
Melding om foretakssammenslutning

LERØY SEAFOOD GROUP ASA

OPPKJØP AV

HAVFISK ASA

OG

NORWAY SEAFOODS GROUP AS

30. juni 2016

OFFENTLIG VERSJON

INNHold

1	KONTAKTINFORMASJON.....	4
1.1	Foretak som erverver kontroll	4
1.2	Representant	4
1.3	Målselskap	4
2	BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	4
2.1	Oversikt over transaksjonen	4
2.2	Bakgrunn for foretakssammenslutningen	5
2.3	Jurisdiksjon.....	5
3	FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDER.....	6
3.1	Lerøy Seafood ASA	6
3.1.1	Selskapsstruktur	6
3.1.2	Virksomhetsområder	7
3.2	Norway Seafoods Group AS	9
3.2.1	Selskapsstruktur	9
3.2.2	Virksomhetsområder	9
3.3	Havfisk ASA	10
3.3.1	Selskapsstruktur.....	10
3.3.2	Virksomhetsområder	11
4	OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE.....	12
5	RELEVANTE MARKEDER	12
5.1	Innledning.....	12
5.2	Markedet for hvitfisk	13
5.2.1	Oversikt over verdikjeden – hvitfisk	13
5.2.2	Generelt om kvotesystemet i Norge	16
5.3	Relevant produktmarked og geografisk marked – hvitfisk.....	18
5.3.1	Innledning.....	18
5.3.2	Relevant produktmarked.....	19
5.3.3	Konklusjon om de relevante produktmarkedene	26
5.3.4	Relevant geografisk marked	26
5.4	Andre relevante markeder	27
5.4.1	Laksefisk.....	27
5.4.2	Pelagisk fisk.....	27
5.4.3	Skalldyr.....	28
6	HORISONTALE OVERLAPP – PRIMÆR- OG SEKUNDÆRPROSESSERT HVITFISK	29
6.1	Innledning.....	29
6.2	Markesandeler	29
6.2.1	Generelt	29
6.2.2	Primærprosessering av hvitfisk	29
6.2.3	Sekundærprosessering av hvitfisk	33
6.2.4	Delkonklusjon.....	36
6.3	Markedsstruktur.....	36
6.4	Leveringsstruktur.....	39
6.5	Samarbeidsavtaler.....	40
6.5.1	Lerøy.....	40

6.5.2	Norway Seafoods.....	40
6.5.3	Havfisk	40
6.6	Etterspørselsstruktur og salgskanaler	41
6.6.1	Innledning.....	41
6.6.2	Strukturen innen dagligvare og storkjøkken.....	41
6.6.3	Kjøpermakt innen alle salgskanaler.....	42
6.6.4	Partenes viktigste kunder innen primær- og sekundærprosessert hvitfisk.....	44
6.7	Forskning og utvikling.....	47
6.8	Etableringshindringer	47
6.8.1	Primærprosessering av hvitfisk	47
6.8.2	Sekundærprosessering av hvitfisk	48
6.8.3	Oppsummering	49
6.9	Konklusjon	49
7	ANDRE HORISONTALT RELATERTE MARKEDER	50
7.1	Innledning.....	50
7.2	Laksefisk.....	50
7.2.1	Markedsandeler	50
7.2.2	Viktigste konkurrenter	51
7.2.3	Viktigste leverandører	52
7.2.4	Viktigste kunder	52
7.3	Pelagisk fisk.....	53
7.3.1	Markedsandeler	53
7.3.2	Viktigste konkurrenter	54
7.3.3	Viktigste leverandører	54
7.3.4	Viktigste kunder	55
7.4	Skalldyr.....	55
7.4.1	Markedsandeler	55
7.4.2	Viktigste konkurrenter	56
7.4.3	Viktigste leverandører	57
7.4.4	Viktigste kunder	57
7.5	Konklusjon	58
8	VERTIKALT RELATERT MARKED – FISKE AV HVITFISK	58
8.1.1	Markedsandeler	58
8.1.2	Viktigste konkurrenter	58
8.1.3	Viktigste leverandører	59
8.1.4	Viktigste kunder	59
9	EFFEKTIVITETSGEVINSTER	59
10	ÅRSRAPPORTER OG ÅRSREGNSKAP.....	60
11	FORRETNINGSHEMMELIGHETER	60

1 KONTAKTINFORMASJON

1.1 Foretak som erverver kontroll

Navn: Lerøy Sjømatgruppen ASA
 Org.nr.: 975 350 940
 Adresse: Postboks 7600, 5020 Bergen, Norge

1.2 Representant

Navn: Wikborg, Rein & Co. Advokatfirma DA
 Ansvarlig partner: Jan Erik Clausen
 Kontaktperson: Advokat Eivind Stage
 Adresse: Postboks 1233 Sentrum, 5811 Bergen, Norge
 Tlf.: + 47 55 21 52 15
 Fax: + 47 55 21 52 01
 E-post: est@wr.no

1.3 Målselskap

Navn: Havfisk ASA
 Org.nr.: 986 392 858
 Adresse: Postboks 876, 6001 Ålesund, Norge
 Kontaktperson: Advokat Ketil E. Bøe
 Tlf.: +47 22 82 76 96
 E-post: keb@wr.no

Navn: Norway Seafoods Group AS
 Org.nr.: 995 203 626
 Adresse: Postboks 1301 Vika, 0112 Oslo, Norge
 Kontaktperson: Advokat Ketil E. Bøe
 Tlf.: +47 22 82 76 96
 E-mail: keb@wr.no

2 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

2.1 Oversikt over transaksjonen

- (1) Foretakssammenslutningen gjelder Lerøy Sjømatgruppen ASAs ("**Lerøy**") erverv av 64,4 % av aksjene i Havfisk ASA ("**Havfisk**") og 73,6 % av aksjene i Norway Seafoods Group AS ("**Norway Seafoods**") ("**Transaksjonen**"). Gjennomføring av den planlagte Transaksjonen utløser et pliktig tilbud på kjøp av de utestående aksjene i Havfisk etter verdipapirhandelloven § 6-1. Forutsatt at Transaksjonen gjennomføres, har Lerøy også til hensikt å inngi tilbud på de utestående aksjene i Norway Seafoods. På denne bakgrunn vil Lerøy erverve kontroll over begge selskapene.

- (2) Vedlagt følger de endelige aksjekjøpsavtalene:

Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale datert 2. juni 2016 mellom Lerøy og Aker Capital AS / Aker Capital II AS

Vedlegg 2: Aksjekjøpsavtale datert 2. juni 2016 mellom Lerøy og Fausken Invest AS

2.2 Bakgrunn for foretakssammenslutningen

- (3) Lerøy er en global leverandør av sjømat, og er med sitt store distribusjonsnettverk i Europa en betydelig leverandør til den europeiske dagligvarehandelen. Selv om Lerøy hovedsakelig fokuserer sin virksomhet på laksefisk (laks og ørret), er Lerøy også en leverandør av et stort utvalg sjømatprodukter basert på en rekke ulike arter. Lerøy har vært en av drivkreftene bak produktutviklingen som har funnet sted innen fersk laks.
- (4) Havfisk er Norges største trålrederi med omtrent 11 % av det totale antall fangstkvoter for hvitfisk, herunder for artene er torsk, hyse og sei. Norway Seafoods spesialiserte seg imidlertid på prosessering, salg og distribusjon av hvitfisk. Selskapet har Norges største mottaksnettverk for hvitfisk, med tretten stasjoner langs kysten av Nord-Norge. Totalt håndterer Norway Seafoods mer enn 70 000 tonn (rundvekt-ekvivalenter) med hvitfisk som kjøpes fra over 600 fartøyer.
- (5) Transaksjonen vil styrke Lerøys posisjon innenfor det europeiske hvitfisk-segmentet, og øke selskapets tilgang til over 100 000 tonn råmateriale av hvitfisk. Tilgangen til råmateriale landet av Havfisk vil tilgjengeliggjøres gjennom overtakelse av selskapet, mens tilgangen til råmateriale fra tredjeparter vil utvides gjennom Norway Seafoods sine innkjøpsstasjoner. Gjennom Lerøy sin veletablerte integrerte verdikjede for laksefisk foreligger det et betydelig potensiale til verdiskapning gjennom ytterligere utvikling av markedet for hvitfisk, samt gjennom dannelsen av den ledende leverandøren av fersk / opptint sjømat med et fullt assortiment av sjømatprodukter.
- (6) Nedstrømsmarkedet for hvitfisk er underutviklet sammenlignet med markedet for laks. De kombinerte selskapene er ideelt posisjonert for å utvikle dette markedet, og derigjennom øke verdien på hvitfisk. For å kunne drive denne utviklingen vil eierskap og tilgang til råmateriale være nøkkelfaktorer.
- (7) I tillegg vil det kunne oppnås klare synergier og stordriftsfordeler ved integrering av Norway Seafoods sitt nettverk av primærprossering og innkjøpsstasjoner i Lerøy sin virksomhet for salg og distribusjon. Videre foreligger det også et klart potensiale for å skape verdier gjennom å øke etterspørselen for hvitfisk. Økt volum og bedre utvalg av hvitfisk-produkter vil også gi synergier til den eksisterende virksomheten for laksefisk.

2.3 Jurisdiksjon

- (8) Gjennomføringen av Transaksjonen er betinget av godkjenninger fra konkurransemyndighetene i Norge, Frankrike og Tyskland, i tillegg til godkjenning fra Nærings- og Fiskeridepartementet.

- (9) Transaksjonen er ikke meldepliktig til EU-Kommisjonen, ettersom partenes omsetning ikke overstiger terskelverdiene i Fusjonsforordningens artikkel 1.¹

3 FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDER

3.1 Lerøy Seafood ASA

3.1.1 Selskapsstruktur

- (10) Lerøy er en leverandør og eksportør av fiskprodukter til humankonsum, herunder produkter som laks, ørret, pelagisk fisk og skalldyr. Selskapet er børsnotert på Oslo Børs, og hadde i 2015 en global omsetning på MNOK 14 350, med et driftsresultat på MNOK 1 568. Hovedkontoret til Lerøy ligger i Bergen, og selskapet har mer enn 2 500 ansatte over hele verden.
- (11) Selskapet har 22 datterselskaper lokalisert i både Norge og Europa, i tillegg til syv tilknyttede selskaper. Et organisatorisk kart og en oversikt over Lerøys datterselskaper, minoritetsinteresser og selskaper med felles kontroll, er vedlagt hertil:

Vedlegg 3: Liste over Lerøys datterselskaper og organisasjonskart

- (12) Lerøy er kontrollert av Austevoll Seafood ASA ("**AUSS**"), en global integrert fiskeri- og sjømatsspesialist, som har sitt hovedkontor i Austevoll. Selskapet eier og driver både fiskeskøyter, fiskemelanlegg, hermetikkanlegg, fryseanlegg, lakseoppdrett, samt markedsføring og salg, fra sine hovedkontorer i Norge, Storbritannia, Peru og Chile. AUSS eier 62,56 % av aksjene i Lerøy.² En liste over AUSS sine datterselskaper, minoritetsinteresser og selskaper med felles kontroll, er vedlagt hertil:

Vedlegg 4: Liste over AUSS' datterselskaper og organisasjonskart

- (13) AUSS eier 50 % av aksjene i det fullfungerende fellesforetaket Pelagia Holding AS, et selskap som driver virksomhet innenfor produksjon av pelagiske fiskeprodukter. Selskapets virksomhet består i mottak av råvarer til produksjon av fiskemel og fiskeoljer, samt produksjon av fryste pelagiske fiskeprodukter til humankonsum. I tillegg eier AUSS 50 % av aksjene i Hordafor AS, et selskap som kjøper råvarer fra oppdrettsnæringen, hvitfiskindustrien og pelagisk fiske til produksjon av proteinkonsentrat og olje.
- (14) Videre kontrolleres AUSS av Laco AS ("**Laco**"), et privateid investeringsselskap som eier 55,55 % av aksjene i AUSS. Aksjene i Laco eies av ulike personer i Møgster-familien gjennom privateide investeringsselskaper, hvorav ingen har direkte eller indirekte kontroll over aksjemajoriteten i selskapet. Laco er på denne bakgrunn å anses som det kontrollerende selskapet over AUSS og Lerøy.
- (15) Laco eier også 49,99 % av aksjene i selskapet Br. Birkeland AS, som driver virksomhet innenfor fiske av pelagisk fisk, i tillegg til oppdrett av ørret og laks. Utenom aksjene i dette selskapet har Laco ingen virksomhet eller investeringer innenfor fiskeindustrien, med unntak

¹ Rådsforordning (EF) nr. 139 / 2004 av 20. Januar 2004 om tilsyn med foretaks sammenslutninger.

² Per 31. desember 2015. Per 24. juni 2016 er AUSS eier av 52,69 % av aksjene.

av eierskap i AUSS og derigjennom Lerøy. Øvrige selskaper som kontrolleres av Laco er følgende:

- Fitjar Mekaniske Verksted AS (100 %): Skipsverft.
- Møgster Offshore AS (99,53 %): Majoritetsaksjonær i DOF ASA,³ et shipping / offshore-konsern som opererer en flåte med supply og subsea fartøy. DOF ASA er børsnotert på Oslo Børs.
- Møgstein AS (100 %): Shipping / offshore.
- Møgster Management AS (100 %): Administrative tjenester.
- Møgster Havfiske AS (100 %): Driver for tiden ingen virksomhet, ettersom innholdet i selskapet (fiskeskøyter) ble solgt i 2011.

- (16) En liste over Lacos datterselskaper, minoritetsinteresser og selskaper med delt kontroll, fremgår av note 27 i Lacos årsrapport for 2015, se vedlegg 9 nedenfor.

3.1.2 Virksomhetsområder

- (17) Lerøy er verdens nest største produsent av laksefisk. Selskapet driver også en betydelig virksomhet innenfor handel av andre fiskeslag, hvilket gjør Lerøy til en ledende eksportør av sjømat fra Norge.⁴ Daglig produserer konsernet sjømat tilsvarende tre millioner måltider, samt videreselger og distribuerer sjømat tilsvarende fire millioner måltider daglig til over 70 forskjellige aktører på verdensbasis. Lerøys kjerneaktiviteter er lakseoppdrett, innkjøp og distribusjon av sjømat, i tillegg til produktutvikling og markedsutvikling av sjømat.
- (18) Selskapet tilbyr sjømat innenfor fem hovedkategorier av produkter, herunder laks / ørret, hvitfisk, pelagisk fisk, skalldyr og sushi, til kunder innenfor både dagligvare og storkjøkken. Under disse kategoriene tilbyr selskapet en rekke forskjellige produkter, fra hel fisk og forskjellige typer fiskestykker / fileter, til mer bearbejdede produkter og sushi. Mer informasjon om Lerøys produkter kan finnes på selskapets hjemmeside.⁵
- (19) Av den totale omsetningen til Lerøy-konsernet i 2015 ble omtrent 59 % solgt til kunder i EU, mens 14 % ble solgt til norske kunder. Majoriteten av salget var av hel og primærprosessert laks (72 %), mens 11 % var av ørret og 9 % av hvitfisk. I tillegg utgjorde salg av skalldyr 4 % av totalomsetningen, mens øvrige produkter til sammen utgjorde de resterende 4 %.
- (20) Majoriteten av Lerøys virksomhet knytter seg til oppdrett og salg av laksefisk. Gjennom sine heleide datterselskaper Lerøy Midt AS, Lerøy Aurora AS og Lerøy Vest AS driver gruppen lakseoppdrett langs den norske kysten. I tillegg driver Sjøtroll Havbruk AS (50,71 %) oppdrett av både laks og ørret.
- (21) Lerøy driver sitt salgs- og distribusjonsnettverk gjennom en rekke datterselskaper hovedsakelig i Europa, i tillegg til et nettverk av salgskontorer. Dette nettverket består av Hallvard Lerøy AS (100 %) med flere salgskontorer og datterselskaper, inkludert Lerøy Sverige AB (100 %), Lerøy Stockholm AB (100 %), Lerøy Finland OY (100 %), SAS Hallvard Lerøy (100 %), Lerøy Turkey (100 %), Lerøy Processing Spain S.L. (100 %) og

³ Per 31. desember 2015 har selskapet 51,22 % av aksjene i DOF ASA.

⁴ I 2015 eksporterer konsernet mer enn 230 000 tonn sjømat.

⁵ See www.leroyseafood.com

Lerøy Portugal Lda (60 %).⁶ I det norske marked består salgs- og distribusjonsnettverket av Sjømathuset AS (100 %), Lerøy Alfheim AS (100 %), Lerøy Trondheim AS (100 %), Lerøy Delico AS (100 %), Lerøy Nord AS (51 %) og Lerøy Sjømatgruppen AS (51 %).

- (22) Konsernets virksomhet innenfor primærprosessering omfatter produksjon av laks og ørret, samt fiske og et økende volum av filetering. Selskapene i konsernet innenfor dette segmentet representerer en viktig arbeidsgiver langt norskekysten, og tilstreber å være synlige og støttende i alle regioner hvor de er tilstede. Disse selskapene omfatter:

- Lerøy Aurora AS (100 %): prosesserer av laks.
- Lerøy Midt AS (100 %): prosesserer av laks.
- Lerøy Sjøtroll (100 %): prosesserer av laks og ørret.
- Sjøtroll Havbruk AS (50,71 %): prosesserer av laks og ørret.
- Bulandet Fiskeindustri AS (76,34 %): prosesserer av hvitfisk.
- Sirevaag AS (100 % av Lerøy Delico AS): prosesserer av skalldyr og hvitfisk.

- (23) I tillegg til anleggene for primærprosessering har Lerøy også noen anlegg for sekundærprosessering. Disse anleggene eies og drives av følgende datterselskaper:

- Lerøy Fossen AS (100 %): selskap som utelukkende prosesserer laks og ørret, og som har det største røkeanlegget i Norge. Selskapets produkter selges over hele verden. Det ble i 2014 og 2015 investert totalt MNOK 50 for å doble anleggets kapasitet.
- Lerøy Smøgen Seafood AB (100 %): svensk sjømatelskap som produserer en rekke forskjellige typer røkt sjømat. I tillegg produserer og distribuerer selskapet sjømatesalater, samt produkter basert på skalldyr i lake. Selskapet prosesserer en rekke typer fisk, og selger sine produkter til en rekke land. Etter en stor investering i 2013 har anlegget nå blitt et av verdens mest moderne og effektive anlegg for produksjon av høyprosessert sjømat.
- Rode Beheer B.V. (50,1 %): ledende produsent av prosessert sjømat i Nederland, som tilbyr et vidt spekter av produkter, herunder røykte, marinerte, ferskpakkede og frysede produkter.
- Bulandet Fiskeindustri AS (76,34 %): lite norsk prosesseringsselskap for hvitfisk, både primær- og sekundærprosessering, hovedsakelig til salg i det norske markedet. De viktigste råmaterialene selskapet bruker er torsk, sei, brosme og lange.

- (24) I tillegg har følgende salgs- og distribusjonsselskaper også kapasitet innenfor sekundærprosesserings av ferske MAP⁷-produkter:⁸

- Sjømathuset AS (100 %): lokalisert i Norge.
- Lerøy Stockholm AB (100 %): lokalisert i Sverige.
- Lerøy Finland OY (100 %): lokalisert i Finland.
- SAS Hallvard Lerøy (100 %): lokalisert i Frankrike.
- Lerøy Processing Spain S.L. (100 %): lokalisert i Spania.

⁶ I 2016 økte Lerøy sin aksjeandel i Lerøy Portugal Lda. til 100 %.

⁷ "MAP" står for "Modified Atmosphere Packed", som er fiskeprodukter som er pakket i beskyttende atmosfære.

⁸ Disse anleggene produserer i hovedsak laksefisk, men de har i tillegg noe håndtering av hvitfisk-produkter.

- Lerøy Turkey (100 %): lokalisert i Tyrkia.
- Lerøy Schlie AS (50 %): lokalisert i Danmark (assosiert).

(25) Lerøy er medlem av bransjeorganisasjonene NHO og Sjømat Norge.

3.2 Norway Seafoods Group AS

3.2.1 Selskapsstruktur

- (26) Norway Seafoods Group AS er et norsk sjømateselskap som leverer hvitfiskprodukter i Europa. I 2015 hadde selskapet en samlet global omsetning på MNOK 1 979 og et driftsresultat på MNOK -18.⁹ Norway Seafoods har sitt hovedkontor i Oslo.
- (27) Selskapet er kontrollert av Aker Capital II AS, et privateid investeringsselskap som er eier 73,63 % av aksjene. Aksjene i Aker Capital II AS er igjen eid av Aker ASA, som også er den bakenforliggende eieren av Havfisk.
- (28) Norway Seafoods har to heleide datterselskaper i Europa, disse er Norway Seafoods AS (Norge) og Norway Seafoods A/S (Danmark). I tillegg har selskapet 67,1 % av aksjene i Melbu Fryselager AS, et lokalt selskap lokalisert på havnen i Melbu som tilbyr kjølelager for skip.

I tillegg er Norway Seafoods minoritetsaksjonær i Itub AS (28.75 %), som er et selskap som tilbyr utleie av isolerte plastkar for bruk i fiskeindustrien i Europa, både på land og til sjøs. Utover dette eide selskapet frem til mai 2016 49 % av aksjene i Finnmark Kystfiske AS, et selskap som eier og driver fiskefartøyet "Osvaldson" – et fartøy i kystflåten med kvoterettigheter på hvitfisk. Sistnevnte selskap er nå imidlertid overtatt av Havfisk ASA.

- (29) Et organisasjonskart for Norway Seafoods vedlegges hertil:

Vedlegg 5: Norway Seafoods' organisasjonskart

3.2.2 Virksomhetsområder

- (30) Norway Seafoods er et ledende sjømateselskap med virksomhet i Norge og Danmark, som spesialiserer seg innenfor prosessering, salg og distribusjon av hvitfisk. Konsernets hovedvirksomhet består av prosessering av torskeprodukter og sjømatprodukter av høy kvalitet, og er blant Europas største leverandører av hvitfiskprodukter. Det primære markedet for Norway Seafoods sine produkter er Europa, med Skandinavia, Frankrike og Storbritannia som nøkkemarkeder. Norway Seafoods AS er blant de største arbeidsgiverne i sjømatesindustrien i Norge med 730 ansatte.¹⁰
- (31) Selskapet har Norges største innkjøpsnettverk for hvitfisk (tretten stasjoner), hvorav de kjøper fersk fisk direkte fra fiskefartøy langs kysten i Nord-Norge. Ytterligere innkjøp av fersk fisk og sjømat blir gjort fra fiskeauksjoner og fiskeoppdrettsselskaper i Europa. Totalt håndterer Norway Seafoods mer enn 70 000 tonn med hvitfisk (rundvekt-ekvivalenter), kjøpt fra over 600 fiskefartøy.

⁹ Konsernregnskap.

¹⁰ Tall per 2015. Av det totale antall ansatte jobbet 170 utenfor Norge.

- (32) Norway Seafoods har ni anlegg for primærprosessering, hvorav åtte er lokalisert i Norge og ett i Danmark.¹¹ Disse primærprosesseringsanleggene er spesialiserte på pakking av hel fisk og fileter, både fersk og frossen.¹² Norway Seafoods har også tre anlegg for sekundærprosessering, hvorav ett er lokalisert i Norge og to i Danmark. Ved disse anleggene bearbeides fisken til en rekke bearbeidede fiskeprodukter, slik som fersk fisk i MAP,¹³ ferdigmåltider og andre produkter som bearbeides med ytterligere ingredienser, eksempelvis marinerings, panering, etc. I tillegg har selskapet også seks innkjøpsstasjoner for fisk i Norge.
- (33) Selskapets hovedprodukter er basert på torsk, hyse og sei. I tillegg produserer Norway Seafoods også et utvalg produkter basert på laksefisker, rødspette, Alaska Pollock, havabbor og brasme. Selskapet tilbyr også et lite utvalg av steinbit, kveite, blåkveite, uer og breiflabb, samt også sibirsk stør. Utover dette leverer Norway Seafoods kongekrabbe fra Norge og sjøkreps fra Danmark.
- (34) Fiskeproduktene selges gjennom en rekke merkevarer til det europeiske dagligvaremarkedet. Den viktigste merkevaren for ferske primærprosesserte produkter er Norway Seafoods, mens merkevaren for linefanget hel fisk er Arctic Supreme. I tillegg selger selskapet produkter under merkevaren Thorfisk i det danske dagligvaremarkedet (fersk og frosset VAP¹⁴), og Westfish hovedsakelig i Spania og Portugal (saltet fisk).
- (35) Norway Seafoods er til stede i noen av de viktigste fiskemarkedene i Europa med salgskontorer i Norge, Danmark og Spania. Selskapet har mer enn 300 aktive kunder i Europa, USA og Asia, som består av alt fra ledende dagligvarekjeder til storkjøkkenleverandører og industrikunder.
- (36) Norway Seafoods er medlem av bransjeforeningene Sjømat Norge, Dansk Industri og DLF.

3.3 Havfisk ASA

3.3.1 Selskapsstruktur

- (37) Havfisk ASA er Norges største trålerrederi som fisker hvitfisk i Nord-Norge. I 2015 hadde Havfisk en global omsetning på MNOK 1 131 og et driftsresultat på MNOK 403, og har 381 ansatte. Selskapet børsnotert på Oslo Børs. Hovedkontoret til Havfisk er lokalisert i Ålesund, og selskapet har i tillegg rederikontorer i Stamsund og Hammerfest.
- (38) Havfisk er kontrollert av Aker Capital AS (org.nr. 986 733 884), et privateid investeringsselskap som eier 63,21 % av aksjene i selskapet aksjer.¹⁵
- (39) Selskapet har fire datterselskaper i Norge. Disse er Havfisk Finnmark AS, Havfisk Stamsund AS og Havfisk Melbu AS, som alle er eiendomsselskaper som også eier selskapene

¹¹ Disse anleggene bearbeider i all hovedsak torsk, sei og hyse, men to av dem mottar og bearbeider i tillegg rødkrabbe (Berlevåg og Kjøllefjord).

¹² Noen av primærprosesseringsanleggene i Norge prosesserer også saltet fisk, samt produkter basert på kongekrabbe og snøkrabbe.

¹³ See note 7

¹⁴ "VAP" står for "Value-added-products" / verdiøkte produkter.

¹⁵ Per 24. juni 2016.

beskrevet under, samt Aker Seafoods AS, som for tiden ikke har aktivitet. Gjennom Havfisk Finnmark AS og Havfisk Stamsund AS har konsernet også indirekte kontroll over følgende selskaper:

- Hammerfest Industrifiske AS (60 %): selskapet eier og driver to havtrålere med seks torskekvoter.
- Nordland Havfiske AS (100 %): selskapet eier og driver tre havtrålere med tolv torskekvoter og fire rekekvoter.
- Finnmark Havfiske AS (97,62 %): selskapet eier og driver fire havtrålere med elleve torskekvoter.
- Havfisk Management AS (100 %): selskapet administrerer havtrålerne innenfor Havfisk-konsernet.
- Havfisk Båtsfjord AS (100 %): anlegg for primærprosessering i Båtsfjord som mottar fisk fra Finnmark Havfiske AS. Eier også et mottaksanlegg i Vardø.
- Havfisk Nordkyn AS (100 %): anlegg for primærprosessering i Kjøllefjord som produserer krabbe og saltet hvitfisk.

(40) Utover dette eier Havfisk 49 % av aksjene selskapet i Finnmark Kystfiske AS, et selskap som eier og driver fiskefartøyet "Osvaldson" – et fartøy i kystflåten med kvoterettigheter på hvitfisk. Eierskapet ble overtatt fra Norway Seafoods i mai 2016.

(41) Et organisasjonskart for Havfisk vedlegges hertil:

Vedlegg 6: Havfisks organisasjonskart

3.3.2 Virksomhetsområder

(42) Havfisk er det største trålerederiet i Norge med omtrent 11 % av det totale antall norske fangstkvoter for hvitfisk. Selskapet har 29,6 fangstkvoter for torsk og hyse og 31,9 fangstkvoter for sei, i tillegg til rekekvoter.¹⁶ Andre fiskearter blir også fanget opp av fiskeskøytene, primært som såkalt bifangst. For ordens skyld påpekes det at Havfisk også har 3,0 vassildkvoter.

(43) Den samlede fangsten på årsbasis utgjør omlag 60 000 tonn (hodekuttet sløyet vekt).¹⁷ I 2015 utgjorde samlet fangst 58 200 tonn, herunder 28 900 tonn torsk, 7 900 tonn hyse og 9 100 tonn sei.

(44) Havfisk har en moderne flåte bestående av ni trålfartøy (i tillegg til et nybygg som er under bygging). Trålfartøyene fanger primært torsk, hyse og sei. Alle volumer sløyes om bord, og produktene leveres fersk eller frosset gjennom store deler av året.

(45) Selskapets flåte av havtrålere består av følgende trålere og kvoter:

- Nordland Havfiske AS (100 %): eier og driver tre trålere, hvorav to er frysetrålere og en er en ferskfisktråler med frysekapasitet. Selskapet har 12,08 torskekvoter, 12,0 hysekvoter, 14,0 seikvoter og 4,0 rekelisenser.

¹⁶ Havfisk har 8,0 rekelisensner.

¹⁷ Også kalt HG (Head-off-gutted).

- Hammerfest Industrifiske AS (60 %): eier og driver to trålere, hvorav begge er ferskfisktrålere med frysekapasitet. Selskapet har 6,0 torskekvoter, 5,7 hysekvoter og 5,8 seikvoter.
- Finnmark Havfiske AS (97,62 %): eier og driver fire trålere, hvorav to er frysetrålere og to er kombinasjonsfartøy (fersk/frost). Selskapet har 11,53 torskekvoter, 11,18 hysekvoter, 12,0 seikvoter og 3,0 rekulisenser.

- (46) I tillegg til havtrålerne eier Havfisk også seks produksjonsanlegg og to innkjøpsstasjoner i Norge, som begge alle er utleid til Norway Seafoods, med unntak av et produksjonsanlegg som drives av et lokalt selskap i Honningsvåg (Storbukt Fiskeindustri AS).¹⁸ Havfisk forsyner i tillegg Norway Seafoods med et stort kvantum av fersk fisk, normalt tilsvarende de forpliktelser som påligger Havfisk under deres kvoter. I 2015 leverte Havfisk 7 540 tonn med fersk torsk og 2 052 tonn med frossen torsk til Norway Seafoods.
- (47) Salget av Havfisk sin fangst blir gjort gjennom Norges råfisklag og Sunnmøre & Romsdal Fiskesalgslag, som hver står for henholdsvis 85 % og 15 % av salget. Disse organisasjonene setter en minimumspris på den fisken skal selges, og er ansvarlig for administrering av fiskesalgssauksjonene.¹⁹
- (48) Havfisk er medlem av bransjeorganisasjonene Fiskebåt, Norges Fiskarlag og Legasea.

4 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE

Tabell 1 – partenes omsetning og driftsresultat i 2015 i det norske markedet

	Selskap	Omsetning (MNOK)	Driftsresultat (MNOK)
Melder ²⁰	Lerøy Seafood Group ASA	■ ²¹	■ ²²
Målselskap	Havfisk ASA	1 131	173
Målselskap	Norway Seafoods Group AS	■	N/A

5 RELEVANTE MARKEDER

5.1 Innledning

- (49) I relasjon til denne meldingen, anfører Lerøy at hvitfiskprodukter utgjør et separat avgrenset marked fra andre hovedkategorier av fisk og sjømat, slik som pelagisk fisk, laksefisk og

¹⁸ Se mer om avtalen med Norway Seafoods under kapittel 6.5.

¹⁹ Se nærmere om dette under kapittel 5.2.2.

²⁰ Den norske omsetningen for alle selskapene kontrollert av Laco, jf. avsnitt (16), var MNOK ■ i 2015. Driftsresultat for Laco-konsernet kan ikke estimeres presist for det norske markedet, men det totale driftsresultatet for konsernet fremgår av Laco sin årsrapport for 2015 inntatt i Vedlegg 9 under.

²¹ Dette er totalomsetningen av alle Lerøy sine salg i 2015, jf. årsrapporten inntatt i Vedlegg 7 under.

²² Lerøys beste estimat basert på konsernet salg og distribusjon i det norske markedet.

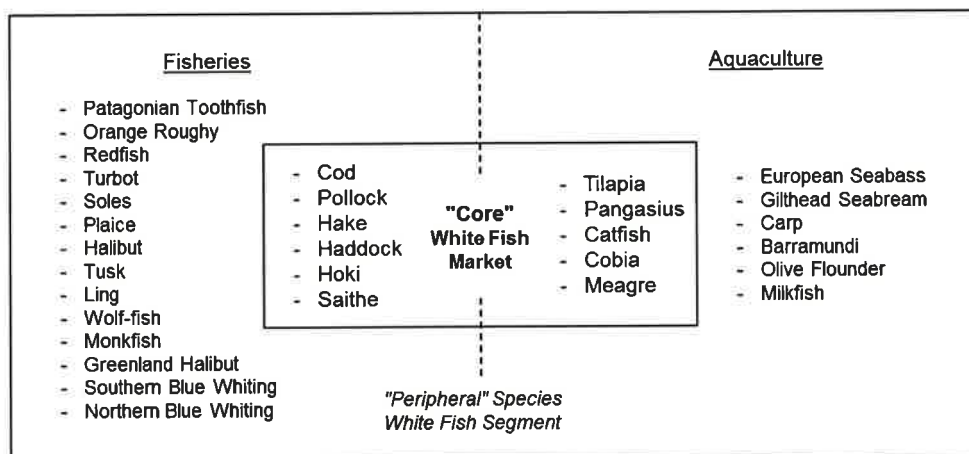
skalldyr. Selv om det er et marginalt overlapp mellom partene for laksefisk, pelagisk fisk og skalldyr, er nærmest all virksomhet i målselskapet relatert til hvitfisk (mer enn 98 % av volumet og over 94 % av verdien på salg i Norge i 2015). På denne bakgrunn vil fokuset i det videre være på hvitfiskmarkedet, men det vil også gis noe supplerende opplysninger om andre relevante markeder.

5.2 Markedet for hvitfisk

5.2.1 Oversikt over verdikjeden – hvitfisk

- (50) "Hvitfisk" refererer til forskjellige typer spiselige fisk som vanligvis lever i kaldt sjøvann. Sammenlignet med andre typer fisk er hvitfisk lett gjenkjennelig med sitt hvite og oljefrie kjøtt. I hvitfisk er fettreservene normalt lagret i leveren, og ikke i skinnet eller tarmene. Hvitfiskartene som brukes mest for menneskelig konsum er Alaska Pollock, lysing, torsk, hyse og sei. I tillegg omfatter hvitfisksegmentet også en rekke andre arter, som flatfisk og kveite.
- (51) De siste 30-årene har det vært en betydelig økning av volumet på fiskeoppdrett, slik at det på verdensbasis nå produseres mer hvitfisk i oppdrettsnæringen enn det fanges vilt. Dette medfører at aktørene i markedet møter stadig mer konkurranse også fra aktører innenfor akvakultur. Konkurransesfalten for hvitfisk kan illustreres med følgende figur:

Figur 1 – arter av hvitfisk i fiskeri og akvakultur



Kilde: Kontali Analyse

- (52) Fiske av hvitfisk i Norge er regulert av et kvotesystem, jf. kapittel 5.2.2 nedenfor. Majoriteten av disse kvotene omfatter adgangen til å fiske torsk, hyse og sei, men fiskerne kan normalt også fiske andre arter som bifangst.²³ Det største volumet og verdien av hvitfisk som partene produserer kommer i all hovedsak fra torsk, hyse og sei. Av partene er det kun Havfisk som driver fiske av hvitfisk, og selskapet har kvoter på disse tre fiskeslagene.

²³ Såfremt volumet av bifangsten ikke overstiger en bestemt andel av totalfangsten.

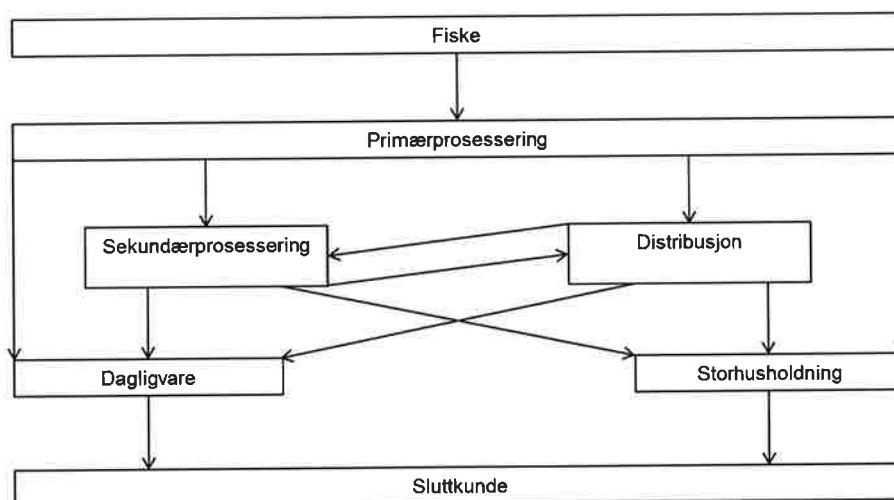
- (53) Produksjon av hvitfisk til menneskekonsum foregår i følgende produksjonstrinn:

Tabell 2 – oversikt over produksjonstrinn

Fiske <i>levering av hel fisk eller HG²⁴</i>	Fiske av hvitfisk foregår under regulerte kvotesystemer. Landingen leveres til mottaksanleggene.
Primærprosessering <i>levering av primærprosessert fisk</i>	Sortering / finfordeling, filetering, dypfrysing og pakking foregår ved primærprosesseringsanleggene. Transport av fersk eller dypfrost fisk til dagligvare /storkjøkken eller til sekundærprosessering.
Sekundærprosessering <i>levering av sekundærprosessert fisk</i>	Videreprosessering av fisk til forskjellige forbruksvarer. Selges til dagligvare og storkjøkken.
Salg til sluttkunden <i>levering av primær- og sekundærprosessert fisk til sluttkunden</i>	Distribusjon og salg av forskjellige fiskeprodukter til sluttkunden (dagligvare og storkjøkken). Inkluderer både primærprosessert og sekundærprosessert fisk.

- (54) Forholdet mellom disse produksjonstrinnene kan illustreres med følgende figur:

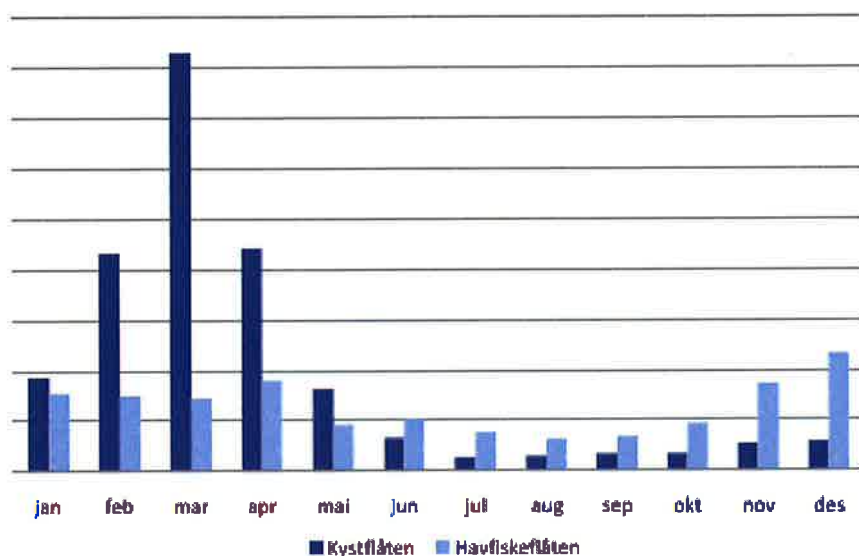
Figur 2 - verdikjede produksjon av hvitfiskprodukter



- (55) I 2015 ble omtrent 70 % av det totale hvitfiskvolumet fanget av kystflåten og det resterende volumet av havtrålerne. Dette forholdstallet er relativt stabilt fra år til år som følge av kvotesystemet. Kystflåten fisker hvitfisk langs norskekysten, og er derfor i stor grad sesongavhengig, mens havtrålerne normalt kan fiske over større distanser og endre lokasjon etter hvor fisken befinner seg. En oversikt over variasjonen i fiske av torsk for både havtrålerne og kystflåten kan illustreres med følgende figur:

²⁴ Head-off-Gutted.

Figur 3 – fiske av torsk fra kystflåten og havtrålerne gjennom sesongen



Kilde: Nofima

- (56) Fisken fra havtrålerne blir normalt sløyet og hodekappet om bord på båten (HG)²⁵, og i all hovedsak dypfryst i blokk. Fisken leveres til kjølelager på land og klargjøres for videretransport.²⁶ Om lag 57 % av fisken sendes til utlandet for videreprosessering, mens 43 % prosesseres nasjonalt.²⁷
- (57) Primærprosessering av den dypfrysne fisken består da gjerne i videreprosessering til fileter, porsjonspakker og andre typer kuttet fisk (normalt i Kina eller i Europa), samt også salting eller tørking (normalt Norge). Ettersom fisken er dypfryst kan den fraktes over lange distanser, og blir normalt opptint, prosessert og nedfryst ved prosessering i Kina, for så å bli fraktet tilbake til Europa som fryste produkter. Den primærprosesserte fisken selges både direkte til dagligvare og storkjøkken, samt også til sekundærprosessorer, både som fryst og fersk.
- (58) En del av fisken selges / transporteres til sekundærprosessering, hvor denne blir prosessert til VAP, eksempelvis til marinerte fiskeprodukter eller panerte produkter, samt også konsumentpakket for videresalg til dagligvare. Noen av primærprosesserene foretar også selv sekundærprosessering av fisken, slik at grensen mellom disse produksjonstrinnene kan flyte over i hverandre.
- (59) Fisken fra kystflåten blir ikke dypfryst om bord, og landes normalt som hel, fersk fisk til mottaksanlegg i nærheten av fartøyets lokale havn. Noen av fartøyene i kystflåten har lengre

²⁵ "Head-off-gutted".

²⁶ Det er også tre aktive kvoter for fabrikktrålere i Norge, som foretar hele primærprosesseringen ombord (filetering, oppkutting, etc.) og selger fisken i fryst tilstand direkte til dagligvare og storkjøkken. I tillegg landes også en del av fisken fra den havgående lineflåten, som produserer tilsvarende dypfryst HG-fisk som havtrålerne.

²⁷ Basert på Havfisk sitt salg i 2014, jf. Havfisks Industrihåndbok. Av volumet som prosesseres nasjonalt var omlag 28 % fersk fisk som ble levert til Norway Seafoods.

rekkevidde, og kan da lande fangsten til kystanleggene som betaler mest. Den ferske fisken leveres enten til et pakkeanlegg, hvor denne pakkes hel (HG eller HOG)²⁸ på is (kjølt), eller til primærprosessering, som normalt fileterer, kutter eller salter / tørker fisken. Ettersom fartøyene normalt leverer fisken nær sin lokale havn, er det også en rekke mottaksanlegg som tar imot og lagrer den ferske fisken på kjølerom for videretransport til et pakkeanlegg eller primærprosesseringsanlegg. Fisken fra pakkeanleggene og primærprosesseringsanleggene selges både til dagligvare / storshusholdning og til sekundærprosessere.

- (60) Sekundærprosesseringen av den ferske / kjølte fisken er identisk som for den dypfrysede fisken, og består normalt av ytterligere bearbeiding (VAP), herunder panering og marinerings, samt også konsumentpakking. Disse produktene selges til dagligvare- og storkjøkkenkunder i hele EØS, samt også resten av verden.
- (61) Videre er det også tradere mellom hvert av produksjonstrinnene som selger fersk / fryst fisk til primærprosessere, samt også sekundærprosessere. Dette gjelder både fisken som kommer fra havtrålerne og kystflåten, og eventuelle øvrige fiskefartøy.
- (62) Havfisk er aktiv på trinnet for fiske (kun havtrålere), mens Norway Seafoods har sin virksomhet innenfor prosessering, i all hovedsak primærprosessering. Lerøy har kun virksomhet innenfor prosessering, men da med hovedvekt på sekundærprosessering.

5.2.2 *Generelt om kvotesystemet i Norge*

- (63) Oppstrømsmarkedet for fangst av hvitfisk er i høy grad regulert, både med hensyn til volum av fangst, og hvordan fangsten selges (herunder til hvilken pris).
- (64) Det stilles for det første krav om tillatelse fra Fiskeridepartementet for å kunne bruke fiskefartøy til profesjonell fiske.²⁹ Denne tillatelsen kan ikke overføres til andre, og påligger det konkrete fartøyet med eier. I tillegg stilles det i loven også krav om at fiskerne må eie mer enn 50 % av fartøyet de fisker fra.³⁰ Utover dette må man også ha konsesjoner for å drive med tråling.³¹
- (65) Fiske av hvitfisk er også underlagt kvotesystem. Den totale tillatte fangsten (TAC³²) under kvotene blir fastsatt gjennom årlige forhandlinger mellom Norge, Russland, Canada, Amerika og Europeiske kystland. Det fastsatte fangstvolumet blir fordelt på de ulike landene, og den norske andelen av den tillatte fangsten blir viderefordelt av Fiskeridirektoratet på de ulike gruppene av fangstfartøy, herunder på alle kvotefaktorene innenfor den enkelte gruppe.³³ Dette medfører at den årlige totalfangsten som kan fiskes under kvotene varierer fra år til år.

²⁸ "Head-off-gutted" eller "Head-on-gutted".

²⁹ Se lov av 26. mars 1999 om retten til å delta i fiske og fangst ("deltakerloven") § 4.

³⁰ Deltakerloven § 12.

³¹ Deltakerloven § 12.

³² "Total Allowable Catch".

³³ I tråd med lov av 6. juni 2008 om forvaltning av viltlevende marine ressurser ("havressurssloven") § 3.

- (66) Dersom er fartøy fjernes permanent fra å drive fiskevirksomhet, kan grunnkvoten til fartøyet allokere til en eller flere fartøy innad i samme gruppe, på nærmere angitte vilkår og med godkjenning fra myndighetene. Grunnkvoten overføres da til fartøyet som en strukturkvote. Totalt antall kvotefaktorer per fartøy er 3,0, men fartøyene kan erverve strukturkvoter (maksimum 1,0) for en begrenset periode.³⁴ Det totale antall kvotefaktorer kan ikke overstige 4,0.
- (67) Ved utgangen av 2015 var det 350 fartøy som hadde en eller flere kvoterettigheter i Norge, mens det totale antallet kvotefaktorer var 588,1. Gruppen med fartøy som fisket mest av TAC for hvitfisk i Norge var torsketrålene. I 2015 var det 89,7 kvotefaktorer i Norge, hvorav 37 var torsketrållatelse og det resterende var strukturkvoter. Havfisk er det største trålredet i Norge med om lag 11 % av de norske kvotefaktorene for hvitfisk.³⁵
- (68) I tillegg til kvotesystemet er det også regulatoriske regler for førstehåndssalg av hvitfisk. Dette salget må etter loven skje gjennom, eller med godkjenning fra, råfisklaget.³⁶ Det er fem råfisklag i Norge, inkludert Norges Råfisklag og Sunnmøre & Romsdal Fiskesalgslag, som er de to største ettersom de er lokalisert i Nord-Norge, hvor det største volumet av hvitfisk landes. Disse organisasjonene fastsetter salgsbetingelser og minstepriser for hvitfisk. Det er ulovlig for fartøyene å drive førstehåndssalg av hvitfisk til en lavere sum enn den fastsatte minimumsprisen. Råfisklagene har dermed også en funksjon som en markedsregulator, ved at de også regulerer volumet på hvitfisk som er på markedet til enhver tid.
- (69) Råfisklagene er videre forpliktet til å diskutere nivået på minimumsprisene med organisasjoner som representerer kjøperne av fisken. Minimumsprisene skal sikre en fornuftig fordeling av inntektene mellom fiskefartøyene og kjøperne (typisk primærprosessorer).³⁷ Dersom partene ikke oppnår enighet i disse diskusjonene må dette løses ved voldgift. I det tilfellet at forhandlingene er resultatløse, har siste ord til å fastsette minimumsprisen, selv om prisen innebærer et avvik fra voldgiftens forslag.
- (70) Selve salget av fisken varierer avhengig av om fisken er fersk eller fryst. Fisken som er fryst kan selges gjennom direktesalg eller ved auksjon holdt av det relevante råfisklaget. Under dette auksjonssystemet fordeles fisken i ulike parti, og det er en budrunde for hvert av disse partiene. Budgiveren med det høyeste budet over minsteterskelen satt av selgeren får kjøpe fangsten. Salget av fersk fisk er ikke underlagt et slikt auksjonssystem, og salget av denne fisken skjer normalt som direktesalg. Selv om direktesalg finner sted må minsteprisen fra råfisklaget fortsatt legges til grunn, og dette blir blant annet kontrollert gjennom råfisklagets utferdigelse av påkrevd sluttseddel.

³⁴ Normalt 20 år.

³⁵ Havfisk har fått et unntak fra regelen om 50 % eierskap til fartøyet, men må til gjengjeld oppfylle visse forpliktelser i henhold til sine kvoterettigheter, deriblant en forpliktelse om å selge noe av fisken som landes fersk.

³⁶ Se lov av 21. juni 2013 om omsetning av råfisk ("Råfiskloven") § 8.

³⁷ Råfiskloven § 11.

5.3 Relevant produktmarked og geografisk marked – hvitfisk

5.3.1 Innledning

- (71) For denne meldingens formål anser Lerøy at hvitfiskeproduktene inngår i et særskilt marked som skiller seg fra markedene for pelagisk fisk, laksefisk og skalldyr. Hvitfisk karakteriseres av sin milde smak, hvite kjøtt og lave fettinnhold. Laksefisk karakteriseres av sin distinkte smak, røde kjøtt og sitt høye fettinnhold. Pelagiske fiskeprodukter er forskjellige både i smak og farge sammenlignet med hvitfisk og laksefisk, og er vesentlig billigere enn de typene fiskeprodukter. Skalldyr karakteriseres av sitt ytre skjelett, annen smak fra fisk generelt, og andre typer forbruksmønster. Disse fire hovedtypene av fisk og sjømat er generelt ikke substituerbare ut fra et etterspørselsperspektiv.
- (72) Dette støttes også av EU-Kommisjonens beslutning i *Marine Harvest / Morpol og Austevoll Seafood / Kvefi*.³⁸ Så vidt vi vet, er det ingen avgjørelser fra EU Kommisjonen eller Konkurransetilsynet som vedrører markedet for hvitfisk. De nevnte sakene, i tillegg til enkelte andre EU saker, gir likevel noen føringer som er relevante for å definere de aktuelle markedene for hvitfisk, og vil bli referert til i de følgende punktene.
- (73) Lerøy er videre av den oppfatning at det geografiske markedet i alle fall strekker seg over EØS, noe som også er i tråd med de nevnte EU-Kommisjonssakene.
- (74) Foretakssammenslutningen gir i hovedsak opphav til følgende horisontale overlapp mellom partene, som beskrives nærmere under punkt 5.3.2 nedenfor:
- EØS-markedet for primærprosessering av hvitfisk: horisontal overlapp mellom Norway Seafoods og Lerøy.
 - EØS-markedet for sekundærprosessering av hvitfisk: horisontal overlapp mellom Norway Seafoods og Lerøy.
- (75) I tillegg selger både Lerøy og Norway Seafoods laksefisk, pelagisk fisk og skalldyr. Salget av laksefisk representerer størstedelen av Lerøys virksomhet, og utgjør om lag 85 % av det totale salget. I Norway Seafoods representerer laksefisk bare en liten andel av det totale salget, omlag 5 %. Denne begrensede overlappen gir ikke opphav til noen konkurransemessige bekymringer, siden endringen i Lerøys markedsandel innen laksefisk er uvesentlig. Videre utgjør salget av pelagisk fisk mindre enn 1 % av både Lerøys og Norway Seafoods' totale salg. Denne lille overlappen fører åpenbart ikke i noen konkurransemessige bekymringer, siden begge partene er små aktører i det pelagiske fiskemarkedet. I tillegg utgjør salget av skalldyr om lag 2,4 % af det totale salget hos Norway Seafoods, og 3,4 % av det totale salget hos Lerøy, og resulterer i en liten overlapp, men helt klart ikke et berørt marked. Markedet for disse uvesentlige overlappene vil beskrives videre i punkt 5.4 nedenfor.
- (76) Markedet for fangst av hvitfisk, der Havfisk er aktiv, er et vertikalt relatert marked til primærprosessering av hvitfisk. Den totale fiskekvoten til Havfisk utgjør om lag 11 % av den norske kvoten for hvitfisk, noe som indikerer en tilsvarende markedsandel i

³⁸ Sak COMP/M.6850 *Marine Harvest / Morpol*, avsnitt 73; sak COMP/M.7035 *Austevoll Seafood / Kvefi*, avsnitt 40.

oppstrømsmarkedet dersom det defineres snevert som et nasjonalt marked, og betydelig lavere dersom det defineres å være av EØS-utstrekning. Markedet for fangst av hvitfisk kan dermed ikke ansett som et vertikalt berørt marked. For ordens skyld vil vi uansett fremlegge markedsinformasjon om markedet for fangst av hvitfisk i punkt 8 nedenfor.

- (77) For fullstendighetens skyld nevnes det at Havfisks fangstvirksomhet også omfatter fangst av reker, som representerer om lag 12 % av Havfisks inntekt. Siden fangsten (og salget av hele reker) foregår på det forgående trinnet i verdikjeden sammenlignet med salget av skalldyr som Lerøy og Norway Seafoods står for, utgjør Havfisks skalldyraktiviteter et vertikalt relatert marked til skalldyraktivitetene til Lerøy og Norway Seafoods, snarere enn et horisontalt relatert marked. Dersom en skulle definere skalldyrmarkedet snevert, til kun å være salg av reker, ville Lerøy kun hatt en markedsandel på om lag ■ % (volum) og ■ % (verdi).³⁹ Følgelig ville ikke et potensielt marked for fangst av reker i Norge og et marked for salg av rekeprodukter i Norge utgjøre et vertikalt berørt marked, og omtales ikke nærmere.
- (78) Videre er det også et vertikalt forhold mellom primær- og sekundærprosessering av hvitfisk. Siden både Lerøy og Norway Seafoods er aktive på begge nivåer, viser vi til markedsinformasjonen som er gitt om den horisontale overlappen innenfor hvitfisk gjennomgående i denne meldingen.

5.3.2 Relevant produktmarked

a) Primær- vs. sekundærprosessert hvitfisk

- (79) Primærprosessering av fisk omfatter kjøp og mottak av fangst fra fiskefartøyer for sortering/klassifisering, filetering og i enkelte tilfeller sløying, og pakking på et fiskemottak. Primærprosesseringen kan også omfatte nedfrysing, noe som hovedsakelig avhenger av logistikkhensyn (dypfrysing tillater transport over lange distanser). Transport til kunder, fersk eller dypfryst, utføres i hovedsak med skips- og landbasert transport. Kjøperne av primærprosessert fisk er enten i) sekundærprosessere, eller ii) dagligvare- eller storkjøkkenkunder som videreselger fisken til slutt kunder. I begge tilfeller kan det forekomme salg via importører/grossister eller tradere, uten at det representerer et særskilt og vertikalt relatert marked.⁴⁰
- (80) Fisken som selges/transporteres til sekundærprosessere gjennomgår videre prosessering for ulike varianter av konsumentprodukter for videre detaljsalg (verdiøkende prosessering, eller VAP). Sekundærprosessering kan for eksempel omfatte andre ingredienser enn fiskekjøtt, der typiske eksempler er panert fisk og fiskekaker. Produktene som selges til dagligvaresektoren er også pakket i konsumentpakker ved sekundærprosesseringsanlegget. Generelt krever denne typen foredling forskjellig produksjonsutstyr sammenlignet med primærprosessering.

³⁹ Markedsandelen er basert på tall fra Fleslandrapporten for salg av rekeprodukter (10.1 kt / MNOK 909). Lerøys salg av rekeprodukter i 2015 utgjorde om lag ■ kt / MNOK ■.

⁴⁰ Begrepene "importører / grossister" og "tradere" er ikke tydelig definert i næringen. I den utstrekning Lerøy er kjent med, viser det første uttrykket til kjøpere som har lagringsmuligheter og tar i mot fysisk levering av produktene før videresalg, mens "tradere" ikke nødvendigvis har lagringsfasiliteter og kan videreselge produktene uten å ta fysisk levering. Imidlertid er ikke disse helt adskilte kundegrupper. For eksempel kan importører og grossister kjøpe og videreselge produkter uten å ta imot fysisk leveranse.

(81) Lerøy er av den oppfatning at primærprosessert hvitfisk og sekundærprosessert hvitfisk utgjør separate produktmarkeder. Primærprosessert fisk er et homogent produkt som kan brukes til to formål:

- (i) Primærprosessert hvitfisk kan betegnes som en råvare som er en innsatsfaktor for sekundærprosessere. Følgelig er primærprosessert hvitfisk og sekundærprosessert hvitfisk vertikalt relaterte markeder. De homogene produkttegenskapene til primærprosessert hvitfisk er tydelige ved at det finnes forhandlere som kjøper slike hvitfiskprodukter, og videreselger dem til importører/grossister eller sekundærprosessere. Aktørene i sekundærprosesseringsindustrien er ikke nødvendigvis de samme som de som er aktive innen primærprosessering.
- (ii) Alternativt kan primærprosessert hvitfisk selges direkte til dagligvare- eller storkjøkkenkunder. Dette gjelder hovedsaklig for fersk (nedkjølt) primærprosessert fisk, siden mesteparten av den fryste primærprosesserte fisken går gjennom videre (sekundær-) prosessering før den selges til dagligvare / storkjøkken. Når fisk selges direkte til dagligvarekjeder, vil den primærprosesserte fisken bli presentert som et sluttprodukt, typisk i en ferskvaredisk på matbutikken. Storkjøkkenkunder utfører derimot enkelte sekundærprosesseringsaktiviteter (f.eks. forbereder et måltid som konsumeres i en restaurant, hotell eller cateringvirksomhet), og utgjør dermed en form for oppstrøms vertikal integrasjon på detaljistnivå.

(82) Hovedvirksomheten innen sekundærprosessering kan variere etter type produkt, men generelt omfattes en eller annen behandling av fiskekjøttet for videre konservering, smakstilsettelse, og pakking for slutt kunder. Sekundærprosessering av hvitfisk kan typisk omfatte videre oppdeling i stykker, eller mer kompleks prosessering som kan omfatte andre ingredienser enn selve fiskekjøttet. Sekundærprosessering omfatter også enhver form for forbrukerpakking, typisk MAP.⁴¹ Generelt trenger denne type prosessering annet produksjonsutstyr sammenlignet med primærprosessering.

(83) Innen fiskeindustrien, har Kommisjonen også regnet salg av primærprosessert fisk som et eget marked til forskjell fra sekundærprosessert fisk.⁴²

b) Fersk vs. fryst hvitfisk

(84) Videre er Lerøy av den oppfatning at markedene for primær- og sekundærprosessert hvitfisk omfatter både fersk og fryst fisk. Fersk og fryst fisk er fullt ut substituerbare ut fra sekundærprosessernes perspektiv, og også ut fra sluttbrukernes perspektiv. Dette fordi fisk solgt fersk i dagligvare / storkjøkken ofte har vært fryst og deretter opptint før salg.

(85) Innen kjøttindustrien er Kommisjonen av den oppfatning at ferskt og fryst kjøtt utgjør et eget marked,⁴³ mens i saken *Austevoll Seafood / Kvefi og Harvest / Morpol*, har Kommisjonen

⁴¹ Modified Atmosphere Packed.

⁴² Se fotnote 7

⁴³ Sak COMP/M.3337 *Best Agrifund / Nordfleisch*, avsn. 23; COMP/M.5933 *Marfrig / Keystone*, avsn. 20 flg.

vurdert det samme spørsmålet innen fiskeindustrien uten å trekke en endelig konklusjon.⁴⁴ I saken *Marine Harvest / Morpol*, viste Kommisjonens markedsundersøkelse imidlertid at det var forskjellige egenskaper mellom fersk og fryst laks når det gjelder smak, kvalitet og pris.⁴⁵ I tillegg, var fryst laks tradisjonelt billigere og kjøpt for andre formål enn den ferske.

- (86) Lerøy mener at dette ikke er tilfellet i markedet for hvitfisk. Selv om sluttkunden til en viss grad kan verdsette forskjellen i kvalitet på fisk som har vært fryst og fisk som bare har vært nedkjølt, konkurrerer de to kategoriene under de samme markedsforholdene. Nedkjølte fiskeprodukter kan anses som produkter av høyere kvalitet sammenlignet med fryste og opptinte produkter. Likevel bytter forbrukerne i stor grad mellom disse to kategoriene, siden kvalitetsforskjellen kan være vanskelig å oppfatte. Det kan legges til at i de fleste forbrukeres øyne, blir opptint fisk oppfattet som fersk, og dermed sammenlignbar med fisk som ikke har vært fryst.
- (87) Som nevnt i punkt 5.2 overfor er tilgang til fersk (nedkjølt) fisk sesongavhengig. I flere av årets måneder er det for det meste bare fryst eller opptint fisk som er tilgjengelig for forbrukerne. Av denne grunn er forbrukerne vel kjent med opptinte hvitfiskeprodukter og oppfatter dem som nære substitutter til nedkjølte alternativer.
- (88) Prisforskjellen mellom fersk, opptint og frossen fisk er også uvesentlig sammenlignet med laks. Hvitfisk er som nevnt også en underutviklet produktkategori sammenlignet med laks, og det har ikke vært påvist samme type preferanser for hvitfisk som for laksefisk. På denne bakgrunn fastholder Lerøy at både fersk og fryst hvitfisk inngår i det samme relevante produktmarkedet.
- c) Hel fisk vs. filéter
- (89) Lerøy anfører at hel fisk og andre varianter utgjør deler av det samme produktmarkedet for primærprosessert hvitfisk. En av forskjellene mellom primær- og sekundærprosesserere er knyttet til at det i hovedsak kun er primærprosessererne som har mulighet til å motta fisken direkte fra fiskefartøyene. For denne virksomheten er det nødvenig å være lokalisert ved kysten og ha bryggefasiliteter, i motsetning til sekundærprosessering, som utføres på anlegg hvor som helst.⁴⁶
- (90) Når kystflåtefartøyene ankommer et primærprosesseringsanlegg med den ferske fisken, blir fisken losset, enten heist på land i containere eller pumpet fra fartøyet inn i anleggene. Den blir deretter sortert og klassifisert, og i enkelte tilfeller sløyet. På dette stadiet kan primærprosessereren velge å gjennomføre filetering, avhengig av hvorvidt mottaket har det nødvendige utstyret og kunder som ønsker fileterte produkter. Utenom slike tilfeller blir den runde ferske fisken (sløyet, sortert og klassifisert) pakket med is (nedkjølt) for videre transportering. Ferske primærprosessert fisk blir enten solgt til dagligvare og storkjøkken, eller sendt/solgt til sekundærprosesserere.

⁴⁴ Sak COMP/M.7035 *Austevoll Seafood / Kvefi*, avsnitt 31 og Sak COMP/M.6850 *Marine Harvest / Morpol*, avsn 65.

⁴⁵ Sak COMP/M.6850, *Marine Harvest / Morpol*, avsnitt 65.

⁴⁶ Det faktum at en vesentlig del av hvitfisk blir fanget av havtrålere, og dermed kommer dypfryst i land, og faktisk blir primærprosessert i Kina eller Øst-Europa, kan anses som en form for outsourcing av arbeidsintensive prosessering til lavkostland.

- (91) Den dypfryste fisken som kommer fra havtrålerne blir imidlertid vanligvis levert i blokker til en fryseterminal lokalisert i et havneområde. Fisken blir lagret og deretter solgt, og transportert av tredjeparter til kunder lokalisert over hele verden, normalt til primærprosesserere. Når fisken ankommer primærprosesseringsanlegget, blir fisken opptint og filetert før den blir videresolgt, enten som fersk eller fryst på nytt, gjennom ulike salgskanaler, herunder til sekundærprosesserere.⁴⁷
- (92) Sammenlignet med salg av hel fisk, innebærer produksjonen av filéter og andre varianter på dette stadiet kun at primærprosessererne utfører et eller flere ytterligere prosesseringsstrinn. Sekundærprosessererne velger mellom disse variantene (hel og filéter) hovedsakelig med tanke på å optimalisere deres egen produksjonsprosess. En sekundærprosesserer som har mulighet for å foreta slike foredlingstrinn til en tilstrekkelig lav kostnad ved sitt eget anlegg kan velge å kjøpe hel fisk fremfor filéter. Derfor er ikke filetering nødvendigvis en del av primærprosesseringen.⁴⁸
- (93) Sekundærprosessererne som i dag kjøper filéter eller andre kuttete varianter har generelt mulighet til å bytte til innkjøp av hel fisk til en begrenset kostnad. Skulle sekundærprosessererne ikke allerede ha det nødvendige utstyret, kan det kjøpes til en relativt lav kostnad. Det samme gjelder for primærprosesserere: Enhvert mottak som leverer hel fisk kan også utføre filetering og andre varianter, siden det nødvendige utstyret kan installeres til en relativt lav kostnad. Med hensyn til partenes anlegg er det betydelig overkapasitet, hvilket muliggjør et raskt skifte i produksjon av filéter og andre varianter dersom etterspørselen etter slike produkter skulle øke. Som et resultat av etterspørselssubstitusjon og tilbudssubstitusjon utgjør hel fisk og andre kuttete varianter følgelig deler av det samme produktmarkedet.
- d) Hvitfiskesorter
- (94) Lerøy er videre av den oppfatning at markedet for primærprosessering av hvitfisk ikke kan deles inn i forskjellige markeder for hver fiskesort.
- (95) Forsyning av forskjellige arter av hvitfisk bestemmes ikke av aktørene i bransjen, men av naturlige forhold og kvoteregimer. Primærprosesseringsanlegg mottar og prosesserer som regel alle hvitfiskesorter som er fanget i det aktuelle geografiske området, selv om noen mottak spesialiserer seg på enkelte arter.⁴⁹ Det kan her vises til at Norway Seafoods' anlegg mottar og prosesserer alle sorter hvitfisk som er fanget i den maritime sonen som utgjør Norsjøen, Norskehavet, Barentshavet og deler av Nordatlanten. Mesteparten av utstyret til klassifisering, filetering, frysing, etc, kan med litt justering brukes til alle hvitfiskarter. Videre kjøper majoriteten av Norway Seafoods' kunder flere sorter hvitfisk.
- (96) Selv om enkelte sluttprodukter på sekundærprosesseringsnivå bare lages av spesifikke hvitfisksorter, er etterspørsel etter hvitfisk karakterisert av svake preferanser relatert til art, siden hvitfiskarter generelt har lignende egenskaper med hensyn til smak, og blir brukt for lignende formål. I resultat indikerer både tilbudssubstitusjon og etterspørselssubstitusjon at primærprosessering av de forskjellige artene av hvitfisk utgjør ett enkelt produktmarked.

⁴⁷ Dypfrysing er viktig for å konservere fiskekvaliteten inntil den er viderebehandlet hos sekundærprosesserere.

⁴⁸ Flere av primærprosesserere tilbyr for øvrig dette som en del av deres produktspekter.

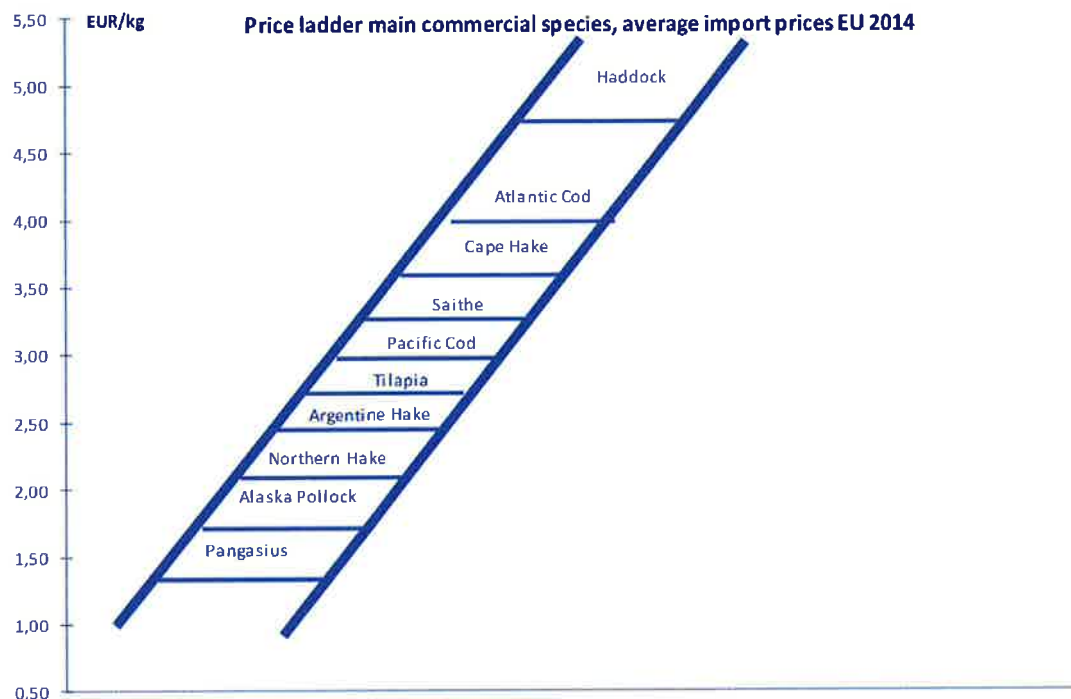
⁴⁹ Dette gjelder hovedsaklig for anlegg som ligger ved kysten.

- (97) I tidligere fusjonssaker i fiskemarkedet har Kommisjonen undersøkt hvorvidt forskjellige fiskearter fra en spesiell familie representerer særskilte produktmarkeder. I *Marine Harvest / Morpol* fant Kommisjonen at Atlantisk laks og ørret tilhører forskjellige produktmarkeder, siden markedsundersøkelsen indikerer at de to artene skiller seg vesentlig fra hverandre med hensyn til utseende, smak og næringsverdi.⁵⁰
- (98) Til sammenligning, i *Austevoll Seafood / Kvefi*, fant ikke Kommisjonen grunn til å konkludere når de vurderte om forskjellige arter av pelagisk fisk representerte forskjellige produkter.⁵¹ Vedtaket indikerer at salg av primærprosessert (pelagisk) fisk representerer ett enkelt produktmarked, mens tilbud på sekundærprosessert (pelagisk) fisk kan representere flere markeder avhengig av fiskens art.
- (99) Lerøy erkjenner at fra et forbrukerperspektiv, kan de forskjellige typene av hvitfisk ha forskjellig smak og kvalitet. Men, gitt at både leverandørene av primærprosessert hvitfisk tilbyr forskjellige arter alt etter hvilken type som er fisket, og siden kunder som kjøper primærprosessert hvitfisk (sekundærprosesserere, dagligvare og storkjøkken) kjøper en rekke forskjellige sorter, mener Lerøy at markedet for primærprosessert hvitfisk ikke kan segmenteres videre etter fiskeart. For ordens skyld vil vi likevel fremlegge informasjon om markedsandeler fordelt etter art.
- (100) For sekundærprosessert hvitfisk kan det argumenteres med at segmentering etter art er enda mindre relevant. Sekundærprosessererne bruker det samme utstyret for prosessering av de ulike artene. Til forskjell fra for pelagisk fisk går hvitfisk normalt gjennom de samme typene av sekundærprosessering, uavhengig av art. Dette er forskjellig fra pelagisk fisk, der noen typer hovedsakelig blir røkt, slik som makrell, mens andre typisk blir konserveret eller marinert, slik som sild.⁵² For hvitfisk er sekundærprosesserte produkter mindre spesifikke etter arter, siden smaken og kvaliteten på de forskjellige hvitfiskartene er nære substitutter. For øvrig, jo høyere grad av prosessering og forhold av ingredienser som ikke er fisk, desto mindre viktig er fiskearten. På denne bakgrunn mener Lerøy at markedet for sekundærprosessert hvitfisk ikke segmenteres etter art.
- (101) Det at forskjellige arter av hvitfisk er nære substitutter kan underbygges av den relative prisforskjellen mellom hvite fiskearter, som vist på prisstigen nedenfor.

⁵⁰ Se sak COMP/M.6850 *Marine Harvest / Morpol*, avsn 59.

⁵¹ Se sak COMP/M.7035 *Austevoll Seafood / Kvefi*, avsn 37.

⁵² Sak COMP/M.7035 *Austevoll Seafood / Kvefi*, avsn 36.

Figur 4 – prisstige basert på gjennomsnittlige importpriser i EU i 2014

Kilde: Kontali Analyse, Eurostat

- (102) Selv om de billigste artene ikke er nære substitutter til de dyreste, konkurrerer hver art med andre arter som befinner seg kun litt høyere eller lavere på prisstigen, f.eks. hyse og atlantisk torsk (Haddock og Atlantic Cod). Den lille forskjellen i pris mellom hvert trinn på stigen indikerer kjedesubsitusjon, slik at alle artene konkurrerer i det samme markedet. Det kan i denne sammenheng understrekes at på grunn av likhetene i smak på hvitfisk, og variasjoner i fangsten og tilbudet, varierer prisen på hver art fra år til år. For eksempel har hyse og torsk byttet plass på toppen av prisstigen fra 2014 til 2015.
- (103) Med henvisning til *Marine Harvest / Morpol*, der Kommisjonen fant grunnlag for å skille mellom skotsk og norsk atlantisk laks,⁵³ mener vi at videre segmentering basert på opprinnelse ikke er aktuelt for de forskjellige artene innen hvitfisk. Som nevnt ovenfor er hvitfisk generelt et mindre utviklet produkt i forbrukernes øyne. Etter Lerøys kunnskap om markedet har ikke forbrukerne en slik sterk preferanse for hvitfisk av en særskilt opprinnelse, slik som Kommisjonen fant for laks fra Skottland og Norge. Dette underbygges videre av det faktum at hvitfisk blir fiskes i sitt naturlige habitat, mens laks er oppdrettsfisk. Den opplevde forskjellen mellom oppdett i f.eks. Skottland og Norge, og implikasjonene for smak og kvalitet, er derfor et aspekt som ikke gjelder for hvitfisk.

e) Dagligvare vs. storkjøkken

- (104) Lerøy er av den oppfatning at markedet for primær- og sekundærprosessert hvitfisk ikke kan deles ytterligere etter de to kundegruppene dagligvare og storkjøkken.
- (105) På nivået for primærprosessering blir hvitfisk solgt både til storkjøkken og dagligvare (i tillegg til sekundærprosessere). Storkjøkkenkundene foretar den sekundære prosesseringen

⁵³ Sak COMP/M.6850 *Marine Harvest / Morpol*, avsn 58.

selv, dvs. de forbereder et måltid som konsumeres i en restaurant, hotell eller cateringvirksomhet, mens dagligvarekundene normalt presenterer den primærprosesserte fisken som et sluttprodukt, typisk i en ferskvaredisk i matbutikken. Produktene som selges på dette produksjonsnivået er identiske for begge typer kundegrupper, og det er praktisk talt ingen prisforskjell som kan tilskrives salgskanal.

- (106) På sekundærprosesseringsnivå representerer storkjøkken en forholdsvis mindre kundegruppe (ca 24 % av salget av VAP).⁵⁴ Storkjøkkenkunder utfører stort sett sekundærprosesseringen selv. Hvorvidt sekundærprosessererne avslutter prosessen med pakking i forbrukerpakker, eller tilbyr produktet sitt i større pakninger til storkjøkkenkunder, er imidlertid av mindre betydning, siden produktene tilbudt til storkjøkken har de samme kvalitetene som produktene som tilbys til dagligvare.
- (107) Videre kan alle sekundærprosesserere selge produktene sine til både dagligvare og storkjøkken. Prisen for sekundærprosesserte fiskeprodukter er også den samme uavhengig av forbrukergruppe eller salgskanal. På denne bakgrunn anser Lerøy det ikke for å være grunnlag for en videre segmentering etter salgskanal.
- (108) I samsvar med Konkurransetilsynets vedtak i *Findus / Gro* omfatter markedet for salg av sekundærprosesserte produkter også egne merkevarer (EMV).⁵⁵ Etter det Lerøy kjenner til tilbyr de fleste aktørene også EMV til dagligvare, i tillegg til sine egne merkevarer.

f) Segmenter innen sekundærprosessering

- (109) Som nevnt ovenfor blir en vesentlig del av fersk primærprosessert fisk solgt som sluttkundeprodukter innen dagligvare og storkjøkken. Til disse kundegruppene selges også sekundærprosesserte hvitfiskprodukter, som av bransjen omtales som VAP. Disse produktene består i hovedsak av primærprosessert fisk som har blitt videreprosessert (sekundærprosessert), og kan eventuelt også inneholde andre ingredienser enn selve fiskekjøttet. Typiske eksempler er panert fisk og grateng, men denne kategorien inkluderer også MAP, som igjen kan bestå av fersk eller opptint fisk i ulike varianter, og hvor det eneste element av sekundærprosessering er selve pakkingen.
- (110) Lerøy erkjenner at ut fra forbrukernes perspektiv kan produkter som er bearbeidet med andre ingredienser enn fiskekjøtt (dvs. panert fisk, grateng, fiskekaker etc.) representere en egen kategori innenfor sekundærprosesserte produkter. Disse produktene som kan omtales som "sammensatte produkter", gjennomgår normalt en mer kompleks produksjonsprosess, og de ferdige produktene har en annen smak og konsistens enn de "rene" fiskeproduktene, det vil si varianter av filéter og fiskestykker. Imidlertid er det en høy grad av tilbudssubstitusjon innenfor VAP, siden aktørene innen sekundærprosessering normalt produserer et stort utvalg av produkter på anleggene sine, og lett kan endre oppskrift eller produksjon. Derfor er det ikke tilstrekkelig grunn til å skille mellom de forskjellige sammensatte produktene.
- (111) Videre er det ikke grunn til å skille mellom ulike sekundærprosesserte fiskeprodukter, der proesseringen i hovedsak består i pakkingen. Disse produktene kan omtales som "pakkede fiskestykker", uansett om de er ferske, opptinte eller fryste. Pakkede fiskestykker er

⁵⁴ Jf. Fleslandrapporten *Fisk og skalldyr 2015/2016*. Dette omfatter salg av laksefisk i tillegg til skalldyr. Ifølge Lerøy er andelen likevel representativ også for salg av hvitfisk til storkjøkkensegmentet.

⁵⁵ Sak V2007-10 *Findus Norge AS / Gro Industrier*.

innbyrdes substituerbare varianter ut fra et etterspørresperspektiv, både når det gjelder smak, kvalitet og anvendelse. Som nevnt er hvitfisk sesongavhengig, noe som gjør at fisken selges som fryst eller opptint mesteparten av året. På grunn av dette er de fleste sluttforbrukerne vel kjent med opptinte hvitfiskprodukter og opplever dem som nære substitutter til nedkjølte alternativer, og vil også kunne bytte mellom disse og fryste varianter.

- (112) Det er et bredt utvalg av forskjellige sekundærprosesserte hvitfiskprodukter, herunder sammensatte produkter og pakkede fiskestykker. Sammenholdt med den høye graden av tilbudssubstitusjon på dette nivået i verdikjeden er det ikke tilstrekkelig grunn til å definere de to kategoriene av sekundærprosesserte produkter som egne produktmarkeder.

5.3.3 *Konklusjon om de relevante produktmarkedene*

- (113) Basert på gjennomgangen ovenfor anses det følgende som relevante produktmarkeder:

- Markedet for primærprosessering av hvitfisk
- Markedet for sekundærprosessering av hvitfisk

- (114) For ordens skyld vil vi fremlegge relevant informasjon om partenes markedsandeler basert på følgende segmentering:

- Fersk og fryst primærprosessert hvitfisk
- Hel fisk og filéter av primærprosessert hvitfisk
- Primærprosessert hvitfisk segmentert etter fiskeart
- Fersk og fryst sekundærprosessert hvitfisk
- Sekundærprosessert hvitfisk segmentert etter fiskeart

5.3.4 *Relevant geografisk marked*

- (115) Lerøy anser de relevante geografiske markedene for hvitfisk (primær- og sekundærprosessert) for minst å være av EØS-utstrekning. En vesentlig del av global fangst av hvitfisk eksporteres over store avstander, herunder mellom land og kontinenter. Fisk kan transporteres kortere distanser som fersk fisk, for eksempel innen EØS, mens fisk som eksempelvis eksporteres utenfor EØS, normalt er dypfryst. Transport av dypfryst fisk har en relativt lav kostnad.
- (116) Tilstedeværelsen av tradere som kjøper fisk fra primærprosessere (herunder partene), og videreselger til importører/grossister og sekundærprosessere sikrer arbitrasje, som over tid utelukker eventuelle prisforskjeller mellom landene. Det samme handelsmønsteret kan en også se for sekundærprosessert hvitfisk.
- (117) Det at både Lerøy og Norway Seafoods selger mesteparten av produktene sine utenfor Norge – i hovedsak innen EØS – indikerer også at markedet er av en slik utstrekning. Som vist i punkt 6.6.4 nedenfor, er de fleste av partenes største kunder lokalisert utenfor Norge, men innenfor EØS.

- (118) Denne geografiske markedsavgrensningen støttes også av EU-Kommisjonens vedtak i *Austevoll Seafood / Kvefi*, der Kommisjonen konkluderte at markedet for primærprosessert pelagisk fisk minst omfattet EØS.⁵⁶ Tilsvarende konklusjon ble trukket i *Marine Harvest / Morpol*, der Kommisjonen konkluderte med at markedet for primærprosessert laks var av EØS-utstrekning.⁵⁷ Selv om Kommisjonen ikke kunne utelukke et nasjonalt marked for røkelaks (et sekundærprosessert produkt), ble konklusjonen holdt åpen.
- (119) For helhetens skyld, vil vi legge frem partenes markedsandeler for de relevante markedene avgrenset til Norge.

5.4 Andre relevante markeder

5.4.1 Laksefisk

- (120) Som nevnt ovenfor selger både Lerøy og Norway Seafoods laksefiskprodukter. Selv om Lerøy er en større leverandør av laksefisk er overlappen uvesentlig, siden laksefisk bare utgjør en mindre del av Norway Seafoods' virksomhet.
- (121) I samsvar med Kommisjonens konklusjon i *Marine Harvest / Morpol*, kan markedet for laksefisk segmenteres i et oppstrømsmarked (oppdrett og primærprosessering) og et nedstrømsmarked (sekundærprosessering).⁵⁸ Videre fant Kommisjonen det sannsynlig at det innen atlantisk laks er separate markeder for henholdsvis norsk og skotsk oppdrettslaks. Videre segmentering ble imidlertid holdt åpent fra Kommisjonens side i vedtaket.
- (122) Når det gjelder det relevante geografiske markedet, bekreftet Kommisjonens markedsundersøkelse at markedet for oppdrett og primærprosessering var av EØS-utstrekning. Det ble imidlertid holdt åpent hvorvidt markedet for sekundærprosessering kunne være av nasjonal utstrekning. Lerøy mener at også sekundærprosessert laksefisk selges i et EØS-marked, siden produktene generelt er de samme uavhengig av endelig destinasjon, og på grunn av en høy grad av tilbudssubstitusjon mellom de ulike leverandørene.
- (123) Ettersom oppkjøpet av Norway Seafoods bare vil resultere i en uvesentlig økning i Lerøys markedsandel innenfor laksefisk, er det ikke behov for å trekke en endelig konklusjon om avgrensningen av det relevante markedet i denne saken.

5.4.2 Pelagisk fisk

- (124) Som nevnt ovenfor har både Lerøy og Norway Seafoods forholdsvis lite salg av pelagiske fiskeprodukter, som følgelig utgjør et mindre overlapp.
- (125) I samsvar med Kommisjonens konklusjon i *Austevoll Seafood / Kvefi*, kan markedet for pelagisk fisk segmenteres i et oppstrømsmarked (primærprosessering) og et nedstrømsmarked (sekundærprosessering).⁵⁹ Kommisjonen anså at videre segmentering, for

⁵⁶ Sak COMP/M.7035 *Austevoll Seafood / Kvefi*, avsnitt 40.

⁵⁷ Sak COMP/M.6850 *Marine Harvest / Morpol*, avsnitt 73.

⁵⁸ Sak COMP/M.6850 *Marine Harvest / Morpol*.

⁵⁹ Sak COMP/M.7035 *Austevoll Seafood / Kvefi*.

eksempel etter art, fersk/fryst eller hel fisk/filéer, kunne være relevant. Imidlertid ble konklusjonen holdt åpen.

- (126) Kommisjonen undersøkte ikke markedet for sekundærprosessering av pelagisk fisk. Etter Lerøys oppfatning kan ikke markedet for sekundærprosessering av pelagisk fisk deles opp i forskjellige markeder for hver enkelt fiskesort, siden en stor andel av etterspørselen etter pelagisk fisk hovedsakelig skyldes den relativt lave prisen. Dette vises også ved at Lerøys kunder kjøper flere forskjellige sorter pelagisk fisk.
- (127) Når det gjelder det relevante geografiske markedet bekreftet Kommisjonens markedsundersøkelse at markedet for pelagisk fisk minst omfattet EØS. Lerøy mener at det geografiske markedet for sekundærprosessert pelagisk fisk også omfatter hele EØS, ettersom blant annet en vesentlig del av produksjonen av sekundærprosesserte pelagiske fiskeprodukter blir eksportert over hele EØS.
- (128) Gitt at både Lerøy og Norway Seafoods bare har begrenset salg av pelagisk fisk vil transaksjonen åpenbart ikke resultere i noen endring i markedsstrukturen av betydning, uavhengig av den eksakte markedsdefinisjonen.⁶⁰

5.4.3 *Skalldyr*

- (129) Så vidt Lerøy er kjent med er det ingen klar presedens innenfor markedet for skalldyr. Gitt de karakteristiske forskjellene mellom skalldyr og annen type sjømat, mener Lerøy at skalldyr representerer et eget marked som skiller seg fra andre typer sjømat, blant annet fra de fiskesortene som er nevnt i denne meldingen.
- (130) Skalldyr karakteriseres ved sitt ytre skjelett, og omfatter krabber, hummer, languster, reker etc, hvorav reker er det som blir mest brukt til mat. Fra et forbrukerperspektiv er skalldyr ofte sett på som substitutter til hverandre, selv om de kan variere i smak. For denne meldingens formål er det ikke nødvendig å skille mellom forskjellige typer skalldyr.
- (131) Tilsvarende som for fiskemarkedene kan også skalldyr gjennomgå ulike prosesseringstrinn. Fangst (og det etterfølgende salget) av skalldyr foregår på et forutgående ledd i verdikjeden, sammenlignet med salg av skalldyr til dagligvare og storkjøkken. Følgelig er skalldyrmarkedet der Havfisk er aktiv et vertikalt forbundet marked med skalldyrmarkedet som Lerøy og Norway Seafoods opererer i.
- (132) Som for de ulike markedene for fisk anser Lerøy det relevante geografiske markedet for skalldyr for å være av EØS-utstrekning.
- (133) Ettersom både Lerøy og Norway Seafoods bare har mindre aktiviteter innen skalldyr vil transaksjonen åpenbart ikke resultere i noen endring i markedsstrukturen av betydning, uavhengig av den eksakte markedsdefinisjon.

⁶⁰ De pelagiske aktivitetene til Pelagia As, hvor AUSS eier 50 %, kan ikke allokere til Lerøy, siden Pelagia AS er et fullfungerende fellesforetak, og dermed opererer som et uavhengig foretak i markedet.

6 HORIZONTAL OVERLAPP – PRIMÆR- OG SEKUNDÆRPROSESSERT HVITFISK

6.1 Innledning

- (134) Partene har overlappende virksomhet innenfor hvitfisk. Som det fremgår av kapittel 5, er markedsstrukturen i stor grad lik for primærprosessering og sekundærprosessering. I dette kapittel 6 vil vi gi informasjon om markedsstrukturen i begge markeder, og bemerke enkelte forskjeller der dette er relevant.
- (135) I tillegg har partene ubetydelige overlapp i andre fiske- og sjømatmarkeder; laksefisk, pelagisk fisk og skalldyr. Disse overlappene vil åpenbart påvirke de relevante markedene, siden endringen i markedsandel enten er ubetydelig eller partene har lave markedsandeler. Informasjon om disse overlappene vil bli gitt i kapittel 7 nedenfor.

6.2 Markesandeler

6.2.1 Generelt

- (136) Beregningen av markedsandeler i denne meldingen er basert på partenes salg i 2015. De estimerte totale markedene er basert på import- og eksportdata fra Eurostat og relevante nasjonale statistikkorganer, som Lerøy har innhentet fra Sjømatrådet. Disse dataene er benyttet for å estimere de ulike EØS-markedene.
- (137) For de norske markedsandelsestimatene er data fra Flesland Markedsinformasjoner AS benyttet. Vi bemerker at tallene fra Flesland Markedsinformasjoner bare inneholder salg til dagligvare og storkjøkken, mens salg til industrikunder ikke inngår i datagrunnlaget, da det ikke rapporteres. Det har ikke vært mulig å fremskaffe data for omfanget av dette salget, og heller ikke vært mulig å foreta noe estimat. Tallene for totalmarkedet basert på Flesland Markedsinformasjoner undervurderer dermed markedsstørrelsen. Tilsvarende vil partenes markedsandeler være overestimert.

6.2.2 Primærprosessering av hvitfisk

- (138) Foretakssammenslutningen vil ikke virke konkurransebegrensende i markedet for primærprosessering av hvitfisk.
- (139) Som det fremgår av tabellen under er begge partene små aktører i markedet for levering av primærprosesserte hvitfiskprodukter innenfor EØS, med en kombinert markedsandel på ■■■ % (volum) og ■■■ % (verdi).

Tabell 3 – estimerte markedsandeler for levering av primærprosessert hvitfisk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy				
Norway Seafoods				
Kombinert				
Øvrige				
Totalt	4 866,10	100,00 %	178 128,42	100,00 %

- (140) Som det fremgår av kapittel 5.3.2 anser ikke Lerøy det relevant å segmentere markedet ytterligere for ferske og fryste fiskeprodukter. For ordens skyld presenteres imidlertid også markedsandeler for et hypotetisk marked for fersk (avkjølt) og fryst primærprosessert hvitfisk i tabellene under. Som det fremgår av disse vil partenes markedsandeler i et slikt snevert marked heller ikke føre til en begrensning av konkurransen.

Tabell 4 – estimerte markedsandeler for fersk primærprosessert hvitfisk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy				
Norway Seafoods				
Kombinert				
Øvrige				
Totalt	2 232,19	100,00 %	95 891,04	100,00 %

Tabell 5 – estimerte markedsandeler for fryst primærprosessert hvitfisk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy				
Norway Seafoods				
Kombinert				
Øvrige				
Totalt	2 633,91	100,00 %	82 237,38	100,00 %

- (141) Videre er Lerøy av den oppfatningen at det heller ikke er relevant å segmentere markedet ytterligere for levering av hel (HG) fisk, i motsetning til andre typer av kuttet fiskeprodukter slik som fileter og farse. For ordens skyld vil partene imidlertid også oppgi markedsandeler i et hypotetisk marked for hel (HG) fisk og kuttete fiskeprodukter i tabellene under. Selv under et slikt snevert marked vil partene oppnå lave markedsandeler etter gjennomføring av foretaksammenslutningen.

Tabell 6 – estimerte markedsandeler for hel (HG) hvitfisk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy				
Norway Seafoods				
Kombinert				
Øvrige				
<i>Totalt</i>	2 958,32	100,00 %	104 483,93	100,00 %

Tabell 7 – estimerte markedsandeler for kuttet hvitfiskprodukter i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy				
Norway Seafoods				
Kombinert				
Øvrige				
<i>Totalt</i>	1 907,78	100,00 %	73 644,49	100,00 %

- (142) Lerøy er av den oppfatning at primærprosessering av hvitfisk ikke kan segmenteres ytterligere basert på fiskeslag. For ordens skyld vil også estimerte markedsandeler for de største fiskeslagene presenteres under. Som det fremgår av tabellene vil heller ikke konkurransen begrenses under en slik snever (hypotetisk) markedsavgrensning.

Tabell 8 – estimerte markedsandeler for primærprosessert torsk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy				
Norway Seafoods				
Kombinert				
Øvrige				
<i>Totalt</i>	1 959,55	100,00 %	81 054,41	100,00 %

Tabell 9 – estimerte markedsandeler for primærprosessert hyse i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	264,21	100,00 %	7 282,22	100,00 %

Tabell 10 – estimerte markedsandeler for primærprosessert sei i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	400,90	100,00 %	11 335,85	100,00 %

Tabell 11 – estimerte markedsandeler for primærprosessering av øvrige hvitfiskslag i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	2 241,44	100,00 %	78 455,94	100,00 %

- (143) I tråd med Kommisjonens praksis anser Lerøy det geografiske markedet for primærprosessering av hvitfisk å være EØS-vidt. Tabellene under synliggjør imidlertid at selv under et hypotetisk nasjonalt marked for hvitfisk vil foretaksammenslutningen ikke medføre konkurransebegrensninger. Selv under en nasjonal markedsavgrensning vil partenes estimerte markedsandel være ■ % i volum og ■ % i verdi.

Tabell 12 – estimerte markedsandeler for levering av primærprosessert hvitfisk i Norge (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	22,98	100,00 %	1 670,19	100,00 %

(144) I tråd med Kommisjonens avgjørelser i *Marine Harvest / Morpol og Austevoll Seafood / Kvefi*, er Lerøy av den klare oppfatning at det geografiske markedet for primærprosessert fisk er EØS. Så vidt Lerøy er kjent med vil imidlertid markedsandelene for et (hypotetisk) nasjonalt marked som fremgår over, også være retningsgivende for partenes markedsandeler i et (hypotetisk) nasjonalt markedet segmentert per fiskeslag. Selv om det vil være noe variasjon basert på salg av det enkelte fiskeslag, er fiske av disse fiskeslagene regulert gjennom kvotesystemer og variasjonene vil derfor gjennomgående endres over tid. På denne bakgrunn vil det overordnede EØS-markedet for primærprosessert hvitfisk være retningsgivende for partenes markedsposisjon over tid.

(145) Som tabellene over illustrerer vil foretakssammenslutningen selv under mer snevre (hypotetiske) markedsavgrensninger, ikke medføre konkurransebegrensende virkninger i markedet for primærprosessert hvitfisk.

6.2.3 Sekundærprosessering av hvitfisk

(146) Videre vil foretakssammenslutningen heller ikke virke konkurransebegrensende i markedet for sekundærprosessert hvitfisk.

(147) Som det fremgår av tabellen under, er partene små i markedet for levering av sekundærprosesserte hvitfiskprodukter til EØS-markedet, med en kombinert markedsandel på ■ % i volum og ■ % i verdi.

Tabell 13 – estimerte markedsandeler for levering av sekundærprosessert hvitfisk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	394,36	100,00 %	12 746,73	100,00 %

(148) Som det fremgår av kapittel 5.3.2, kan Lerøy heller ikke se at det forligger gode grunner for en segmentering av markedet basert på ferske og fryste sekundærprosesserte produkter. For ordens skyld vil likevel partenes markedsandeler i et hypotetisk marked for fersk (avkjølt) og

frys sekundærprosessert hvitfisk presenteres i tabellene under. Basert på disse er det også klart at selv under en slik (hypotetisk) snever markedsavgrensning vil foretakssammenslutningen ikke ha konkurransebegrensende virkninger.

Tabell 14 – estimerte markedsandeler for fersk sekundærprosessert hvitfisk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	219,11	100,00 %	8 169,48	100,00 %

Tabell 15 – estimerte markedsandeler for fryst sekundærprosessert hvitfisk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	175,25	100,00 %	4 577,24	100,00 %

- (149) Lerøy er av den klare oppfatning at sekundærprosessering av hvitfisk ikke kan segmenteres ytterligere for det enkelte fiskeslag. For ordens skyld presenteres partenes estimerte markedsandeler også i et (hypotetisk) marked for separate fiskelag i tabellene under. Selv under en slik snever (hypotetisk) markedsavgrensning vil foretakssammenslutning ikke virke konkurransebegrensende.

Tabell 16 – estimerte markedsandeler for sekundærprosessering av torsk i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
Totalt	115,29	100,00 %	4 295,19	100,00 %

Tabell 17 – estimerte markedsandeler for sekundærprosessering av hyse i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
<i>Totalt</i>	<i>8,44</i>	<i>100,00 %</i>	<i>411,19</i>	<i>100,00 %</i>

Tabell 18 – estimerte markedsandeler for sekundærprosessering av sei i EØS (2015)

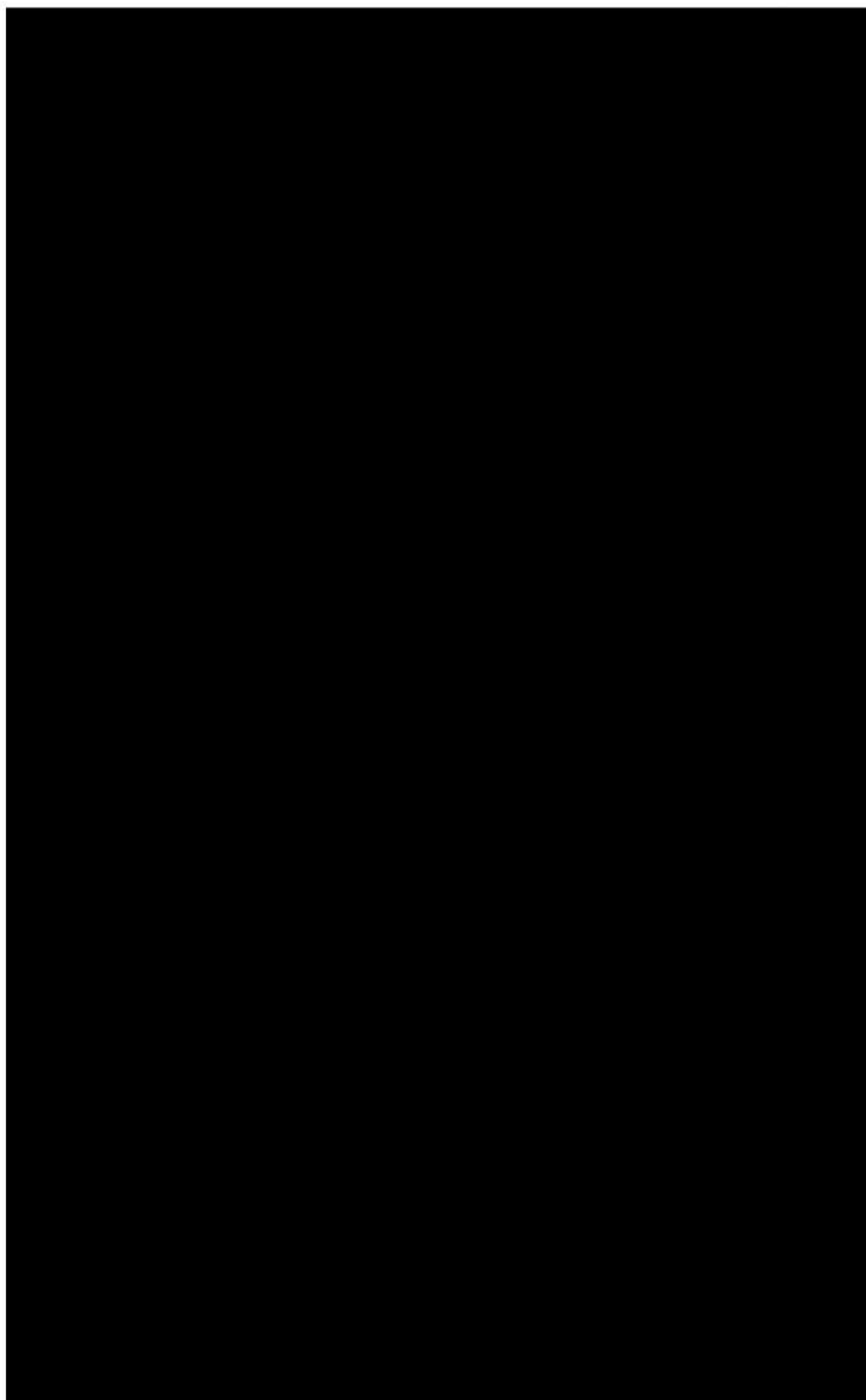
Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
<i>Totalt</i>	<i>27,21</i>	<i>100,00 %</i>	<i>924,33</i>	<i>100,00 %</i>

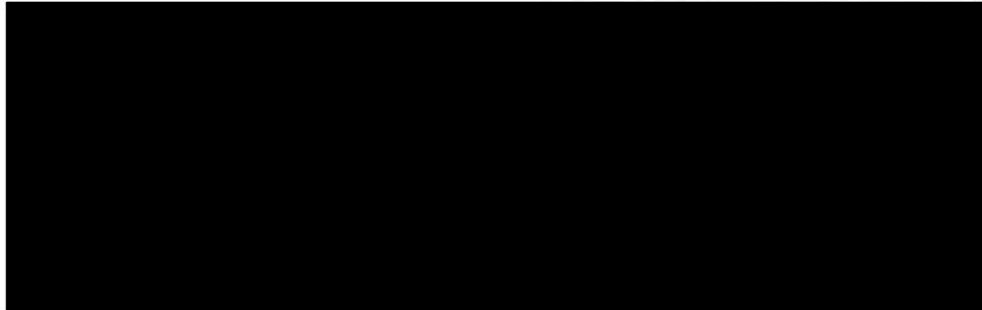
Tabell 19 – estimerte markedsandeler for sekundærprosessering av øvrige hvitfiskslag i EØS (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
Lerøy	■	■	■	■
Norway Seafoods	■	■	■	■
Kombinert	■	■	■	■
Øvrige	■	■	■	■
<i>Totalt</i>	<i>243,43</i>	<i>100,00 %</i>	<i>7 116,02</i>	<i>100,00 %</i>

- (150) Til tross for at Lerøy klart anser markedet for sekundærprosessering av hvitfisk til å være geografisk avgrenset til EØS, viser tabellene under at selv under et (hypotetisk) snevrere markedet avgrenset nasjonalt vil foretaks sammenslutningen ikke medføre horisontale konkurransebegrensninger. Selv under en slik geografisk markedsavgrensning vil den samlede estimerte markedsandelen til partene være lav, ■ % i volum og ■ % i verdi.

Tabell 21 – partenes viktigste konkurrenter i EØS-markedet for primær- og sekundærprosessering av hvitfisk





- (155) De ovennevnte aktørene aktive innen både primær- og sekundærprosessering er av betydelig størrelse, har økonomiske ressurser og har, så vidt Lerøy vet, ledig kapasitet. Disse aktørene kan raskt og enkelt respondere dersom partene (hypotetisk) utøver markedsrett. Kundene har dermed flere muligheter til å bytte til andre leverandører.
- (156) For ordens skyld er også partenes hovedkonkurrenter i det (hypotetisk) nasjonale marked for primær- og sekundærprosessert hvitfisk vedlagt:

Tabell 22 – Lerøys viktigste konkurrenter i det norske markedet for primær- og sekundærprosessert hvitfisk

Konkurrent
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

Tabell 23 – Norway Seafoods' viktigste konkurrenter i det norske markedet for primær- og sekundærprosessert hvitfisk

Konkurrent
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

- (157) På denne bakgrunn er det klart at det vil bestå en rekke alternative leverandører også etter gjennomføringen av foretakssammenslutningen, og at partene på denne bakgrunn vil ha insentiver til å fortsette å konkurrere hardt.

6.4 Leveringsstruktur

- (158) I Norge blir mesteparten av hvitfisk fra havtrålerne solgt under et auksjonssystem organisert av en av de fem råfisklagene, jf. punkt 5.2.1. Prosesseringsanleggene i Norge kjøper hovedsakelig fisk fra havtrålere gjennom dette auksjonssystemet. Fangst fra kystflåten blir som oftest solgt rett fra båten, og bare en ubetydelig del av denne fisken selges gjennom auksjonssystemet.⁶¹
- (159) Norway Seafoods' primæreprosesseringsanlegg er hovedsakelig lokalisert i Norge,⁶² og kjøper dermed det meste av hvitfisken fra havtrålerne gjennom salgslaget. Noe av fisken er kjøpt gjennom andre leverandører, da hovedsakelig fra kystflåten. Når det gjelder levering av primærprosessert hvitfisk til sekundærprosesseringsanleggene, er Norway Seafoods avhengig av ressurser fra tredjeparter samt interne ressurser. Norway Seafoods viktigste leverandører i markedet for primær- og sekundærprosessert hvitfisk fremgår av tabellen under:

Tabell 24 – Norway Seafoods' fem viktigste leverandører i markedet for hvitfisk

Leverandør	Verdi av kjøp (NOK)
██████████	██████████
██████████	██████████
██████████	██████████
██████████	██████████
██████████	██████████

- (160) Lerøys eneste primærprosesseringsanlegg for hvitfisk er Bulandet Fiskeindustri AS og Sirevaag AS, hvilket er små selskaper som primært forsyner det lokale norske markedet. Imidlertid har Lerøy sekundærprosesseringsanlegg (MAP) lokalisert i Norge, Sverige, Finland, Frankrike, Spania, Tyrkia, Nederland og Danmark. I 2015 kjøpte Lerøy █ % av sine hvitfiskprodukter fra tredjeparter (hvorav kun █ % var fra leverandører utenfor EØS og de resterende █ % var fra leverandører innenfor). De fem viktigste leverandører til Lerøy av hvitfisk er opplistet nedenfor:

⁶¹ Salget av fisken er imidlertid fortsatt regulert av norsk lov nr. 75 av 21. juni 2013, Fiskesalgslagslova, jf. kapittel 5.2.2 flg., inkludert en minimumssalgsspris fastsatt av Norges Råfisklag.

⁶² Som nevnt ovenfor i kapittel 3.2.2, er bare ett lokalisert utenfor Norge, i Danmark.

Tabell 25 – Lerøys fem viktigste leverandører i markedet for hvitfisk

Leverandør	Verdi av kjøp (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

6.5 Samarbeidsavtaler

6.5.1 Lerøy

(161) Når det gjelder salg av sekundærprosessert hvitfisk, har Lerøy en [REDACTED] avtale med Norgesgruppen gjennom datterselskapet Sjømathuset AS.⁶³ Sjømathuset AS eies og drives av Lerøy med Norgesgruppen som eneste kunde. Selskapet leverer ferske fiskeprodukter, sushi og sjømat til alle Norgesgruppens dagligvarebutikker over hele Norge, samt fersk fisk i bulkvekt (både rød og hvit) til butikker i Oslo-området.

(162) Så vidt Lerøy kjenner til har selskapet ingen andre samarbeidsavtaler av betydning i markedet for hvitfisk.

6.5.2 Norway Seafoods

(163) Norway Seafoods har også langsiktige leieavtaler med Havfisk, for fem prosesseringsanlegg med produksjonsutstyr, som er lokalisert i Båtsfjord, Hammerfest, Kjøllefjord, Melbu og Stamsund (Norge). Siden Lerøy vil overta både Havfisk og Norway Seafoods, må disse leieavtalene anses som interne, og er derfor uten betydning for vurderingen av hvilke virkninger transaksjonen har på konkurransen.

6.5.3 Havfisk

(164) Havfisk har ingen samarbeidsavtaler av betydning. For ordens skyld vises til avtalene med Norway Seafoods nevnt i punkt 6.5.2 ovenfor.

63 [REDACTED]

6.6 Etterspørselsstruktur og salgskanaler

6.6.1 Innledning

- (165) Nedenfor følger en oversikt over strukturen i etterspørselen for hvitfiskprodukter i EØS, samt for en hypotetisk snever nasjonal markedsavgrensning. Som angitt ovenfor, anser ikke Lerøy det for å være egnet til å vurdere transaksjonens betydning for konkurransen å segmentere etter salgskanal. For å forenkle Konkurransetilsynets vurderinger, tar vi også med en beskrivelse av etterspørselsstrukturen på dette grunnlaget. Uansett er det klart at kundene både EØS og Norge utøver sterk kjøpermakt og vil fortsette å gjøre det etter transaksjonen.
- (166) Salgskanalene for primærprosessert hvitfisk og sekundærprosessert hvitfisk er også grundig beskrevet i kapittelet om markedsavgrensning.

6.6.2 Strukturen innen dagligvare og storkjøkken

- (167) Som nevnt ovenfor er majoriteten av forbrukernes etterspørsel etter hvitfisk dekket gjennom dagligvare, som utgjør omlag 76 % av det norske markedet.⁶⁴
- (168) Salgskanalen er preget av sterke kjøpere (dagligvarekjeder) som kjøper inn produktene sentralt for å utnytte sine egne distribusjonsnettverk til å levere til butikkene. Dette betyr at hvitfiskeleverandørene først må forhandle med kjedens sentrale innkjøpsavdeling for deretter å kunne levere gjennom denne kanalen.
- (169) Dagligvarekjedene har normalt også EMV, som ikke nødvendigvis er levert av samme leverandør som resten av hvitefiskeproduktene. Kjedene kjøper normalt også produkter fra mer enn én leverandør.
- (170) I Norge er etterspørselen etter hvitfisk konsentrert i hendene på de tre kjedene NorgesGruppen, Coop og Rema 1000. For tiden får NorgesGruppen levert de fleste av sine hvitfiskeprodukter fra Findus og Lerøy, mens Findus er hovedleverandøren til Rema 1000 og Coop. I tillegg selger alle de tre kjedene EMV produsert av andre leverandører.
- (171) Det er ingen eksporttoll i Norge på hvitfiskprodukter. På denne bakgrunn kjøper mange av de norske kjedene fra internasjonale leverandører, blant annet for produksjon av private merkevarer. For eksempel har NorgesGruppen løpende avtaler med ulike leverandører for produksjon av EMV for hvitfiskprodukter i Norge.⁶⁵ I tillegg til de innenlandske leverandører av sekundærprosessert hvitfisk, er derfor leverandørene også begrenset av konkurranse fra dagligvarekjedenes EMV, og de utenlandske leverandører av disse produktene.
- (172) Både i EØS og i Norge setter butikkjedene de ulike leverandørene opp mot hverandre når de forhandler leverandøravtaler, ettersom de har store innkjøpsvolum. De fleste av dem har også EMV i markedet for sekundærprosessert hvitfisk, slik at partene har sterke insentiver til å konkurrere hardt om levering til disse kundene også etter transaksjonen.

⁶⁴ I henhold til Fleslandrapporten om fisk og sjømatmarkedet i Norge.

⁶⁵ Normalt utlyser NorgesGruppen et anbud der leverandører (både nasjonale og internasjonale) kan konkurrere om produksjon av EMV for et gitt produkt og kvalitet.

- (173) I tillegg er partene leverandører av både primær- og sekundærprosesserte produkter av hvitfisk til storkjøkkenkunder. Alt salg av primær- og sekundærprosesserte hvitfiskeprodukter til storkjøkkenkunder i EØS skjer i hovedsak gjennom distributører / grossister. Disse grossistene gjennomfører også en fordelingsfunksjon til sluttbrukere av produktene og, som et resultat, leverer hvitfiskeleverandørene normalt ikke direkte til detaljleddet. Effekten av dette er at leverandørene er svært avhengige av grossistene.
- (174) Leverandørene forhandler med grossistene for å få sine produkter listeført. Disse forhandlingene foretas vanligvis på årlig basis, og de fleste grossistene søker listeføring hos flere leverandører. De siste årene har det vært en økning i at storkjøkkenkunder har dannet egne innkjøpsorganisasjoner, noe som resulterer i økt kjøpermakt mot leverandørene.⁶⁶
- (175) I Norge er det fire hoveddistributører / -grossister til storkjøkkensektoren, Asko (NorgesGruppen), Storcash (NorgesGruppen), Engrospartner (Reitangruppen) og Servicegrossistene (uavhengig). Rollen til distributører / grossister, særlig NorgesGruppen, er kritisk i en slik grad at det kan best beskrives som en "gatekeeper" til markedet. Enkelt sagt er ikke leverandører i stand til å få tilgang til en vesentlig del av markedet med mindre de sikrer listeføring hos NorgesGruppen.⁶⁷

6.6.3 Kjøpermakt innen alle salgskanaler

a) Introduksjon

- (176) I EU-kommisjonens retningslinjer for fusjoner anses kjøpermakt for å være "*en forhandlingsstyrke kjøperen har vis-à-vis selger i kommersielle forhandlinger, på grunn av sin størrelse, sin kommersielle betydning overfor selger og dens evne til å bytte til alternative leverandører.*"⁶⁸ Man kan også tenke seg at en slik kjøpermakt blir utøvd av store sofistikerte kunder, snarere enn mindre kjøpere i et fragmentert marked.⁶⁹ Videre mener Kommisjonen at kjøpermakt kan være til stede dersom kunden umiddelbart kan bytte til andre leverandører, på en troverdig måte true med å integrere vertikalt i oppstrømsmarkedet, eller bidra til til ekspansjon av eksisterende alternativ leverandør eller nyetablering.⁷⁰
- (177) Lerøy anser disse faktorene for å være til stede ved salg av primær- og sekundærprosesserte hvitfiskeprodukter i Norge. Dette er tilfellet både innen dagligvare og storkjøkken. I forhold til styrken på kjøpermakt som partene står overfor, kan transaksjonen ikke anses å ha noen effekt på konkurransen i EØS, heller ikke i et (hypotetisk) nasjonalt marked.

b) Store sofistikerte kjøpere

- (178) EØS-markedet for hvite fiskeprodukter er preget av sterk kjøpermakt på hånden av relativt få butikkjeder. Selv om antallet kjeder varierer fra land til land, er de store kjedene ofte til stede

⁶⁶ Se NOU 2011:4, "*Mat, makt og avmakt*", avsnitt 3.7.10.

⁶⁷ Denne beskrivelsen av NorgesGruppens rolle er bekreftet i NOU 2011:4, "*Mat, makt og avmakt*", avsnitt 3.7.9.

⁶⁸ Retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner under rådsforordning om kontroll med foretakssammenslutninger (2004 / C 31/03), avsnitt 64.

⁶⁹ Retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner under rådsforordning om kontroll med foretakssammenslutninger (2004 / C 31/03), avsnitt 64.

⁷⁰ Retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner under rådsforordning om kontroll med foretakssammenslutninger (2004 / C 31/03), avsnitt 64.

over hele landet og inngår landsdekkende leveringsavtaler. På denne bakgrunn er det klart at det er en høy grad av konsentrasjon i dette markedet, som består av sofistikerte kjøpere.

- (179) I Norge utøves denne kjøpermakten av NorgesGruppen, Coop og Rema 1000 som alle er store og etablerte dagligvarekjeder. Dessuten, etter Coops kjøp av ICA har konsentrasjonen økt.
- (180) NorgesGruppen står for majoriteten av dagligvarehandelen i Norge og står for omtrent 40 % av dagligvaremarkedet. Dette vises også i Lerøys salg, hvorav Norgesgruppen står for ■ % (verdi) av alt Lerøys salg av hvitfisk i Norge. Dette er på samme nivå, og høyere enn nivåene hvor EU-Kommisjonen regelmessig finner at kunder har betydelig kjøpermakt.⁷¹ NorgesGruppens multikanaltilstedeværelse tillater dem å overvåke betingelser for tilbud og disiplinere leverandørene for å sikre gunstige betingelser. Matmaktutvalget har ansett NorgesGruppen for å være en viktig forretningspartner for mange leverandører i Norge, spesielt siden de er eneste grossist i landet med nasjonal dekning og har kapasitet til å møte etterspørselen fra større innkjøpsorganisasjoner.⁷²
- (181) Selv om det er tusenvis av storkjøkkenkunder (for eksempel hoteller og restauranter) som potensielt har mange forskjellige leverandører, får de hvitfisk levert hovedsakelig gjennom grossister. Grossistene fungerer i seg selv som en "gatekeeper" til disse kundene.
- (182) Mindre storkjøkkenkunder (som sykehus og omsorgshjem) er også sterkt prisdrevet og bruker formelle anbud til kontrakter som ofte varer minst 2-3 år for å sikre sterk konkurranse mellom leverandørene. Mindre kjøpere som kjøper direkte benytter også anbudskonkurranser, hvilket har gjort det enklere å bytte leverandør. En slik fremgangsmåte der et høyt volum konkurranseutsettes for en lengre periode om gangen sikrer at leverandørene må by aggressivt i hver konkurranse. På den bakgrunn kan også storkjøkkenkundene anses som sofistikerte kunder.

c) Kundene er umiddelbart i stand til å bytte leverandør

- (183) Kundene kan også bytte til andre leverandører for sekundærprosessert hvitfisk, både innenlandske og utenlandske. Det finnes en rekke alternative leverandører, herunder leverandører som opererer utenfor EØS.
- (184) Som nevnt ovenfor har majoriteten av dagligvarekundene også EMV, som normalt blir produsert av forskjellige (eller andre) leverandører. I tillegg til bytte til velkjente merkevareleverandører, kan dagligvarekundene også flytte sin leveranse av EMV til andre leverandører uten å ta merkevarer i betraktning.

d) Kundene kan true med vertikal integrasjon eller sponsing av ekspansjon / nyetablering

- (185) Kjøpermakten kommer også til uttrykk ved at kundene kan true med å integrere vertikalt. I de siste par årene har det vært flere eksempler på at kundene etablerer seg oppstrøms, eller kjøper selskaper i leverandørsjiktet. Eksempler på dette er Rema 1000s etablering av datterselskapet MaxMat, Mercadonas etablering av sekundærprossessereren Caladero (Spania),

⁷¹ See for instance case COMP/JV.32, *Granaria / Ültje / Intersnack / May Holding* (2000), para 57 *et seq.*; Case COMP/M.2399, *Friesland Coberco / Nutricia* (2001), para 25 *et seq.* and 35 *et seq.*; and Case COMP/M.2072, *Phillip Morris / Nabisco* (2000), para 25.

⁷² See NOU 2011:4, "*Mat, makt og avmakt*", pages 51 to 55, in particular section 3.7.4.

Axfoods etablering av Falkeberg Seafood (Sverige), og Morrisons oppstart av egen prosessering (Storbritannia).

- (186) Gitt kundenes størrelse, kan ekspansjon og nyetablering også fasiliteres. Flere av dagligvarekjedene setter ofte ut anbud for hele volumet av for eksempel hvitfisk. Ved å vinne et av disse anbudene er mindre leverandører eller nye aktører sikret et salg av stort volum, normalt over flere år. Dette reduserer risikoen ved ekspansjon og nyetablering betraktelig. Ettersom denne trusselen fra dagligvarekjedene er troverdig, bidrar det til å styrke deres kjøpermakt ytterligere.
- (187) I et hypotetisk norsk marked for hvitfiskeprodukter utgjør NorgesGruppens store andel av dagligvareomsetningen en attraktiv plattform for leverandører av hvitfisk som ønsker å utvide og for nye aktører. NorgesGruppen har allerede eksisterende forbindelser med alternative leverandører. NorgesGruppen har også en egen enhet som fokuserer på å sikre leveranser fra aktører utenfor Norge. Det er også tilstrekkelig overskuddskapasitet både i Norge og EØS som kan brukes for å møte økt etterspørsel. For leverandører som eventuelt skulle trenge ytteligere produksjonskapasitet er det også mulig å supplere sin portefølje gjennom kjøp fra tredjeparter. Mange av de samme faktorene gjelder tilsvarende for Coop og Rema 1000.

6.6.4 Partenes viktigste kunder innen primær- og sekundærprosessert hvitfisk

- (188) Norway Seafoods' viktigste kunder i EØS-markedet for primærprosessering av hvitfisk følger av tabellen nedenfor. Selv om Lerøy fastholder at markedet for primærprosessering av hvitfisk ikke er snevrere enn EØS, har vi for ordens skyld tatt med de viktigste kundene også i Norge.

Tabell 26 – Norway Seafoods' fem viktigste kunder i EØS-markedet for primærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 27 – Norway Seafoods' fem viktigste kunder i det norske markedet for primærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

- (189) Lerøys viktigste kunder i EØS-markedet for primærprosessering av hvitfisk følger av tabellen nedenfor. For ordens skyld tar vi også med selskapets viktigste kunder i Norge.

Tabell 28 – Lerøys fem viktigste kunder i EØS-markedet for primærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 29 – Lerøys fem viktigste kunder i det norske markedet for primærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

- (190) I markedet for sekundærprosessert hvitfisk er Norway Seafoods' viktigste kunder innen EØS-markedet presentert i tabellen nedenfor. For ordens skyld tar vi også med selskapets viktigste kunder i Norge.

Tabell 30 – Norway Seafoods' fem viktigste kunder i EØS-markedet for sekundærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 31 – Norway Seafoods' fem viktigste kunder i det norske markedet for sekundærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

- (191) Lerøys fem viktigste kunder i EØS-markedet for sekundærprosessert hvitfisk følger av tabellen nedenfor. For ordens skyld tar vi også med selskapets hovedkunder i Norge.

Tabell 32 – Lerøys fem viktigste kunder i EØS-markedet for sekundærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 33 – Lerøys viktigste kunder i det norske markedet for sekundærprosessert hvitfisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)
██████████	██████████
██████████	██████████

6.7 Forskning og utvikling

- (192) I markedet for primærprosessering av hvitfisk har forskning og utvikling generelt spilt en mindre rolle. Det meste av utviklingen på dette stadiet i produksjonen har vært relatert til forbedring og utvikling av effektiviteten på prosesseringsmaskineriet. Det samme kan sies om markedet for sekundærprosessering, skjønt at fokuset har vært høyere på dette de senere årene. Likevel, sammenlignet med laks er nedstrømsmarkedet for hvitfisk fremdeles vesentlig underutviklet.
- (193) Laksemarkedet må anses mer utviklet med høyere distribusjonsgrad, så vel som med mer lettvinde produkter. Produktene møter den globale etterspørselen med hensyn til smak, samt at produktene typisk er lettvinde og raske å tilberede. De siste årene har det i markedet for hvitfisk vært et høyere fokus på utvikling av lettvinde produkter, hvilket har resultert i fiskeprodukter som er enkle å lage også i dette markedet.
- (194) Selv om det er en konstant etterspørsel for de mer standardiserte produktene som hel fisk og naturlige fiskefileter osv., har markedet for sekundærprosessert hvitfisk blitt mer innovasjonsdrevet. Leverandørene forsøker å gjøre markedet mer tilgjengelig for kundene ved å introdusere hvitfisk i nye former i den hensikt å øke etterspørselen og eksporten av hvitfisk.

6.8 Etableringshindringer

6.8.1 Primærprosessering av hvitfisk

- (195) Etableringshindrene i markedet for primærprosessering av hvitfisk er lave. Det høye antallet primærprosesseringsanlegg aktive i EØS-markedet tydeliggjør dette. Særlig skyldes dette at primærprosessert fisk er enkelt å produsere, med få krav til spesialutstyr eller øvrig teknologi. Noen av primærprosesseringsanleggene fungerer også som rene pakkesanlegg, som dermed krever mindre investeringer i form av utstyr for sortering og filetering.
- (196) Som nevnt i avsnitt 5.2.2 er tilgjengeligheten på hvitfisk også vid ettersom salget av fangsten, i all vesentlig grad, skjer gjennom auksjonssystemer organisert av råfisklagene. Tilgangen til fersk fisk (typisk direktesalg) reguleres også av minimumsprisen satt av råfisklaget, og som følge av sesongaspektene på hvitfisk og kvotesystemet, er fiskerne nødt til å selge den ferske fisken innen kort tid etter landing. Derfor er det lave hindringer for kjøp av fersk fisk for en potensiell aktør som ønsker tilgang til primærprosesseringsmarkedet.
- (197) Ifølge partene har produsentene av primærprosessert hvitfisk overskuddskapasitet på sine anlegg, stort sett på grunn av sesongbetont fiske. Eksempelvis burker Lerøy kun rundt █ %

av sin anleggskapasitet i Norge.⁷³ Lerøys overskuddskapasitet må anses representativt for industrien, og det er derfor ingen hindringer ved økning av produksjonen både i volum og produktutvalg. Gitt den generelle overskuddskapasiteten i det norske råvaremarkedet for fisk er tilgang til markedet ansett relativt enkelt for slike markedsaktører.

- (198) Primærprosessering av hvitfisk kan også bli outsourcet til anlegg utenfor EØS. Omtrent 57 % av den fryste hvitfisken transportert til Kina for primærprosessering. Derfor er det klart at prosesseringsanleggene ikke nødvendigvis må være i umiddelbar nærhet til sjøen, siden fisken ofte blir dypfryst om bord på fartøyet og oppbevart på et pakkeanlegg for videretransport.
- (199) De siste årene har det vært en tendens i markedet til at mer av hvitfisken fra Norge har blitt prosessert i Europa, og mindre i Kina. Dette viser at etterspørselen for primærprosesseringsanlegg i EØS er økende, hvilket også gjør det enklere for aktører å etablere seg i markedet for primærprosessering av hvitfisk.

6.8.2 *Sekundærprosessering av hvitfisk*

- (200) Videre er etableringshindringene for sekundærprosessering av fisk også lave. Det er flere brukte maskiner tilgjengelig i markedet så vel som ledige og egnede lokaler, både langs kysten og i innlandet. Det fremheves at det ikke er noen krav eller spesielle fordeler med geografisk nærhet til havet eller primærprosesseringsanlegg for aktører med virksomhet innen sekundærprosessering av hvitfisk. Som nevnt ovenfor transporteres det meste av fisken fryst fra primærprosesseringsanleggene, og kan derfor fraktes over store distanser uten at det går utover kvaliteten.
- (201) I tillegg er tilgang til primærprosessert hvitfisk også ansett som god siden det er flere forskjellige tradere som tilbyr disse produktene i markedet. Tilgangen til primærprosessert hvitfisk kan derfor ikke anses som en vesentlig hindring for nye aktører som ønsker å etablere seg i markedet, og heller ikke for eksisterende aktører som vil ekspandere.
- (202) Ifølge Lerøy har også produsenter av sekundærprosessert hvitfiskprodukter ledig kapasitet ved sine anlegg. Eksempelvis bruker Lerøy kun ■ % av sin kapasitet i Norge.⁷⁴ Denne overskuddskapasiteten må anses representativ for industrien, og det er derfor ingen hindringer for å øke produksjonen, både i volum og produktutvalg.
- (203) Selv om produksjonen av mer bearbeidede fiskeprodukter kan stille krav til andre produksjonslinjer enn kuttete fiskeprodukter, kan etablerte sekundærprosessere enkelt skaffe slikt utstyr og innlemme det i sine anlegg. Som nevnt produserer aktørene normalt et stort utvalg av verdiøkte produkter (VAP) ved sine anlegg, og kan da enkelt endre oppskrift eller den øvrige produksjonen.
- (204) I den ovennevnte saken om *Marine Harvest / Morpol* fremhever Kommisjonen også at etableringshindringene for i markedet for sekundærprosessering av laks var lave, med hverken betydelige tekniske eller finansielle hindringer for å entre eller ekspandere. En økning i

⁷³ Lerøys beste estimat. Dette er det vanskelig å fastslå konkret ettersom det er avhengig av flere faktorer, slik som tilgang til råvarer og det sesongrelaterte aspektet av fiskeav hvitfisk

⁷⁴ Lerøys beste estimat. Dette er det vanskelig å fastslå konkret ettersom det er avhengig av flere faktorer, slik som tilgang til råvarer og det sesongrelaterte aspektet av fiskeav hvitfisk

sekundærprosesseringsproduksjon var mulig uten store investeringer.⁷⁵ Ettersom sekundærprosessering av laks i vesentlig grad kan sammenlignes med sekundærprosessering av hvitfisk (bortsett fra enkelte av de mer bearbejdede produktene), kan også dette legges til grunn i markedet for hvitfisk.

- (205) Videre har kundene i nedstrømsmarkedet muligheten til å tilrettelegge for tilgang til oppstrømsmarkedet. Særlig har kundene mulighet til å importere produkter gjennom sine datterselskaper som allerede driver salg av lignende produkter. Eksempelvis kjøper Rema 1000 sekundærprosesserte hvitfiskprodukter fra sitt tidligere datterselskap MaxMat.⁷⁶ Dersom en potensiell ny aktør skulle bli sikret en langsiktig kontrakt med en av detaljlsalgskjedene, ville eventuelle etableringskonstanter enkelt kunne inntjenes.
- (206) Kundene kan også enkelt og raskt bytte leverandører til lav eller ingen ekstrakostnad. Dette er blant annet en konsekvens av at kundene bruker profesjonelle og sentrale innkjøpsorganisasjoner som har god kjenskap til markedet, samt også betydelig kjøpermakt. (se mer om dette i kapittel 6.6).
- (207) Det er også flere eksempler på aktører som har etablert seg i markedet i nye geografiske områder de siste par årene. For eksempel har Lerøy etablert et sekundærprosesseringsanlegg i Norge, Salmar har etablert seg i Sverige og Marine Harvest har åpnet anlegg flere steder i EØS.⁷⁷

6.8.3 Oppsummering

- (208) Det følger av det som fremgår ovenfor at hindringene for en aktør til å etablere seg eller ekspandere innenfor både markedet for primær- og sekundærprosessering av hvitfisk er lave. Kundene kan enkelt skape muligheter for andre aktører til å etablere seg / ekspandere dersom de seg seg tjent med dette. Under slike omstendigheter, selv i et hypotetisk scenario hvor foretakssammenslutningen skulle medføre økte priser eller endrede leveringsvilkår, vil effektiv konkurranse raskt kunne gjenopprettes gjennom en utvidelse av forsyningsbasen. Det kan også argumenteres for at trusselen for slik etablering / ekspansjon alene er nok til å sikre at konkurransen i markedet opprettholdes.

6.9 Konklusjon

- (209) Den relevante avgrensningen av markedet over viser at partenes kombinerte andel av salg er begrenset, både i EØS-markedet for primærprosessert hvitfisk og i markedet for sekundærprosessert hvitfisk. Et stor og økende antall aktører konkurrerer daglig om å levere hvitfiskprodukter.
- (210) Videre er både primær- og sekundærprosesserere avhengige av et lavt antall store kunder i både EØS og Norge, som evner å utøve en betydelig kjøpermakt for å oppnå gunstige leveringsvilkår, både på grunn av kundenes størrelse og muligheten til vertikal integrering. Gitt overfloden av alternative leverandører tvinges partene til å konkurrere effektivt for å sikre seg leveringsavtaler, eksempelvis med NorgeGruppen i Norge. I tillegg eksisterer det et

⁷⁵ Sak COMP/M. 6850, *Marine Harvest / Morpol*, avsn 129.

⁷⁶ MaxMat ble solgt fra Rema 1000 til Insula AS i desember 2015.

⁷⁷ Selv om disse selskapene prosesserer laksefisk på sine anlegg, anses de for å være fullsortimentsleverandører av både laksefisk og hvit fisk.

sekundært lag av kjøpermakt i Norge, hvor kundene i økende grad bruker sofistikerte innkjøpsmetoder (eksempelvis sentraliserte innkjøpskontorer og formelle anbud) for å sikre at de oppnår forsyninger på konkurransedyktige vilkår.

- (211) Etableringshindringene og hindringene for ekspansjon i de to markedssegmentene er også lave. Det er vesentlig ledig kapasitet blant andre leverandører i markedet både for primær- og sekundærprosessert hvitfisk. Eksisterende aktører i markedet for både primær- og sekundærprosessert hvitfisk kan enkelte øke sin produksjon, i tillegg til å endre produksjonen til andre typer av sekundærprosessert hvitfisk for å motsette seg partenes (hypotetiske) utøvelse av marketsmakt. I tillegg er den generelle størrelsen på kundene av et slikt omfang at etablering enkelt kan tilrettelegges og opprettholdes.
- (212) I EØS-markedet for sekundærprosessert hvitfisk er partene kun små aktører med en lav kombinert markedsandel. Den marginale økningen i markedsandelene indikerer i seg selv at foretakssammenslutningen ikke vil ha en effekt på konkurransen i markedet.
- (213) I lys av dette er det klart at foretakssammenslutning ikke vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i EØS-markedet, eller i et hypotetisk snevrere nasjonalt marked.

7 ANDRE HORISONTALT RELATERTE MARKEDER

7.1 Innledning

- (214) I dette kapitlet vil det bli gitt relevant informasjon om andre horisontalt relaterte markeder hvor partene har overlappende virksomhet.

7.2 Laksefisk

7.2.1 Markedsandeler

- (215) Som det fremgår av markedsandelene under vil økningen i partenes markedsandel i laksefiskmarkedet etter foretakssammenslutningen være minimal, uavhengig av den konkrete markedsavgrensningen.

Tabell 34 – estimerte markedsandeler i EØS-markedet for laksefisk (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Totalt	1 152,20	100,00 %	44 477,49	100,00 %

Tabell 37 – Norway Seafoods' fem viktigste konkurrenter i EØS-markedet for laksefisk

Konkurrent
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

7.2.3 Viktigste leverandører

(219) Videre presenteres Lerøys og Norway Seafoods' fem viktigste leverandører i EØS-markedet for laksefisk med følgende tabeller:

Tabell 38 – Lerøys fem viktigste leverandører i EØS-markedet for laksefisk

Leverandør	Verdi av kjøp (NOK)
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]

Tabell 39 – Norway Seafoods' fem viktigste leverandører i EØS-markedet for laksefisk

Leverandør	Verdi av kjøp (NOK)
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]

7.2.4 Viktigste kunder

(220) Avslutningsvis fremgår partenes fem viktigste kunder i EØS-markedet for laksefisk av følgende tabeller:

Tabell 40 – Lerøys fem viktigste kunder i EØS-markedet for laksefisk

Kunde	Verdi av kjøp (NOK)
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]

Tabell 41 – Norway Seafoods' fem viktigste kunder i EØS-markedet for laksefisk

Kunde	Verdi av kjøp (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

7.3 Pelagisk fisk

7.3.1 Markedsandeler

- (221) Som det følger av markedsandelene under vil den kombinerte markedsandelen til Lerøy og Norway Seafoods' innenfor pelagisk fisk være minimal, og vil klart ikke medføre en konkurransebegrensning, uavhengig av den konkrete markedsdefinisjonen.

Tabell 42 - estimerte markedsandeler i EØS-markedet for pelagisk fisk (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
<i>Totalt</i>	<i>7 952,38</i>	<i>100,00 %</i>	<i>120 577,24</i>	<i>100,00 %</i>

Tabell 43 - estimerte markedsandeler i det norske markedet for pelagisk fisk (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
<i>Totalt</i>	<i>14,47</i>	<i>100,00 %</i>	<i>1 096,94</i>	<i>100,00 %</i>

7.3.2 Viktigste konkurrenter

(222) Partenes fem viktigste konkurrenter i EØS-markedet for pelagisk fisk er vedlagt som:

Tabell 44 - Lerøys fem viktigste konkurrenter i EØS-markedet for pelagisk fisk

Konkurrent
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Tabell 45 - Norway Seafoods' fem viktigste konkurrenter i EØS-markedet for pelagisk fisk

Konkurrent
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

7.3.3 Viktigste leverandører

(223) Videre presenteres Lerøys og Norway Seafoods' fem viktigste leverandører i EØS-markedet for pelagisk fisk med følgende tabeller:

Tabell 46 – Lerøys fem viktigste leverandører i EØS-markedet for pelagisk fisk

Leverandør	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 47 – Norway Seafoods' fem viktigste leverandører i EØS-markedet for pelagisk fisk

Leverandør	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

7.3.4 Viktigste kunder

- (224) Avslutningsvis fremgår partenes fem viktigste kunder i EØS-markedet for pelagisk fisk av følgende tabeller:

Tabell 48 – Lerøys fem viktigste kunder i EØS-markedet for pelagisk fisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)

Tabell 49 – Norway Seafoods' fem viktigste kunder i EØS-markedet for pelagisk fisk

Kunde	Verdi av salg (NOK)

7.4 Skalldyr

7.4.1 Markedsandeler

- (225) Som det følger av markedsandelene under vil den kombinerte markedsandelen til Lerøy og Norway Seafoods' innenfor skalldyrmarkedet bli liten, og vil klart ikke medføre en konkurransebegrensning, uavhengig av den konkrete markedsdefinisjonen.

Tabell 50 - estimerte markedsandeler i EØS-markedet for skalldyr (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
<i>Totalt</i>	<i>1</i> 425,20	100,00 %	100 005,72	100,00 %

Tabell 51 - estimerte markedsandeler i det norske markedet for skalldyr (2015)

Selskap	Volum (kt)	Markedsandel	Verdi (MNOK)	Markedsandel
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
<i>Totalt</i>	<i>14,09</i>	<i>100,00 %</i>	<i>1 440,70</i>	<i>100,00 %</i>

7.4.2 Viktigste konkurrenter

(226) Partenes fem viktigste konkurrenter i EØS-markedet for skalldyr er vedlagt som:

Tabell 52 - Lerøys fem viktigste konkurrenter i EØS-markedet for skalldyr

Konkurrent
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Tabell 53 – Norway Seafoods' fem viktigste konkurrenter i EØS-markedet for skalldyr

Konkurrent
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

7.4.3 Viktigste leverandører

- (227) Videre presenteres Lerøys og Norway Seafoods' fem viktigste leverandører i EØS-markedet for skalldyr med følgende tabeller:

Tabell 54 – Lerøys fem viktigste leverandører i EØS-markedet for skalldyr

Leverandør	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 55 – Norway Seafoods' fem viktigste leverandører i EØS-markedet for skalldyr

Leverandør	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

7.4.4 Viktigste kunder

- (228) Avslutningsvis fremgår partenes fem viktigste kunder i EØS-markedet for skalldyr av følgende tabeller:

Tabell 56 – Lerøys fem viktigste kunder i EØS-markedet for skalldyr

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 57 – Norway Seafoods' fem viktigste kunder i EØS-markedet for skalldyr

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

7.5 Konklusjon

- (229) Som det fremgår ovenfor vil partenes kombinerte markedsandeler i markedene for laksefisk, pelagisk fisk og skalldyr ikke medføre en nevneverdig endring i markedsstruktur i disse markedene, uavhengig av den konkrete markedsdefinisjonen. Selv under snevrer (hypotetiske) markeder vil foretaksammenslutningen ikke medføre konkurransebegrensninger.

8 VERTIKALT RELATERT MARKED – FISKE AV HVITFISK

8.1.1 Markedsandeler

- (230) Som det fremgår ovenfor utgjør totalkvoten til Havfisk omtrent 11 % av fangsten under de norske fangstkvoteene. Dette indikerer en tilsvarende markedsandel i oppstrømsmarkedet for fiske dersom dette defineres så snevert som et nasjonalt marked, og vesentlig lavere dersom markedet defineres som EØS. Gitt den lave markedsandelen til Havfisk vil dette vertikale forholdet ikke medføre noen konkurransebegrensninger.

8.1.2 Viktigste konkurrenter

- (231) Havfisks fem viktigste konkurrenter innenfor fiske av hvitfisk fremgår av følgende tabell:

Tabell 58 – Havfisks fem viktigste konkurrenter

Konkurrent
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

8.1.3 Viktigste leverandører

(232) Videre presenteres Havfisks fem viktigste leverandører i følgende tabell:

Tabell 59 – Havfisks fem viktigste leverandører⁷⁹

Leverandør	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

8.1.4 Viktigste kunder

(233) Havfisks fem viktigste kunder fremgår av tabellen under:

Tabell 60 – Havfisks fem viktigste kunder

Kunde	Verdi av salg (NOK)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

9 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

(234) Den planlagte foretakssammenslutningen vil resultere i effektivitetsgevinster i form av kostnadsbesparelser, eksempelvis ved utnyttelse av synergier relatert produksjon- og distribusjonssystemene.⁸⁰ Som beskrevet i denne meldingen, vil den planlagte transaksjonen ikke begrense konkurransen i noen av markedene som partene driver virksomhet i. Det er derfor ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å vurdere effektivitetsgevinstene for å konkludere på dette spørsmålet. Lerøy forbeholder seg imidlertid retten til å komme tilbake med en mer grundig redegjørelse av effektivitetsgevinstene på et senere tidspunkt.

⁷⁹ Ettersom Havfisk fisker all fisken som leveres selv kjøpes det kun øvrige tjenester av de oppgitte leverandører, eksempelvis bensin, fiskeredskaper, maskindeler, etc.

⁸⁰ Se også avsnitt (7) over.

10 ÅRSRAPPORTER OG ÅRSREGNSKAP

(235) Årsrapport og årsregnskapet for Lerøy er vedlagt som:

Vedlegg 7: Lerøy Seafood Group ASAs Årsrapport 2015

(236) Årsrapport og årsregnskapet for AUSS og for Laco er vedlagt som:

Vedlegg 8: Austevoll Seafood ASAs Årsrapport 2015

Vedlegg 9: Laco AS' Årsrapport 2015

(237) Årsrapporten og årsregnskapet for Norway Seafoods er vedlagt som:

Vedlegg 10: Norway Seafoods Group AS' Årsrapport 2015

(238) Årsrapporten og årsregnskapet for Havfisk er vedlagt som:

Vedlegg 11: Havfisk ASAs Årsrapport 2015

11 FORRETNINGSHEMMELIGHETER

(239) Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter. Et forslag til offentlig versjon av meldingen er vedlagt.

Vedlegg 12: Offentlig versjon av meldingen

Vedlegg 13: Begrunnelse for unntak av forretningshemmeligheter

Bergen, 30. juni 2016
WIKBORG, REIN & CO.

Eivind Stage