

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

Sendt per e-post til: post@konkurransetilsynet.no

OFFENTLIG VERSJON

MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

Inngitt av

Optimera AS

Vedrørende erverv av

Flisekompaniet AS

Advokatfirmaet Selmer DA

Oslo, 8. juli 2016

Advokatfirmaet Selmer DA
Tjuvholmen allé 1
Postboks 1324 Vika
0112 OSLO

Referanseperson: Andrea B.M. Artz

Telefon: 23 11 65 00
Telefaks: 23 11 65 01

1 MELDER

Navn: Optimera AS
Adresse: Østre Aker vei 260, 0976 Oslo
Org. nr: 967 013 056

1.1 Kontaktperson for melder

Navn: Advokatfirmaet Selmer DA v/ advokatfullmektig Andrea B.M. Artz
Adresse: Postboks 1324 Vika, 0112 Oslo
Telefon: 23 11 65 00
Telefaks: 23 11 65 01
E-post: a.artz@selmer.no

2 ØVRIGE INVOLVERTE FORETAK

Navn: Flisekompaniet AS
Adresse: Østensjøveien 9, 0661 Oslo
Org. nr: 929 969 332

3 FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART

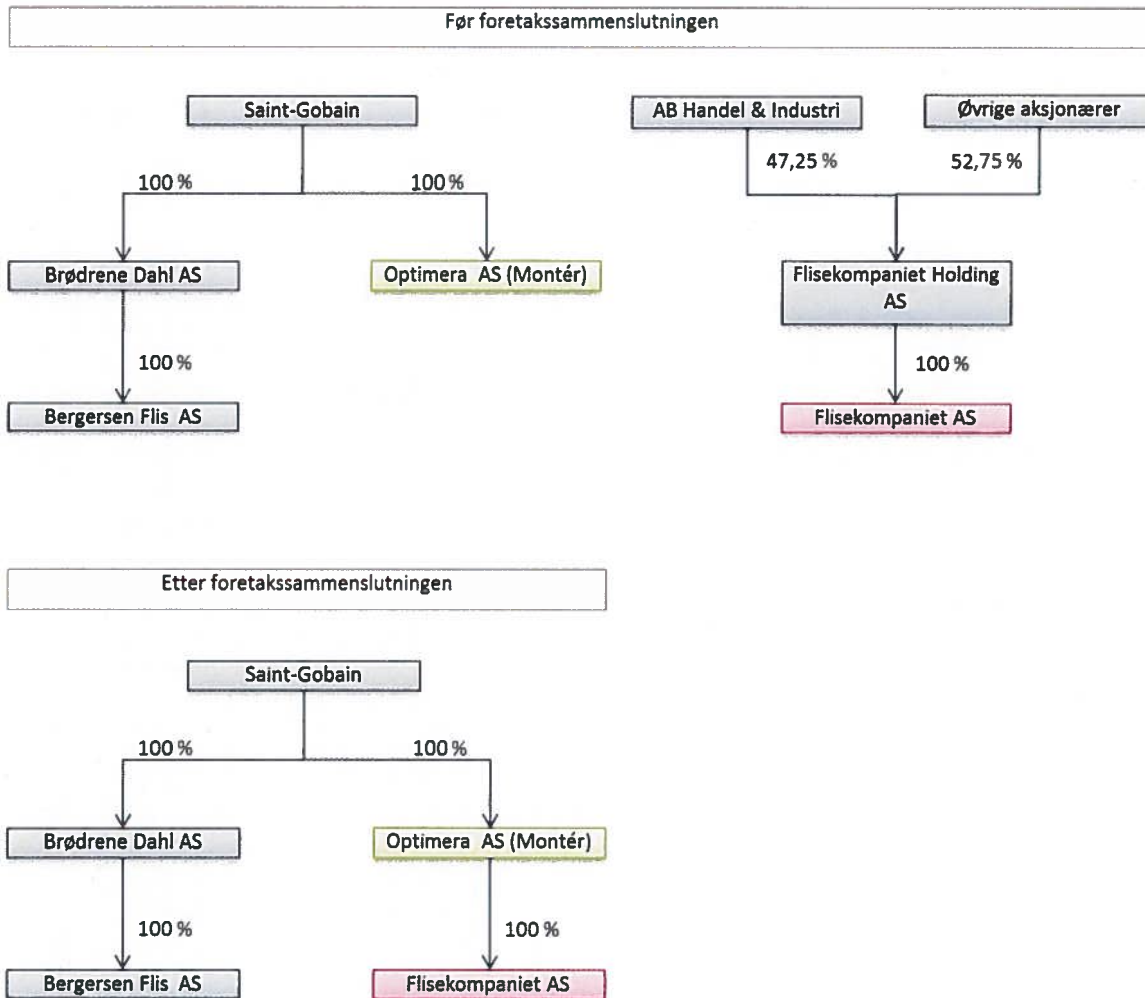
Foretakssammenslutningen gjennomføres ved at byggevarekjeden Optimera AS (**Optimera**), som gjennom Saint-Gobain Distribution Nordic AB er eid av det franske industrikonsernet Compagnie de Saint-Gobain (**Saint-Gobain**), erverver 100 prosent av aksjene i og kontroll over fliskjeden Flisekompaniet AS (**Flisekompaniet**).

Aksjekjøpsavtalen ble inngått 1. juli 2016. Gjennomføring av transaksjonen er betinget av Konkurransetilsynets godkjenning. Foretakssammenslutningen er ikke underlagt meldeplikt til andre konkurransemyndigheter.

Vedlegg 1: Kopi av aksjekjøpsavtale av 1. juli 2016

Flisekompaniet er et heleid datterselskap av Flisekompaniet Holding AS. Største aksjonær i Flisekompaniet Holding AS er AB Handel og Industri (47 prosent), et heleid datterselskap av Svenska Handelsbanken AB. Resten av aksjene eies indirekte av ledelsen. AB Handel og Industri har beslutningsmyndighet over transaksjonen og initierte salgsprosessen for Flisekompaniet med sikte på å styrke selskapets vekstpotensial. Partene utfyller hverandres eksisterende kompetanse, ekspertise og markedstilstedeværelse. Med foretakssammenslutningen vil byggevareselskapet Optimera øke sin kompetanse og produktutvalg innen fliser og baderomsinnredning, mens Flisekompaniet vil kunne tilby sine kunder et større produkt- og tjenestespekter.

Bilde 1 – Forenklet fremstilling av selskapsforhold før og etter foretakssammenslutningen



4 FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDE

4.1 Optimera

4.1.1 Saint-Gobain

Saint-Gobain er et fransk internasjonalt industrikonsern med fokus på områdene bolig- og anleggsmarkeder, design, produksjon og distribusjon av byggevarer, samt løsninger innen energieffektivisering og miljøvern. Konsernet har virksomhet i 66 land og er børsnotert i Paris, London, Frankfurt am Main, Zürich, Brussel og Amsterdam. Virksomheten består i hovedsak av produksjon og distribusjon av byggevarer, samt produksjon av glassprodukter og spesialprodukter. Konsernet er en av Europas største distributører av byggevarer.

I 2015 omsatte Saint-Gobain for 39,6 milliarder euro på verdensbasis. Selskapet har tilstedeværelse i 66 land.

Ytterligere informasjon om Saint-Gobain er tilgjengelig på <http://www.saint-gobain.com/en>.

4.1.2 Saint-Gobains virksomhet i Norge utenom Optimera

Utenom Optimera som beskrives nærmere i punkt 4.1.3, er Saint-Gobain virksom i Norge gjennom gruppens heleide datterselskaper Brødrene Dahl AS (grossist for produkter innen VVS, VA og industri), Saint-Gobain Bøckmann AS (glassproduksjon), Saint-Gobain Byggevarer AS (murverk og murverksrelaterte produkter under varemerket Weber), Saint-Gobain Abrasives AS (produksjon av slipeprodukter) og Saint-Gobain Materiaux Ceramiques Benelux SA (NUF) (foredling av silisiumkarbid til industri for metallurgisk og ildfast anvendelse).

Brødrene Dahl AS ble etablert i 1917, og hadde ved utgangen av 2015 ca. 1200 medarbeidere og en årsomsetning på ca. 5,7 milliarder kroner. Brødrene Dahl AS driver grossistvirksomhet for produkter innen områdene varme, vann og sanitær (VVS), vann og avløp (VA), samt produkter og verktøy for industrivirksomhet, vannkraft og trafikksikring på 58 steder i Norge. Foretaket eier i tillegg ventilasjonsbedriften og varmepumpeleverandøren Ventistål AS, flisleverandøren Bergersen Flis AS (se nedenfor), O. Berge AS (en nisjebedrift innen grossistmarkedet for VVS). Brødrene Dahl har også et datterselskap i Romania (Brødrene Dahl Romania S.R.L.), som leverer industriprodukter til skipsbyggingsindustrien. Tilsvarende virksomhet er også etablert i Vietnam.

Ytterligere informasjon om Brødrene Dahl AS er tilgjengelig på <http://www.dahl.no/>.

Bergersen Flis AS (**Bergersen Flis**) startet som familiebedrift i 1996. Foretaket selger baderomfliser, gulvfliser, dekor- og kjøkkenfliser, samt baderomsmøbler og et utvalg dusjprodukter. Bergersen Flis har 58 medarbeidere fordelt på seks avdelinger i Oslo, Bergen, Trondheim, Hamar, Gran og Tromsø (åpnet høsten 2015), og har i tillegg ti kjedemedlemmer som selger fliser under Bergersen Flis' navn. Omsetningen i 2015 var NOK [REDACTED], hvorav ca. NOK [REDACTED] var sisteledds salg og ca. NOK [REDACTED] var engros-salg til kjedemedlemmene. Alle butikker har showroom for private, egne arkitektmedarbeidere og proffsentere. Det er også egen teknisk avdeling for profesjonelle håndverkere. Bergersen Flis har lager for flisprodukter på Kolbotn utenfor Oslo.

Bergersen Flis er medlem i Byggkeramikklforeningen.

Ytterligere informasjon om Bergersen Flis er tilgjengelig på <http://www.bergersenflis.no/>.

4.1.3 Optimera

Optimera driver virksomhet innen salg og distribusjon av byggevarer, trelast og interiør, i tillegg til engrosvirksomhet, salg til industrien, tomteutvikling og produksjon av prefabrikkerte produkter. Optimera har 1700 årsverk og en omsetning på NOK [REDACTED] i 2015.

Optimera er organisert i fire divisjoner. Disse betjener sine respektive markedssegmenter gjennom en desentralisert organisering.

Montér er Optimeras kjedekonsept for gjør-det-selv markedet, byggmestere, håndverkere og entreprenører. *Montér* har 89 byggevarehus, hvorav 67 egeneide og 22 selvstendige kjedemedlemmer. Disse betjener forbrukermarkedet og profesjonelle kunder. Sistnevnte kan i tillegg benytte seg av 14 proffsentere som er innrettet spesielt for å betjene byggmestere, håndverkere og entreprenører. Optimera har ingen eierinteresser i franchisetakerne.

Optimera Handel er selskapets salgskanal mot industri og frittstående forhandlere, og står bak Byggi, som er kjedekonseptet for lokale faghandlere innen byggevarer og trelast, maling, interiør og jernvare. Optimera Handel innbefatter også lås- og beslagsproduksjon i Optimera Sikring & Lås og Optimera Marine, som er et satsingsområde rettet mot norsk og internasjonal skipsbyggingsindustri.

Optimera Byggsystemer tilbyr et bredt spekter av tekniske tjenester, og produserer prefabrikkerte produkter, komplette konstruksjonspakker ("precut") og ferdigelementer som veggelementer og skreddersydde takstoler. Optimera Tomteutvikling tilrettelegger og igangsetter boligfelter for utbygging.

Optimera Logistikk tar seg av varemottak, lagerlegging og transport med 290 medarbeidere, 9 logistikklagre og 100 distribusjonsbiler. Optimera Logistikk tilbyr kundetilpassede logistikk-løsninger og tar sikte på å være en aktiv logistikkpartner gjennom hele byggefasen. Våren 2014 ble det etablert et nasjonalt logistikk-senter ved hovedkontoret i Oslo.

Optimera eier datterselskapene Optimera Eiendom AS (eiendom), Florvaag Hus AS (utbygging), Optimera Sikring & Lås AS (lås- og beslagsproduksjon), Optimera Byggsystemer AS og Mjøstre AS (produsenter av prefabrikkerte byggeelementer) og byggevarerhusene Fosen Bygg AS og Røsand Byggevare AS (66 prosent).¹ Selskapet har i tillegg mindretallsinteresser i flere utbyggingsselskaper og byggevareforhandlere.

Optimera er medlem i Virke, Norske Takstolprodusenters Forening og Norske Byggeprodusenters Forening.

Ytterligere informasjon om Optimera er tilgjengelig på <http://www.optimera.no/>.

4.2 Flisekompaniet

Flisekompaniet driver import og salg av keramiske fliser, samt fliser i naturstein, med tilhørende produkter i Norge. I tillegg selger Flisekompaniet baderomsinnredning, som i 2015 utgjorde ca. ■ prosent av selskapets totalomsetning. Virksomheten omfatter drift av butikkjeden Flisekompaniet, som i dag består av 25 utsalgssteder² med ca. 180 medarbeidere på kjedenivå, 14 egneide butikker og resten franchisetakere.

Flisekompaniet tilbyr fliser og et bredt utvalg andre produkter, hovedsakelig VVS, til badrom, kjøkken, trapper og uteplasser, samt andre oppussingsprodukter til norske hjem. Forretningsdriften er rettet mot det nasjonale markedet med hovedkontor og sentrallager på Helsefyr i Oslo. Selskapet driver ikke virksomhet i noen andre land. Flisekompaniets egneide butikker er organisert gjennom datterselskapene Flisekompaniet Oslo og Akershus AS, Bergen Flis AS, Flisekompaniet Trondheim AS, Molde Interiør & Flis AS og fellesforetaket Flisekompaniet Drammen AS³.

De øvrige utsalgsstedene til Flisekompaniet-kjeden rundt om i landet er organisert som franchisekonsept, med selvstendige juridiske enheter som franchisetakere. Flisekompaniet har ingen eierinteresser i franchisetakerne.

Flisekompaniet har egne proffavdelinger i alle sine butikker, og har flere prosjektsentre som betjener både byggherrer, arkitekter og andre aktører som krever høy kvalitet og levering til avtalt tid. Flisekompaniet arbeider med byggetekniske krav og standarder, blant annet NS3600, FDV dokumentasjoner med mer.

¹ Optimera eier også 50 prosent av aksjene i Flekkefjord AS, men dette er et tomt selskap uten noe aktivitet.

² Medregnet franchisetaker Rivedal Flis AS i Førde som gikk konkurs i mai 2016.

³ Flisekompaniet eier 50 prosent av aksjene i Flisekompaniet Drammen AS som sameies med franchisetakeren Drammen Fliser AS.

Flisekompaniet er medlem i Byggkeramikforeningen og Virke.

For ytterligere informasjon om selve kjeden vises til www.flisekompaniet.no.

5 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE

Navn	Omsetning (i tusen kroner)	Driftsresultat (i tusen kroner)
Meldende foretak		
Saint-Gobain (konsern) ⁴	██████████	██████████
Optimera	██████████	██████████
Bergersen Flis	██████████	██████████
Ervervet foretak		
Flisekompaniet	██████████	██████████

6 RELEVANTE MARKEDER

6.1 Identifiserte relevante produktsegmenter

Flisekompaniet selger fliser (keramiske fliser, natursteinsfliser (skifer og marmor) og glassbyggerstein) og kjemisk tilbehør (fugemasse, skum og kitt, sparkel og avrettingsmasse), samt baderomsinnredning (baderomsmøbler og vask- og sanitær porselen) til bedrifts- og forbrukerkunder. Av dette utgjør fliser den største andelen av selskapets omsetning med ca. █████ prosent. Produktutvalget omfatter keramiske fliser og natursteinsfliser til bruk inne (baderom, kjøkken, stue, mv.) og ute (balkong og terrasse), for vegg og gulv. Glassbyggerstein er vanligvis brukt til skillevegg, for eksempel dusjvegg.

Optimera har disse produktene i sin portefølje, men de utgjør kun i overkant av █████ av Optimeras omsetning. Rundt █████ av dette salget utgjøres av kjemisk tilbehør, i hovedsak avrettingsmasse og sparkel, som anvendes generelt i byggevirksomhet, uavhengig av om det benyttes fliser eller annet gulvbelegg eller veggkledning. Fliser, som er Flisekompaniets hovedprodukt, utgjør kun ca. █████ prosent av Optimeras omsetning.

Som nevnt selger Saint-Gobain konsernet fliser, kjemisk tilbehør og baderomsinnredning i Norge gjennom Bergersen Flis, som er datterselskap av Brødrene Dahl. Innenfor de tre produktgruppene utgjør fliser det største segmentet med ca. █████ prosent av Bergersen Flis' omsetning.

Fliseforretninger konkurrerer generelt på best mulig utvalg av fliser og leveringsdyktighet. Rask levering er en viktig konkurranseparameter og effektivt lagerhold og logistikk er derfor viktig. Det er lav eller ingen merkevarebevissthet for fliser. Kundene velger basert på utseende, bruk, kvalitet, pris og til en viss grad produksjonsland (f.eks. Kina eller Italia). Dette, samt at aktørene fører fliser for de forskjellige typer bruksområder, gjør at det er tilstrekkelig å se på flisemarkedet under ett, og ikke segmentere etter anvendelsesområde. Det finnes heller ikke tallgrunnlag for slik segmentering.

⁴ Saint-Gobain regnskapsfører ikke samlet omsetning og driftsresultat for Norge. Angitt omsetning og driftsresultat er beregnet i anledning denne meldingen og baserer seg på tilgjengelig 2014-tall.

Kjemisk tilbehør i form av blant annet avrettingsmasse, fugemasse, lim, membran, mv. selges sammen med fliser. Dette er "usynlige" og generiske produkter som har vesentlig mindre verdi enn flisene. Det vil derfor være flisene som er avgjørende for kundenes valg av leverandør, og kjemiske produkter vil i liten grad ha betydning for konkurransen. Baderomsinnredning er en vanlig bestanddel av fliskjedenes totalsortiment, men står for en begrenset del av omsetningen.

Detaljerte tall for omsetning innen de tre definerte produktsegmenter finnes ikke. Melder har etter beste skjønn beregnet omsetning og markedsandeler for hvert produktsegment, henholdsvis fliser, kjemisk tilbehør og baderomsinnredning. Som nærmere forklart nedenfor er mange aktører av kapasitetshensyn utelatt fra beregningene, og markedsandelene vil derfor være overdrevet. Siden de tre produktsegmentene utgjør et vanlig totalsortiment for fliskjedene, vil markedstallene for den samlede produktportefølje være mest pålitelig.

I tillegg til fliser, kjemisk tilbehør og baderomsinnredning, tester Flisekompaniet for øyeblikket salg av baderomspaneler, parkett, laminat og tapet. Optimera selger også slike produkter, men ettersom Flisekompaniet kun er i testfasen, vil dette ikke bli nærmere omtalt.

Det er ingen relevant vertikal relasjon mellom partene. Flisekompaniet selger ikke på grossistnivå, unntatt til egne franchisetakere. Bergersen Flis har noe grossistsalg til egne partnere og Optimera, men ikke til andre fliskjeder.

6.2 Generelt om konkurranseforholdene

I Norge finnes det i dag mange tilbydere av fliser og kjemisk tilbehør. Mesteparten av flisene som selges i Norge er importert og det er mange produsenter å velge mellom. Hovedsakelig selges fliser sammen med tilhørende kjemisk tilbehør gjennom fliskjedene. Enkelte byggevarekjeder, for eksempel Maxbo, har også sterke flisavdelinger. Melder har identifisert tre kundegrupper for sluttbrukersalg. Dette er håndverkerbedrifter, forbrukere og prosjektkunder.

Håndverkerbedrifter er rørleggerbedrifter, flisleggere og snekkerbedrifter som har mindre prosjekter, i hovedsak oppføring og renovering av eneboliger og mindre næringsbygg. Disse bedriftene kan ha rammeavtaler for fliser og tilbehør som gir en viss rabatt. Rabatten kan også komme av at flisleverandørene har bedre vilkår for det såkalte "proffmarkedet" hvor salget er større og mer regelmessig enn til forbrukere.

Forbrukere vil enten stå for arbeidet selv, eller leie inn håndverkere. Ofte vil forbrukeren foreta valg av fliser og innredning, mens håndverkerbedriften kjøper produktene kunden har valgt gjennom sin avtale.

Prosjektkunder er byggherrer eller entreprenører som står for boligprosjekter og næringsbygg av en viss størrelse. Enten det gjelder rehabilitering eller oppføring av nye bygg vil kontraktene være så store at de er aktuelle for leverandører fra et større geografisk område, regionalt eller nasjonalt. Ofte vil det sentrale kjedeledet stå for tilbudet til slike prosjektkunder.

Markedet er preget av kjedesammenslutninger, som står for anslagsvis halvparten av omsetningen. De største fliskjedene i Norge er Megaflis, Fagflis, Right Price Tiles, Norfloor, Modena, Flisekompaniet og Bergersen Flis. Byggevarekjeder som alle selger fliser med tilbehør og baderomsinnredning, er Byggmakker, Coop Obs Bygg, Maxbo, Optimera, Byggeriet, XL Bygg, Bauhaus, Neumann Bygg, EA Smith og Carlsen Fritzøe Handel. Konkurransen er hard, ikke minst på pris. Kjedene markedsfører seg aktivt gjennom direkte markedsføring (kundeaviser og innstikk), avisannonser og tv-kampanjer. Stadig flere aktører tilbyr nettsalg, som øker aktørenes

synlighet og gjennomsiktighet når det gjelder pris landet over. Flisekompaniet rapporterer om sterk konkurranse og nedgang i marginer.

Partene opplever konkurranse på nasjonalt nivå med noe lokal/regional variasjon. Dette skyldes at partene og partenes primære konkurrenter (fliskjedene og byggevarekjedene) har nasjonale nettverk av utsalgssteder, ensrettet nasjonal produktpresentasjon, samt nasjonal markedsføring og forretningsstrategi. Det er også stort sett nasjonale priser som gjelder, men på grunn av transportkostnader kan prisene i Nord-Norge være noe høyere. Større prosjekter vil normalt sett fra kundens perspektiv være åpen for konkurranse fra hele landet, eller i alle fall fra kjeder sentralt. For håndverkerbedrifter og forbrukere vil søkeområdet være lokalt eller regionalt innenfor en rimelig reiseavstand. Direktemarkedsføring distribueres geografisk ut fra de enkelte utsalgenes nedslagsfelt. meldingen beskriver derfor markedsandeler både på nasjonalt og lokalt/regionalt nivå.

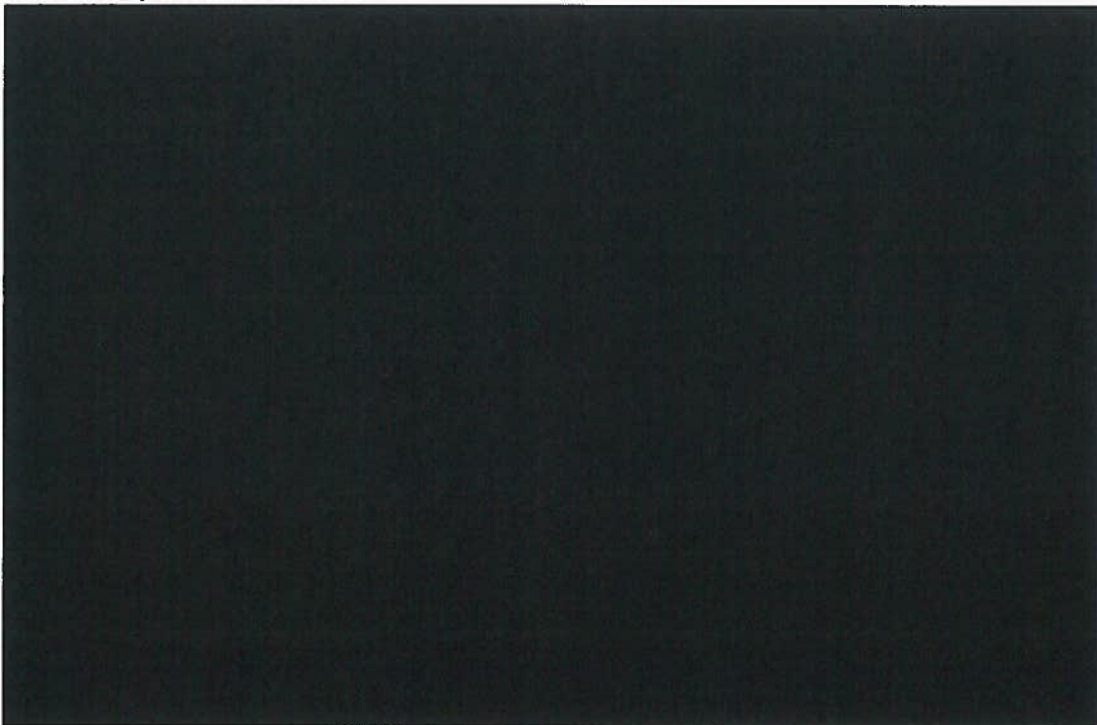
Melder har på bakgrunn av [REDACTED] beregnet de viktigste aktørenes markedsandeler.

Fliskjedenes totale omsetning er fordelt på de tre produktgruppene basert på [REDACTED]. Når det gjelder byggevareforretninger er de nasjonale markedsandelene beregnet på basis av [REDACTED] [REDACTED].

Beregningene er i hovedsak basert på [REDACTED], og tallene i tabellen nedenfor bør derfor være robuste.

På nasjonalt plan anslås den samlede andel av salget av fliser, kjemisk tilbehør og baderomsinnredning som Flisekompaniet, Optimera og Bergersen Flis står for til ca. [REDACTED] prosent. Megaflis AS' andel er til sammenligning beregnet til ca. [REDACTED] prosent og Modenas til [REDACTED] prosent.

Tabell 1 – Nasjonale markedsandeler



Når det gjelder kjemisk tilbehør anslår melder at ca. [redacted] prosent av totalomsetningen utgjør avrettingsmasse. Dette er et generisk produkt som benyttes ved all gulvavretting uansett gulvbelegg, og vil derfor være distribuert i alle byggevarekjeder som del av produktspekteret innen byggevarer.

Brødrene Dahl vurderer [redacted], totalsalget av baderomsinnredning i Norge til ca. NOK [redacted] per år. Av dette regner man med at rørleggerbransjen står for [redacted] prosent, mens kjøkkenleverandørene står for ca. [redacted], dvs. [redacted] prosent, som i all hovedsak utgjøres av prosjektleveranser. IKEA alene regnes for å utgjøre [redacted] prosent, mens byggevarekjedene står for anslagsvis [redacted] prosent. Brødrene Dahl regner at fliskjedene står for ca. [redacted] prosent av omsetningen, det vil si rundt NOK [redacted]. Markedsandelene i denne meldingen er beregnet basert på at fliskjedene årlig omsetter baderomsinnredning for NOK [redacted], en beregning som følger av den [redacted] på produktgrupper beskrevet ovenfor. Markedsandelene for denne produktgruppen synes derfor [redacted] i forhold til Brødrene Dahls beregninger. Tilsvarende vil også gjelde for produktgruppen kjemisk og til dels flis. Beregningene, [redacted] [redacted] burde derfor være robuste.

Det samme gjelder i punkt 6.4 nedenfor hvor regionale og lokale geografiske områder behandles individuelt. Her er andelene beregnet basert på [redacted]. Det vil her være en [redacted]

[redacted]. Melder [redacted] og tallene er derfor basert på [redacted]. Dette kan gi et fornuftig anslag [redacted].

6.3 Konkurransforhold mellom partene

6.3.1 Partenes virksomheter er i hovedsak komplementære

Partenes aktiviteter sett i forhold til kompetanse og kundefokus er i stor grad komplementære. Flisekompaniets markedsposisjon som spesialist innen fliser utfyller i stor grad markedsposisjonen til Optimera som byggevareleverandør, noe som partenes kunder vil dra nytte av. Flisekompaniet skal fortsette under eget merkenavn, og etter foretakssammenslutningen vil selskapets kunder gjennom Optimera få tilgang til et større spekter av produkter og tjenester. Optimera har de siste årene satset på å utvikle kompetanse innen sine forretningsområder og skal fokusere på kompetanseoverføring for utvikling av foretakets flis- og baderomsportefølje.

Videre har Flisekompaniet og Bergersen Flis forskjellig kundefokus. [redacted]

6.3.2 Flisekompaniet og Optimera er ikke nære konkurrenter

Flisekompaniets produktportefølje overlapper kun når det gjelder en meget liten del av Optimeras portefølje, primært innen kjemisk tilbehør og da spesielt for avrettingsprodukter som brukes i forbindelse med legging av alle typer gulv. Gulvavretting er et veldig lite segment for Optimera, og et generelt byggevareprodukt.

Det er salg av fliser som er driveren for Flisekompaniets produktportefølje. Flisekompaniet opplever konkurransetrykk i første rekke fra [REDACTED]. [REDACTED]. Optimera har til nå [REDACTED] på fliser, kjemisk tilbehør og baderomsinnredning, og har et mye mindre produktutvalg enn flisforretningene. Fliser utgjør kun omtrent [REDACTED] prosent av Optimeras omsetning, kjemisk tilbehør ca. [REDACTED] prosent og baderomsinnredning kun [REDACTED] prosent. I 2015 omsatte Optimera for NOK [REDACTED] fra salg av de relevante produktene samlet. Flisekompaniets omsetning var [REDACTED], på ca. NOK [REDACTED]. Til sammenligning er Megaflis' omsetning innen produktgruppene beregnet til ca. NOK [REDACTED].

Optimeras konkurransefokus er andre byggevarekjeder hvor et stort totalsortiment av byggevarer, samt pris og service er de relevante konkurranseparameterne. Etter melderens oppfatning tyder byggevareselskapenes markedsføring av byggevarekonseptet og faktiske tilbud i markedet på at kundene etterspør et totalsortiment av byggevarer. Byggevareselskap markedsfører og tilbyr et bredt utvalg av byggevarer, service og kvalifisert veiledning. Optimeras [REDACTED] i salg av fliser viser etter melderens oppfatning at Optimera og Flisekompaniet ikke er nære konkurrenter.

6.3.3 Flisekompaniet og Bergersen Flis har ulikt kundefokus

Flisekompaniet og Bergersen Flis har ulikt kundefokus og opplever derfor ulikt konkurransetrykk. Flisekompaniet anser [REDACTED] som de viktigste konkurranseparameterne. [REDACTED] er en viktig del av Flisekompaniets forretningsstrategi. Flisekompaniet opplever sterkt konkurransetrykk fra [REDACTED]. Omtrent [REDACTED] prosent av Flisekompaniets salg er direkte til privatpersoner, omtrent [REDACTED] prosent til profesjonelle kunder (som rørleggere og flisleggere) og omtrent [REDACTED] prosent til prosjektoppdrag (primært for [REDACTED]). Vanligvis er det også privatpersoner som står bak en profesjonell kunde og Flisekompaniet har [REDACTED] med profesjonelle kunder.

Bergersen Flis fokuserer på [REDACTED]. Selskapet anser derfor [REDACTED] som en fremtredende konkurranseparameter i sin nisje, men legger vekt på [REDACTED]. Omtrent [REDACTED] prosent av Bergersen Flis' salg er direkte til privatpersoner, omtrent [REDACTED] prosent til profesjonelle kunder og omtrent [REDACTED] prosent til større prosjektoppdrag ([REDACTED]). Bergersen Flis har [REDACTED] profesjonelle kunder og bruker der [REDACTED] i konkurransen. Bergersen Flis opplever ikke særlig konkurransetrykk fra [REDACTED]. For prosjektoppdrag anser Bergersen Flis [REDACTED] som nærmeste konkurrent.

At Flisekompaniet [REDACTED] underbygger at partene har ulik kundefokus. Bergersen Flis mener at [REDACTED]. Det anslås at lavpris-konkurrenten Megaflis omsatte i 2015 for ca. NOK [REDACTED]. Videre benytter Flisekompaniet [REDACTED]. Bergersen Flis bruker [REDACTED].

6.4 Lokal overlapp

Søkeområdet for forbrukerne vil naturlig variere med hvor mange alternativer som finnes i forbrukernes nærområde. Kjøp av fliser dreier seg om valg som er viktige for forbrukerne. Stort sett gjelder det oppføring eller renovering av bolig, anskaffelsen er normalt av høy verdi, skjer kun noen få ganger i livet og man skal leve med

valget i mange år. Vi har derfor lagt til grunn at reiseavstanden til relevante utsalgssteder vil være [redacted]. Vi har identifisert 14 lokale/regionale områder hvor partenes produktutvalg overlapper. Ved den geografiske avgrensningen har vi lagt til grunn at forbrukerne vil søke i et område innenfor en kjøreavstand på ca. [redacted]. Vi har ut fra dette, samt informasjon om hvor det er aktuelt for flisforretningene [redacted], beregnet lokale/regionale nedslagsfelt for butikkene i områder hvor begge parter er tilstede. Ved beregningen er det tatt hensyn til [redacted].

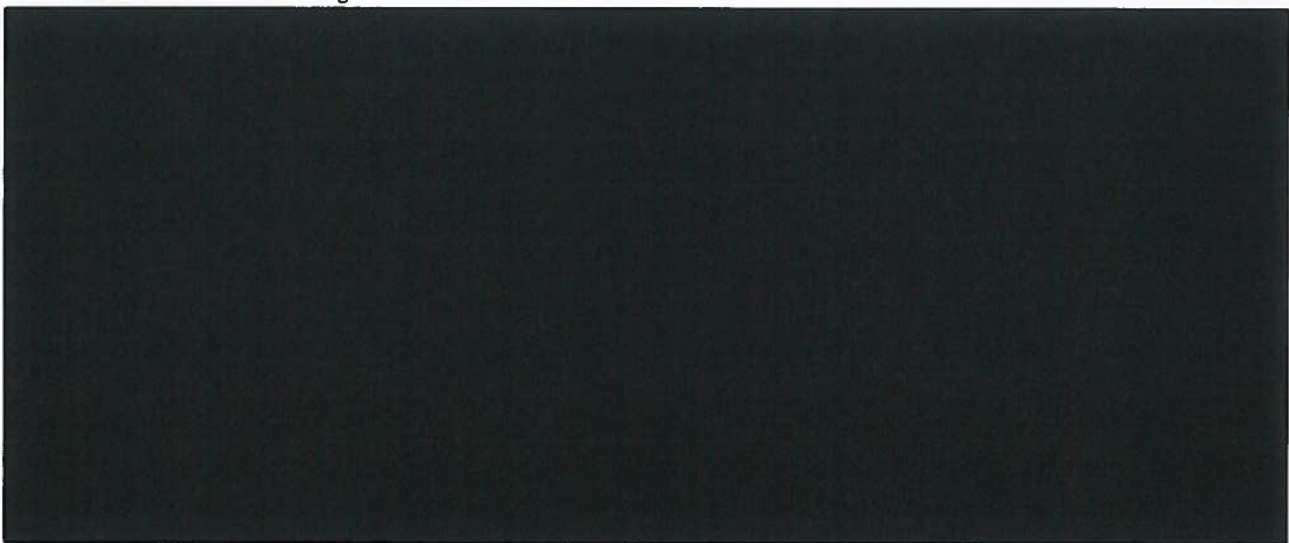
Når det gjelder beregning av markedsandeler, er det tatt utgangspunkt i [redacted]. Kjedeaktørens anslåtte nasjonale omsetning per produktgruppe er [redacted]. Dette forholdstallet er så benyttet til å beregne omsetning innenfor de geografiske områdene hvor partene har overlappende virksomhet [redacted].

6.4.1 Bergen

Markedsandelene i Bergen er beregnet ut fra et geografisk område omfattende [redacted], men vi har valgt å holde disse utenfor sammen med [redacted]. Ettersom det ikke oppstår konkurranseproblemer i Bergen [redacted] vil det være uforholdsmessig mye arbeid å inkludere de forventende mindre forretningene som finnes i de omkringliggende kommunene.

I Bergen har både Flisekompaniet og Bergersen Flis [redacted] markedsandeler, og Optimera Montér har kun [redacted] prosent markedsandel.

Tabell 2 – Markedsandeler for Bergen



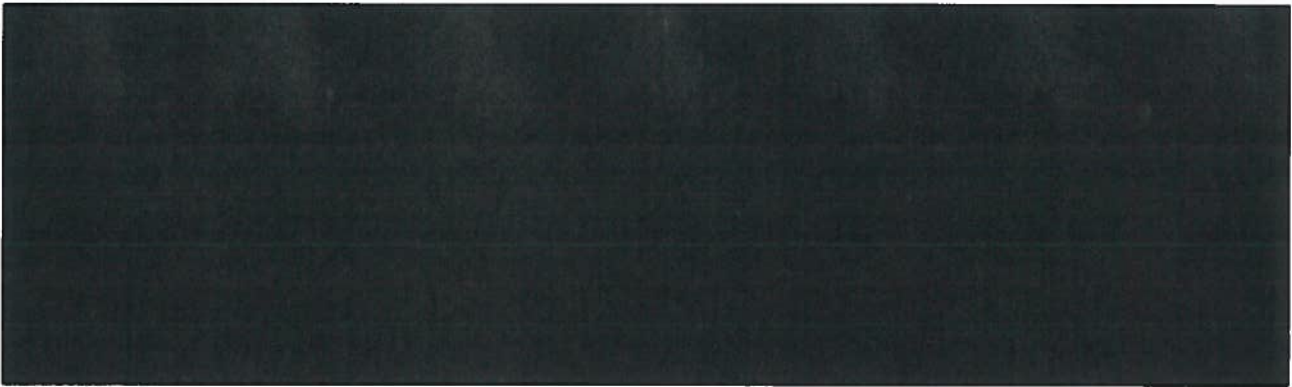
⁵ Omsetning til frittstående flisbutikker er [redacted].

6.4.2 Drammen

Et naturlig søkeområde for kunder i Drammen vil være [redacted]. Dette er lagt til grunn i vår markedsandelsberegning. Flisekompaniet har en beregnet markedsandel på [redacted] prosent, mens Optimera Montér har en beregnet andel på [redacted] prosent, som i hovedsak gjelder salg av [redacted]. Bergersen Flis selger ikke i dette området. [redacted] er største aktør med beregnet [redacted] prosent, med [redacted] på henholdsvis 2. og 3. plass.

For ordens skyld gjøres oppmerksom på at Flisekompaniet Drammen AS [redacted]. En inkludering av disse avdelingene i tabellen nedenfor vil ikke ha vesentlig betydning og er derfor utlatt.

Tabell 3 – Markedsandeler for Drammen



6.4.3 Gjøvik

På Gjøvik er det et mindre overlapp mellom Flisekompaniet og Optimera Montér. Flisekompaniet står for [redacted] prosent av områdets beregnede omsetning, mens Montér står for [redacted] prosent, hvorav det alt vesentlige gjelder [redacted]. Bergersen Flis selger ikke i dette området. [redacted] er største aktør med beregnet [redacted] prosent markedsandel for produktgruppene som helhet. Tallene for Gjøvik er basert på [redacted].

Tabell 4 – Markedsandeler for Gjøvik



6.4.4 Hamar

Et naturlig søkeområde for kunder i Hamar-området vil være kommunene Hamar, [redacted]. Kjøreavstanden mellom Hamar [redacted], omtrent det samme som avstanden fra Hamar til [redacted] ligger omtrent midt mellom. Flisekompaniet og Brødrene Dahl-eide Bergersen

Flis er beregnet å ha henholdsvis [redacted] prosent markedsandel i dette området, mens for Optimera Montér beregnes en samlet andel på [redacted] prosent, hvorav det meste utgjør [redacted]. [redacted] er største aktør med [redacted] prosent og [redacted] nest største med [redacted] prosent markedsandel.

Tabell 5 – Markedsandeler for Hamar



6.4.5 Haugesund

Nedslagsfeltet for Haugesundsområdet anslås å være kommunene [redacted] Haugesund [redacted]. [redacted] kommune som naturlig og geografisk sogner til Haugesund. I Haugesund er det en minimal overlapp hvor Flisekompaniet har beregnet markedsandel på [redacted] prosent og Optimera Montér [redacted] prosent, hvorav største del av omsetningen er [redacted].

Tabell 6 – Markedsandeler for Haugesund



6.4.6 Hønefoss

Flisekompaniet er den eneste spesialiserte flisforretningen i Hønefoss. Optimera Montér har [redacted] omsetning innenfor produktgruppen, i all hovedsak [redacted].

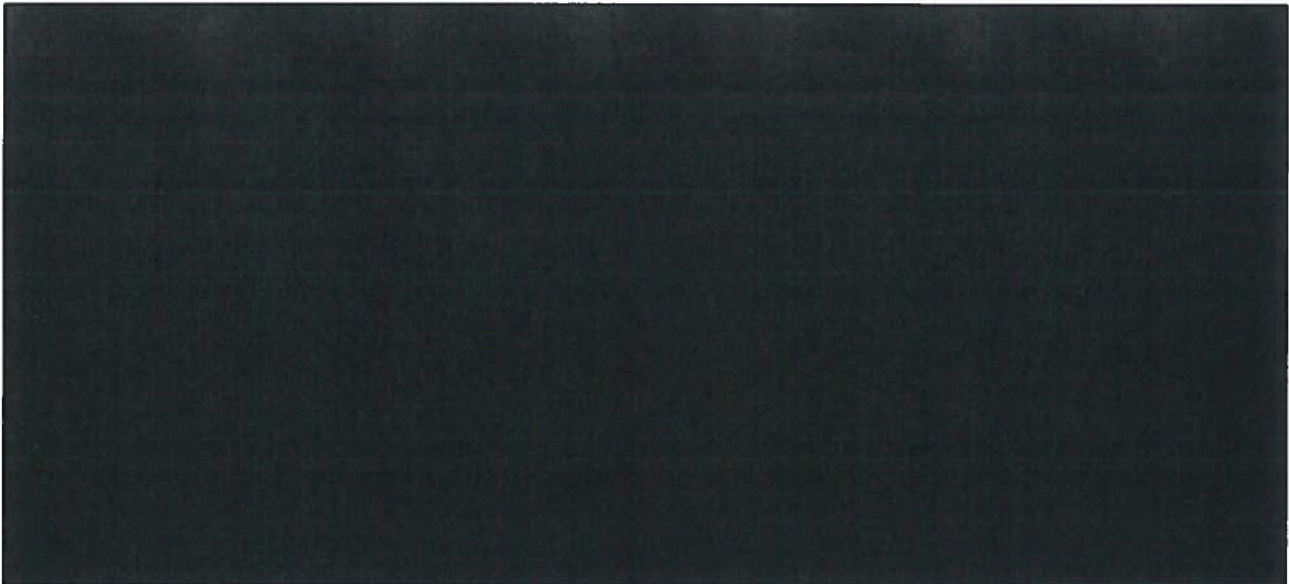
Partene opplyser at kundene i Hønefoss [redacted]. Det synes derfor å være riktig å inkludere [redacted]. Særlig på grunn av det store utvalget rundt [redacted] med bil som et akseptabelt søkeområde for kundene fra Hønefoss. Dette også fordi mange [redacted], og tilknytningen til området

derfor er betydelig. Flisekompaniet rapporterer at konkurrentene i [redacted] gjennomfører kampanjer med direkte markedsføring (DM, innstikk) mot forbrukere i Hønefossområdet.

[redacted]. Det må antas at disse har liten konkurransemessig betydning sett i forhold til de store forretningene i [redacted]. De er likevel inkludert i søkeområdet, men slik at det ikke er foretatt en fullstendig kartlegging av mulige aktører i kommunene [redacted].

I et søkeområde som angitt vil Flisekompaniet ha ca. [redacted] prosent markedsandel, hvorav [redacted] prosent skyldes den [redacted]. Bergersen Flis' avdeling på [redacted] for kundene i Hønefoss vil ha [redacted] prosent markedsandel. Optimeras [redacted] byggevareforretninger på Hønefoss [redacted] har en [redacted] markedsandel relatert til salg av [redacted]. [redacted] er største konkurrenter med henholdsvis [redacted] prosent markedsandel.

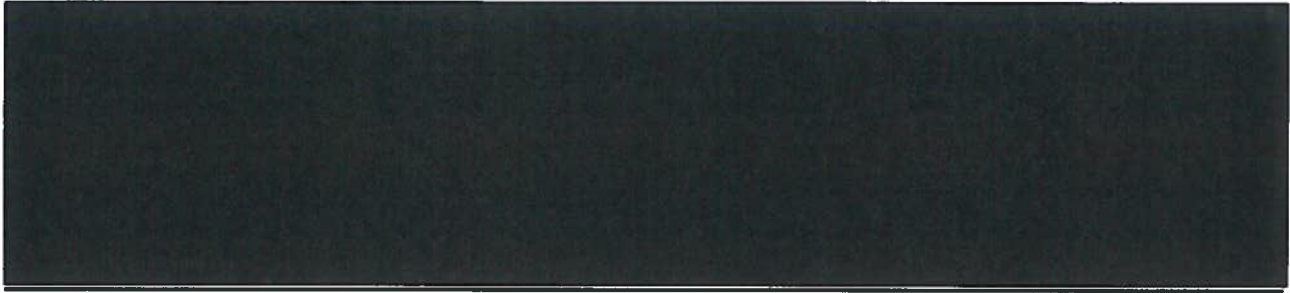
Tabell 7 – Markedsandeler for Hønefoss



6.4.7 Kongsberg

Når det gjelder Kongsberg er det naturlig å ta med kommunene [redacted] i tillegg til Kongsberg. Et naturlig søkeområde for kundene på Kongsberg er foruten Kongsberg by, [redacted] med en reiseavstand [redacted] med bil og [redacted] med en reiseavstand [redacted] med bil. Partenes aktivitet på Kongsberg består av Lysgard & Tunold-Hanssen AS, som er franchisetaker hos Flisekompaniet med beregnet markedsandel på [redacted] prosent, samt Optimera Montér med beregnet markedsandel på [redacted] prosent som i sin helhet stammer fra [redacted]. [redacted] er største aktør med [redacted] prosent markedsandel ved siden av [redacted] som har [redacted] prosent beregnet markedsandel og [redacted] med [redacted] prosent.

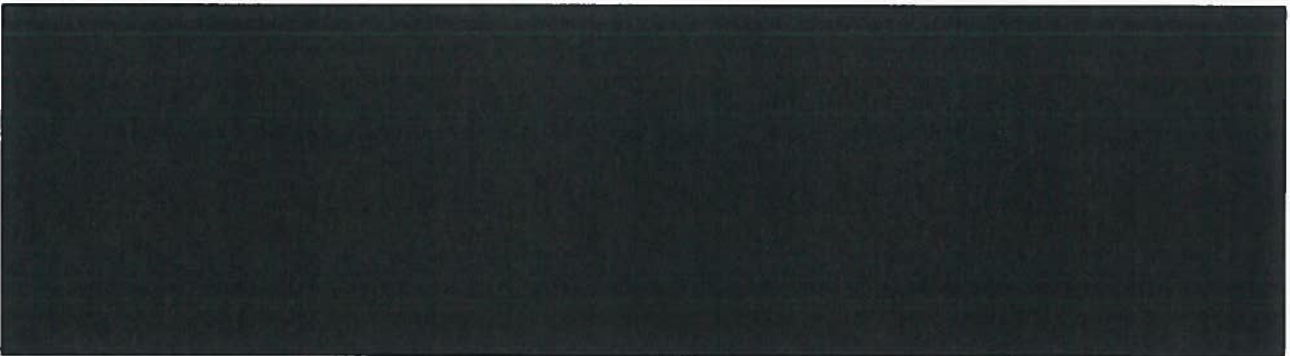
Tabell 8 – Markedsandeler for Kongsberg



6.4.8 Molde

Nedslagsfeltet til flisforretninger i Molde-området er foruten Molde kommune antatt å være kommunene [redacted]. De ligger alle i rimelig reiseavstand fra Molde og sogner ikke naturlig til andre byer. I et slikt geografisk område vil Molde Interiør og Flis, som er Flisekompaniets franchisetaker, ha en relevant omsetning på [redacted] prosent, mens Optimera Montér har en [redacted] prosent andel som skriver seg fra salg av primært [redacted]. [redacted] er markedsleder med [redacted] prosent fulgt av [redacted] med [redacted] prosent.

Tabell 9 – Markedsandeler for Molde



6.4.9 Asker og Bærum

Asker og Bærum er medregnet som en del av søkeområdet for kunder fra [redacted]. Flisforretningene i Asker og Bærum, [redacted] betjener i hovedsak en stor lokal kundekrets. Utvalget av butikker er betydelig og kjedene er representert med store forretninger med godt produktutvalg. Kunder i dette området har derfor lite behov for å reise langt. Vi legger til grunn at et naturlig søkeområde kan omfatte Asker, Bærum [redacted], selv om [redacted] for mange også er et alternativ med kun [redacted] ekstra kjøreavstand.

Partene har en minimal overlapp i området idet Optimera Montér Stabekk selger [redacted] i samme område som Flisekompaniets store flisforretning på Billingstad. Ettersom det åpenbart ikke oppstår konkurranseproblemer, beskrives ikke konkurranseforholdene nærmere.

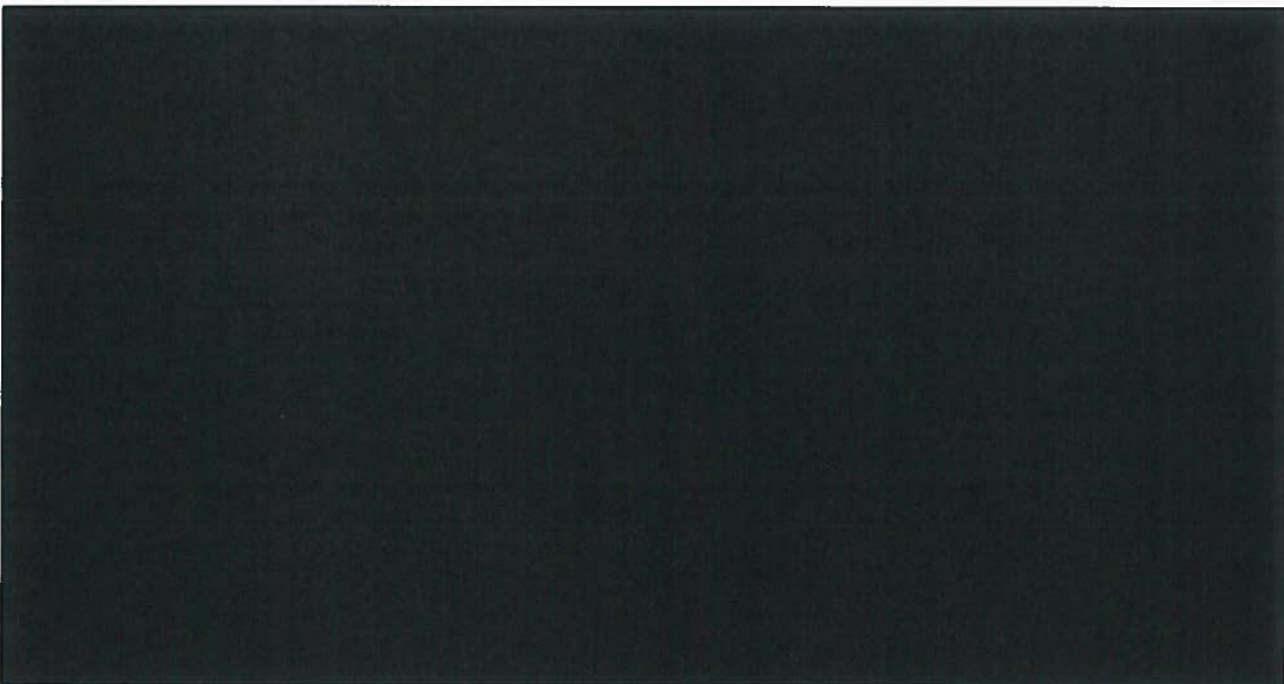
Tabell 10 – Markedsandeler for Asker og Bærum



6.4.10 Oslo

Selv om Oslo-området kan utgjøre et sammenhengende marked som inkluderer [redacted], er markedsandelsberegningen [redacted]. Her viser beregningene at Flisekompaniets to avdelinger til sammen har [redacted] prosent markedsandel, og at Bergersen Flis har [redacted] prosent. Samlet markedsandel blir da [redacted] prosent. Største aktør er [redacted] prosent, mens [redacted] prosent. Deretter følger [redacted] prosent markedsandel. [redacted] markedsandel kan muligens være undervurdert ettersom [redacted].

Tabell 11 – Markedsandeler for Oslo



6.4.11 Ski

I det geografiske området rundt Ski er kommunene [redacted] i tillegg til Ski inkludert. Disse utgjør et naturlig søkeområde innenfor korte kjøreavstander. Fra [redacted]. Det kan reises spørsmål om [redacted] burde inkluderes, dette er utelatt av

██ og inkludering ville lede til lavere markedsandeler for partene.

Flisekompaniet er representert med egeneid forhandler med en markedsandel på █ prosent, og █ prosent andel på fliser. ██████████ er en frittstående byggevareforhandler som konkurrerer med Optimera på byggevaremarkedet. ██████████ når det gjelder fliser. For denne produktgruppen regnes derfor ██████████ markedsandel med sine beregnede █ prosent. For de to andre produktgruppene er det riktig å regne ██████████. Partenes markedsandeler er til sammen omtrent ██████████ med ██████████.


Tabell 12 – Markedsandeler for Ski



6.4.12 Stavanger

Et naturlig søkeområde for kunder i Stavanger-området vil være kommunene ██████████ og Stavanger. I Stavanger er det minimalt overlapp mellom Flishuset AS, som er Flisekompaniets franchisetaker med beregnet markedsandel på █ prosent, og Optimera Montér som har en beregnet markedsandel på █ prosent, som i sin helhet skriver seg fra ██████████. Bergersen Flis har kun █ prosent, hvorav det meste skriver seg fra ██████████. ██████████ er markedets største aktør med en beregnet markedsandel på █ prosent fulgt av ██████████ med █ prosent.

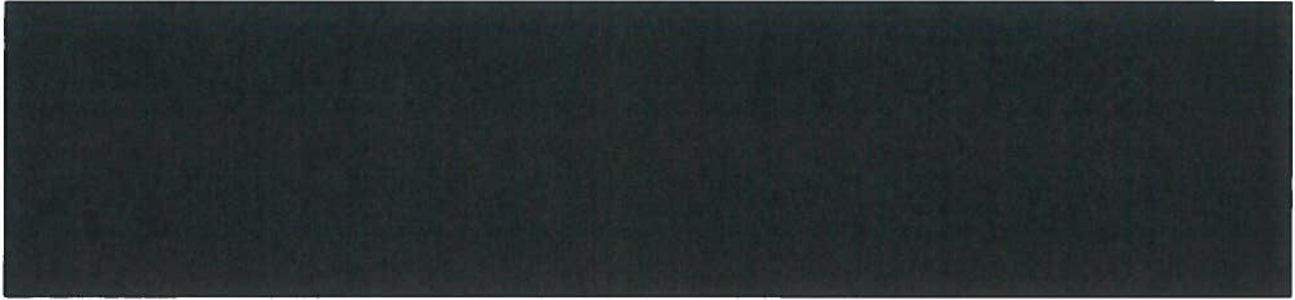
Tabell 13 – Markedsandeler for Stavanger



6.4.13 Tromsø

Tromsø er største by i Troms med ca. 86 000 innbyggere. Geografisk sogner ██████████ til Tromsø, disse kommunene har et samlet innbyggertall på ca. 12 000. Transaksjonen leder til en liten økning i markedsandel hvor Tromsø Flis AS, som er franchisetaker i Flisekompaniet, har █ prosent markedsandel, mens Bergersen Flis eid av Brødre Dahl har kun █ prosent andel av relevant omsetning, hvorav det meste skriver seg fra ██████████. ██████████ er største konkurrent med █ prosent fulgt av ██████████ med █ prosent og ██████████ med █ prosent.

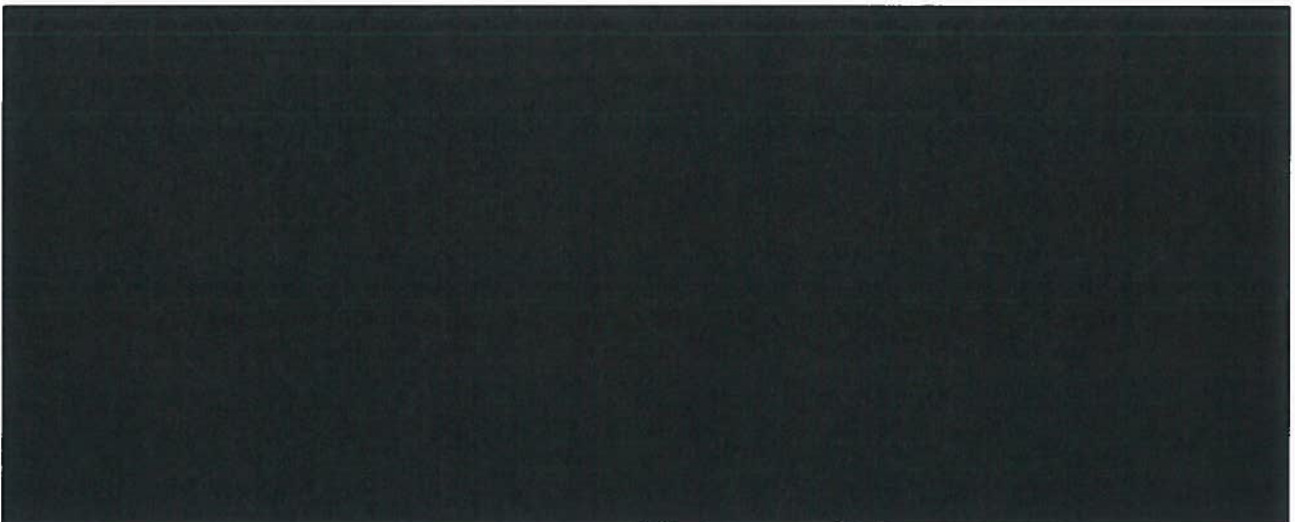
Tabell 14 – Markedsandeler for Tromsø



6.4.14 Trondheim

Ved beregningen av andeler i Trondheim er [redacted] lagt til grunn som geografisk utstrekning. Flisekompaniet Trondheim AS er etablert på to steder med en samlet markedsandel på [redacted] prosent. Optimera Proffsenter er også etablert på to steder med en [redacted] markedsandel som gjelder [redacted]. Bergersen Flis har en beregnet markedsandel på [redacted] prosent og partene blir med [redacted] prosent samlet markedsandel [redacted] aktør [redacted] med [redacted] prosent og [redacted] med [redacted] prosent.

Tabell 15 – Markedsandeler for Trondheim



6.4.15 Ålesund

Ålesund er et sentralt handelssenter for [redacted] og derfor er kommunene [redacted] ved beregningene inkludert sammen med Ålesund kommune.

I Ålesund blir det en [redacted] i markedsandel ettersom Flisekompaniets Ålesundsavdeling har en beregnet markedsandel på [redacted] prosent og Optimera Proffsenter har [redacted] prosent som i sin helhet skriver seg fra [redacted].

Største aktører er [redacted] med [redacted] prosent og [redacted] med [redacted] prosent.

Tabell 16 – Markedsandeler for Ålesund



6.5 Konkurrenter, kunder og leverandører


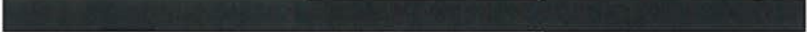
Vedlegg 2 til denne meldingen inneholder oversikter over partenes største konkurrenter, kunder og leverandører på nasjonalt og lokalt/regionalt nivå.

Vedlegg 2: Partenes største konkurrenter, kunder og leverandører

I enkelte lokale områder er fullstendige opplysninger om aktørene og markedet ikke tilgjengelig, eller svært vanskelig å skaffe. Etter melderens skjønn vil utelatelse av enkelte opplysninger i noen områder ikke ha betydning for Konkurransetilsynets vurdering. Det bes derfor om delvis unntak fra opplysningsplikten i konkurranseloven § 18a bokstav d og e, samt kapittel 4 i Retningslinjer for melding av foretakssammenslutninger. Om Konkurransetilsynet skulle ønske utdypende opplysninger, vil melder gjøre sitt beste for raskt å skaffe disse til veie.

6.6 Ingen vesentlig konkurransebegrensning

Gjennomgangen ovenfor viser at partenes samlede markedsandeler, hverken nasjonalt eller i noen av de 14 beskrevne områdene hvor partenes aktiviteter overlapper, når et nivå som kan indikere at foretakssammenslutningen leder til vesentlig konkurransebegrensning. Det er hard konkurranse innen salg av fliser, og det er sterke konkurrenter til stede både nasjonalt og i de enkelte lokale/regionale områdene. Foretakssammenslutningen vil ikke ha noen betydelig virkning for partenes leverandører. Herunder kan det ikke være snakk om utestengning. Det er følgelig ikke grunnlag for å anta at foretakssammenslutningen leder til vesentlig konkurransebegrensning.

Som beskrevet er Optimera og Flisekompaniet ikke nære konkurrenter. Videre har Flisekompaniet og Bergersen Flis forskjellig kundefokus. 


Flisekompaniets kunder vil kunne dra nytte av et bredere produktspekter når Optimera overtar kontroll, og Optimera vil samtidig styrke sin posisjon overfor andre byggevarereselskap ved å øke sin ekspertise innenfor fliser og baderomsinnredning.

7 **EFFEKTIVITETSGEVINSTER**

Foretakssammenslutningen er forventet å medføre effektivitetsgevinster i form av skalafordeler, innkjøpssynergier og salgssynergier. Det strategiske og finansielle hovedrasjonale for transaksjonen er forventede salgssynergier i form av kompetanseoverføring når det gjelder partenes komplementære produktporteføljer, til nytte for selskapenes kunder.

Melder anser at det ikke er nødvendig å utdype de forventede effektivitetsfordeler da den aktuelle foretakssammenslutningen etter melderens oppfatning uansett ikke vil føre til eller forsterke noen vesentlig begrensning av konkurransen i noe relevant marked.

8 **ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP**

Vedlegg 3: Saint-Gobain konsolidert 2015 årsberetning og årsregnskap

Vedlegg 4: Optimeras 2015 årsberetning og årsregnskap

Vedlegg 5: Bergersen Flis' 2015 årsberetning og årsregnskap

Vedlegg 6: Flisekompaniets 2015 årsberetning og årsregnskap

9 **OFFENTLIGHET**

Meldingen inneholder forretningshemmeligheter som er underlagt taushetsplikt, jf forvaltningsloven § 13. Informasjon som bes unntatt offentlighet er markert grått.

Vedlegg 7 – Begrunnelse av offentlig versjon

For Optimera AS

Advokatfirmaet Selmer DA



Andrea B.M. Artz
Advokatfullmektig