

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 BERGEN

Vår referanse: 10115430/1
Ansvarlig advokat: Eivind J. Vesterkjær

Oslo, 10. oktober 2016

FORENKLET MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING: RATOS ABS ERVERV AV 100 % AV AKSJENE I PLANT TOPCO AS

1 PARTENE

1.1 Melder

Navn: Ratos AB
Org. nr.: 556008-3585
Adresse: Drottninggatan 2, 111 96 Stockholm, Sverige
Kontaktperson: Investment Manager Hanna Eiderbrant
Tlf.: +46 8 700 17 00 | +46 8 700 17 63
E-postadresse: info@ratos.se | hanna.eiderbrant@ratos.se

Kontaktperson: Advokatfirmaet Thommessen AS
Advokat Eivind J. Vesterkjær
Tlf. 23 11 11 23; e-post eve@thommessen.no
Advokatfullmektig Karoline H. Nilsson
Tlf. 23 11 14 20; e-post khn@thommessen.no

1.2 Målselskapet

Navn: Plant Topco AS
Org. nr.: 990 620 202
Adresse: Norvald Strands veg 43, 2212 Kongsvinger, Norge
Kontaktperson: Finance Director Daniel Burström
Tlf.: +46 70 288 04 80
E-postadresse: daniel.burstrom@plantagen.se

ADVOKATFIRMAET
THOMMESSEN AS

Foretaksregisteret
NO 957 423 248 MVA
thommessen.no

OSLO
Haakon VII's gate 10
Postboks 1484 Vika
NO-0116 Oslo
T +47 23 11 11 11
F +47 23 11 10 10

BERGEN
Vestre Strømkaien 7
Postboks 43 Nygårdstangen
NO-5838 Bergen
T +47 55 30 61 00
F +47 55 30 61 01

LONDON
Paternoster House, 2nd floor
65 St Paul's Churchyard
GB-London EC4M 8AB
T +44 207 920 3090
F +44 207 920 3099

2 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

2.1 Foretakssammenslutningens art

Foretakssammenslutningen gjelder Ratos ABs ("**Ratos**") erverv av 100 % av aksjene i Plant Topco AS ("**Plant Topco**"). Ratos og Plant Topco benevnes heretter som "**Partene**" eller hver for seg "**Part**" eller "**Parten**".

Plant Topco er holdingselskapet for Plantasjen-kjeden og selskapets operative virksomhet drives hovedsakelig gjennom datterselskapene Plantasjen Norge AS ("**Plantasjen Norge**"), Plantasjen Sveige AB og Plantasjen Finland Oy, samlet angitt som "**Plantasjen-selskapene**". Plantasjen-selskapene selger planter og tilbehør i Norge, Sverige og Finland.

Den 26. september 2016 inngikk Ratos aksjekjøpsavtale om kjøp av 100 % av aksjene i Plant Topco. Det vises til

Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale med vedlegg, 26. september 2016

Selgerne av Plant Topco består av Plant Equity A LP og Plant Equity B1 LP, samt et antall privatpersoner og mindre selskaper, samlet betegnet som "**Selgerne**".¹

2.2 Oversikt over eierforholdene etter foretakssammenslutningen er gjennomført

Etter foretakssammenslutningen vil Ratos eie 100 % av aksjene i Plant Topco og dermed ha enekontroll.

2.3 Tidsplan for gjennomføringen av foretakssammenslutningen

Gjennomføring av foretakssammenslutningen er betinget av at det foreligger nødvendige samtykker fra konkurransemyndighetene i Norge, Sverige og Finland, jf. aksjekjøpsavtalen punkt 4.1 og 5.1. Partenes målsetning er at foretakssammenslutningen skal gjennomføres i november.

2.4 Terskelverdier

Det foreligger en meldepliktig foretakssammenslutning i relasjon til konkurranseloven § 18, jf. § 17, ettersom omsetningen til både Ratos og Plant Topco overstiger 100 MNOK i Norge og Partene til sammen har en omsetning over 1 milliard NOK i Norge.

Meldingen inngis som forenklet melding, ettersom vilkårene for dette er oppfylt, jf. nedenfor i punkt 5.

3 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

3.1 Ratos

3.1.1 Innledning

Ratos er et investeringsselskap som eier og utvikler unoterte mellomstore selskaper i Norden. Selskapets mål er som aktive eiere, å bidra til langsiktig og holdbar forretningsutvikling i de selskapene det investeres i, samt å gjennomføre verdiskapende transaksjoner. Ratos er notert på NASDAQ OMX Stockholm, Large Cap, og har en balansert portefølje med eksponering mot flere bransjer og markeder. Ratos kontrolleres ikke direkte eller indirekte av noe selskap eller noen person.

¹ Informasjon om Selgerne av aksjene i Plant Topco fremgår av vedlegg 0A og 0B til aksjekjøpsavtalen (Vedlegg 1).

For mer informasjon om de største aksjeeierne henvises det til www.ratos.se under "Investor Relations".

3.1.2 Juridisk og organisatorisk struktur

I Ratos virksomhetsportefølje inngår det i dag 21 hel- eller deleide selskaper innen virksomhetsområdene industri, olje og gass, konsum, tjenester og Life Science. Innen de respektive virksomhetsområdene omfatter Ratos virksomhetsportefølje følgende selskaper (Ratos eierandel i parentes):

Industri:

- AH Industries (70 %), leverandør av metallkomponenter, moduler og systemer, samt tjenester til vindkraft-, sement- og mineralindustrien.
- Diab (96 %), lager, utvikler og selger kjernemateriale til komposittkonstruksjoner for blant annet vinger til vindkraftverk samt detaljer til fly og tog.
- HENT (73 %), byggentreprenør som fokuserer på nybygg av offentlige og kommersielle eiendommer.
- HL Display (99 %), leverandør av produkter og løsninger for butikkommunikasjon og vareeksponering.
- Ledil (66 %), aktør innen sekundæroptikk (linser som bryter lys fra lyskilden til ønsket belysning) til LED-belysning.
- Mobile Climate Control (100 %), tilbyr komplette klimasystem for hovedsakelig busser, kommersielle kjøretøy og kjøretøy til forsvaret.
- Airteam (70 %), leverandør av ventilasjonsløsninger i Danmark.
- Serena Properties (56 %), eiendomsselskap bestående av 21 kommersielle volumshandelseiendommer i Finland.

Olje og gass:

- Aibel (32 %), leverandør av vedlikeholds- og oppussingstjenester til produksjonsplattformer for olje og gass samt nybyggprosjekter innen offshore på den norske kontinentalsokkel.
- GS-Hydro (100 %), leverandør av ikke-sveisede rørsystemer til blant annet marin- og offshoreindustrien.

Konsum:

- ArcusGruppen (83 %), leverandør av vin og sprit i Norden.
- Jøtul (93 %), leverandør av peiser.
- KVD (100 %), nettbasert markedsplattform for formidling av bruktbiler.
- Gudrun Sjødén Group (30 %), produsent og forhandler av klær og designprodukter.

- Oase Outdoors (ca. 80 %) utvikler, designer og selger utstyr til camping og friluftsliv, eksempelvis telt, campingmøbler og soveposer.

Tjenester:

- Bisnode (70 %), leverandør av beslutningsstøtte til butikk-, kreditt- og markedsinformasjon.
- Euromaint (100 %), vedlikeholdsselskap for rullende materiell.
- Nebula (73 %), driftsleverandør av skytjenester, IT-driftstjenester og nettverkstjenester til små og mellomstore selskap i Finland.
- Speed Group (70 %), leverandør av tjenester innen bemanning og rekruttering samt lagerhåndtering, produksjon og utdanning.

Life Science:

- Biolin Scientific (100 %), utvikler, produserer og selger avanserte analyseinstrumenter for forskning, utvikling og diagnostikk.
- TFS (60 %), gjennomfører kliniske studier på oppdrag av legemiddel-, bioteknikk- og medisinteknikkindustrien.

3.1.3 Virksomhetsområder

Som nevnt innledningsvis i punkt 3.1.1 er Ratos et svensk investeringselskap som eier og videreutvikler mellomstore selskaper i Norden. Ratos porteføljeselskaper har, som nevnt i punkt 3.1.2, virksomhet innen følgende områder:

- industri
- olje og gass
- konsum
- tjenester
- Life Science

3.1.4 Ratos' omsetning og driftsresultat siste regnskapsår

- Ratos totale globale omsetning (salgsinntekter) for regnskapsåret 2015: **26 747 MNOK²**
- Ratos omsetning (salgsinntekter) i Norge for regnskapsåret 2015: **10 046 MNOK³**
- Flere av Ratos' porteføljeselskaper har salg til kunder i Norge, men det finnes ikke noen oversikt over selskaperens samlede driftsresultat i Norge.

² 2 987 441 000 EUR omregnet til NOK basert på Norges Banks gjennomsnittlige valutakurs for 2015; 8,9530

³ 1 122 060 000 EUR omregnet fra EUR til NOK basert på Norges Banks gjennomsnittlige valutakurs for 2015; 8,9530

3.2 Plant Topco og Plantasjen Norge

3.2.1 Innledning

Plant Topcos operative virksomhet drives hovedsakelig gjennom Plantasjen-selskapene, som driver virksomhet innen salg av planter og plante- og hagetilbehør som eksempelvis blomsterpotter, hageredskaper og plantejord.

Plantasjen ble grunnlagt i 1986 i Norge og driver i dag virksomhet i Sverige, Norge og Finland. Totalt har Plantasjen-selskapene ca. 120 butikker av varierende størrelse spredt i disse tre landene og i overkant av 1000 ansatte hvorav majoriteten er butikkpersonell. Kundene består hovedsakelig av privatpersoner.

I Norge drives virksomheten gjennom Plantasjen Norge. I Norge har Plantasjen totalt ca. 70 butikker.

For ytterligere informasjon om Plantasjen-selskapene vises det til Plantasjens nettside: www.plantagen.com

3.2.2 Juridisk og organisatorisk struktur

Plant Topco kontrolleres indirekte av private equity-fond som rådgis av Apax Partners LLP ("**AP**").

AP er et britisk selskap med delt ansvar (limited liability partnership – LLP). Selskapet er morselskap til flere foretak som yter investeringsrådgivning til private equity-fond som investerer i en rekke industrisektorer. AP kontrolleres ikke direkte eller indirekte av noe selskap eller noen person. Direkte eller indirekte (gjennom sine tilknyttede selskaper), fungerer AP som hoved-investeringsrådgiver for fond som investerer i Plant Topco, samt andre private equity-fond ("**AP-fondene**"), og øver som sådan avgjørende innflytelse (i henhold til EUMR) over aksjeinvesteringer gjort av AP-fondene. For mer informasjon om AP henvises det til selskapets hjemmeside www.apax.com.

Plant Topco har totalt 19 heleide datterselskap, og eier 50 % av ytterligere to selskap. Plant Topco har også en minoritetspost på 20 % i et norsk selskap. Utover Plantasjen-selskapene, er øvrige datterselskap mindre frittstående forhandlere av planter, holdingselskap, logistikkelskap samt eiendomsselskap.

For et organisasjonskart over samtlige av Plant Topcos datterselskap, se Schedule 1B, Vedlegg 1.

3.2.3 Virksomhetsområder

Som nevnt innledningsvis i punkt 3.2.1 drives Plant Topcos operative virksomhet hovedsakelig gjennom Plantasjen-selskapene. Plantasjen-selskapene driver virksomhet innen salg av planter og plante- og hagetilbehør. For en total oversikt over Plantasjen Norge sine produkter vises det til www.plantasjen.no, under kategorien "Produkter".

3.2.4 Plant Topcos og Plantasjen Norges omsetning og driftsresultat siste regnskapsår

Plant Topco:

- Plant Topco Groups totale globale omsetning (salgsinntekter) for regnskapsåret 2015: **3 517 MNOK**

- Plant Topco Groups omsetning (salgsinntekter) i Norge for regnskapsåret 2015: **2 188 MNOK**
- Plant Topco Groups driftsresultat i Norge for regnskapsåret 2015: **282 MNOK**

Plantasjen Norge:

- Plantasjen Norges globale omsetning (salgsinntekter) for regnskapsåret 2015: **2 188 MNOK**
- Plantasjen Norges omsetning (salgsinntekter) i Norge for regnskapsåret 2015: **2 188 MNOK**
- Plantasjen Norges driftsresultat i Norge for regnskapsåret 2015: **281 MNOK**

For mer informasjon om Plant Topco henvises det til Plant Topcos årsregnskap og årsberetning for 2015, Vedlegg 3.

For mer informasjon om Plantasjen Norge henvises det til Plantasjen Norges årsregnskap og årsberetning for 2015, Vedlegg 4.

4 BESKRIVELSE AV MARKEDER

4.1 Det relevante produktmarkedet

Hagesentermarkedet har av Konkurransetilsynet blitt definert som et eget produktmarked. Det kan eksempelvis vises til tilsynets vedtak V2012-18 i forbindelse med Plantasjens forsøk på erverv av Oddernes gartneri, som ble stanset av tilsynet i 2012. Tilsynet konkluderte der med at det relevante produktmarked var salg av hagesentervarer til forbruker solgt gjennom hagesentre, jf. vedtaket avsnitt (101).

Hagesentrene selger hovedsakelig planter og hagerelaterte produkter til forbrukere. Produktene som selges i hagesentermarkedet deles inn i følgende produktgrupper, jf. vedtaket avsnitt (64) og (65):

- Planter,
- hageutstyr,
- hagemøbler og grill, samt
- interiør- og gaveartikler

Hagesentrene tilbyr et bredt utvalg innen plantekategorien, mens produktvalget innen øvrige nevnte produktgrupper i større grad vil kunne variere mellom hagesentrene. Undersøkelser foretatt av tilsynet i forbindelse med vedtak V2012-18, viser at produktgruppen planter normalt utgjør mer enn 50 prosent av omsetningen til hagesentrene.

Produktgruppen *planter* består blant annet av inneplanter, snittblomster, uteplanter samt jord og gjødsel. I produktgruppen *hageutstyr* inngår hagemaskiner, hageredskap, hagehansker og hageklær med videre. I tilknytning til salg av *hagemøbler og grill* selges også puter og hage- og grilltilbehør. Produktgruppen *interiør og gaver* omfatter for eksempel lys, lykter og servietter, jf. vedtaket avsnitt (65).

Gjennom året opplever hagesentrene svingninger i omsetningen med høysesong om våren og sommeren. Eksempelvis er månedene april, mai og juni høysesong for salg av uteplanter, jord og gjødsel. Vår- og sommermånedene er også sesong for salg av hagemøbler, grill og ulike typer hageutstyr.

Hagesentermarkedet kjennetegnes ved følgende konkurranseparametere:

- Bredt utvalg av produkter: Et omfattende vareutvalg, både i bredde og dybde, er et sentralt konkurranseparameter i tilbudet til hagesenterkunden. Forbrukerne vil i mange detaljmarkeder etterspørre et bredt produktutvalg heller enn enkeltprodukter. Dette kan enten skyldes at forbrukerne på en enkelt handletur er ute etter å kjøpe flere ulike produkter, eller at forbrukerne ønsker å kunne velge i et bredt vareutvalg ved innkjøp av ett eller flere produkter. I begge tilfeller vil variasjon i forbrukerpreferanse medføre at detaljistene vil velge å tilby et bredt utvalg av ulike produkter og gjerne flere varianter av samme type produkt. I slike tilfeller kan det relevante produktmarkedet etter en konkret vurdering avgrenses til å utgjøre et totalsortiment. Europakommisjonen og andre konkurransemyndigheter har også tidligere lagt til grunn en totalsortimentstilnærming i saker som har omhandlet detaljhandel. Videre tyder hagesentrenes egen markedsføring av hagesenterkonseptet og faktiske tilbud i markedet på at hagesenterkunden etterspør et totalsortiment av hagesentervarer.
- Veiledning og service: Et annet viktig konkurranseparameter blant hagesentrene er service og veiledning knyttet til kjøp av hagesentervarer. Flere hagesentre har for eksempel et krav om at alle eiere eller drivere av en medlemsbedrift har gartnerfaglig bakgrunn. Flere hagesentre har også jevnlig kurs for ledere og ansatte innenfor områder som for eksempel service, kundebehandling og fagkunnskap.

I vedtak V2012-18 uttalte Konkurransetilsynet at hagesentrene gjennom konkurranseparameterne bredt vareutvalg, veiledning og service, inspirerer kunden til å gjøre innkjøp av hagesentervarer, jf. vedtaket avsnitt (76). Etter tilsynets vurdering kunne dette skyldes enten at forbrukerne ønsker å handle flere ulike produkter samtidig, eller at kunden ønsker et bredt utvalg og kvalifisert veiledning hos betjeningen når ett eller flere produkt(er) skal kjøpes inn. For forbrukere som foretrekker å handle flere hagesentervarer samtidig, vil hagesentrenes produkt, altså totalsortimentet, redusere reise- og søkekostnadene for kundene ettersom kunden vil kunne finne alle typer av hagesentervarer samlet på ett utsalgssted. Likeledes vil en kunde med preferanser for et bredt utvalg og veiledning ved innkjøp av enkeltprodukter, redusere søke- og reisekostnadene som følge av at sannsynligheten for å finne enkeltproduktet eller varianten av enkeltproduktet som søkes er høy som følge av det brede utvalget som tilbys. Avslutningsvis uttalte tilsynet at redusert søke- og reisekostnader for hagesenterkunden taler for at forbrukerpreferansene tilsier at det etterspørres et totalsortiment av hagesentervarer.

Videre viste resultatene fra tilsynets forbrukerundersøkelse i nevnte vedtak at kundene anser et annet hagesenter som nærmeste alternativ ved innkjøp av hagesentervarer, jf. vedtaket avsnitt (77). Det at en betydelig andel av kundene anser et annet hagesenter, altså aktører som tilbyr bredt vareutvalg, veiledning og service, som nærmeste alternativ, indikerer at kundene etterspør hagesentrenes totalsortiment.

I nevnte vedtak la tilsynet til grunn at tilbudet til forbruker av hagesentervarer solgt gjennom hagesentre skiller seg vesentlig fra salg gjennom øvrige omsetningskanaler, slik

som dagligvarebutikker, møbelforretninger, blomsterforretninger, gartnerier etc. Det at hagesentrene tilbyr hagesentervarer gjennom et bredt utvalg, veiledning og fagkunnskap, innebærer at hagesenterkunden vil oppleve en kvalitetsforskjell mellom tilbudet fra hagesentre og øvrige omsetningskanaler. Øvrige omsetningskanaler vil etter dette ikke representere kostnadseffektive innkjøpsalternativer for hagesenterkunden, da innkjøp av hagesentervarer andre steder enn ved hagesentre vil øke kundens transaksjonskostnader (søke- og reisekostnader).

På bakgrunn av ovenstående legges det til grunn at det relevante produktmarkedet for foretakssammenslutningen mellom Ratos og Plant Topco er salg av hagesentervarer til forbruker solgt gjennom hagesentre.

4.2 Det relevante geografiske markedet

Resultatene fra Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse i vedtak V2012-18, som var basert på informasjon fra tre hagesentre, viste at kundene i gjennomsnitt reiste 19 minutter for å gjøre sine innkjøp hos et hagesenter. Det ble av tilsynet lagt til grunn at den geografiske utstrekningen til produktmarkedet ikke vil overstige 20 minutters reisetid med bil, og at det relevante produktmarkedet også kan tenkes å være snevrere enn 20 minutters reisetid med bil, jf. vedtaket avsnitt (113).

4.3 Ingen horisontalt forbundne markeder

Horisontalt overlapp er i Konkurransetilsynets veileder for forenklet melding angitt å innebære *"at det er tale om virksomheter som er aktive på det samme markedet, dvs. at det er tale om fusjoner mellom konkurrerende virksomheter"*.⁴

Partene har ikke identifisert noen horisontalt berørte markeder. Ratos er et investeringsselskap som eier og videreutvikler selskaper, mens Plant Topco driver butikkhandel hovedsakelig med blomster og planter, jf. punkt 3.1.3 og 3.2.3 ovenfor. Ingen av Ratos' porteføljeselskaper har virksomhet i det relevante produktmarked som er definert ovenfor (salg av hagesentervarer til forbruker solgt gjennom hagesentre).

For ordens skyld nevner vi at to av Ratos' porteføljeselskaper i sitt sortiment har enkelte produkter som også kan finnes i Plantasjen Norges hagesentre. Dette gjelder porteføljeselskapene Gudrun Sjøden AS og Oase Outdoors.

- Plantasjen Norge og Gudrun Sjøden AS:

Både Plantasjen Norge og Ratos' porteføljeselskap Gudrun Sjøden AS selger puter⁵. Plantasjen Norges puter er tiltenkt for utendørsbruk, mens Gudrun Sjødens puter er tiltenkt for innendørsbruk og er mer innrettet mot designmarkedet. Det er ikke en sentral virksomhet for noen av selskapene. Dersom man skulle anse at de nevnte typer av puter anses å være omfattet av et og samme produktmarked for puter er markedsandelene uansett forsvinnende små. Det skulle i så fall være tale om et svært stort og fragmentert marked som omfatter en rekke aktører; alt fra IKEA, Kid, Zara Home til Lexington og Ralph Lauren. Begge parter kan bekrefte at deres markedsandel på et slikt hypotetisk marked uansett vil være langt under 20 %.

⁴ Konkurransetilsynets veileder for forenklet melding, side 2, fotnote 2, <http://kt.no/globalassets/filer/fusjoner-og-oppkjop/retningslinjer-for-forenklet-melding-av-foretakssammenslutning.pdf>

⁵ Gudrun Sjøden: http://www.gudrunsjoden.com/no/home/2016_autumn_home/show-all/cushioncovers og Plantasjen Norge: <http://www.plantasjen.no/produkter/sesongprodukter/hagemobler?p=3>

Både Plantasjen Norge og Ratos' porteføljeselskap Gudrun Sjøden AS selger lysholdere⁶. Gudrun Sjøden har ett produkt i sitt sortiment i denne kategorien (lysholder i glass til telys). Plantasjen Norge har ulike typer lyslykter, fortrinnsvis til utendørsbruk. De samme betraktninger som nevnt ovenfor vedrørende puter, gjør seg også her gjeldene. Begge parter kan bekrefte at deres markedsandel på et slikt hypotetisk marked uansett vil være langt under 20 %.

- Plantasjen Norge og Oase Outdoors:

Plantasjen Norge og Ratos' porteføljeselskap Oase Outdoor selger møbler for utendørsbruk.⁷ Plantasjen Norges møbler er tiltenkt for hage, mens Oase Outdoors møbler er tiltenkt for camping. Dersom man skulle anse hagemøbler og campingmøbler/foldemøbler for å være omfattet av ett og samme produktmarked er markedsandelene uansett forsvinnende små.⁸ Det skulle i så fall være tale om et svært stort og fragmentert marked som omfatter en rekke aktører; alt fra IKEA, Jysk til Home and Cottage og Slettevoll. Begge parter kan bekrefte at deres markedsandel på et slikt hypotetisk marked uansett vil være langt under 20 %.

I samsvar med tilsynets markedsavgrensning i vedtak V2012-18 Plantasjen Norge AS – Oddernes Gartneri AS legger vi til grunn at de ovennevnte produktene ikke representerer horisontale overlapp i konkurranselovens forstand.

Partene har på bakgrunn av ovennevnte ingen horisontalt overlappende virksomhet, og det er dermed ikke grunnlag for å angi navn på de fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i markedet i Norge, eller som Norge er en del av, jf. konkurranseloven § 18 a første ledd, bokstav d. Skulle Konkurransetilsynet likevel anse de ovennevnte produkter som produktmarkeder som vil bli berørt av foretakssammenslutningen, ber Ratos om lemping av kravene til å oppgi opplysninger om kunder, konkurrenter og leverandører.

4.4 Ingen vertikalt forbundne markeder

Vertikalt overlapp er i Konkurransetilsynets veileder for forenklet melding angitt å innebære "at det er tale om virksomheter som opererer innenfor ulike produksjons- eller distribusjonsledd, som er forbundet. Som eksempel på en vertikal fusjon kan nevnes en produsents oppkjøp av en underleverandør".⁹

Partene har ikke identifisert noen vertikalt berørte markeder.

For ordens skyld nevner vi at ett av Ratos' porteføljeselskap, HL Display, gjennom to NUF-selskaper (henholdsvis HL Display Nordic's NUF og HL Display Distribution Center Europe's NUF), selger produkter for vareeksponering og butikkommunikasjon til detaljhandelsbutikker i Norge. Produktene består hovedsakelig av løsninger for at varer automatisk skal kunne forflyttes til hyllekanten dersom en vare plukkes fra hyllen, systemer for prismetking og markedsføring på hyllekanten og løsninger for kategorisering og segmentering i butikken.

⁶ Gudrun Sjøden: http://www.gudrunsjoden.com/no/search?CMS_SearchString=lys og Plantasjen Norge: <http://www.plantasjen.no/produkter/lys-lykter-og-servietter/lykter>

⁷ Plantasjen Norge: <http://www.plantasjen.no/produkter/sesongprodukter/hagemobler> og Oase Outdoors: <http://www.outwell.com/en/Products/CampingFurniture>

⁸ I 2015 solgte Oase Outdoors totalt i Norge ca. 1 700 campingmøbler og ca. 2 000 foldemøbler.

⁹ Konkurransetilsynets veileder for forenklet melding, side 2, fotnote 2, <http://kt.no/globalassets/filer/fusjoner-og-oppkjop/retningslinjer-for-forenklet-melding-av-foretakssammenslutning.pdf>

HL Display selger omtrent utelukkende sine produkter til butikker som driver dagligvarehandel, samt til apotek. Selskapet har kun forsvinnende lite salg til hagesentermarkedet i Norge. Salg til hagesentermarkedet blir av selskapet registrert under segmentet "DIY/Hardware/Garden". Dette segmentets totale salg utgjorde i 2015 ca. 12 % av HL Displays totale omsetning i Norge. Noen vertikal forbindelse mellom HL Display og Plantasjen Norge foreligger imidlertid ikke ettersom Plantasjen Norge ikke er kunde hos HL Display. Skulle man legge til grunn et marked som omfatter kun salg til hagesentre kan HL Display bekrefte at det ikke har en markedsandel som overstiger 30 % i et slikt marked.

Med en vid markedsavgrensning som omfatter samtlige detaljhandelsbutikkers innkjøp av butikkinnredninger, skulle enhver detaljhandelskjede i Norge kunne anses å være en potensiell kunde av HL Display. HL Display har anslått at det i Norge har en markedsandel på anslagsvis maksimalt 5 % dersom man legger til grunn en vid markedsavgrensning som omfatter samtlige detaljhandelsbutikkers innkjøp av butikkinnredninger.

Det finnes ikke bransjestatistikk som gjør det mulig å anslå estimatene nærmere.

5 VILKÅRENE FOR INNGIVELSE AV FORENKLET MELDING ER OPPFYLT

Som vist gjennom redegjørelsen ovenfor er ikke Partene aktive på samme produktmarked og samme geografiske marked (ingen horisontal overlapp) eller på et produktmarked i et forutgående eller etterfølgende ledd til et produktmarked, hvor en annen Part opererer (ingen vertikal forbindelse), jf. meldepliktforskriften § 3 første ledd, nr. 3, bokstav a.

For det tilfelle at Konkurransetilsynet skulle anse virksomheten til Gudrun Sjøden og Oase Outdoors for å utgjøre horisontalt overlapp med Plantasjen Norges virksomhet, kan Partene uansett bekrefte at deres samlede markedsandel i markedet for salg av hhv. puter, lysholdere/lykter og hagemøbler/campingmøbler, ikke overstiger 20 %, jf. meldepliktforskriften § 3 første ledd, nr. 3, bokstav b.

For det tilfelle at Konkurransetilsynet skulle anse Plantasjen Norges kjøp av butikkinnredninger til eget bruk og HL Displays salg av butikkinnredninger, for å utgjøre vertikal overlapp, kan Partene også her bekrefte at deres markedsandel i markedet for butikkinnredninger hverken enkeltvis eller samlet overstiger 30 %, jf. meldepliktforskriften § 3 første ledd, nr. 3, bokstav c.

Vilkårene for å inngi forenklet melding er dermed oppfylt, jf. konkurranseloven § 18, jf. meldepliktforskriften § 3 første ledd, nr. 3, bokstav a, b og c.

6 TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Denne foretakssammenslutningen er også underlagt tilsyn fra svenske og finske konkurransemyndigheter.

7 SENESTE VERSJON AV AVTALEN OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN MED VEDLEGG

Det vises til Vedlegg 1 til denne meldingen.

8 DE INVOLVERTE FORETAKENES SISTE ÅRSREGNSKAP OG ÅRSBERETNING

Årsrapport for Ratos for 2015 vedlagt, se

Vedlegg 2: Årsrapport Ratos 2015

Årsregnskap og årsberetning for Plant Topco vedlagt, se

Vedlegg 3: Årsregnskap og årsberetning Plant Topco 2015

Årsregnskap og årsberetning for Plantasjen Norge vedlagt, se

Vedlegg 4: Årsregnskap og årsberetning Plantasjen Norge 2015

9 KONFIDENSIELL INFORMASJON

Opplysninger underlagt lovbestemt taushetsplikt er markert med gult. Partene ber om at disse opplysningene unntas offentlighet. Begrunnelse av konfidensiell informasjon følger av

Vedlegg 5: Begrunnelse av konfidensiell informasjon

10 AVSLUTTENDE BEMERKNINGER

Ratos og Plant Topco anser at foretakssammenslutningen ikke vil ha noen konkurransemessige virkninger i markedet overhodet. På denne bakgrunn ber vi om at Konkurransetilsynet godkjenner foretakssammenslutningen.

Dersom Konkurransetilsynet har spørsmål til meldingen, står vi til disposisjon.

Med vennlig hilsen

Advokatfirmaet Thommessen AS

Karoline Hellen Nilsson
advokatfullmektig

Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale med vedlegg, 26. september 2016	2
Vedlegg 2: Årsrapport Ratos 2015	10
Vedlegg 3: Årsregnskap og årsberetning Plant Topco 2015	11
Vedlegg 4: Årsregnskap og årsberetning Plantasjen Norge 2015	11
Vedlegg 5: Begrunnelse av konfidensiell informasjon	11