

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

Att.: Avdelingsdirektør Jostein Skår og Seksjonsleder
Christian Lund

OFFENTLIG VERSJON

Vår ref: 402925/106171

Deres ref:

Oslo, 28. oktober 2010

Saksansvarlig advokat: Trond Sanfelt

Forhåndsmelding av foretaksammenslutning

i sak

FUSJON

mellom

Norli Gruppen AS

og

NorgesGruppen Bok og Papir AS

Innhold

1	INNLEDNING	4
2	INVOLVERTE FORETAK	4
	Kontaktpersoner:	5
3	ØVRIGE INVOLVERTE FORETAK	5
4	OPPSUMMERING	5
5	BESKRIVELSE AV FUSJONEN	6
5.1	Historikk, samt strategiske og økonomiske begrunnelse for fusjonen	6
5.2	Faktiske og juridiske forhold av betydning for kontroll	7
5.3	Etablering av Selskapet og videreføring av Norli og Libris som selvstendige bokhandlekjeder. Spørsmålet om konsentrasjonen kan ha "utestengende effekter"....	7
6	BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE.....	8
6.1	Juridisk og organisatorisk struktur, samt virksomhetsområder	8
6.1.1	H. Aschehoug & Co (W. Nygaard) AS	8
6.1.2	NorgesGruppen ASA	9
6.1.3	Norli Gruppen AS	9
6.1.4	NorgesGruppen Bok og Papir AS	10
6.2	Eierinteresser utenfor konsernet	12
6.3	Omsetning og driftsresultat i Norge per 2009	12
6.4	Bransjeorganisasjoner	12
7	MARKEDER SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	13
7.1	Oversikt over verdikjeden i bokmarkedet	13
7.2	Avgrensing av berørte markeder	14
7.2.1	Oversikt ulike inndelinger i bokmarkedet	14
7.2.2	Markedsinndeling etter ledd i verdikjeden	14
7.2.3	Markedsinndeling etter boktype	15
7.2.4	Markedsinndeling etter salgskanaler	16
7.2.5	Oppsummering: avgrensning av relevante produktmarkeder	17
7.2.6	Geografisk marked	17
7.2.7	Størrelsen av det relevante marked og Selskapets markedsandel	18
8	MARKEDSSTRUKTUR – BERØRTE MARKEDER.....	18
8.1	Innledning	18
8.2	Metode for beregning av markedsandeler	19
8.3	Aktører og markedsandeler gitt ulike markedsavgrensninger	19
8.3.1	Detaljhandel av bøker.....	19
8.3.1.4	Bokklubbe	21
	Selvstendige bokhandlere/mindre kjeder	23
8.4	Selskapets markedsandeler etter fusjonen	23
8.4.1	Det samlede bokmarkedet i Norge ("Alle boktyper i alle kanaler")	23
8.4.2	Samlet salg av bøker til allmennmarkedet	24
8.4.3	Salg av bøker via landbaserte bokhandlere	24
8.4.4	Salg av bøker i bokgruppe 3 og 4 i landbaserte bokhandler	25
8.4.5	Lokale marked.....	25
8.5	Oppsummering: Markedsstrukturen alene tilsier at foretakssammenslutningen ikke gir grunnlag for utøvelse av markedsrett	27

9	LAVE ETABLERINGSHINDRINGER VIL UANSETT HINDRE UTØVELSE AV MARKEDSMAKT – REDEGJØRELSE FOR ETABLERINGSHINDRINGER.....	27
9.1	Markedet for salg til sluttbruker	27
10	KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER I BERØRTE MARKED...	28
10.1	Selskapets konkurrenter	28
10.1.1	Salg av bøker til allmennmarkedet.....	29
10.1.2	Salg av bøker gjennom landbaserte landhandlere.	29
10.1.3	Salg av sakprosa og skjønnlitteratur – landbasert bokhandel	30
10.1.4	Virkning for Selskapets konkurrenter.	30
10.2	De fem viktigste kundene til Selskapet.....	30
10.3	De fem største leverandørene til Selskapet i de beskrevne markeder	30
11	OVERSIKT OVER SAMARBEIDSAVTALER I BERØRTE MARKEDER.....	31
12	INGEN VESENTLIG KONKURRANSEBEGRENSNING	31
12.1	Foretakssammenslutningen vil ikke ha konkurransebegrensende virkninger	31
12.2	Foretakssammenslutningen gir ikke økte muligheter eller incentiver for samordnet opptreden/koordinerte virkninger mellom partene.....	32
12.3	Foretakssammenslutningen gir ikke økte muligheter eller incentiver for utestengende virkninger	33
13	EFFEKTIVITETSGEVINSTER -	35
13.1	Synergieffekter	35
14	KONTORREKVISITA	36
14.1	Generelt	36
14.2	Engros markedet for rekvisita – særlig mot bokhandel	37
14.3	Oversikt over Thanks kunder	38
14.4	Oversikt over Danke Engros konkurrenter	39
14.5	Oversikt over Danke Engros 5 største leverandører.....	39
14.6	Etableringshindringer – rekvisita markedet	40
15	TILSYN ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER	40
16	OFFENTLIGHET	40
	BILAG.....	41

1 INNLEDNING

Aschehoug & Co (W. Nygaard) AS (heretter "**Aschehoug**") og NorgesGruppen ASA (heretter "**NorgesGruppen**") planlegger en fusjon av sine heleide datterselskaper Norli Gruppen AS (heretter "**Norli**") og NorgesGruppen Bok og Papir AS ("**Bok og Papir**").

Norli driver bokhandel-kjeden med samme navn, og har 56 bokhandlerutsalg i Norge – alle egeneide. Bok og Papir driver bokhandler-kjeden Libris (heretter "**Libris**") gjennom datterselskapet Libris Butikkdrift AS, og har 122 bokhandler i Norge, hvorav 28 er egeneide. De resterende Libris-bokhandlene er drevet av selvstendige kjedemedlemmer.

Bok og Papir driver også engrosvirksomhet av rekvisita samt kontorutstyrskjeden Kontorspar (heretter "**KS**") gjennom selskapene Thanke Engros AS og Thanke Retail AS (heretter "**Thanke**"). KS har 30 utvalg. Alle utvalg drives av selvstendige kjedemedlemmer.

Den planlagte fusjonen vil innebære en foretaks sammenslutning som pliktes meldt til Konkurransetilsynet etter konkurranseloven § 18. Partene har en intensjon om å gjennomføre fusjonen med virkning fra 1. januar 2011. Meldingen tilfredsstiller kravene til en fullstendig melding, jf. konkurranseloven § 18, tredje og fjerde ledd, jf. forskrift av 28. april 2004 nr. 673.

Konkurransetilsynet har ved flere tidligere anledninger behandlet meldinger om foretakssammenslutninger i det som med et samlebegrep kan kalles "bokbransjen". Det har i de senere år ikke skjedd grunnleggende endringer – og beskrivelsen av de forskjellige marked og strukturer vil av den grunn være samstemmende med hva som er lagt til grunn i meldinger som er tidligere er inngitt.

Bransjebeskrivelsen i nærværende melding er således langt på vei lik den som ble gitt i Aschehoug og Gyldendal ASAs fullstendige melding (inngitt i forbindelse med erverv av felles kontroll i Aller forlag AS.)

For (kontor)rekvisita markedet skjer det ingen merkbar konsentrasjon. En kort beskrivelse av Thanke selskapene er gitt under 6.1.4. For oversiktens skyld er øvrig beskrivelse samlet i meldingens kapittel 14.

Vi ber på denne bakgrunn Konkurransetilsynet vurdere den planlagte foretakssammenslutning.

Partene tar i den forbindelse gjerne et møte med tilsynet for å redegjøre ytterligere for den planlagte foretakssammenslutningen og diskutere meldingen.

2 INVOLVERTE FORETAK

Navn:	H. Aschehoug & Co (W. Nygaard) AS
Org. nr.:	910 292 005
Adresse:	Sehesteds gate 3, 0164 Oslo
Tlf/fax:	22 40 04 00

Navn: NorgesGruppen ASA
Org. nr.: 819 731 322
Adresse: Karenslyst allé 12-14, 0278 Oslo
Tlf/fax: 24 11 31 00 / 24 11 31 01

Kontaktpersoner:

Navn: Advokatfirma Ræder DA
v/advokat Trond Sanfelt og advokat Carl A. Christiansen.
Adresse: Postboks 2944 Solli, 0230 Oslo
Tlf/fax: 23 27 27 00 / 23 27 27 01

3 ØVRIGE INVOLVERTE FORETAK

Navn: Norli Gruppen AS
Org. nr.: 913 820 509
Adresse: Universitetsgaten 20 – 24, 0162 Oslo
Tlf/fax: 32 21 56 00/ 32 21 56 01

Navn: NorgesGruppen Bok og Papir AS
Org. nr.: 913 741 196
Adresse: Karenslyst allé 12-14, 0278 Oslo
Tlf/fax: 24 11 31 00 / 24 11 31 01

4 OPPSUMMERING

Foretakssammenslutning går ut på at Norli Gruppen AS og Norgesgruppen Bok og Papir AS fusjoneres, og at Aschehoug og NorgesGruppen¹ blir eiere i det fusjonerte selskap (heretter **"Selskapet"**).

Selskapet vil eies med 51% av Aschehoug og 49% av NorgesGruppen.

Selskapet vil videreføre driften av dagens kjeder Norli og Libris i samme driftsmessige konsepter som i dag. Kjedenes administrasjon, fellestjenester innkjøp m.v. vil samkjøres og rasjonaliseres.

Fusjonen er begrunnet av en nødvendig rasjonalisering.

Foretakssammenslutningen vil hverken føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med konkurranseloven formål, jf. konkurranseloven § 16. Det er flere grunner til det:

- Foretakssammenslutningen vil ikke føre til eller forsterke noen vesentlig konkurransebegrensning i detaljhandel av bøker. Selskapet vil ha en anslått markedsandel i allmennbokmarkedet på 17,1% og en markedsandel på 17% av det samlede bokmarkedet, når omsetningen til medlemseide virksomheter i Libris inkluderes.

¹ Gjennom 100% eiet datterselskap.

- Foretakssammenslutningen vil ikke påvirke konkurranseforholdene i skolebokmarkedet eller i tilgrensende markeder. Libris har i dag en omsetning av skolebøker på ca 120 MNOK. Dette tilsvarer en markedsandel på ca 18%. Norli vil (etter utsalg av aksjene i BS Norli Skole AS – se nærmere om dette under) ikke ha/delta i egen virksomhet for salg av skolebøker.
- Foretakssammenslutningen er nødvendig om kjedenes ”landbaserte” bokhandelsvirksomhet skal oppnå tilstrekkelig lønnsomhet og ha omstillingspotensial i en bransje som står ovenfor markedsmessige utfordringer og endringer i rammevilkår.
- Konsentrasjonen vil ikke virke utestengende på forlag som ønsker å markedsføre sine bøker gjennom bokhandlere.
- Konsentrasjonen vil ikke påvirke, sinke eller hindre de endringer som pågår i bokbransjen.
- Foretakssammenslutningen vil ha positive effekter ved at dagens konsentrerte grossistfunksjon på (kontor) rekvisita kan utfordres.

5 BESKRIVELSE AV FUSJONEN

5.1 Historikk, samt strategiske og økonomiske begrunnelse for fusjonen

Bokhandlerbransjen i Norge har i flere år slitt med svak lønnsomhet. Om dette vises til årsrapport for Norli og Libris:

Bilag 1: Årsrapporter 2009 for Norgesgruppen Bok og Papir AS med datterselskap (Libris Butikkdrift AS, Danke Engros AS og Danke Retail AS).

Bilag 2: Årsrapport 2009 Norli AS.

Generelt har bokhandlere høye driftsomkostninger og lav omsetning per enhet.

Bokhandlere møter økende konkurranse fra omsetning av bøker via andre kanaler, bl.a. gjennom internettbaserte tilbydere. Denne omsetningen er økende, og vil antas å stige ytterligere, særlig etter som mulighetene for kjøp og nedlasting av e-bøker øker. Internettbaserte tilbydere vil ha et betydelig lavere kostnadsnivå, med lave faste kostnader som husleie, lønn, mv, samt lavere kapitalbinding.

Skal den tradisjonelle bokhandel beholde sin konkurransekraft må driften effektiviseres. Fusjonen er et svar på disse utfordringene.

Fusjonen vil gi betydelige synergigevinster. Synergigevinstene vil i hovedsak være knyttet til hovedkontorfunksjoner, i form av rasjonalisering innkjøp, regnskap, m.v. Men sammenslåingen vil også ha gi synergigevinster for de enkelte butikkene, ved at kjedekontoret kan tilby bedre og mer utfyllende tjenester.

[*]

5.2 Faktiske og juridiske forhold av betydning for kontroll

Fusjonen skjer ved at Bok og Papir innfusjoners i Norli, som overtakende selskap, og det utstedes vederlagsaksjer til NorgesGruppen med en eierandel på 49 %. Aschehoug vil få en aksjepost i Selskapet etter fusjonen på 51 %. For nærmere detaljer om selve fusjonen, vises til vedlagte utkast til intensjonsavtale.

Bilag 3: Omforent, usignert utkast til intensjonsavtale.

Partene forhandler om en aksjonæravtale som vil regulere forholdet mellom eierne i Selskapet. Utkastet til en slik aksjonæravtale er vedlagt.

Bilag 4: Utkast til aksjonæravtale mellom NorgesGruppen og Aschehoug vedrørende aksjene i Selskapet

Utkastet forutsetter at Aschehoug og NorgesGruppen skal ha like mange styremedlemmer i Selskapet, og at det vil kreves enighet mellom NorgesGruppen og Aschehoug ved strategisk viktige beslutninger som skal treffes i Selskapets generalforsamling og styre.

5.3 Etablering av Selskapet og videreføring av Norli og Libris som selvstendige bokhandlekjeder. Spørsmålet om konsentrasjonen kan ha "utestengende effekter".

Aschehoug og NorgesGruppen ønsker å videreutvikle Selskapet som et selvstendig fungerende selskap, samt å videreføre Norli og Libris som to selvstendige bokhandelskonsept(er). Selskapet vil på varig basis ha tilstrekkelig med finansielle ressurser til å drive og utvikle virksomheten.

Selskapet skal drive selvstendig og vil ikke være underlagt særlige instruksjoner fra eierselskapene. Selskapet skal etter aksjonæravtalen ha kommersiell frihet i forhold til sine eiere. Selskapet skal f. eks. på selvstendig kommersielt grunnlag beslutte hvilke boktitler og andre varer de to kjedene skal markedsføre og selge.

Det er for øvrig en etablert praksis at de forlagseide bokhandler(kjeder) ikke preferer markedsføring og salg av eierforlagets titler.

Norgesgruppens butikker/kiosker fører et mindre utvalg bøker distribuert gjennom Bladcentralen. Bladcentralen er åpen for bøker fra alle sine eiere – og partene har ingen bestemmende innflytelse på det sortiment som tilbys. Fusjonen vil ikke medføre endring i denne del av NorgesGruppens virksomhet.

Selskapet vil eie Thanke Engros AS. Thanke Engros AS er distributør av kontorrekvisita og lignende – i hovedsak til Libriskjeden og Kontorspar forhandlere.

Norli får i dag levert denne type varer av EMO AS, som er dominerende for distribusjon av slike varer til bokhandlere mfl. på det norske marked.

Som del av Selskapet vil virksomheten i Thanke Engros kunne ha et tilstrekkelig avsetningsmessig grunnlag gjennom egen organisasjon til å kunne bygge seg opp til en

konkurrent av EMO – og derigjennom utfordre EMO's dominerende posisjon for distribusjon av kontorrekvisita.

Aschehoug forlag vil som i dag fritt og på markedsmessige vilkår levere bøker til konkurrenter av Selskapet gjennom leveranser til andre bokhandlere, bokklubbene, netthandel, dagligvarehandelen og kiosk/bensinstasjoner.

6 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE

6.1 Juridisk og organisatorisk struktur, samt virksomhetsområder

6.1.1 H. Aschehoug & Co (W. Nygaard) AS

Aschehoug har 75 aksjonærer, og selskapet er ikke kontrollert av noen enkeltperson(er) eller foretak. William Nygaard er største eier med 10 % av aksjene.

Forlagshuset Aschehoug utgir et bredt spekter av skjønnlitteratur, generell litteratur, billigbøker, fagbøker og læremidler gjennom forlagene Aschehoug, Universitetsforlaget, Oktober og Spektrum..

En oversikt over selskapsstrukturen Aschehoug og eierskap i øvrige selskap er inntatt i Aschehougs årsrapport for 2009, siste side.

Bilag 5: Årsrapport Aschehoug 2009.

Aschehoug eier direkte 45,5% av De norske Bokklubbene AS. 3% eies av Oktober forlag hvori Aschehoug eier 91%. Øvrige eiere er Gyldendal (45,5%) og Pax med 3% eierandel. Videre eier Aschehoug 50% av Bestselgerforlaget AS (tidligere Aller Forlag) som har en eierandel i Bladcentralen. Aschehoug har også eierandel i andre selskap innen produksjon og distribusjon av bøker, slik angitt i bilag 5.

De norske Bokklubbene omfatter 9 bokklubber, 5 serier samt nettbokhandelen www.bokkilden.no.

Bokkilden.no og *bokklubben.no* er fullsortiments internettbokhandler som tilbyr 2,6 millioner titler.

Samlet omsetning i De Norske Bokklubbene AS var i 2009 NOK 541 millioner. Mer enn halvparten av omsetningen kommer via nett. Distribusjonen foregår gjennom Forlagssentralen og Posten. De Norske Bokklubben sysselsatte 123 årsverk i 2009.

Aschehoug har ikke eierinteresser i selskaper hvor NorgesGruppen har eierinteresser ut over at selskapet har en 15% eierandel (og Norli har 5 %) i Den Norske Bokdatabasen AS, hvor Thanke Retail også har 5% eierandel. Se nærmere om dette under punkt 6.1.3 og 6.1.4.

6.1.2 NorgesGruppen ASA

NorgesGruppen er et norsk handelsselskap. Hovedeier er Joh. Johannson AS som sammen med dette selskaps aksjonærer kontrollerer 69,24 % av aksjene i NorgesGruppen.

NorgesGruppen har en rekke datterselskaper, og eier blant annet NorgesGruppen Bok og Papir AS, som driver bokhandlerkjeden Libris. En oversikt over NorgesGruppens datterselskaper er gitt i årsrapport fra 2009, jf. **Bilag 6** side 26 flg.

Bilag 6: Utskrift av årsrapport 2009 for NorgesGruppen ASA

NorgesGruppens kjernevirksomhet består av to virksomhetsområder; detalj og engros.

Detaljvirksomhetens hovedområde omfatter:

Dagligvare: NorgesGruppen har tre landsdekkende kjedekonsepter, samt et nærbutikkonsept og et regionalt stormarkedkonsept. I 2009 inngikk 1960 dagligvarebutikker i virksomheten. 50,4 % prosent av butikkomsetningen kom i 2009 fra kjøpmannseide kjedemedlemmer, mens det øvrige kom fra egneide butikker i NorgesGruppen. MENY er profilkjeden for store supermarkeder. SPAR dekker supermarkedsegmentet, mens KIWI dekker lavprissegmentet. I tillegg kommer nærbutikkonseptet Joker, samt Ultra- kjeden, som er et regionalt konsept for stormarkeder. NorgesGruppen har også et nært samarbeid med enkelte frittstående, regionale kjeder og butikker.

Servicehandel: Virksomheten består av kiosk- kjeden MIX med 775 kjøpmannseide kiosker og servicebutikker. NorgesGruppen Servicehandel drifter hurtigmat virksomheten på 164 Shell stasjoner og eier 100 % av aksjene i Deli de Luca Norge AS. Selskapet er franchisegiver for 27 convenience butikker sentralt beliggende i Oslo, Bergen og Stavanger.

Engrosvirksomheten omfatter leveranser til markedssegmentene dagligvare, servicehandel, storhusholdning og offshore. Engrosvirksomheten har ansvaret for vare- og informasjonsstrømmen fra produsent til sisteleddet innenfor de ulike markedssegmentene.

NorgesGruppen har per dags dato ikke direkte eierinteresser i selskaper hvor Aschehoug har eierinteresser. Danke Retail AS, som er et heleid datterselskap av NorgesGruppens datterselskap Bok og Papir, har imidlertid en eierandel på 5% i Den Norske Bokdatabasen AS, hvor også Aschehougs datterselskap Norli har en tilsvarende eierandel. Se nærmere om dette under punkt 6.1.3 og 6.1.4.

6.1.3 Norli Gruppen AS

Norlis virksomhet består i hovedsak av drift av 56 bokhandlerutsalg i Norge. En oversikt over forretningene følger vedlagt.

Bilag 7: Oversikt og nøkkelinfo – Norlis bokhandlerforretninger

Norli har eierandeler i to andre selskaper, Den Norske Bokdatabasen AS (5%) og BS Norli Skole AS (34 %).

For øvrige eierinteresser, se bilag 5.

Den norske Bokdatabasen² driver bokbransjens metadatabase, Den norske Bokdatabasen® ("Bokbasen"), samt flere søke-, navigasjons- og bestillingstjenester knyttet opp mot denne. Bokbasen er eid av alle de store aktørene i bransjen.

Bokbasen gjør alle bøker tilgjengelige og søkbare. Basen benyttes som en del av bestillingssystemet både i bokhandel, nettbokhandel og bibliotek. Bokbasens redaksjonelle linje sikrer likebehandling og kvalitetssikring av alle utgivelser som blir registrert i basen. Bokbasen inneholder over 170.000 titler i alle former; konvensjonell bok, lydbok, kart, spill, URL-publikasjoner (nettsider og nedlastbare), andre elektroniske format, tidsskrift, serier, samt andre bokliggende varer for salg i bokhandel og nettbokhandel.

Bokbasen er tilgjengelig for alle og leverer informasjon til hele bokbransjen. Nær 600 bokhandlere, 1500 forlag, 2000 bibliotek, 20 nettbokhandler i Norden, 4300 skoler, en rekke offentlige organ og instanser samt flere mediebedrifter benytter seg av basen.

BS Norli Skole AS (p.t eid 34% av Norli Gruppen) kjøper inn og leverer lærebøker til grunn- og videregående skole i henhold til avtale med en rekke av landets kommuner og fylkeskommuner. Avtalene med kommunene og fylkeskommunene inngås på bakgrunn av offentlige anbudsrunder, og hovedsakelig for en periode på mellom 1 og 3 år. Den øvrige eieren i BS Norli Skole AS er Biblioteksentralen AL med 66% av aksjene.

Biblioteksentralen eies av Norges kommuner, fylkeskommuner, KS og Norsk Bibliotekforening. Uavhengig av fusjonen har Norli innledet forhandlinger om salg av sin aksjepost i BS Norli Skole AS. Aksjeposten forventes solgt i løpet av inneværende eller neste år.

6.1.4 NorgesGruppen Bok og Papir AS

Bok og Papir er et holdingsselskap for NorgesGruppens bokhandlervirksomhet. Bok og Papir har tre heleide datterselskaper; Libris Butikkdrift AS, Danke Engros AS og Danke Retail AS.

Bilag 8: Oversikt over Bok og Papir med datterselskaper

Bok og Papirs hovedvirksomhet er drift og lisensiering av rettigheter til drift av Libris-bokhandel. I Libris-kjeden inngår (pr dato) totalt 122 bokhandlerutsalg i Norge, hvorav 28 er egen eid og drevet av Libris Butikkdrift AS. En oversikt over forretningene, følger vedlagt.

Bilag 9: Oversikt og nøkkelinfo – Libris bokhandlerforretninger

² <http://www.bokbasen.no/id/11023540.0>

I tillegg har Libris Butikkdrift AS eierandeler på henholdsvis 87,10% i Klepppestø Bok og Papir AS og 70% i Kvadrat Bokhandel AS, som begge driver Libris bokhandel³.

Som nevnt er 94 av 122 bokhandler i Libris drevet av selvstendige forhandlere som er knyttet til kjeden via en medlemsavtale. De selvstendig drevne butikker står [*] av omsetningen i Libris.

Det er en viss mobilitet i massen av medlemmer. I 2009/10 forlot 3 butikker kjeden. Det er varslet [*] med effekt innen 30/6 2011.

Standard medlemsavtale er vedlagt som:

Bilag 10: Standard medlemskapsavtale [*]

Ut over grunnsortimentet har medlemmene i Libris frihet til selv å velge hvilke bøker de vil føre. [*] En medlemsbutikk vil innen disse rammer opptre som konkurrent til øvrige butikker i egen kjede og Norli. Selskapet vil ikke ha annen kontroll over de medlemseide butikker – ut over de forpliktelser som beskrevet. Gjennom den egeninteresse som ligger i å tiltrekke mest mulig omsetning vil en medlems eid butikk de facto utgjøre et konkurransepress⁴.

Thanke Engros AS driver engrossalg og distribusjon av kontorrekvisita i all hovedsak til Libris kjeden og Kontorspar medlemmer. Thanke Engros AS har videre en eierandel i DVD Holding AS på 44 %, som igjen har eierandeler på henholdsvis 50% i DVD Galleriet AS og 10% i DVD Galleriet Jærhagen AS. DVD Holding driver detaljsalg av DVD (musikk/film) gjennom 13 utsalg.

Thanke Retail AS driver Kontorspar en landsdekkende faghandelskjede innen kontor- og datarekvisita, med 30 forhandlere i Norge og en omsetning på 420 mill. kroner i 2009. Medlemmene er knyttet til kjeden gjennom en standard medlemsavtale.

Bilag 11: Standard medlemsavtale [*]

Kontorspar medlemmene forhandler kjedens egne merkevarer og produkter levert av industrien/ leverandører, innenfor kategoriene:

- Kontormaskiner & datarekvisita
- Arkivering, kontor & kopipapir
- Emballasje
- Kalendermateriell
- Rengjøring & Tørk
- Møte & presentasjon
- Kantine

Kontorspar er tilknyttet den nordiske innkjøpsalliansen Nordic Office Alliance. Gjennom dette samarbeidet tilbys felles produkter fra kjente produsenter og prisgunstige varer under eget merke.

³ Øvrige aksjer tilhører tidligere eiere

⁴ Uten at det etter en konkret analyse kan kvantifiseres vil selvstendige medlemmer ikke på samme måte som et egeid system representere en uniform markedsadferd.

Bok og Papir har en eierandel på 5% i Den Norske Bokdatabase AS, jf. punkt 6.1.3.

6.2 Eierinteresser utenfor konsernet

Se om dette i alminnelig virksomhetsbeskrivelse – over.

6.3 Omsetning og driftsresultat i Norge per 2009

Navn	Driftsinntekter (i MNOK)	Driftsresultat – EBIT (i MNOK)
Aschehoug (konsern)	1 254,6	9,1
NorgesGruppen (konsern)	53 232	1 828
Norli gruppen	788,7	-62,5
NorgesGruppen Bok og Papir AS*	0	-4,4
Libris Butikkdrift AS	164,7	-15,3
Thanke Engros AS	232,3	- 21,4
Thanke Retail AS	100,7	13,1

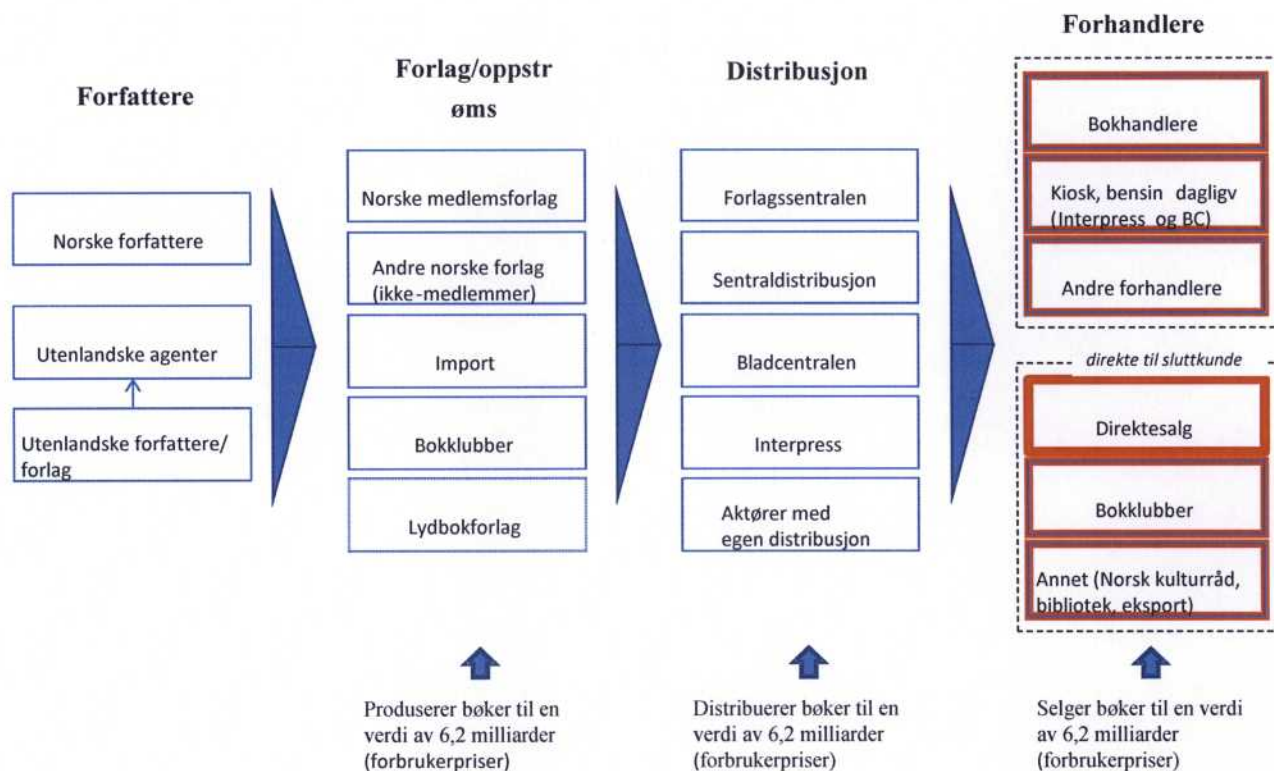
*Holdingselskap. Operativ virksomhet i datterselskap

6.4 Bransjeorganisasjoner

Aschehoug er medlem av Forleggerforeningen, og både Norli og NorgesGruppen Bok og Papir/Libris Butikkdrift AS er medlem av Bokhandlerforeningen. Både NorgesGruppen, Norli Gruppen og Aschehoug er medlemmer i HSH.

7 MARKEDER SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

7.1 Oversikt over verdikjeden i bokmarkedet



Verdikjeden i bokbransjen går fra forfatter til leser. Forlagene erverver retten til å utgi forfatternes verk gjennom inngåelse av kontrakter direkte med norske forfattere og gjennom utenlandske forfatters agenter. Disse forlagsrettighetene danner basis for utgivelse av bøker i ulike formater og rettighetene kan ofte viderelisensieres etter nærmere bestemmelser, for eksempel til bokklubber som trykker egne utgaver.

Importører kjøper utgivelser direkte fra utenlandske forlag eller grossister. Forlagene markedsfører og selger direkte til forhandler. I noen grad selges også direkte til sluttkunde eller institusjoner som representerer sluttkunde (Norsk kulturråd, biblioteker). De store distribusjonssentralene har gjort det lite rasjonelt å etablere egne grossistledd.⁵

Distribusjonssleddet forestår, på vegne av forlagskundene, lagring, ordremottak, pakking, ekspedisjon og transport av bøker til utsalgsstedene, samt merkantil oppfølging av ordrene. Distribusjon til bokhandlere foretas av Forlagssentralen og Sentraldistribusjon (Forlagssentralen eies i fellesskap av Aschehoug og Gyldendal ASA, mens Sentraldistribusjon eies med 99% av Cappelen Damm). Bladcentralen og Interpress betjener forhandlere innen

⁵ Interpress utfører enkelte grossistfunksjoner.

dagligvare, kiosk og bensinstasjon. I tillegg er det en del forlag som har egen distribusjon, for eksempel Fagbokforlaget.

Da nærværende foretakssammenslutningen ikke berører forlag og distribusjonsleddene i bokbransjen, vil disse marked ikke bli videre behandlet i meldingen.

På forhandlernivået finnes bokhandlene, dagligvarehandel, kiosk/ bensinstasjon og enkelte andre forhandlere (for eksempel selges noen kokebøker i kjøkkenutstysforretninger og barnebøker i leketøysbutikker). Forhandlerne selger videre til slutt kunder. Det forekommer også direktesalg fra forlagene til større slutt kunder. Bokklubbene trykker i det vesentlige selv sine utgaver på lisens.

Som Konkurransetilsynet er kjent med, har aktørene i bransjen inngått en midlertidig bransjeavtale, ("bokavtalen"). Det er gitt unntaksforskrift fra konkurranseloven § 10 for bokavtalen og enkelte kollektive avtaler knyttet til denne (om vilkår for norske forfattere, om fellestiltak for å sikre bredde i bokdistribusjonen). Dagens unntaksforskrifter utløper per 31.12 2014. Bokavtalen forutsettes kjent og vil ikke bli nærmere beskrevet.

7.2 Avgrensing av berørte markeder

Partene legger til grunn at det salg av bøker utgjør et separat produktmarked. Som det fremgår flere steder i meldingen utøves gjennom Thanke selskapene grossist og detaljistvirksomhet knyttet til rekvisita. Norli har ingen slik virksomhet. Rekvisita behandles som et separat marked selv om bokhandelen også fører slike varer. For oversiktens skyld er grossist og detaljhandel med rekvisita behandlet samlet i pkt 14 under.

7.2.1 Oversikt ulike inndelinger i bokmarkedet

Bokmarkedet kan tenkes inndelt i ulike "relevante marked" etter følgende kriterier:

- Ledd i verdikjeden jf. punkt 7.2.2.
- Boktype, jf. punkt 7.2.3.
- Salgskanaler, jf. punkt 7.2.4.

7.2.2 Markedsinndeling etter ledd i verdikjeden

Med utgangspunkt i verdikjeden i bokbransjen som beskrevet i punkt 7.1 kan markedet tenkes inndelt i ulike relevante markeder:

- a) Marked(er) for kjøp av forlagsrettigheter.
- b) Marked(er) for salg fra forlag til forhandler (bokhandlere, dagligvare og kiosk/bensin samt enkelte andre).
- c) Marked(er) for bokdistribusjon/logistikk (primært fra forlegger til forhandler).

- d) Marked(er) for salg til slutt kunder (direktesalg fra forlag, bokklubb, salg fra forhandler)

Selskapets hovedvirksomhet vil være bokhandelvirksomhet, og det vil i den videre fremstilling derfor fokuseres på markedet for salg til slutt kunder (*pkt d*).

Det har i bransjesammenheng vært en diskusjon om forlagseide bokhandlerkjeder – og om disse på noen måte diskriminerer bøker fra andre forlag. Virkningene av sammenslutningen i markedet for salg fra forlag til forhandler er derfor nærmere beskrevet i pkt 8 under.

Foretakssammenslutningen vil ikke berøre distribusjonsleddet i bokbransjen, og markedet for bokdistribusjon/logistikk vil derfor ikke bli drøftet videre.

Avgrensning av eventuelle relevante markeder for kjøp av forlagsrettigheter drøftes heller ikke.

7.2.3 Markedsinndeling etter boktype

Etter boktype deles markedet normalt i tre hovedsegmenter⁶:

- Skolemarkedet (skolebøker til grunn- og videregående skole).
- Fagbokmarkedet (universitets- høyskole og profesjonslitteratur).
- Allmennmarkedet (sakprosa og skjønnlitteratur, allmenne oppslagsverk).

Konkurransen på tvers av disse delmarkedene er liten. Delmarkedene skiller seg fra hverandre blant annet ved at planleggingshorisonter, investeringsnivåer, rettighetsakkvisisjon, markedsføringsmetoder, kundegrupper og rutiner for ordrehåndtering vil være tildels svært forskjellige. På generelt grunnlag er det naturlig å se de tre hovedgruppene som tilhørende konkurranserettslig separate ”relevante markeder”.

For nedstrømsmarkedet skiller særlig skolebokmarkedet seg ut. Skolebøker kjøpes inn av det offentlige gjennom (i all hovedsak) formaliserte anbudsrunder. Det er derfor naturlig å betrakte skolebokmarkedet som eget marked.

Norli vil fremover ikke⁷ ha egen virksomhet i skolemarkedet. Libris har som det fremgår slik virksomhet, hovedsakelig i regi av de selvstendige kjedemedlemmene. Denne aktiviteten blir uberørt av foretakssammenslutningen.

Fagbokmarkedet har visse særpreg (bl.a. at det for et antall titler er ”lokale markeder” knyttet til undervisning på stedets universitet/høyskoler). For øvrig foretas innkjøpene i det vesentlige enkeltvis og av sluttbruker. Det lokale preg gjør at konkurransen i første hånd er mellom internettbestilling og den eller de bokhandlere som er lokalisert på lærerstedet. For denne melding har en likevel ikke skilt fagbøker ut som eget marked – men fagbøker er i tallmateriale lagt inn som en del av allmennmarkedet.

⁶ Bransjestatistikken s. 3 og 4.

⁷ Etter salget av 34% av aksjene i BS Norli Skole AS

Innenfor allmennmarkedet er det vanlig å skille mellom flere bokgrupper; sakprosa, skjønnlitteratur for voksne og barnebøker. Konkurransetilsynet har tidligere uttalt at bøker innenfor samme bokkategori til en viss grad dekker det samme behovet for sluttbrukerne, men at det "kan finnes en rekke delmarkeder innenfor en relevant bokgruppe".⁸ Kommisjonen konkluderte i Egmont/Bonnier-vedtaket med at det allmenne bokmarkedet kan inndeles i følgende underkategorier: skjønnlitteratur i stor utgave, skjønnlitteratur i pocketutgave, sakprosa og barnelitteratur.

7.2.4 Markedsinndeling etter salgskanaler

Ulike salgskanaler for bøker kan tenkes utgjøre separate produktmarkeder. For eksempel kan salg via internett sees som et separat marked i forhold til salg gjennom fysiske utsalgssteder.

For salg gjennom fysiske utsalgssteder kan det stilles spørsmål om det må skilles mellom salg i tradisjonelle bokhandler og salg av bøker i varehus kiosk/bensinstasjoner mv. ("massemarkedet").

Dagens tilbuds og konkurransesituasjon tilsier etter partenes mening at et skille mellom de ulike salgskanaler ikke er relevant. De aller fleste bøker tilbys gjennom flere kanaler – og det er virksom konkurranse i alle deler av markedet⁹.

De (landbaserte) bokhandlerne er historisk den viktigste salgskanalen for omsetning av bøker. Salget fra bokklubbene har gått ned de siste årene¹⁰, samtidig som omsetningen av bøker totalt sett er stabil.¹¹ Nedgangen i bokklubbsalg er møtt med økning innen landbasert bokhandel og i andre og nyere salgskanaler, som internett, varehus og kiosk/bensinstasjoner.

Det er ca 650 bokhandelsutsalg i Norge, hvorav de fleste tilhører en av syv etablerte kjeder. De fleste bokhandelsutsalg vil typisk lagerføre mellom 8 000 og 15 000 unike titler og kan betjene publikum med informasjon om, og bestilling av, alle norske bokutgivelser.

Omsetning av bøker innenfor dagligvare og kiosk/bensinstasjoner ("massemarkedet") er anslått til å utgjøre ca 12,6% av salget av bøker til allmennmarkedet.

Massemarkedet preges av en etterspørsel etter få titler med høyt volum, og liten bredde i utvalget. Tilbyderne i massemarkedet fører typisk mellom 10 og 100 unike titler. I massemarkedet tilbyr forhandlerne i hovedsak etablerte serier/konsepter og kjente bestselgere, Norgesgruppens butikker fører et mindre utvalg bøker i hovedsak distribuert av Bladcentralen. Bladcentralen er åpen for bøker fra alle Bladcentralens eiere – og partene har ingen bestemmende innflytelse på det sortiment som tilbys. NorgesGruppens forskjellige profilhus vil på fritt grunnlag foreta innkjøp fra bl.a Bladcentralen.

⁸ V 1999-89 om godkjenning av Aschehoug og Gyldendals erverv av Universitetsforlaget på vilkår, jf. krrl. §3-11.

⁹ Innen de rammer bokavtalen setter

¹⁰ Etter at deres særrett til å fravike bokavtalen ble fjernet

¹¹ Tall på s. 4 i bransjestatistikken

NorgesGruppens forskjellige dagligvarekjeder solgte i 2009 samlet bøker for [*]. MIX kiosker solgte i samme periode bøker for [*].

I tillegg omsettes bøker via bokklubber og nettbaserte tilbydere.

En inndeling basert på omsetningskanal, ble avvist av Europakommisjonen i Egmont/Bonnier hvor det uttales at:

"Furthermore, the market investigation did not bring forward any element on the basis of which a distinct "distant sale" market, including book clubs, mail orders and sales via the Internet, could be identified within the overall market for the sale of books to final customers. Rather, some replies indicated that, in Denmark, different sales channels, in which also the sales through supermarkets should be included, can be considered as part of one single market for sale of books to final consumers."

I meldingen legges dette til grunn med mindre annet er spesielt angitt.

7.2.5 Oppsummering: avgrensning av relevante produktmarkeder

Etter partenes oppfatning vil det som følge av fusjonen skje en konsentrasjon i **(markedet for) salg til sluttkunde av bøker i fag og allmennmarkedet (uansett salgskanal)**.

I dette markedet vil Selskapet få en markedsandel på 17,1%. Som illustrasjon på at heller ikke en snevrere markedsavgrensning gir grunnlag for konkurransemessige innsigelser har Partene foretatt beregninger etter alternative markedsavgrensninger. De beregninger som er foretatt er markedsandel for Selskapet i:

- Detaljhandel av alle bøker uansett salgskanal (videst mulig definisjon).
- Detaljhandel av bøker i allmennmarkedet uansett salgskanal (antatt relevant marked).
- Detaljhandel av bøker i landbaserte bokhandler.
- Detaljhandel av bøker i landbaserte bokhandler i bokgruppe 3 og 4.

Selv med en nedbryting av boktyper etter bokavtalens definisjoner på salgskanal oppnås ikke en markedskonsentrasjon over 38% inklusive de medlems eide butikkene i Libris. Det antas derfor unødvendig med ytterligere vurderinger og analyser av de ulike markedsavgrensninger.

7.2.6 Geografisk marked

Både Konkurransetilsynet og Europakommisjonen har lagt til grunn at bokmarkedene har nasjonal utstrekning.¹² Selskapet vil drive sin virksomhet i Norge, rettet mot norske kunder. Virksomheten vil være landsdekkende. Partene legger derfor til grunn at markedet kan avgrenses til Norge.

¹² Jf. V1999-89 om godkjenning av Aschehoug og Gyldendals erverv av Universitetsforlaget på vilkår, jf. krrl § 3-11 og sak nr. COMP/M.4611 Egmont/Bonnier.

Om man fra en teoretisk synsvinkel skulle legge til grunn at det er et separat marked for landbasert detaljhandel av bøker vil det være av interesse å vurdere den lokale dimensjon ut i fra hvor langt en forbruker kan forventes å reise.

Under i pkt 8.4.5 er gitt en oversikt over den geografiske spredning av Selskapets landbaserte butikker. Som det fremgår er det en god spredning av konkurrerende kjeder i alle landets fylker.

7.2.7 Størrelsen av det relevante marked og Selskapets markedsandel

Basert på de ovennevnte forutsetninger har partene anslått Selskapets markedsandeler.

Ytterst til høyre er angitt hvor i dokumentet begrunnelse og bakgrunn for anslaget er gitt.

Partene har ikke slik kjennskap til konkurrentenes tall at deres markedsandeler kan angis med samme presisjon. For å anslå konkurrenters markedsandel har en måttet benytte andre tilgjengelige tall. Anslagene er samlet under pkt 10 – under.

Teoretisk markedsavgrensning	Totalmarked MNOK	Herav partene MNOK	Partenes Markedsandel i %	Se nærmere under pkt:
Totalmarkedet	6237**	1058,1	17 (18*)	8.4.1
Allmennmarkedet inkl fagbøker	5198**	889,5	17,1 (18,7*)	8.4.2
Salg av allmenn litteratur (inkl fag) Landbasert bokhandel	1130***	378	33,5	8.4.3
Salg av bokgruppe 3 og 4 i landbasert bokhandel	637,5***	245	38,5	8.4.4

* NorgesGruppens kiosker og dagligvarebutikker har som det fremgår under (8.3.1.3) en begrenset omsetning av bøker (i allmennmarkedet). I 2009 utgjorde denne [*]. Legges denne omsetning inn vil partenes markedsandel bli som angitt av tall i parentes.

** Forlagsforeningens anslag over totalmarkedet.

*** Tallene er innkjøpstall basert på Forlagsforeningens statistikk 2009 (nettoomsetning basert på salgskanaler).

8 MARKEDSSTRUKTUR – BERØRTE MARKEDER

8.1 Innledning

Som redegjort for i punkt 7.2.6 vil drøftelsen konsentrere seg om de konkurransemessige virkninger på markedet for salg av bøker til sluttbruker i Norge. Salg av skolebøker er holdt utenfor.

8.2 Metode for beregning av markedsandeler

I meldingen behandles kun aktørenes salg av bøker ("merverdiavgiftsfritt salg"). Som det fremgår under er ca 40% av omsetningen i de landbaserte bokhandlene andre varer (rekvisita film/DVD spill leker m.v.), som er merverdiavgiftspliktige ("pliktige varer"). Slike pliktige varer tilbys av en rekke aktører, og partene legger til grunn at det for slike varer ikke skjer en konkurransemessig konsentrasjon av betydning. Andelen av pliktige varer varierer mellom de enkelte kjeder og bokhandlere. Omsetningstall for bøker kan derfor ikke leses ut av offisielle regnskap.

Foruten partenes egne estimater, er beregningen basert på opplysninger hentet fra bransjestatistikken, som utgis årlig av Forleggerforeningen. Den siste bransjestatistikken (fra 2009) finnes på <http://www.forleggerforeningen.no/nor/bransjestatistikk>.

Bransjestatistikken har estimater for totalmarkedet splittet i delmarkedene skolebokmarkedet, fagbokmarkedet og allmennmarkedet. Tallene for totalmarkedet er vurdert til forbrukerpriser og inkludert begrunnede anslag for omsetning fra forlag som ikke er medlemmer av foreningen.

For smalere markedsdefinisjoner, har bransjestatistikken kun tall for medlemsforlagenes netto inntekter, hvilket nødvendigvis blir mindre presist.

Også Bokhandlerforeningen utgir statistikk over medlemmenes markedsandeler m.v. I den siste statistikk som er tilgjengelig er imidlertid salget gjennom BS Norli Skolebøker AS inkludert i Norlis omsetning. (Da Norli den gang eide 75% av aksjene i BS Norli Skole AS). Bokhandlerforeningens statistikkgrunnlag er også noe mer begrenset. Partene har derfor lagt Forleggerforeningens statistikk til grunn da denne generelt anses gi et bedre bilde av markedsforholdene.

Markedsandeler er beregnet ut i fra nominell omsetning (ikke antall bøker). Det er imidlertid en relativt høy korrelasjon mellom disse størrelser.

8.3 Aktører og markedsandeler gitt ulike markedsavgrensninger

8.3.1 Detaljhandel av bøker.

8.3.1.1 Generelt

Omsetningen av bøker totalt i alle sjangere er i 2009 beregnet til 6200 MNOK, målt i utsalgspriser – hvilket tilsvarer en omsetning per innbygger på NOK 1.276,-. Bokomsetningen utgjør historisk ca. 2 % av omsetningen i norsk varehandel, utenom bil/bensin.

Beregninger basert på forbrukerundersøkelsen i 2003 viser at det selges rundt 50 mill. bøker i Norge. Basert på tilgjengelige salgsstatistikker i bokbransjen lå tallet nærmere 40 millioner, men slike statistikker fanger ikke opp en betydelig lokal bokproduksjon og salget i mange små forlag, organisasjoner, lokalhistoriske foreninger og lignende.

8.3.1.2 Landbaserte Bokhandlere

Det er som over nevnt ca 650 bokhandelsutsalg i Norge, inkl. filialer.

Tidligere var faghandelskjedene gjerne organisert som frivillige kjeder med liten grad av sentralstyring. I løpet av de siste 10 årene er bildet endret, og de fleste bokhandler er i dag tilknyttet en kjede. Flere av kjedene er eiet av forlag.

Lønnsomheten i bokhandelen har vært svak. Normtallsundersøkelsen 2008 viste et negativt driftsresultat på 0,4%, for 2007 var driftsresultatet 2,4%. Omsetning (DI) per butikk falt i samme periode fra 9,4 millioner til 8,8 millioner. Bruttofortjenesten i perioden 2002 til 2008 falt fra 38,7% til 36,3%.

Boksalgets andel av den totale omsetningen varierer mellom kjedene men utgjør i følge tall fra Bokhandlerforeningen ca 60% av omsetningen. Resterende omsetning kommer fra varer som kontorrekvisita, film og spill.

57% av butikkene ligger i kjøpesentra. Disse butikkene har en markedsandel på 59% av bokomsetningen. Andelen av butikker i senter varierer mellom kjedene. De enkelte kjeder er nærmere beskrevet i pkt 8.3.1.7 under

8.3.1.3 Kiosker, bensinstasjoner varehus mv.

Det selges også bøker i varehus, kiosker bensinstasjoner osv. Totalt distribueres bøker til ca. 6.000 slike utsalgssteder gjennom distribusjonsnett til Bladcentralen.

Disse utsalgsstedene er hovedsakelig konsentrert rundt serielitteratur/paperbacks, hobby- og håndbøker og bøker i krim- og spenningssjangrene. I tillegg selges noe nye og aktuelle bestselgere i ulike innbindinger.

En del faghandel selger også bøker. Sportsbutikker selger bøker om friluftsliv og trening, helsekost om livsstil, interiør om tilgrensede områder m.v. Dette salget er foreløpig begrenset.

Den totale omsetning på billigbøker og underholdnings- og serielitteratur i dagligvarehandelen og kiosk/bensinstasjoner er anslått til å være 428 MNOK mens totalomsetningen av de samme bokgruppene er på 920 MNOK. Totalt antas det i 2009 omsatt bøker for 480 MNOK i kiosker, varehus og bensinstasjoner¹³.

I dagligvarebutikker tilknyttet NorgesGruppen ble i 2009 omsatt bøker for [*]. I tillegg ble det i MIX kiosker om satt bøker [*]. NorgesGruppen står dermed for ca. [*]% av bokomsetningen i massemarkedet.

NorgesGruppens bokomsetning (utenom Libris) for allmennmarkedet¹⁴ (uansett salgskanal) utgjorde i 2009 ca. [*].

I mange land er det en høyere omsetning av bøker gjennom dagligvare/varehus enn hva tilfelle er i Norge. Dette gjelder bl.a Sverige hvor en stor del av bokhandelen foregår gjennom

¹³ Tall hentet fra offentlig versjon av fullstendig melding erverv av Aller forlag

¹⁴ Anslått til 3804MNOK for 2009

dagligvare og USA¹⁵ hvor. Wal Mart synes å ha utfordret Amazon.com ved å føre en bestselgerliste av populære titler i sine varehus.

Eksempelen synes illustrativt for de konkurransemessige utfordringer bokbransjen møter – både fra annen faghandel og fra nettet.

8.3.1.4 Bokklubber

Det er ca 50 enkeltbokklubber i Norge. Omsetningen har vært fallende etter at bokklubbene mistet prisfordelen på nye bøker i fastprisperioden. Omsetningen i 2009 er beregnet til 631 MNOK (dvs ca 16,5% av allmenn markedet).

Samlet sett har norske bokklubber rundt 1,3 millioner medlemskap, men mange har medlemskap i flere klubber, slik at det totale antallet nordmenn med bokklubbmedlemskap er noe lavere. (Bokundersøkelsen for 2003 viste at 52% av alle landets 1,7 millioner husstander har ett eller flere bokklubbmedlemskap.)

De største aktører i det norske bokklubbmarkedet er Cappelens Damms bokklubber /Tanums Bokklubber (eiet av Cappelen Damm og De norske Bokklubbene (som eies av Aschehoug /Forlaget Oktober med 48,5%, Gyldendal med 45,5% og Pax Forlag som har 3%.)

Bøkene som selges gjennom bokklubb, er av tre typer:

- lisensbøker, som har det samme innholdet som forlagenes bøker, men som trykkes med eget ISBN og eget omslag,
- tilleggssbøker, som kjøpes direkte fra forlagene,
- egne bøker, som produseres og utgis av bokklubben.

Bokklubbene foretar utvelgelse av bøker på kommersielt grunnlag via egne redaktører og konsulenter. Bokklubbene har egne internettløsninger og en stor del av omsetningen skjer via internett.

8.3.1.5 Internetthandel

Handel via internett har en kraftig vekst. Dette gjelder også for bøker. I 2000 oppgav bare 7% at de hadde handlet bøker på internett. Allerede i 2003 var tallet økt til 20%. Undersøkelser viser at det i første rekke er de mellom 25 og 39 år og de som fra før kjøper mange bøker, som benytter denne salgskanalen. Veksten er størst blant de med god utdanning. En vesentlig begrunnelse for å velge internett er (generelt sett) lavere pris og at man raskere finner bøker det ellers er vanskelig å få tak i.

Det er allerede en rekke aktører som selger bøker over internett. Bokklubbene er nevnt. De store forlagene (Cappelen Damm Aschehoug og Gyldendal) har også alle egne løsninger. Andre viktige aktører er Gnist, en fagbokhandel på nett som er resultatet av et samarbeid mellom studentsamskipnadene i Oslo, Bergen og Trondheim. En annen betydelig aktør er Haugen bok i Volda – som har nedlagt den fysiske del av virksomheten og helt konsentrert

¹⁵ <http://www.na24.no/article2732961.ece>

seg om netthandel. Selskapet har ved innovative tiltak (studentkonto mv.) via nettet etablert seg som en betydelig konkurrent til de etablerte bokhandlere.

I tillegg til de norske aktører kommer store utenlandske selskap som Amazon.com.

Bokhandlere ”på nett” har betydelige fordeler i forhold til tradisjonelle bokhandlere. De kan ha et langt større utvalg og lavere marginer da de ikke behøver butikklokaler eller store lagre.

Boksalg via netthandel løser også et problem for små forlag og generell smal litteratur som ”fysiske bokhandlere” ikke kan eller vil føre.

Salg over internett ventes å øke. I Sverige er det eks. få campusbokhandlere igjen ved lærerstedene fordi aktører som AdLibris har tatt en meget stor markedsandel på fag- og lærebøker (ved å konkurrere ut fysisk bokhandel på pris).

8.3.1.6 E-bok.

Den tekniske utvikling – herunder den store utbredelse lesebrett ventes å få vil medføre ytterligere konkurranse for den tradisjonelle bokhandelen. Det er imidlertid vanskelig å tallfeste dette eller beskrive konkrete scenario.

Foreløpig er salget begrenset. Dette skyldes først og fremst at det fremdeles arbeides med felles tekniske bransjeløsninger, og at spørsmålet om mva. på e-bøker først nylig ble avklart. Det er også betydelige kostnader knyttet til å overføre eldre, ikke tidligere digitaliserte, bøker til en relevant plattform.

Det er imidlertid alminnelig antatt at E-bok løsninger fremover vil ta en ikke ubetydelig markedsandel. Slike løsninger vil ha en særlig fordel i fagbøker og annet som jevnlig oppdateres.

8.3.1.7 Nærmere om bokhandlermarkedet.

Libris

Libris har tradisjonelt vært den største bokhandlerkjeden i Norge målt i omsetning.. Omsetningen for Libris var i 2009 på 1.033 MNOK. Libris har en relativt sett høy omsetning på andre varer enn bøker. I 2009 var 122 butikker tilknyttet Libris. Av disse butikkene var 94 medlemseide.

Norli

Norli ble etablert i 1999/2000, da Lauritzen Bokhandel og Aschehoug slo sammen sine respektive bokhandlere til Norli Gruppen. Norli har en relativt sett høy andel av sin omsetning på bøker. Alle 56 butikker er egneide.

Ark

Ark eies av Gyldendal ASA, og ble etablert i samme periode som Norli. I 1999 kjøpte Gyldendal opp flere Libris-butikker som ble samlet under Ark. Andre produktgrupper enn bøker blir ikke prioritert i like stor grad som i mange andre kjeder. De siste årene har det også

blitt opprettet såkalte Ark Pocket-filialer, som konsentrerer seg om billigbøker. Billigbøker er blant boktypene som har hatt størst salgsvekst de siste årene. I 2009 fantes det (iflg. Bokhandlerforeningens statistikk) 103 ARK utvalg over hele landet.

Tanum

Tanum ble i 2006 kjøpt opp av Damm og har 14 utvalgssteder, hovedsakelig konsentrert i Oslo området.

Notabene

Notabene ble etablert i 1985. Privat equity selskapet Reiten & Co kjøpte 60% av Notabene i 2006, de resterende 40% eies av Nicolaisen-familien. Notabene hadde per 2009 138 utvalgssteder (iflg. Bokhandlerforeningens statistikk). 95% av butikkene er lokalisert i kjøpesentre. Kjeden fokuserer også på varegrupper så som film, spill og hjemme-kontormateriell. Notabene har også butikker i Sverige og Polen.

Unipa

Unipa er en kjede for universitets- og høyskolebokhandlere, og består av 53 utvalgssteder over hele landet (iflg. Bokhandlerforeningens statistikk). Kjeden eies av 21 studentsamskipnader og/eller bokhandlere som eies av disse. Hovedsatsingsområdet er pensum- og faglitteratur. Målt etter andelen for bøker alene er Unipa landets fjerde største kjede – hvilket skyldes skoleboksalg og sentral plassering på eller ved universitets- og høyskoleområdene. En stor del av omsetningen, (ca 30%) er utenlandsk litteratur.

Fri Bokhandel

Fri Bokhandel BA er en sammenslutning for selvstendige bokhandlere. Kjeden ble stiftet i 1998, og omfatter pr i dag 85 bokhandler med til sammen 114 utvalgssteder.

Selvstendige bokhandlere/mindre kjeder

I tillegg til de 7 nevnte kjeder finnes et antall mindre selvstendige aktører. Dette gjelder lokale sammenslutninger og enkeltstående butikker (som f. eks Tronsmo bokhandel).

8.4 Selskapets markedsandeler etter fusjonen

8.4.1 Det samlede bokmarkedet i Norge ("Alle boktyper i alle kanaler")

Det fusjonerte selskaps markedsandel i forhold til det samlede bokmarkedet i Norge, (definert som alle boktyper i alle kanaler) vil være 17%.

Andelen fremkommer ved å holde den samle bokomsetning (2009, målt i utvalgspriser) på 6.229 MNOK ¹⁶ opp mot partens driftsinntekter for bøker samme år. Denne er da regnet som samlet omsetning fratrukket omsetning av merverdiavgiftspliktige varer.

Driftsinntekter i Libris var i 2009 1.033MNOK. Andelen bøker var [*].

¹⁶ Bransjestatistikk 2009 utgitt av den norske Forleggerforening, side 3

Norlis driftsinntekter i 2009 var 788,7 MNOK¹⁷, og bokandelen var [*].

Samlet salg av bøker i de to kjedene var således 1.058,1 MNOK, hvilket utgjør 17% av totalmarkedet.

Omsetningen i de medlems eide Libris butikkene utgjorde i 2009 [*] av totalomsetningen i Libris kjeden.

8.4.2 Samlet salg av bøker til allmennmarkedet

Samlet salg av bøker til allmennmarkedet (dvs. alle bokgrupper bortsett fra skolebøker i gruppe 1, men inklusive fagbøker – bokgruppe 2,) i alle salgskanaler utgjorde i 2009 5.198 MNOK¹⁸ målt i forbrukerpriser.

Herav hadde Norli og Libris til sammen 889,5 MNOK i salgsinntekter¹⁹, dvs. en markedsandel på 17,1%.

Konkurrentenes markedsandeler er forsøkt anslått under pkt. 10.1.1.

8.4.3 Salg av bøker via landbaserte bokhandlere

En snevrere, og etter partens vurdering mindre relevant avgrensning av markedet er salg av bøker gjennom "landbaserte" bokhandlere²⁰.

Årsaken til at en slik avgrensning ikke er særlig relevant er det konkurransetrykk som de øvrige salgskanaler øver.

I 2009 stod Norli og Libris til sammen for 33,5% av salg i bokgruppene 2-9 gjennom landbasert bokhandel.

Markedsandelen fremkommer ved at man sammenligner tall for netto innkjøp fra norske forlag i Forleggerforeningens Bransjestatistikk for 2009 (side 27). Av tabellen fremgår at netto innkjøp for Libris og Norli utgjorde 378,8 MNOK – hvilket kan holdes opp mot 1.130 MNOK i samlet innkjøp for kjedene Norli, Libris, Unipa, Ark, Notabene, Fri Bokhandel, Tanum, kjedeløse, Interpress og Bladcentralen.

Konkurrentenes markedsandeler er forsøkt anslått under pkt. 10.1.2

¹⁷ Tallene ovenfor inkluderer salg av skolebøker (bokgruppe 1.1 og 1.2) i regi av Norli og Libris, men ikke salget av skolebøker gjennom BS Norli Skole, 34% eid av Norli. Biblioteksentralen eier de resterende 66%. Skolebøker utgjør et eget anbudsmarked som følge av sentraliserte innkjøp gjennom fylkeskommuner og kommuner.

¹⁸ Bransjestatistikk 2009 utgitt av den norske Forleggerforening, side 4, fagbokmarkedet og allmennmarkedet.

¹⁹ Norlis salg av skolebøker [*] MNOK og Libris [*] MNOK, av en samlet bokomsetning på 1.058,1 MNOK er trukket ut.

²⁰ Dvs. uten salg gjennom alle bokklubber, Biblioteksentralen, Kulturrådet og alle øvrige forhandlere, samt forlagendes direktesalg.

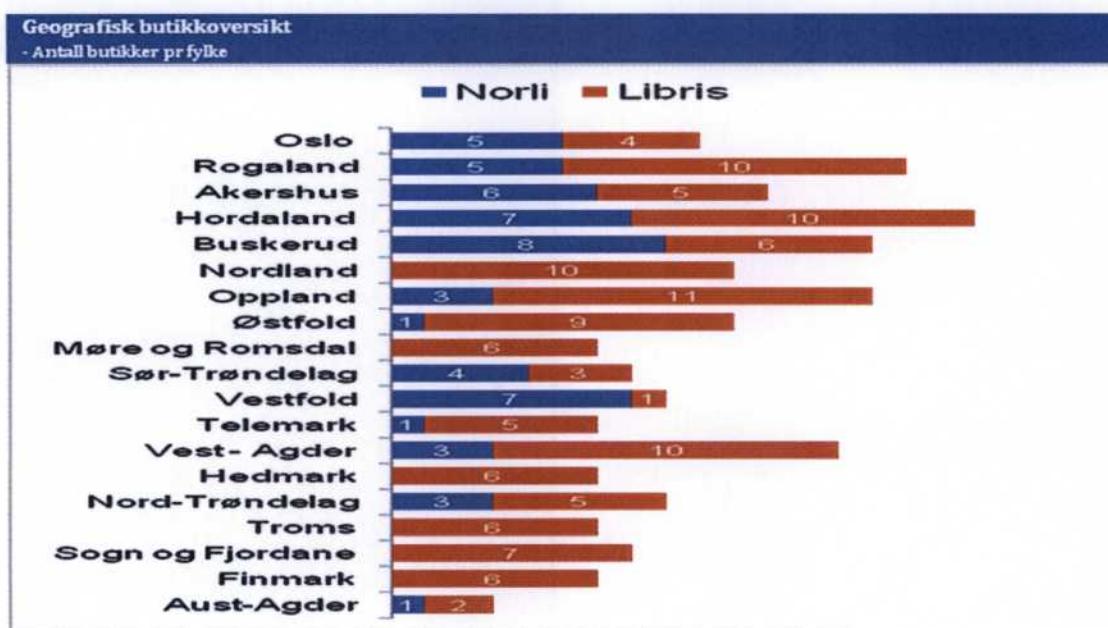
8.4.4 Salg av bøker i bokgruppe 3 og 4 i landbaserte bokhandler

Dette er den snevreste markedsavgrensning. Selv om man bryter omsetningen ned på bokgruppe og begrenser markedet til salg i "landbaserte bokhandlere", vil ikke markedsandelen for noen bokgruppe være høyere enn 38% ²¹

Konkurrentenes markedsandeler er forsøkt anslått under pkt. 10.1.3

8.4.5 Lokale marked.

Norge har i forhold til landets befolkning stort antall bokhandler utsalg. Heller ikke innenfor et begrenset geografisk område vil derfor det fusjonerte selskap oppnå noen dominerende markedsposisjon. Norli og Libris har til sammen 178 utsalg. Dette utgjør 27% av de anslagsvis 650 bokhandels utsalg. Butikkene er spredt over hele landet. Geografisk er fordelingen slik:



Libris og Norli har, med unntak av de større byer, liten geografisk overlapp for sine utsalg. Denne fordeler seg slik:

²¹ Bokgruppe 3 og 4 – 245 MNOK netto for Libris og Norli i forhold til 637,5 MNOK samlet for kjedene angitt over

Markedsoverlapp	Libris	Norli
Lillehammer	2 *	1
Bryne	1	1
Drammen	1 *	4
Kongsberg	1	1
Kristiansand	2	3
Haugesund	1	1
Levanger	1	1

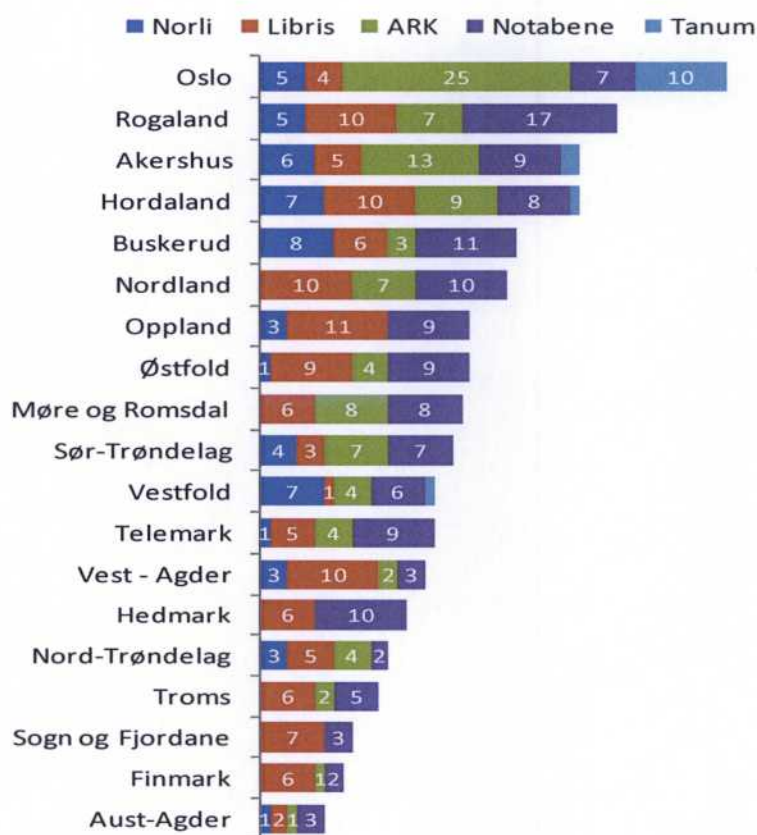
*) Egeneld

De øvrige kjeder (beskrevet over) er også spredt lokalisert. Under følger en oversikt over geografisk fordelingen som inkluderer butikker til Ark, Notabene og Tanum.

Bemerk at konkurrentoversikten ikke inneholder butikker tilhørende kjedene Unipa og Fri Bokhandel samt de kjedeløse butikker. Disse organiserer til sammen ca. 195 utsalg.

Oversikten skulle imidlertid indikere at det må defineres et relativt snevert lokalt marked før konsentrasjonen kan anses ha en geografisk dimensjon ut over den nasjonale.

Butikker i hhv Norli, Libris, Ark, Notaben og Tanum kjeden er lokalisert slik.



Partene vil i denne sammenheng også minne om at 90% av norske husholdninger har internettilgang og at 71% har kjøpt varer over nettet siste kvartal ²² I praksis har derfor

²² (se <http://www.ssb.no/ikthus/>).

tilnærmet alle norske kunder, med egen eller nærståendes hjelp, adgang til kjøp av bøker over internett.

8.5 Oppsummering: Markedsstrukturen alene tilsier at foretakssammenslutningen ikke gir grunnlag for utøvelse av markedsrett

Uansett markedsavgrensning tilsier aktørbilde og markedsandeler at foretakssammenslutningen ikke vil gi grunnlag for utøvelse av markedsrett. Selv ikke med den snevrest mulige markedsdefinisjon – omsetning av særlige bokgrupper i landbasert bokhandel – vil foretakssammenslutningen medføre en konsentrasjonsøkning som etter praksis gir grunnlag for inngrep. I det snevrest mulige markedet, (skjønnlitteratur i fysisk bokhandel) ville Selskapets markedsandel være ca. 38%.

Når det gjelder markedet (eller markedene) for distribusjon og logistikk i forbindelse med omsetning av bøker, skjer det ingen endring i markedsstrukturen, ettersom Selskapet ikke deltar i denne del verdikjeden. Foretakssammenslutningen fører følgelig ikke til noen vertikal integrasjon på dette leddet i verdikjeden og heller ingen konsentrasjonsøkning.

9 LAVE ETABLERINGSHINDRINGER VIL UANSETT HINDRE UTØVELSE AV MARKEDSRETT – REDEGJØRELSE FOR ETABLERINGSHINDRINGER

9.1 Markedet for salg til sluttbruker

Det er få etableringshindre i det som er identifisert som det relevante marked. I prinsippet kan enhver aktør starte bokhandel. Det er ingen særlige etableringshindre, bortsett fra at en nystartet bokhandel vil måtte stille bankgaranti overfor forlagene. Det er ikke spesielle restriksjoner på nye forhandlers tilgang til bokdatabasen. Øvrige investeringer vil være kostnader knyttet varelager, personale og lokalleie. For en mindre bokhandel kan investeringsbehovet anslås til i størrelsesorden 2 – 4 MNOK. I praksis er det den sterke konkurranse og lave lønnsomhet som bremser etablering av nye landbaserte bokhandlere.

Hva angår nyetableringer de siste år viser Bokhandlerforeningens statistikk at det i 2006 var 629 bokhandelsutsalg. I 2009 var antallet økt til 654. Størst økning hadde ARK kjeden som økte fra 76 til 103 utsalg. Notabene økte i samme periode fra 102 til 135. Størst nedgang hadde Libris som gikk fra 141 til 126 utsalg.

Det er heller ingen særlige hinder for start av nye internetbutikker/ nettbaserte løsninger for salg av bøker. De løsninger/forretningskonsept som kan tenkes vil være av forskjellig art – og noen generell beskrivelse av kostnader mv. for etablering er derfor ikke mulig.

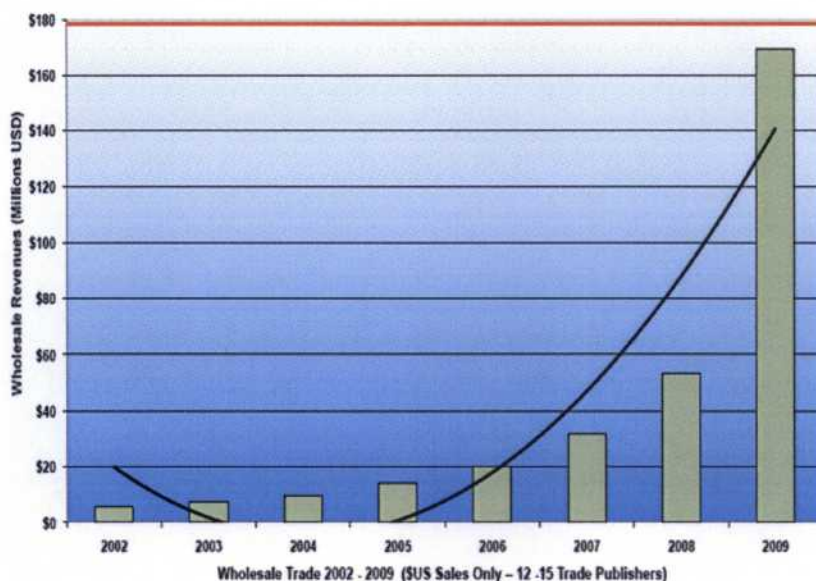
Den største nyetablering seneste tre år er www.capris.no som er et resultat av samarbeid mellom de Bonnier kontrollerte selskapene AdLibris og Cappelen.

Ved utvikling av nye elektroniske bokformater, f. eks. via lesebrett som iPad og lignende, vil sannsynligvis salg og nedlastning av bøker (i utvidet forstand) via internett øke ytterligere. De enkelte forlag står i dag fritt til å inngå avtaler med etablerte utenlandske aktører (som Kindle

og Amazon). Imidlertid ventes utviklingen først å skyte fart når de den norske bokbransje får etablert felles teknisk plattform. Dette ventes å skje i løpet av kort tid.

Også på dette punkt er det vanskelig å gi presise anslag over etableringshindringer og investeringsbehov. En ser imidlertid at det i andre land har skjedd en dramatisk økning av salg av ebøker.

Som eksempel kan vises til utviklingen i USA – slik denne fremkommer på nettstedet til The International Digital Publishing Forum (i samarbeid med Association of American publishers)²³.



10 KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER I BERØRTE MARKED

10.1 Selskapets konkurrenter

Som det er nevnt over under 7.2.7 besitter ikke partene tilstrekkelig presis informasjon til at man konkret kan angi markedsandeler for sine konkurrenter i de markeder man har beskrevet.

Tabellen under viser sum driftsinntekter i 2009 for de største bokhandlerkjedene i Norge, dvs. salg av både avgiftspliktige varer og bøker. Tall for den rene bokomsetningen er ikke tilgjengelige for de andre kjedene²⁴

Aktør	Omsetning
Libris	1.033
Ark	805
Norli	789
Notabene	633
Fri Bokhandel	455
Tanum	352
Bok og Media	102

²³ http://www.idpf.org/doc_library/industrystats.htm

²⁴ Kilde Bok og Samfunn nr. 13, 2010

For å anslå øvrige kjeders omsetning /markedsandel på bøker har partene valgt å benytte seg av Forlagsforeningens statistikk for nettoomsetning fordelt på salgskanal²⁵. Statistikken omfatter ikke utenlands literatur og tallene er ikke nødvendigvis sammenlignbare med de tall som er gitt andre steder i meldingen.

Ved at ikke all omsetning fanges opp vil de nedenstående tall gjennomgående gi partene en høyere markedsandel enn de reelt har. Feilmarginen ser ut til å være i størrelsesorden 1-2 % – jfr markedsanslag gitt i pkt 8.4 over.

10.1.1 Salg av bøker til allmennmarkedet

Partene har via Forleggerforenings anslag over totalmarkedet og egen omsetning anslått at deres markedsandel er 17,1%. Beregnes denne ved hjelp av Forlagsforeningens statistikk slik angitt over får man en noe høyere markedsandel (19,7%):

Markedet for salg av bøker til sluttbruker – salg av bøker til allmennmarkedet		
Aktør	Innkjøpsverdi	Markedsandel
Norli	220244	11,5
Libris	158575	8,2
Ark	212576	11,1
Notabene	96454	5
Tanum	92089	4,8
Unipa	120868	6,3
Fri Bokhandel	80925	4,2
Kjedefri	60325	3,1
Andre		45,8

10.1.2 Salg av bøker gjennom landbaserte landhandlere.

Avgrenses markedet til salg gjennom tradisjonelle bokhandlere vil markedsandelene fordele seg slik:

Markedet for salg av bøker til sluttbruker – gjennom ”landbaserte” bokhandlere		
Aktør	Innkjøpsverdi	Markedsandel
Norli	220244	19,5
Libris	158575	14,0
Ark	212576	18,8
Notabene	96454	8,5
Tanum	92089	8,1
Unipa	120868	10,7
Fri Bokhandel	80925	7,2

²⁵ (Inntatt i bransjestatistikken på side 27)

Kjedefri	60325	5,3
Via interpress/BC	206807	7,8
Totalt	1248863	100

10.1.3 Salg av sakprosa og skjønnlitteratur – landbasert bokhandel

Begrenser man markedet til å gjelde salg av bøker i gruppe 3 og 4 i landbaserte bokhandler vil markedsandelene være

Markedet for salg av bøker til sluttbruker – salg av bøker bokgruppe 3 og 4 og kun for landbaserte bokhandlere		
Aktør	Innkjøpsverdi	Markedsandel
Norli	131257	20,6
Libris	114547	18,0
Ark	140526	22,0
Notabene	72055	11,3
Tanum	54254	8,5
Unipa	14888	2,3
Fri Bokhandel	57697	9,1
Kjedefri	32461	5,1
Via Interpress/BC	19848	3,1
Totalt	637533	100

10.1.4 Virkning for Selskapets konkurrenter.

For konkurrentene antas ikke sammenslutningen ha betydning ut over den økede konkurransekraft de møter i Norli og Libris som følge av fusjonen.

10.2 De fem viktigste kundene til Selskapet

Selskapene driver detaljhandel til forbruker og det er derfor ikke mulig eller meningsfylt å angi de fem viktigste kunder i hvert beregnet marked. Det anmodes derfor om unntak fra opplysningsplikten på dette punkt.

For kundene vil fusjonen ikke gi merkbare endringer.

10.3 De fem største leverandørene til Selskapet i de beskrevne markeder

Selskapets største leverandører på bøker er angitt nedenfor. Tallene er her angitt som totale innkjøp – og er ikke splittet i bokkategorier.

Aktør	Libris	Norli	samlet (tall i tusen kroner)
Aschehoug	[*]	[*]	[*]
Gyldendal	[*]	[*]	[*]
Cappelen Damm	[*]	[*]	[*]
Aller forlag		[*]	
Samlaget	[*]		
Schibstedt	[*]	[*]	[*]
Aune Forlag	[*]		[*]

Foretakssammenslutningen forventes ikke å få andre virkninger for leverandørene enn en økt forhandlingsstyrke for Selskapet.

11 OVERSIKT OVER SAMARBEIDSAVTALER I BERØRTE MARKEDER

Parter	Type avtale	Innhold
Avtaler mellom Aschehoug Forlag og hver av bokhandelskjedene (separat avtale for hver kjede).	Forhandleravtale	Avtaler som regulerer forhandlernes vilkår med hensyn til rabatt/forhandleravanse, returrett, samarbeid om markedsaktiviteter m.v.
Avtaler mellom NorgesGruppen Bok og Papir og de enkelte kjedemedlemmer	Medlemsavtale	Avtaler som regulerer medlemmets rett til bruk av varemerket Libris, deltagelse i innkjøpsordninger m.v.

Som Konkurransetilsynet er kjent med, har aktørene i bransjen dessuten inngått en bransjeavtale ("bokavtalen"). Det er gitt unntaksforskrift fra konkurranseloven § 10 for bokavtalen og enkelte kollektive avtaler knyttet til denne (om vilkår for norske forfattere, om fellestiltak for å sikre bredde i bokdistribusjonen).

12 INGEN VESENTLIG KONKURRANSEBEGRENSNING

12.1 Foretakssammenslutningen vil ikke ha konkurransebegrensende virkninger

Foretakssammenslutningen går som nevnt ut på at Aschehoug og NorgesGruppen erverver felles kontroll i Selskapet, ved fusjon av Norli og Bok og Papir. Selskapet skal virke som et selvstendig fungerende selskap innenfor markedssegmentet salg av bøker til sluttbruker.

Selskapet vil gjennom en markedsandel på ca 17% ikke være i stand til å utøve markedsrett som kan forstyrre den effektive konkurranse i markedet.

Selv om Selskapet får et stort antall utsalgssteder er det i alle landsdeler en rekke utsalg fra konkurrerende kjeder.

Boklubber, internett, dagligvarebutikker, kiosker/bensinstasjoner er alle distribusjonskanaler som vil virke konkurransemessige korrigerende til Selskapet. Særlig salg via internett er i vekst og har et stort utviklingspotensial.

I tillegg kommer som redegjort for i punkt 9.1 at etableringsbarrierene for å starte salg av bøker til sluttbruker er forholdsvis lave – noe som også vil disiplinere eventuell mulighet til å utøve markedspekt.

Det er også av en viss betydning at det overveiende flertall av Libris utsalg drives av medlemmene. Et kjedemedlem vil i første rekke ivareta egne interesser og omsetning. I så måte vil andre butikker i samme kjede/eiet av samme gruppering være konkurrenter. Innen de rammer max pris ordning og pliktig sortiment setter vil kjedemedlemmer fremstå som selvstendige aktører.

Som redegjort for i punkt 6.1.3, forhandles det om salg av Norlis aksjer i BS Norli Skole AS. Aksjene ventes solgt i løpet av kort tid. BS Norli Skole AS' eksisterende markedsandel i bokmarkedet generelt og på skolebok markedet spesielt vil derfor ikke kunne tilregnes Selskapet. Skolebokmarkedet vil av samme grunn heller ikke være berørt av sammenslutningen.

Foretakssammenslutningen mellom Norli og Bok og Papir vil følgelig ikke medføre eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i skolebokmarkedet eller allmennbokmarkedet.

12.2 Foretakssammenslutningen gir ikke økte muligheter eller incentiver for samordnet opptreden/koordinerte virkninger mellom partene

Foretakssammenslutningen vil ikke øke risikoen for koordinert atferd mellom eierselskapene, Aschehoug og NorgesGruppen.

For at en slik bekymring skal kunne gi grunnlag for inngrep, oppstilles for øvrig et krav om årsakssammenheng. Etableringen av Selskapet må ha til formål å koordinere morselskapenes virksomhet eller det må ha slik virkning. Risikoen for negative konkurransemessige virkninger forutsetter at morselskapene som følge av etableringen av fellesforetaket vil ha muligheter og incentiver til å koordinere virksomheten, og at eventuell koordinering vil ha negative virkninger.²⁶

Koordinerte virkninger forutsetter at markedsstrukturen gjør det mulig å etablere konkurranse skadelige betingelser (som å holde et visst prisnivå, begrense produksjon/ny kapasitet eller markedsdeling). Videre må partene kunne kontrollere avvik.²⁷

Foretakssammenslutningen øker ikke sannsynligheten for at partene skal koordinere sin adferd på en måte som begrenser konkurransen for salg av bøker. Etter partenes vurdering vil det generelt være vanskelig å tenke seg at en slik koordinering skal kunne finne sted.

²⁶ Se bl.a. Cook and Kerse "EC Merger Control", 5. utg, side 265.

²⁷ Jf. punkt 39 flg. i Europakommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger.

Selskapet skal agere selvstendig og foretaks sammenslutningen kan vanskelig sees å få betydning for NorgesGruppens strategiske og kommersielle vurdering i den grad det skulle være aktuelt å øke salg av bøker via dagligvarebutikker og kioskkjeder som inngår i NorgesGruppen.

Salget av bøker i dagligvare er først og fremst begrenset som følge av bransjemessige logistikk-løsninger (begrensninger i Bladcentralens sortiment) og rene lønnsomhetsbetraktninger fra kjedenes side. NorgesGruppens kjeder vil imidlertid løpende og på fritt grunnlag vurdere om det er hensiktsmessig å føre et bredere utvalg bøker. Avgjørende i så måte vil være generell lønnsomhet, kundepreferanser og konkurrenters valg.

Wall Marts inntreden i det amerikanske bokmarked – og utviklingen i Sverige viser forøvrig at det på sikt kan være av interesse for dagligvarehandelen å føre et bredere utvalg bøker.

Foretakssammenslutningen øker således ikke sannsynligheten for koordinerte virkninger mellom Aschehoug og NorgesGruppen.

12.3 Foretakssammenslutningen gir ikke økte muligheter eller incentiver for utestengende virkninger

Selskapet skal etter avtale mellom partene drive selvstendig og all handel med eiere skal skje på armlengdes avstand. En forskjellsbehandling i favør av Aschehoug vil gi en inntektsoverføring i strid med avtalen – noe NorgesGruppen ikke vil tolerere. Selskapets eierstruktur taler mot at utestengning finner sted.

Det er heller ikke tradisjon i norsk bokbransje for å tilgodese egne ”eierforlag”. Partene er kjent med at denne type påstander har vært fremsatt. Men salgsstatistikk og lønnsomhetsanalyser viser at selvstendige forlag har god tilgang til markedet. Eksempelvis kan vises til lister over mestselgende litteratur for 2009/2010. Som det fremgår er flere av titlene fra små forlag uten egen bokhandlerkjede .

Boklista uke 11 – 2010 – Skjønnlitteratur (Mestselgende skjønnlitteratur utgitt 2009-2010)	Generell litteratur (Mestselgende generell litteratur utgitt 2009 og 2010)
1. (2) Påskekrim 2010 – Juritzen Forlag 2. (1) Fyrvokteren (Camilla Läckberg) – Gyldendal 3. (4) Salvadorena (Cecilia Samartin) – Juritzen Forlag 4. (3) Min Kamp: første bok (Karl Ove Knausgård) – Oktober 5. (Inn på nytt) Lucifers evangelium (Tom Egeland) – Aschehoug 6. (8) Hypnotisøren (Lars Kepler) – Cappelen Damm 7. (6) Min Kamp: andre bok (Karl Ove Knausgård) – Oktober 8. (5) Min kamp: fjerde bok (Karl Ove Knausgård) – Oktober 9. (7) Hotellet på hjørnet av Bitter og Søl (Jamie Ford) – Pantagruel 10. (9) Min Kamp: tredje bok (Karl Ove Knausgård) – Oktober 11. (10) Little Bee (Chris Cleave) – Aschehoug 12. (13) Panserhjerter (Jo Nesbø) – Aschehoug 13. (15) Postcard killers (Liza Marklund/James Patterson) –	1. (1) Enkle & perfekte menyer (Eyvind Hellstrøm) – Pantagruel 2. (12) Frisk med lavkarbo (Sofie Hexeberg) – Cappelen Damm 3. (2) Alarm! (Hanne Nabintu Herland) – Luther 4. (5) Quiz for hele familien (Geir Tunby) – Stenersen Forlag 5. (Inn på nytt) Rare lyder! (Andrew Davenport) – Buster 6. (6) På vegne av venner (Kristopher Schau) – Oktober 7. (8) Sammen til verdens ende (Espen Simonsen) – Publicom 8. (Ny) Tilbake til livet (Runar Vincents Johannessen) – Aschehoug 9. (4) Innfødte skrik: norsk svartmetall (Håvard Rem) – Schibsted 10. (Inn på nytt) Morten Schakenda: Bakeriet i Lom (John Rørdam) – Aschehoug 11. (10) Skynd deg å elske (Laila Lanes) – Kagge 12. (Ny) London: Topp 10 (Roger Williams) – Gyldendal

Piratforlaget	13. (Ny) Roma: Topp 10 (Reid Bramblett) – Gyldendal
14. (11) Pondus: Eliteserien 6 (Frode Øverli) – Egmont	14. (9) Spis smart (Else-Marthe S. Lybekk) – Akilles
15. (Ny) Irrganger (Arnaldur Indridason) – Cappelen Damm	15. (11) Mer selvfølelse (Mia Törnblom) – Pantagruel

At kjedene i praksis ikke forfordeler sine eierforlag fremgår også av at det er svært god korrelasjon mellom kjedenes andel av totalmarkedet og deres andel av bøker kjøpt fra de enkelte forlag.

Nedenfor er en tabell som viser de enkelte bokhandlerkjedenes andel av bøker i gruppe 3 (sakprosa), gruppe 4 (skjønnlitteratur) og gruppe 5 (billigbøker). Dette dekker brorparten av det som over er beskrevet som allmennmarkedet. Tallene for totalmarkedet er hentet fra Bransjestatistikken for 2009.²⁸

Dette er så sammenlignet med Aschehougs egne tall for salg til de samme bokhandlerkjeder.²⁹

Som det fremgår varierer prosentene noe, men i det store og hele er det en klar sammenheng mellom samlet markedsandel og kjøp fra Aschehoug. De forskjellene som er kan enten skyldes kommersielle betingelser som gjør at noen kjeder ikke prioriterer Aschehougs bøker like mye som andre forlags bøker, og/eller at Aschehougs utgivelsesprofil innenfor de samme bokgruppene ”passer” bedre for noen kjeders profil.

Kjedenes kjøp av bøker		Gruppe 3, 4 og 5	
Bokhandlerkjede	Andel totalmarkedet	Andel bøker fra Aschehoug	
Norli	18,9%		[*]
Libris	15,6%		[*]
Unipa	2,1%		[*]
Ark	21,7%		[*]
Notabene	10,0%		[*]
Fri bokhandel	7,5%		[*]
Tanum	9,8%		[*]
Kjedeløse	4,3%		[*]
Interpress og BC	10,1%		[*]
Sum	100,0%		[*]

De små forlag synes også å være de som oppnår bransjens beste marginer. At svingningene er store kan forklares med at små forlag er langt mer påvirket av bestselgere enn større forlag³⁰.

²⁸ side 27, nettoomsætning fordelt på salgskanaler. Det er kun tatt med de aktuelle bokhandlerkjeder, ikke Kulturrådet etc

²⁹ (kilde: salgsstatistikk fra Forlagssentralen) for 2009

³⁰ Kilde Bok og Samfunn

10 mest lønnsomme forlag 2008		10 mest lønnsomme forlag 2009	
Driftsmargin		Driftsmargin	
Det norske Bibelselskap	25,9%	Juritzen Forlag	38,5%
Abstrakt forlag	14,2%	Bazar Forlag	29,4%
Aller forlag	12,4%	Kom Forlag	23,7%
Solum forlag	12,1%	Abstrakt forlag	17,5%
Tapir akademisk forlag	11,3%	Kagge Forlag	17,0%
Samlaget	10,4%	Fritt forlag	16,1%
Kommuneforlaget	10,1%	Font Forlag	15,2%
Vega Forlag	10,0%	Manifest	12,5%
Lille Måne	9,4%	Lydbokforlaget	9,9%
Larsforlaget	9,3%	Pantagruel	9,8%

13 EFFEKTIVITETSGEVINSTER -

13.1 Synergieffekter

Fusjonen vil gi betydelige synergigevinster.

På inntektssiden forventes spesielt grossistvirksomheten i Thanke Engros å få et betydelig løft i sitt omsetningsvolum som følge av fusjonen, og derigjennom bli en sterk utfordrer på rekvisitaleveranser til bokhandelsmarkedet for øvrig.

Selskapet vil etablere en felles teknisk plattform for netthandel, som vil gi synergier i form av kunnskap, redusert investeringsbehov, samt driftskostnader.

Det forventes innkjøpssynergier så vel på handelsvarer som indirekte innkjøp (utstyr, tjenester, etc.)

For handelsvarer forventes at en samling av innkjøpet for de to kjedene vil gjøre det mulig å realisere besparelser. En foreløpig analyse av de to kjedenes betingelser [*] i sum utgjør betydelige besparelser.

Det forventes også besparelser på innkjøp av rekvisita. Dette vil oppstå isolert sett fra at et fusjonert selskaps samlede volum legges til Thanke Engros, som derigjennom vil oppnå bedre betingelser hos sine leverandører. I tillegg vil den videre veksten som grossisten forventes å oppnå som følge av fusjonen, igjen være med på å bedre innkjøpsbetingelser totalt sett for et fusjonert selskap.

Innenfor indirekte innkjøp tilsier en foreløpig vurdering at det potensielt er besparelser å finne innenfor kategoriene [*] Det forventes også besparelser innenfor kontorrekvisita gjennom tidligere beskrevet styrking av Thanke Engros.

Det er videre identifisert synergier på hovedkontorfunksjoner[*].

På leiekontraktsiden vil et fusjonert selskap være sterkere posisjonert overfor gårdeiere, både i etableringssammenheng og i forhandlingssammenheng.

Sammenslåingen vil også ha gi synergigevinster for de enkelte butikkene, ved at kjedekontoret kan tilby bedre og mer utfyllende tjenester, herunder driftsstøtte og opplæring/e-læring. Et samlet selskap vil i større grad være i stand til å tilby disse typer tjenester også til forhandlere i distriktene, noe som vil bidra til å styrke den lokale bokhandelen og være et positivt distriktspolitisk bidrag.

14 KONTORREKVISITA

14.1 Generelt

Om den selskapsmessige organisering av Bok og Papirs virksomhet i kontorrekvisita mv. gjennom Danke selskapene vises til pkt 6.1.4 over.

Foretakssammenslutningen gir etter partenes mening ingen merkbar endring i markedsstrukturen hva gjelder av kontorrekvisita til sluttbruker. For grossistvirksomheten skjer ingen konsentrasjon.

Kontorspar er en landsdekkende kjede bestående av 30 faghandlere innen kontor- og datarekvisita. Kjeden ble etablert i 1994 og omsetter i dag for ca. 400 mill. kroner. Alle forhandlere er selvstendige næringsdrivende tilknyttet kjeden gjennom en medlemskontrakt.

Kontorsparkjeden består av mindre enheter med omsetning fra ca. 4 til ca. 25 MNOK. Enhetenes hovedvirksomhet er å forestå samlede kontorrekvisita leveranser til mindre bedrifter samt forestå de tilleggsleveranser/supplering som ikke faller inn under sentrale innkjøpsordninger i større virksomheter.

Med en så vidt diversifisert og lokalt tilpasset virksomhet har kjedens medlemmer stor frihet til individuelle tilpasninger. Kjedens fokus er på innkjøp som gjør medlemmene i stand til å møte den lokale konkurranse.

Som det fremgår over har bokhandlere 30-40% av sin omsetning på merverdiavgiftspliktige varer. En del av dette er kontorrekvisita. Kontorspar og Libris/Norli vil likevel i liten grad fremstå som konkurrenter på denne type varer.

Typiske rekvisita varer som kopipapir, kalkulatorer mv. selges i elektrobutikker, dagligvare, varehus m.v. Den store spredning av markedskanaler for denne type varer gjør det etter partenes mening neppe naturlig å definere detaljsalg (nedstrøms) av rekvisita som et eget marked. Markedsdefinisjonen kan mer naturlig knyttes til de enkelte produktgrupper.

På produktgruppenivå vil markedsaktørene variere. Som eksempel: For en sluttbruker som søker kopipapir vil rene kontorleverandører som Kontorspar kunne konkurrere med den lokale bokhandel. Andre like naturlige alternativer for et slikt produkt kan være varehus, SmartClub, Ikea, Elkjøp mfl.

For større (samlede) innkjøp konkurrerer Kontorspar først og fremst med andre selskap som er spesialisert på leveranser til bedrifter og hjemmekontor. Slike selskap søker å være en samlet leverandør av produkter med den fellesnevner at de benyttes på kontor/hjemmekontor. For denne type leveranser (som kan omfatte så vel rekvisita som møbler, fødevarer, rengjøringsmidler kontormaskiner og elektronikk) vil tradisjonell bokhandel ikke være en konkurrent.

Selskapet vil for de rekvisitaprodukter hvor det gjennom fusjonen skjer en konsentrasjon ha en så liten markedsandel (knyttet til de enkelte produktmarked) at ytterligere beskrivelse ikke antas nødvendig for tilsynets behandling.

Varene som utgjør hoveddelen av nedstrøms omsetning i Kontorspar forhandles ikke av bokhandler (kopimaskiner, kontormøbler mv.)

Partenes vurdering er således at sammenslutningen ikke har konkurransemessige implikasjoner da den for detaljmarkedet innebærer en svært liten konsentrasjonsøkning i et lite konsentrert marked.

Fusjonen antas på den annen side å ha en positiv effekt ved at konkurransen for grossistleveranser/anbudsleveranser av kontorrekvisita kan skjerpes. Dette som en følge av at Thanke Engros gjennom å overta leveransene til Norli oppnår en volummessig størrelse som gjør selskapet i stand til bedre å utfordre den dominerende aktøren (EMO AS).

14.2 Engros markedet for rekvisita – særlig mot bokhandel

Det er en rekke produsenter/leverandører av kontorrekvisita. Grossistenes forretningskonsept er å kunne være leverandør av et totalsortiment som detaljister/storforbrukere etterspør.

Staples Nordic AS ("Stapels") er Norges og Nordens største aktør innen salg og distribusjon av kontor- og datarekvisita, samt annet forbruksmateriell innenfor beslektede områder. Den nordiske regionen omsetter for ca. 4.000 MNOK og er eid av amerikanske Staples Inc, en av verdens ledende kontorutstyrsleverandører.

Grossistfunksjonen utøves gjennom datterselskapet EMO AS. EMO hadde i 2009 en omsetning (i Norge) på 1155 MNOK og et resultat på 157 MNOK.

EMO er enerådende for leveranser til norske bokhandlere (med unntak av Libris som benytter Thanke Engros) Anslått omsetning av rekvisita i norske bokhandlekjeder³¹ er som følger:

³¹ Eget anslag.

KJEDE	Omsetning ut av butikk	Andel MVA Pliktige varer	Hovedleverandør I dag	Anslått innkjøpsvolum Pr. år (Rekvisita)MNOK
Ark bokhandel	805,0	[*]	EMO	[*]
Norli Gruppen	789,0	[*]	EMO	[*]
Notabene	633,0	[*]	Import/EMO	[*]
Fri Bokhandel	455,0	[*]	EMO	[*]
Tanum	325,2	[*]	EMO	[*]
Bok & Media	101,8	[*]	EMO	[*]
UNIPA	580,0	[*]	EMO	[*]
Totalt				243.

Partene har ellers ingen totaloversikt over markedene for forskjellige kontorrekvisita produkter.

Aktørene formidler som nevnt alt fra kontormøbler, til papir, elektronikk, vaskemidler og snacks. Slike varer handles i forskjellige kanaler – og noen samlet oversikt er derfor vanskelig å gi. Imidlertid viser ovennevnt tabell at det vil være marked for en aktør som kan utfordre EMO eks. for leveranser til (øvrige) bokhandlerkjeder.

Flere slutt kunder har også uttrykt et ønske om at Danke skal være et alternativ til dagens leverandør EMO. Partene anser at for bokhandlere, mindre kontorforretninger og direkte kunder vil et sterkere Danke Engros være et konkurransemessig korrektiv til EMO.

14.3 Oversikt over Dankes kunder

Danke Engros har i dag sin alt vesentlige omsetning på andre selskap i NorgesGruppen konsernet. Man har dog begynt å bearbeide andre kanaler (eks. andre bokhandlerkjeder).

Omsetningen på Danke Engros 5 største kunder er før transaksjonen estimert til følgende³²

Kundesegment:	Oms. 2011MNOK	Oms. 2012MNOK
Kontorspar (salg til kjedens medlemmer)	[*]	[*]
Libris	[*]	[*]
NorgesGruppen (internt forbruk)	[*]	[*]
Storcash utsalg (NorgesGruppen videresalg)	[*]	[*]
Slutt kunder	[*]	[*]
Bokhandelskjeder utover Libris	[*]	[*]
Horeca ("Hotell Restaurant Catering")	[*]	[*]
Kontorforhandlere	[*]	[*]
Totalt omsetning eget lager*	[*]	[*]

³² Budsjett Danke engros 2011 – 2012 (før transaksjon):

Årsaken til at Kontorspars omsetning ikke harmonerer med innkjøpet fra Thanke Engros er at alle Kontorspar forhandlere (i tillegg til Thankes varegrupper) også har et utstrakt salg av kontormøbler og stormaskiner (kopimaskiner etc. som har egne serviceavtaler). Dette er varegrupper som Thanke ikke forhandler sentralt på vegne av sine medlemmer.

Omsetningstallene for salg fra Thanke Engros til Kontorspar ([*] i 2011 og [*] i 2012) er kun relatert til de varer som går over eget lager. I tillegg formidles varer for ca. [*] – som leveres direkte fra leverandør og gjennomfaktureres fra Thanke Engros med et visst påslag.

Gjennom transaksjonen forventes Norli å flytte sitt innkjøp fra EMO til Thanke Engros. Gjennom en økt omsetning antas Thanke Engros å kunne tilby sine kunder bedre betingelser enn i dag.

14.4 Oversikt over Thanke Engros konkurrenter

De største aktører er angitt i tabellen under. I tillegg kommer et antall lokale små- og mellomstore forhandlere av kontor- og datarekvisita.

En stor del av de mindre aktørenes innkjøp hentes i dag fra EMO samt fra en del mindre importselskaper. Partene anser sannsynligheten som stor for at Thanke Engros, gjennom den omsetningsøkning transaksjonen medfører; vil fremstå som et troverdig alternativ til EMO og derigjennom kunne øke sin markedsandel.. For øvrig vil ikke sammenslutningen ha betydning for selskapets konkurrenter.

Leverandør		
Aktør	Omsetning	Markedsandel
Staples direkte og butikk/Emo	2.600 MNOK	Ca. 25%
Norengros	2.000 MNOK	Ca. 20%
Maskegruppen	800 MNOK.	Ca. 8%
Wittussen & Jensen	600 MNOK.	Ca. 6%
Lyreco	300 MNOK.	Ca. 3%
Totalmarked	N/A	N/A

14.5 Oversikt over Thanke Engros 5 største leverandører

Thanke har i dag 52 rammeavtaler med forskjellige leverandører. I tillegg kommer en rekke enkeltavtaler. Selskapet er også med i samarbeidet Nordic Office. Disse leverandører er i det vesentlige (deler) av utenlandske konsern med betydelig omsetning. Sammenslutningen vil ikke ha merkbar påvirkning for leverandørene.

Leverandør		
Aktør	Omsetning/innkjøp	Markedsandel
[*]	[*]	
[*]	[*]	
[*]	[*]	
[*]	[*]	
[*]	[*]	

Kontorspar forhandlerene hovedomsetning kommer som over nevnt fra leverandører som butikkene inngår direkte avtaler med. Denne omsetning berøres ikke.

14.6 Etableringshindringer – rekvisita markedet

Det er ingen formelle etableringshindre for grossistdistribusjon av kontorrekvisita. Kostnadene ligger i etablering av en produktportefølje, og et serviceapparat som svarer til kundenes behov.

Det er heller ingen etableringshinder for detaljhandel med kontorrekvisita.

15 TILSYN ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Foretakssammenslutningen er ikke underlagt andre konkurransemyndigheter. Den krever ingen konsesjoner eller andre tillatelser etter norsk lovgivning.

16 OFFENTLIGHET

Denne melding er en offentlig versjon.

Følgende bilag er å anse som forretningshemmeligheter: Bilag 3, 4, 10 og 11.

Med vennlig hilsen
Advokatfirma Ræder DA

Trond Sanfelt
Advokat/partner

Carl A. Christiansen
advokat/partner

Vedlegg

BILAG

- Bilag 1:** Årsrapporter 2009 for Norgesgruppen Bok og Papir AS med datterselskap (Libris Butikkdrift AS, Thanke Engros AS og Thanke Retail AS).
- Bilag 2:** Årsrapport 2009 Norli AS.
- Bilag 3:** Omforent, usignert utkast til intensjonsavtale.
- Bilag 4:** Utkast til aksjonæravtale mellom NorgesGruppen og Aschehoug vedrørende aksjene i Selskapet.
- Bilag 5:** Årsrapport Aschehoug 2009.
- Bilag 6:** Utskrift av årsrapport 2009 for NorgesGruppen ASA
- Bilag 7:** Oversikt og nøkkelinfo – Norlis bokhandlerforretninger
- Bilag 8:** Oversikt over Bok og Papir med datterselskaper
- Bilag 9:** Oversikt og nøkkelinfo – Libris bokhandlerforretninger
- Bilag 10:** Standard medlemskapsavtale [*].
- Bilag 11:** Standard medlemsavtale [*]