkurranseloven § 16 (4) lyder:

"Inngrep etter første og annet ledd kan ikke finne sted dersom det foreligger et velfungerende nordisk eller europeisk marked og foretakssammenslutningen eller ervervet etter annet ledd heller ikke virker negativt for norske kunder".

På bakgrunn av gjennomgangen ovenfor kan det slås fast at bestemmelsen uansett vil være til hinder for at Konkurransetilsynet griper inn mot foretakssammenslutningen.

²² Jf Konkurransetilsynets telefonnotat av 19. desember 2006

7 INFORMASJON OM DE INVOLVERTE FORETAKENES VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER I DE BERØRTE MARKEDENE²³

7.1 KONKURRENTENE

7.1.1 Generelt

I det følgende redegjøres det for hvem som er partenes viktigste konkurrenter og deres markedsandeler. For alle markedene i dette punkt gjelder at partene har vanskelig for å se hvilke konsekvenser av betydning foretakssammenslutningen skulle ha for foretakenes konkurrenter. Som det fremgår i det følgende vil det fremdeles være hard konkurranse på markedene.

Ettersom det ikke finnes tilgjengelige offentlige tall på aktørenes omsetning på dette markedet må partene anslå ut fra sin generelle kjennskap til markedet. Det hefter naturligvis usikkerhet ved slike anslag.

7.1.2 Utemiljø

Partenes fem største konkurrenter på dette markedet er:

- Veksø Taulov I/S - 20%,
- Hags Aneby AB og Hags Gade & Co A/S - 20%,
- Vestre AS – 5 %
- Nola Industrier AB – 5 %
- Nifo Lappset AB - 5%

7.1.3 Tunnelsikring

De fem viktigste konkurrentene²⁴ på dette markedet er:

- Skanska – konsern - 20 %
- Mesta AS - 15 %
- Veidekke ASA - 12 %
- Mika AS - 10 %
- Lemcon OY - 5 %

²³ Der partene ikke har spesifisert konkret hvilke konsekvenser foretakssammenslutningen vil ha for konkurrenter, kunder og leverandører, kjenner partene ikke til slike konsekvenser

²⁴ Listen avviker noe fra listen i alminnelig melding da det her gis anslag på 2006-tall og ikke 2005-tall som i alminnelig melding

7.1.4 Rekkverk

Anslag markedsandeler²⁵ fem største konkurrenter, samt et utvalgte andre:

Europa

- Volkmann & Rossbach GmbH & Co.KG – 10 %
- Fracasso S.p.A – 5-10 %
- LPC – 5-10 %
- Hill & Smith Ltd – 5 %
- Mittal Steel Ostrava – 5 %

- Dansk Autoværn A/S – 2 %
- Blue Systems AB – 2 %
- Birstaverken AB – 2 %
- AB Varmforzinkning – 1 %
- Meag AB – 1 %

7.1.5 Leiemarked for varmforsinkning

Partenes fem viktigste konkurrenter antas å være:

- DuoZink AS - 25 %
- Jæren Zink AS (inkl Lode Zink AS) - 25 %
- Helseth AS - 12 %
- Vestzink AS - 6 %
- Brødrene Berntsen AS - 4 %

7.1.6 Støyskjerming

Markedet er så lite spesialisert og så fragmentert at partene ikke har forutsetninger for å oppgi hvem som er de viktigste konkurrentene. Eksempler på europeiske aktører på dette markedet er imidlertid Ekobel (Polen), 24 Acoustics (England), Noise Solutions LTD (England), Hill & Smith (England), Sound Service (England), Sound Fighter Systems (England), R. Kohlhauer GmbH (Tyskland), STEAG SaatEnergie AG (Tyskland), norske og utenlandske betongprodusenter og Møre Tre AS. Partene anslår at alle disse har en markedsandel på 0 – 5 %.

7.1.7 Skiltoppsettingsutstyr

Partenes fem viktigste konkurrenter i Norden, samt noen andre utvalgte antas å være:

- MEAG Genevad AB – 8 %

²⁵ Alle tall er partenes beste anslag. Anslagene er tidligere oppgitt til tilsynet som svar på spørsmål fra tilsyne, jf e-post av 18. desember 2006. I e-posten oppgis også etter forespørsel fra tilsynet, separate tall for Norge

- Brødrene Dahl AS – 6 %
- Daarda AS – 6 %
- Blinkfyrar AB – 5 %
- Elfving Opasteet Oy – 4 %
- Botneskilt AS – under 4 %
- Norsk Stål AS – under 4 %
- Buskerud Betong AS – under 4 %
- Brødrene Glomsrud AS – under 4 %

7.1.8 Avsperring

Partenes fem viktigste konkurrenter i Norden antas å være:

- Gunnebo Nordic AB – 13 %
- OSN Norge – 10 %
- Rosing-gruppen – 4 %
- Swarco-gruppen – 4 %
- Tuvan Stängsel AB – 4 %

7.2 KUNDENE

7.2.1 Utemiljø

Euroskilts fem største kunder i 2006²⁶ var:

- Mysen Cementstøperi AS – 6 %
- NCC-konsernet – 5 %
- Statens Vegvesen – 5 %
- Mesta AS – 4 %
- Kristiansund kommune – 3 %

Ørsta-gruppen AS' fem største kunder i 2006 var:

- Jernbaneverket – 5 %
- Chr. Andersen AS – 4 %
- Oslo Vei – 2 %
- Askim Entr. AS - 2 %
- Prius AB – 1 %

7.2.2 Tunnelsikring

Ørsta-gruppen AS' største kunder i 2006 var:

²⁶ Listen skiller seg noe fra listen i alminnelig melding ved at det nå er tatt hensyn til tall fra hele 2006

- Veidekke Entreprenør AS - 31 %
- Statens Vegvesen - 12 %
- Mesta AS - 8 %
- Skanska Norge AS - 7 %
- Leonhard Nilsen Sønner AS - 5 %

Euroskilts eneste kunder i 2006 var:

- AF-gruppen – 75 %
- Mesta AS – 25 %

7.2.3 Rekkverk

Ørsta-gruppen AS' fem største kunder før foretakssammenslutningen²⁷:

- Mesta AS - 27 %
- Skanska Norge AS - 11 %
- Statens Vegvesen - 8 %
- Teto Road Secure AS - 6 %
- Reinertsen Anlegg AS - 6 %

Euroskilts fem største kunder før foretakssammenslutningen:

- Mesta AS - 33 %
- Arvid Gjerde A/S - 15 %
- VKR Gruppen (Veidekke, Kruse-Smith, Reme) - 7 %
- Autovernmontasje AS - 7 %
- Skanska Norge AS - 4 %

For kundene får foretakssammenslutningen ingen negative konsekvenser. De av kundene som hovedsakelig har kjøpt fra norske leverandører vil etter alt å dømme henvende seg mer til utenlandske konkurrenter av partene. Det vises her til hva Mesta AS har uttalt til Konkurransetilsynet i høringsrunden, jf ovenfor.

7.2.4 Leiemarked for varmforsinkning

Ørsta-gruppen AS' fem største kunder før foretakssammenslutningen:

- Skanska Norge AS - 4 %
- Nordvest Sveis AS - 4 %
- Stokksund Mekaniske AS - 4 %
- Trondheim Stål AS - 3 %
- Heimdal Entreprenør AS - 3 %

Euroskilt AS' fem største kunder før foretakssammenslutningen:

²⁷ Her brukes tall for 2005 og 2006 samlet. Listen avviker derfor noe fra listen i alminnelig melding

- Sogneprodukter AS - 80 %
- Førde Mekaniske Industrier AS - 7 %
- HMR-Voss AS - 5 %
- Liahagen Mek Verksted AS - 2 %
- Gjerdestveit Mek Ind AS - 2 %

Partene kan ikke se at foretakssammenslutningen vil ha noen betydning for kundene. Partene kan ikke se at sammenslutningen vil innebære noen endring for kundene. Årsaken er at Euroskilts virksomhet på dette markedet er svært marginal. Produksjonskapasiteten til anlegget hos Vik Verk AS benyttes primært til korrosjonsvern av egne produkt. Kundene har også flere alternativer både nasjonalt og regionalt.

7.2.5 Støyskjerming

Ørsta-gruppen AS' eneste kunder før foretakssammenslutningen er:

- Hydrea AS – 51 %
- Skodje Maskin AS – 47 %
- Ålesunds Bygg AS – 14 %

Euroskilts eneste kunde på dette markedet i 2006 var Skanska Norge AS.

Partenes samlede virksomhet innenfor dette området er svært marginal i forhold til det totale markedet. Leverandørindustrien er fragmentert og etterspørerne har en rekke alternativer på dette markedsområdet.

7.2.6 Skiltoppsettingsutstyr

Ørsta-gruppens fem største kunder før foretakssammenslutningen er:

- Euroskilt AS - 35 %
- Plast och Plåt AB - 29 %
- Skilt och Märken AB - 20 %
- Svenke Vägverket - 14 %
- Botneskilt AS - 4 %

Euroskilt AS' fem største kunder før foretakssammenslutningen:

- Mesta AS – 42 %
- Kolo Veidekke AS – 3 %
- NCC-konsernet – 3 %
- Statens Vegvesen – 2 %
- Rumag Skilt & Reklame AS – 1 %

Foretakssammenslutningen vil ikke lede til noen konsekvens for kundene ettersom Ørsta-gruppen kun har marginal omsetning på markedet.

7.2.7 Avsperring

Euroskilts fem største kunder på dette markedet er:

- Mesta AS – 20 %
- Fredrikstad kommune – 4 %
- Bergen kommune – 1 %
- Sandnes kommune – 1 %
- Henrik Steine AS – 1 %

Ørsta-gruppen sine største kunder på dette markedet er:

- NCC AB - 5 %
- Skanska AB - 3 %
- PEAB AB - 3 %
- Svenske Vägverket - 2 %
- Div kommuner - 2 % og mindre hver

7.3 LEVERANDØRENE²⁸

7.3.1 Utemiljø

Euroskilts største leverandører på dette markedet er:

- Veksø Taulov I/S – 60 %
- Spikma Betong AB – 20 %
- KNM Trafiksystem AB – 5 %
- Norfax AS – 5 %
- Ørsta Stål AS – 2 %

Ørsta-gruppens største leverandører på dette markedet er:

- Ruukki Norge AS – viktig leverandør til mange markeder - over 20 %
- Vadset Tre AS – under 20 %
- Pilkington Norge AS – under 10 %
- Tingstad AS – under 20 %
- Skorpa Fiberglas AS – under 20 %

7.3.2 Tunnelsikring

Euroskilts største leverandører på dette markedet er:

²⁸ På grunn av forhold ved partenes lagring av leverandørinformasjon og det faktum at enkelte innsatsfaktorer brukes på flere markeder er det vanskelig å oppgi presis informasjon i dette punktet. Dette gjelder særlig for Ørsta-gruppen. Partene oppgir informasjonen her etter beste evne

- Ruukki Norge AS – over 50 %
- Rockwool AS – under 10 %
- Hydro Profiler AS – over 10 %
- Giertsen AS – under 10 %
- Tingstad AS – under 10 %

Ørsta-gruppens største leverandører på dette markedet er:

- Ruukki Norge AS – viktig leverandør til mange markeder – over 20 %
- Minove Ekochem S.A – under 20 %
- Pla-Mek AS – under 20 %
- Tingstad AS – under 20 %
- Frazer & Jones Company – under 10 %

7.3.3 Rekkverk

De fem største leverandørene til Euroskilt er:

- EA Smith AS – over 30 %
- Severstal Export GmbH – over 30 %
- Boliden Commercial AB – over 20 %
- Energy Absorbition Systems inc – under 10 %
- Ruukki Norge AS – under 10 %

De fem største leverandørene til Ørsta-gruppen er:

- Ruukki Norge AS – viktig leverandør til mange markeder – over 20 %
- Trønderstål AS – under 20 %
- Sveaas Maskin AS – under 10 %
- Hallingplast AS – under 10 %
- Foka AS – under 10 %

7.3.4 Leiemarked for varmforsinkning

De fem største leverandørene til Euroskilt på dette markedet er:

- Boliden Commercial AB – 70 – 90 %
- Sognekraft AS – under 10 %
- Borregaard Industrier AS – under 5 %
- Franzefoss Miljøkalk AS – under 5 %
- Algol AS – under 5 %

De fem største leverandørene til Ørsta-gruppen på dette markedet er:

- Boliden Odda AS – 70 – 90 %
- Tussa 24 AS – 0 – 20 %

- Borregaard Industrier AS – under 10 %
- Algol Chemicals AS – under 10 %
- Norsk Stål AS – under 10 %

7.3.5 Støyskjerming

De fem største leverandørene til Euroskilt på dette markedet er:

- Smith Stål AS – over 30 %
- RM Perforering AS – over 10 %
- Rockwool AS – under 10 %
- Essåplast AS – over 10 %
- Bufab AS – under 10 %

De eneste leverandørene Ørsta-gruppen har av noen betydning på dette markedet er:

- Ruukki Norge AS
- Møre Tre AS
- EA Smith AS
- Pilkington AS

Ingen av leverandørene representerer mer enn 40 % av innkjøpene på markedet.

7.3.6 Skiltoppsettingsutstyr

Euroskilts fem største leverandører på dette markedet er:

- Lattix AS – 40 %
- Brødrene Dahl AS – 10 %
- Buskerud Betongvare AS – 10 %
- Betonor AS – 10 %
- Lonbakken Mek AS – 5 %

Ørsta-gruppens fem største leverandører på dette markedet er:

- Potila Oy – under 50 %
- Stålsenter AS – under 40 %
- Nordupplands Entreprenad AB – under 10 %
- Ruukki Norge AS – under 10 %
- Boliden AS – under 10 %

7.3.7 Avsperring

Euroskilts største leverandører på dette markedet er:

- Horizont Klemmfix – 30 %

- Came Cancelli Automatici Spa – 10 %
- Metaltec-Piasecki Sp.J – 10 %
- Euro Tanca S.L. – 10 %
- Jowema AB – 10 %

Ørsta-gruppens største leverandører på dette markedet er:

- Helens Rør AB – 47 %
- Tibnor AB - 22 %
- E. ON AB - 5 %
- Schenker AB - 4 %
- Ovako Steel AB - 2 %

8 REDEGJØRELSE FOR EVENTUELLE ETABLERINGSHINDRINGER I DE BERØRTE MARKEDENE

8.1 ETABLERINGSHINDRINGER

8.1.1 Utemiljø

Etableringshindringene er fraværende eller svært små i dette markedet. Produktene er i stor grad handelsvarer som kan skaffes fra et stort antall produsenter, mange i lavkostland.

8.1.2 Tunnelsikring

Det foreligger etter partenes oppfatning ingen myndighetskrav eller andre etableringshindringer av betydning på dette markedet.

8.1.3 Rekkverk

Som vist ovenfor er det ingen formelle hindringer av betydning for å etablere seg som produsent av rekkverk i Europa/EØS-området. For å sette i gang produksjon kreves kun noen investeringer i produksjonsutstyr.

Nødvendig produksjonsutstyr avhenger av hvilken type rekkverk man ønsker å satse på. Dersom man skal satse på f.eks såkalt W-veirekkverk, som er den samme som det som produseres på Vik Verk (Euroskilt), trengs en rollformer eller eventuelt en kantpresse (benyttes av Ørsta-gruppen for produksjon av W-veirekkverk). Dette produksjonsutstyret tar råvaren (stål på coil) til et bearbeidet produkt (rekkverksprofilen). Hvis man ønsker å forestå hele produksjonsprosessen selv må det også investeres i et galvaniseringsanlegg, slik at rekkverket gis korrosjonsbeskyttelse. Partene vil anslå at engangskostnaden for å sette opp ny produksjon av stålrekkverk er omtrent kr 25 millioner til galvaniseringsanlegg og kr 10-15 millioner til rollformer alternativt 5-10 mill for en kantpresselinje.

Oppstartkostnaden kan bli betraktelig lavere dersom den nye aktøren etablerer seg i nærheten av et eksisterende galvaniseringsanlegg (med ledig kapasitet). Dermed kan galvaniseringstjenester kjøpes på leiemarkedet for varmforsinkning i stedet for å gjøres in-house. Kostnaden til rollformeren trenger heller ikke være så dyr dersom denne kjøpes brukt.

Det er enda lavere etableringsbarrierer for etablering av produksjon av brorekkverk. Utstyret som er nødvendig for å produsere dette er så enkelt at det kun koster ca kr 1,5 – 2 millioner brukt (kun maskin, ikke bygning). Det er et stort antall mekaniske verksteder bare i Norge som har utstyr for slik produksjon.

Å etablere seg som produsent av betongrekkverk antas i utgangspunktet kun å være aktuelt for en eksisterende betongprodusent, evt etter avtale med en. Partene har ikke førstehånds kjennskap til betongproduksjon, men det antas at det for en eksisterende betongprodusent kun vil være tale om investeringer i produksjonsutstyr på mindre enn kr 1 million dersom betongrekkverk skal produseres.

Hindringene for å etablere seg på det europeiske markedet som agenter/salgssledd for allerede etablerte internasjonale leverandører (f.eks kinesiske) er enda mindre. Investeringen begrenser seg da til kontor, evt et lite lager, salgsmateriell. Det er ikke behov for produksjonsapparat.

Myndighetskrav

På varmgalvanisering følges i Norge den europeiske standarden EN 1461, men med et særkrav til sjikttykkelse på 85my, mot 70my som er det vanligste. Her er det kun snakk om hvor mye sink som legges på stålet, og alle produsenter kan justere dette enkelt i forhold til hva som ønskes av den enkelte kunde, jf også ovenfor om hva Vegdirektoratet har uttalt om at det ikke finnes nasjonale særkrav av betydning.

I Danmark er det eksempelvis et krav om 90my, og produktene som Dansk Autoværn leverer er bl.a. produsert av store europeiske produsenter som Volkmann & Rosbach og Fracasso etc. Disse produsentene påfører da andre zinkmengder ved leveranser til kunder i Danmark enn til kunder i andre land.

Partene er kjent med at Vegdirektoratet vurderer å la kravet skikttykkelse bli 70my også i Norge.

Såkalt wire-rekkverk er forbudt i noen land som inngår i det europeiske markedet (Norge, Danmark og Nederland). Dette påvirker imidlertid ikke rekkeverkmarkedets utstrekning.

8.1.4 Leiemarked for varmforsinkning

Varmforsinking som prosess og teknologi benyttes over store deler av verden og må betraktes som en lett tilgjengelig teknologi. Den største etableringsbarrierer ligger eventuelt i investering i anlegg. Hvis man ser bort fra bygg, vil investering i et varmforsinkingsanlegg ligge i området 15-30 mill avhengig av størrelse. Det er etablert nye varmforsinkingsanlegg i løpet av de siste 5 årene i Norge. DuoZinks avdeling på Stokke ble

satt i drift i 2006. Etter hva partene kjenner til beløp investeringen seg til ca kr 25 millioner (inkludert anlegg, bygg, kontor, garderober, tomt osv). Lode Zink på Jæren ble etablert for 3-4 år siden.

8.1.5 Støyskjerming

Det er svært lave etableringsbarrierer i dette markedet. Det kreves ingen spesiell teknologi for å fremstille produktet.

8.1.6 Skiltoppsettingsutstyr

Det er svært lave etableringsbarrierer i dette markedet. Det kreves ingen spesiell teknologi for å fremstille produktet.

8.1.7 Avsperring

Partene er ikke kjent med at det foreligger myndighetskrav av konkurransemessig betydning på dette markedet i dag. Produktene kan derfor fritt omsettes i hele Europa. Partene kan heller ikke se at det foreligger andre etableringshindringer av betydning.

8.2 PRODUKSJONSKAPASITET

8.2.1 Generelt

Partene har ikke spesifikk kjennskap til konkurrentenes produksjonskapasitet. Derfor gis kun svært grove anslag under dette punktet.

8.2.2 Rekkverk

Partene har ikke spesifikk kjennskap til konkurrentenes produksjonskapasitet. Partene er kjent med at det i Norden er overkapasitet i dagens situasjon. På standard vegrekkverk antas det at for Norge/Sverige er 65 % av produksjonskapasiteten utnyttet (kapasitet på 1.000.000 m med omsetning av 650.000 m). Det antas at situasjonen på resten av det europeiske markedet er sammenlignbar. Import fra lavkostland, særlig Kina gjør at eventuelle begrensninger i europeisk produksjonskapasitet ikke blir av særlig betydning.

8.2.3 De andre berørte markedene

Det er også ledig kapasitet på alle de andre berørte markedene. Riktignok kan det være at den ledige andelen produksjonskapasiteten på noen av produktene er lavere enn hva som er tilfellet for rekkverk. På den annen side vil muligheten for import fra lavkostland som Kina også her gjøre at eventuelle begrensninger i produksjonskapasitet ikke blir av vesentlig betydning.

8.3 NYETABLERINGER

8.3.1 Utemiljø

En trend i dette markedet er at de etablerte aktørene møter konkurranse fra selskap som tilbyr utendørsreklame, der møbler finansieres av reklameinntekter. En annen trend er at enkelte aktører øker sitt nedslagsfelt på det geografiske markedet.

8.3.2 Tunnelsikring

Pretec AS har gått inn på dette markedet i de to seneste årene. De har en produktportefølje som i stor grad overlapper Ørsta-gruppen. Selskapet opererer som en produktleverandør, basert på innkjøp i lavkostland. Selskapet driver ikke entreprenørvirksomhet.

8.3.3 Rekkverk

I Norge har Teto Road Secure AS etablert seg (2003) og vokst raskt. I Sverige har Birkstadverken AB etablert seg på en ny måte på markedet og vokst raskt. Tidligere hadde selskapet egenproduksjon av rekkverk i Sverige. Nå importerer selskapet i stedet rekkverk fra Kina. Eksempel viser ikke nyetablering, men en ny måte å betjene markedet på. Selskapet har vært på rekkverksmarkedet siden 80-tallet. Tidligere med produksjon i Europa. I 2004 inngikk selskapet en avtale med en kinesisk produsent om produksjon i Kina. Siden 2004 har selskapet levert rekkverk produsert i Kina på det europeiske markedet (særlig til svenske kunder). Ellers er det få nyetableringer på det europeiske markedet. Dette skyldes særlig at det er overkapasitet og sterk priskonkurranse i markedet.

8.3.4 Leiemarked for varmforsinkning

DuoZink AS åpnet et nytt anlegg i 2006. Dette anlegget har nå ca 20 % av det norske markedet.

8.3.5 Støyskjerming

Dette markedet er så fragmentert at partene ikke har noen oversikt over nyetableringer. Det er stadig aktører på vei inn og ut av markedet.

8.3.6 Skiltoppsettingsutstyr

Det er svært mange aktører på leverandørsiden, men partene kjenner ikke konkret til nyetableringer de siste tre år.

9 REDEGJØRELSE FOR EVENTUELLE EFFEKTIVITETSGEVINSTER

9.1 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Begrunnelsen for sammenslåingen er primært knyttet til internasjonal vekst. Det er derfor ikke planlagt nedbemanning eller annen vesentlig restrukturering som følge av fusjonen. Det vil likevel bli hentet ut effektivitetsgevinster som partene ikke ser mulighet for å realisere hver for seg. Det er lagt til grunn fortsatt kraftig organisk vekst. Selv om det vil bli gjennomført effektiviseringstiltak, medfører veksten økt behov for årsverk. Følgelig unngår partene nedbemanninger, men realiserer effektiviseringseffekter gjennom lavere enhetskostnader på produkter og lavere administrative kostnader per omsatt krone.

Partene ser effektiviseringsgevinster som en direkte følge av fusjonen innenfor fire hovedområder:

1. Samordning av produksjon av veg- og brorekkverk
 - a. Netto lavere investeringsbehov. Partene planlegger å samle produksjonen av enkelte produkter som nå produseres på to steder til å produseres på ett sted.
 - b. En spesialisering og økt volum vil gi en optimalisering av kapasitetsutnyttelsen og dermed mer effektiv utnyttelse av produksjonsutstyr. Dette vil igjen gi lavere marginale kostnader gjennom spesialisering.

Den estimert besparelsen på dette punktet er ca kr 5 millioner per år. Partene anslår at gevinsten kan tas ut fra seks måneder etter gjennomføringen av foretakssammenslutningen.

2. Forbedret innkjøp og forbedrede logistikk løsninger
 - a. Større innkjøpsvolum. Partene vil få bedre betingelser på innkjøp grunnet større volum. Dette vil gjelde for viktige innkjøp som stål, transport og driftsmateriell (f.eks verneutstyr, kjeledresser osv).
 - b. Samordning av leverandører vil gi lavere transaksjonskostnader per innkjøp.
 - c. Beste praksis. For eksempel vil partene kunne samordne seg og kun velge de leverandører som gir de beste betingelsene.

Samlet antatt besparelse er kalkulert til anslagsvis 14 til 28 millioner per år. Økt innkjøpsvolum vil særlig øke partenenes attraktivitet hos internasjonale leverandører. Det at frakt- og innkjøpskostnad per enhet reduseres medfører at en økt andel av innkjøp vil foretas i lavkostland som Kina og India. For å foreta innkjøp fra disse landene må partene komme opp i kritisk størrelse på innkjøpene (såkalt containervolum). Dette vil i mange tilfeller kun gjøres etter en eventuell sammenslåing. Disse effektivitetsgevinstene vil gradvis kunne hentes ut mer og mer fra gjennomføringstidspunktet.

3. Produktutvikling

- a. Optimalisering av ressurser. Partene har en strategi om en årlig organisk vekst på 10 %. Den sammenslåtte enheten vil få et mer slagkraftig utviklingsmiljø som uten merinvesteringer kan håndtere et langt høyere volum.
- b. Rasjonalisering av produkttesting. Etter sammenslåingen vil partene foreta en vurdering av hvilke overlappende produktlinjer som er de beste å videreføre. Der produktlinjer kuttet vil dette innebære mindre kostnader til produkttesting.

Den estimerte årlig besparelsen her er kr 2-3 millioner.

4. Administrative funksjoner og systemer

- a. Stordriftsfordeler – dagens samlede administrasjon vil ha kapasitet til håndtering av planlagt økt omsetning. Dette vil gi reduserte administrative kostnader per omsatt krone. Som vist ovenfor har partene planer om en sterk organisk vekst.
- b. Relativt sett lavere systemutviklingskostnader.
 - i. Kontraktsstyring. Ørsta-gruppen har et velutviklet system for dette, som skal implementeres i Euroskilt.
 - ii. Kvalitetssystemer. I fremtiden vil utviklingen av kvalitetssystemer i betydelig grad kunne gjøres én gang i stedet for to.
 - iii. Lønns- og personalsystemer. Det samlede lønns- og personalsystemet vil kunne håndtere ytterligere vekst uten at det foretas merinvesteringer av betydning.
 - iv. HMS. Partenes systemer for HMS-håndtering vil i fremtiden i betydelig grad kunne utvikles og videreutvikles én gang i stedet for to.

Som det fremgår er effektivitetsgevinstene etter sin art avhengige av foretakssammenslutningen for å oppstå. Selv om det ikke er et krav etter loven at disse effektivitetsgevinstene kommer forbrukerne direkte til gode²⁹, kan det likevel understrekes at dette er tilfellet. Effektivitetsgevinstene reduserer partenes variable/marginale kostnader og det er da sannsynlig at dette kommer kundene til gode når dette sammenholdes med markedsstrukturen på de relevante markeder³⁰.

10 OPPLYSNINGER OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN ER UNDERLAGT TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

10.1 ANDRE LANDS KONKURRANSEMYNDIGHETER

Foretakssammenslutningen er ikke meldepliktig i andre jurisdiksjoner enn Norge.

²⁹ Jf Fornyings- og administrasjonsdepartementets vedtak i Prior/Norgården av 6. februar 2006

³⁰ Jf f.eks Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger pkt 80

10.2 KONSESJONER

Foretakssammenslutningen utløser ikke krav om konsesjoner.

11 VEDLEGG TIL FULLSTENDIG MELDING

- Vedlegg 1:** oversikt over operasjonell og juridisk struktur i Euroskilt-konsernet
- Vedlegg 2:** kort beskrivelse av virksomhetene til de kontrollerte datterselskapene (Euroskilt)
- Vedlegg 3:** oversikt over operasjonell og juridisk struktur i Ørsta-gruppen-konsernet
- Vedlegg 4:** kort beskrivelse av virksomhetene til de kontrollerte datterselskapene (Ørsta-gruppen)
- Vedlegg 5:** [REDACTED]
- Vedlegg 6:** referanseliste - Volkmann-Rossbach
- Vedlegg 7:** kopi av hjemmesiden til Verran B.V
- Vedlegg 8:** kopi av hjemmesiden til Rosings AS
- Vedlegg 9:** årsberetning og årsregnskap 2005, Ørsta-gruppen
- Vedlegg 10:** årsberetning og årsregnskap 2005, Euroskilt
- Vedlegg 11:** seneste versjon avtale om foretakssammenslutning
- Vedlegg 12:** forslag til offentlig versjon av meldingen
- Vedlegg 13:** e-post korrespondanse om lemping på kravene til fullstendig melding

12 UNDERSKRIFT

Med vennlig hilsen
SIMONSEN Advokatfirma DA



Anders Thue
Advokat