



OSLO – BERGEN – STAVANGER – TROMSØ – TRONDHEIM – TØNSBERG – ALESUND

Oslo, 7. juli 2017

Vår ref.: 3604597.1-141894 SANTHO/SANTHO

Ansvarlig advokat: Thomas Sando

MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

INSULA AS'

**ERVERV AV
ENEKONTROLL I**

**DELER AV VIRKSOMHETEN I APETIT KALA OY OG
MARITIM FOOD AS**

OSLO, 7. JULI 2017

Innholdsfortegnelse		
0	Oppsummering	4
1	Kontaktinformasjon	5
1.1	Melder	5
1.2	Øvrige involverte foretak	5
2	Beskrivelse av foretakssammenslutningen	6
3	Beskrivelse av de involverte foretakene og foretak i samme konsern	6
3.1	Insula	6
3.2	Apetit Seafood	9
3.2.1	Virksomheten som overtas i Finland	9
3.2.2	Selskapene som overtas i Norge og Sverige	10
3.3	Eierinteresser utenfor konsernet, men innenfor de virksomhetsområder som berøres av foretakssammenslutningen	10
3.4	De involverte foretakenes omsetning og driftsresultat i Norge siste regnskapsår	10
3.4.1	Insula	10
3.4.2	Apetit Seafood	11
3.5	Medlemskap i bransjeorganisasjoner	11
3.5.1	Insula	11
3.5.2	Apetit Seafood	11
4	Beskrivelse av markeder	11
4.1	Oversikt over produktområder hvor Insula og Apetit Seafood har overlappende virksomhet	11
4.2	Særlig om markedet for røkt og gravet laks og ørret	11
4.3	Beskrivelse av verdikjeden for fiskematprodukter	13
4.4	Avgrensningen av det relevante produktmarkedet	13
4.5	Avgrensningen av det relevante geografiske markedet	14
4.6	Oppsummering markedsavgrensningen	14
5	Beskrivelse av markedsstrukturen i det berørte markedet	15
5.1	Samlet volum og omsetning i det berørte markedet	15
5.2	Aktørenes markedsandeler	15
5.3	Konkurrenter, kunder og leverandører	16
5.3.1	Viktigste konkurrenter	16
5.3.2	Viktigste kunder	16
5.3.3	Viktigste leverandører	17
5.4	De vanligste salgskanalene i det berørte markedet	17

5.5	Samarbeidsavtaler	17
5.6	Etterspørselsstruktur	18
5.7	Omfang av eneforhandleravtaler og andre langsiktige leveringsavtaler	19
5.8	Produktutviklingen i det berørte markedet	19
6	Redegjørelse for eventuelle etableringshindringer i det berørte markedet	19
6.1	Etableringshindringer	19
6.2	Produksjonskapasitet og kapasitetsutnyttelse	20
6.3	Nyetableringer i det berørte markedet de siste tre årene	20
7	Vertikalt forbundne markeder hvor partene har en markedsandel som overstiger 30 % på ett av markedene	20
7.1	Innledning	20
7.2	Relevante markeder	21
7.2.1	Det relevante produktmarkedet	21
7.2.2	Det relevante geografiske markedet	22
7.2.3	Oppsummering relevante markeder	22
7.3	SalMars markedsandeler i leverandørmarkedet	22
7.4	SalMars viktigste konkurrenter, kunder og leverandører	23
8	Konkurransanalysen – ingen negativ innvirkning på konkurransen i markedet for fryst og kjølt fiskemat	23
8.1	Innledning	23
8.2.	Insula vil møte sterk konkurranse fra andre aktører med gode responsmuligheter etter foretakssammenslutningen	23
8.3	Insula vil disiplineres av lave etableringshindringer og ledig kapasitet i markedet	24
8.4	Kjøpersiden er svært konsentrert og kundene har en betydelig kjøpermakt	25
8.5	Konklusjon: Ingen merkbar endring i konkurransen i markedet for fryst og kjølt fiskemat. Dette gjelder tilsvarende dersom en vurderer produktkategoriene innenfor fiskemat separat	25
9	Oppkjøpet gir heller ikke grunnlag for vertikale bekymringer	25
10	Effektivitetsgevinster	25
11	Tilsyn fra andre konkurransemyndigheter	26
12	Vedlegg til meldingen	26
12.1	Avtalen om foretakssammenslutningen med vedlegg	26
12.2	De involverte foretakenes siste årsberetning og årsregnskap	26
12.3	Forslag til offentlig versjon av meldingen	27
12.4	Begrunnelse for forslag til offentlig versjon	27

o. OPPSUMMERING

Meldingen gjelder Insula AS' («Insula») kjøp av deler av virksomheten i Apetit Kala Oy, samt Maritim Food AS og dets datterselskaper Sandanger AS og Maritim Food Sweden AB (den finske, norske og svenske virksomheten samlet heretter betegnet som «Apetit Seafood»). Begge aktører er aktive innen produksjon og salg av sjømatprodukter, og foretakssammenslutningen berører markedet for fryste, panerte og kjølte fiskematprodukter.

Apetit Oyj er et finsk børsnotert matvarekonsern og har etter en strategisk prosess konkludert med at selskapet skal avhende hele sin sjømatvirksomhet, Apetit Seafood. Insula ønsker å utvide sin virksomhet til også å omfatte produksjon og salg av sjømatprodukter til kunder i det finske markedet, og det er dette som er rasjonale bak oppkjøpet. Insula har Norden som sitt hovedmarked, og har per i dag tilstedeværelse i Norge, Sverige og Danmark, men tilnærmet ingen aktivitet i Finland. Gjennom kjøpet av Apetit Seafood får selskapet en egen plattform for produksjon og salg av sjømatprodukter i det finske markedet

Bilag 1: Børsmelding fra Apetit Plc av 29. juni 2017

Insula er eid av Kverva AS og ledende ansatte, og tilbyr gjennom datterselskapene Lofotprodukt, MaxMat, Berggren, Frøyas, Tobø Fisk, Keco og Marenor, sjømatprodukter til dagligvare- og storhusholdningskunder i Norge. Insula og Kverva er også aktive innen andre deler av sjømatsektoren. Apetit Seafood er før foretakssammenslutningen kontrollert av finske Apetit Oyj og leverer sjømatprodukter dagligvarekjeder og storhusholdningskunder i Finland og Norge. Innenfor kjølte og fryste fiskematprodukter i Norge leverer Apetit Seafood kun til dagligvarehandelen, og i all hovedsak til Norgesgruppen.

Oppkjøpet av Apetit Seafood vil ikke lede til noen vesentlig endring i konkurransesituasjonen i det berørte markedet for fryste, panerte og kjølte fiskematprodukter. Oppkjøpet gir følgelig ikke grunnlag for bekymringer om prisøkninger eller leveranse av produkter med lavere kvalitet.

Det er etter foretakssammenslutningen flere sterke konkurrenter med gode responsmuligheter i det berørte markedet, og markedet er preget av ledig kapasitet. Det berørte markedet er også kjennetegnet av lave etableringshindringer. Trusselen om nyetablering eller økt produksjon fra aktører som allerede er etablert på markedet vil derfor disiplinere Insula etter foretakssammenslutningen.

Markedet som berøres av foretakssammenslutningen er videre kjennetegnet ved en meget konsentrert etterspørselsside, med tre betydelige kunder i Norgesgruppen, Coop og REMA 1000. Markedet er preget av høy EMV-andel og fravær av [REDACTED]. Hver av de tre dagligvarekjedene har betydelig kjøpermakt overfor Insula og andre produsenter av fiskemat, og kan lett skifte leverandør. Kjedene vil derfor ikke tillate forsøk på utøvelse av markedsrett fra leverandørene. Eksistensen av flere sterke konkurrenter i markedet, samt ledig kapasitet og lave etableringshindringer, innebærer at dagligvarekjedene i tillegg kan true med delisting av leverandørens merker og har gode muligheter for å sponse nyetablering om en ikke er tilfreds med de eksisterende leverandørene.

Den høye EMV-andelen i det berørte markedet, kombinert med konkurranse fra utenlandske produsenter, lave etableringshindringer, ledig kapasitet og en betydelig kjøpermakt, innebærer etter Insulas vurdering at aktørenes markedsandeler ikke gir noen god indikasjon på eventuell markedsrett i markedet for fryste, panerte og kjølte fiskematprodukter.

Ovennevnte innebærer at foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i noe marked.

1 KONTAKTINFORMASJON

1.1 Melder

Navn: Insula AS
Org. nr. : 960 756 932
Adresse: Storeidøya, 8370 LEKNES
Tlf.: 76 08 70 00
Faks: 76 08 70 01

Kontaktperson:

Navn: Advokatfirmaet Steenstrup Stordrange DA
Kontaktpersoner: Advokat Thomas Sando
Adresse: Postboks 2, 3119 Tønsberg
Tlf.: 33 01 77 76 / 95 12 63 44
Faks: 33 01 77 71
E-post: thomas.sando@sands.no

1.2 Øvrige involverte foretak

Foretak som det overtas kontroll over:

Deler av virksomheten i Apetit Kala Oy, org. nr. 0877766-6.

Maritim Food AS, org. nr. 959 738 769, inklusive datterselskapene

- Sandanger AS, org. nr. 915 664 490, og
- Maritim Food Sweden AB, org. nr. 5567094759.

2 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Insula AS inngikk den 29. juni 2017 avtale med Apetit Oyj og Apetit Kala Oy om erverv av Apetits sjømatvirksomhet i Finland, Norge og Sverige.

Transaksjonen innebærer at Insula AS erverver enekontroll over deler av virksomheten i Apetit Kala Oy, gjennom selskapet Special Purpose Vehicle No. 258 Oy, org. nr. 2834152-8 (som er kontrollert av Insula), samt at Insula erverver 100 % av aksjene i Maritim Food AS.

Virksomheten som overtas fra Apetit Kala Oy, samt Maritim Food og dets datterselskaper Sandanger AS og Maritim Food Sweden AB, betegnes heretter samlet som «Apetit Seafood».

Gjennomføring av ervervet er betinget av at Konkurransetilsynet godkjenner oppkjøpet, se nærmere i punkt 4 i vedlagte avtale.

Bilag 2: Frame Acquisition Agreement av 29. juni 2017 med vedlegg¹

Avtalen om kjøp av Apetit Seafood er først og fremst inngått som ledd i Insulas ønske om å utvide sin virksomhet til også å omfatte produksjon og salg av sjømatprodukter til kunder i det finske markedet. Insula har Norden som sitt hovedmarked, og har per i dag tilstedeværelse i Norge, Sverige og Danmark. Gjennom kjøpet av Apetit Seafood får selskapet en egen plattform for produksjon og salg av sjømatprodukter i det finske markedet.

Videre har Apetit Seafood en nokså bred portefølje innenfor sjømat, som utfyller Insulas nåværende sortiment og posisjon. Gjennom produksjonsanlegget i Finland får Insula en egen produksjonslinje for røkelaks i EU, som vil gi større konkurransekraft i det europeiske markedet. I Sverige har Apetit Seafood et anlegg for produksjon av skalldyr i lake, som er en viktig kategori for Insulas kunder både innen dagligvare og storhusholdning. I Norge har Apetit Seafood produksjon av bl.a. fiskeboller i hermetikk og dressing, som også vil bli nye kategorier i Insula-porteføljen.

Deler av aktiviteten i Apetit Seafood er overlappende med eksisterende produksjon i Insula, og Insula vil

3 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

3.1 Insula

Insula AS eies med 91,75 % av Kverva AS, og er et holding- og industriselskap med eierskap i Kvervas portefølje av sjømatbedrifter, herunder blant annet i Norge Lofotprodukt AS, MaxMat AS, Berggren AS, Sjøfrisk AS, Frøya Salmon AS, First Seafood AS og Tobø Fisk AS.

¹ I den grad vedleggene som er listet opp på side 4 i Frame Acquisition Agreement ikke er ferdigstilt legger vi ved siste versjon av disse. Vedlegg som ennå ikke er utarbeidet kan ikke vedlegges.

Kverva kontrolleres av Kvarv AS (org nr: 914 719 828), som eier 90,64% av aksjene. Kvarv AS kontrolleres av Gustav Witzøe, som eier 1 % av aksjene. De resterende 99 % av aksjene eies av Gustav Witzøes sønn, Gustav Magnar Witzøe (97 %), og Thomas Johan Jessen (2 %).²

I tillegg til Kvarv AS kontrollerer Gustav Witzøe og Gustav Magnar Witzøe GMW Venture AS (org.nr: 990 692 742), Fjord Marin Holding AS (org nr: 984 706 502) og Fjord Marin AS (org nr: 976 521 684). Selskapene har investeringer innen sjømatsektoren. Fjord Marin Holding AS eier 100 % av aksjene i Wessel Invest AS (org. nr 948 147 440) som er eier av et settefiskanlegg for laks. Videre har GMW Venture AS 100 % eierskap i Extra 127 AS (org nr 914 532 795) som driver en restaurant i Trondheim. GMW Venture har også et 50 % eierskap i MGM Eiendom AS (org nr 916 155 077). MGM Eiendom AS er et rent holdingselskap som eier 100% av aksjene i Solsiden AS (org nr 853 339 962) og som driver med fremleie av et bygg beliggende i Trondheim. Endelig eier GMW Venture 26 % av aksjene i Bitastad AS, som igjen eier 100 % av aksjene i Jordbærpikene AS. Dette selskapet har 31 kafeer lokalisert på kjøpesentre i Norge.

Lofotprodukt AS, hvor Insula AS eier 100 % av aksjene, produserer og selger sjømatprodukter til dagligvare- og storhusholdningskunder i Norge. Produksjonen skjer ved fabrikkene på Leknes og i Bergen. Selskapet tilbyr blant annet produkter innenfor fiskepållegg, fiskemat (blant annet fiskekaker, fiskeburgere, fiskegrateng, fiskeboller, fiskepudding) og tilbehør (ulike sauser og remulade). Ytterligere informasjon om Lofotprodukt sin virksomhet kan finnes på <http://www.lofoten.no>.

Marenor AB, hvor Insula eier 100% av aksjene, og som igjen eier 100 % av Marenor Norge AS (org nr: 993 390 437). Marenor har virksomhet innenfor produksjon og salg av bearbeidet fisk og sjømat med fabrikker i henholdsvis Kungshamn og Lysekil i Sverige.

MaxMat AS, hvor Insula eier 100 % av aksjene, produserer og selger sjømatprodukter til dagligvare- og storhusholdningskunder i Norge. Produksjonen skjer ved 2 fabrikker i Bodø. Selskapet tilbyr blant annet produkter innenfor fiskepållegg, fiskemat (blant annet fiskekaker, fiskeburgere, fiskegrateng, fiskeboller, fiskepudding) og tilbehør (ulike sauser og remulade). Ytterligere informasjon om MaxMat sin virksomhet kan finnes på <http://www.maxmat.no>.

Tobø Fisk, hvor Insula eier 90,1 % av aksjene, er en sjømatbedrift som produserer ferske og foredlede hvitfiskprodukter (torsk, hyse og sei) hovedsakelig til eksportmarkedet. Selskapets virksomhet drives i selskapets fabrikk i Havøysund i Finnmark. Ytterligere informasjon om Tobø Fisk kan finnes på www.tobo-fisk.com.

Fiskcentralen AS, hvor Insula eier 90,1 % av aksjene, er en grossist etablert på Oslo Fiskehall, og som leverer ferske fiskeprodukter til storhusholdning og dagligvarekunder. Fiskcentralen AS eier videre 100% av aksjene i Keco Logistics, som har virksomhet innenfor utleie av fryselager og kjølelager og Anders Nilsen AS, som har detaljutsalg og restaurant på Youngstorget i Oslo.

Berggren AS, hvor Insula eier 90,1 % av aksjene, produserer og selger sjømatprodukter til dagligvare- og storhusholdningskunder i Norge. Produksjonen skjer ved selskapets fabrikk i Kongsvinger. Selskapet tilbyr blant annet ulike typer av fiskemat (blant annet fiskekaker, fiskeburgere, fiskegrateng, fiskeboller, fiskepudding) og tilbehør (ulike sauser og remulade). Ytterligere informasjon om Berggren sin virksomhet kan finnes på <http://www.berggren.no>.

² Gustav Witzøe eier majoriteten av de stemmeberettigede aksjene (A-aksjer) i Kvarv AS.

Sjøfrisk Norge AS, hvor Insula eier 100 % av aksjene, driver salg og distribusjon av sjømatprodukter til hovedsakelig norsk dagligvarehandel. Selskapet tilbyr produkter innen kategorier som; fiskemat, fiskepållegg, fersk fisk, fryst fisk og fersk og fryste skalldyr.

Frøya Salmon AS, hvor Insula eier 100 % av aksjene, driver salg og distribusjon av ferske fiskeprodukter til dagligvare og storhusholdningskunder i Norge, samt eksport.

Amanda Seafoods A/S, hvor Insula eier 68 % av aksjene, driver med produksjon og salg av sjømatprodukter til dagligvare-, storhusholdnings- og industrikunder i Danmark, samt eksport. Produksjonen skjer ved fabrikken i Frederikshavn i Danmark. Selskapet tilbyr blant annet fiskepållegg på tube og torskerogn produkter.

Lobster Seafood AB, hvor Insula eier 100 % av aksjene, er en grossist som leverer ferske og fryste fisk- og sjømatprodukter til storhusholdnings- og dagligvarekunder i Sverige.

Bilag 3: Struktur Insula AS

Utover dette har Kverva en portefølje bestående av eierposter i følgende selskaper:

- SalMar ASA (org.nr 960 514 718), hvor Kverva eier 53,4 % av aksjene. SalMar har virksomhet innenfor produksjon, foredling og salg av oppdrettslaks. Selskapet har vært notert på Oslo Børs siden 2007. Ytterligere informasjon om SalMar finnes på <http://SalMar.no/>

En nærmere oversikt over strukturen i SalMar følger i

Bilag 4: Struktur SalMar ASA

- Kvefi AS (org nr: 982 983 185), hvor Kverva eier 76,93 % av aksjene.

Kvefi eier videre 50,0 % av aksjene i Pelagia Holding AS (org nr: 912 040 305), som gjennom datterselskapet Pelagia AS prosesserer/selger sild og makrell, samt produserer/selger fiskeolje og fiskemel. Pelagia AS eier videre 50 % av Norsildmel AS (org nr 998 064 198) som driver salg og distribusjon av fiskemel og fiskeolje og 50 % i Hordafor AS (org nr 934517199) som produserer/selger fiskeolje og fiskeprotein. Ytterligere informasjon om selskapet finnes på <http://pelagia.com>.

En nærmere oversikt over strukturen i Pelagia følger i

Bilag 5: Struktur Pelagia Holding AS³

- Nutrimar Holding AS (org nr: 990 285 810), hvor Kverva eier alle aksjene. Nutrimar Holding eier videre alle aksjene i Nutrimar AS (org nr: 990 080 372) og alle aksjene i Biotrål Holding AS (org nr: 915 196 497), som igjen eier 100 % av aksjene i Biotrål AS (org nr: 886 518 242). Nutrimar produserer lakseolje, laksemel og proteinkonsentrat av restråstoff fra SalMar sitt videreforedlingsanlegg på Frøya. Produktene selges til europeiske produsenter av fiskefôr,

³ Pelagia kjøpte nylig virksomheten i Epax (som har virksomhet innenfor Omega-3) fra FMC, se nærmere om dette her: <http://pelagia.com/pelagia-acquire-epax-omega-3-business/>. Strukturkatet i bilaget tar ikke hensyn til dette.

kjeledyrfor og landbruksfor. Ytterligere informasjon om selskapet finnes på <http://nutrimar.no/> Biotrål AS høster og prosesserer stortare fra Dolmøy/Hitra kommune.

- Ytterskaget AS (org nr 984 463 294), hvor Kverva eier 100 % av aksjene. Selskapet investerer i eiendom relatert til sjømatnæringen.
- Kverva Seafood AS (org nr: 990 996 830), hvor Kverva eier alle aksjene. Selskapet har knapt virksomhet, og hadde ikke driftsinntekter verken i 2015 eller 2016.
- Steinsvik Group AS (org.nr 987 034 629), hvor Kverva eier 100 % av aksjene. Steinsvik leverer produkter og løsninger til havbruksbedrifter, maritime næringer og til olje- og gass-industrien. Gruppen har hovedkontor ved Haugesund, og har flere avdelinger langs norskekysten i tillegg til datterbedrifter i Skottland, Chile og Vietnam. Steinsvik-konsernet hadde i 2014 salg til kunder i over 24 forskjellige land.
- En nærmere oversikt over strukturen i Steinsvik følger i

Bilag 6: Struktur Steinsvik Group AS

- Patogen AS (org.nr 912 625 508), hvor Kverva eier 50 % av aksjene. Patogen AS eier videre 100 % av aksjene i Patogen Eiendom AS (org.nr 913 576 810) og Patogen Analyse AS (org.nr 985 525 331). Patogen Analyse AS er et bioteknologiselskap som utvikler og selger genteknologiske analyser som brukes til å redusere sykdomsrelaterte tap i akvakulturnæringen.

Ytterligere informasjon om Kverva kan finnes på <http://www.kverva.no/no/>.

3.2 Apetit Seafood

Apetit Seafood, som er samlebetegnelsen på målselskapet i transaksjonen, består som nevnt av virksomhet i Finland og selskaper i Norge og Sverige.

3.2.1 Virksomheten som overtas i Finland

Virksomheten som overtas i Finland ligger før transaksjonen i Apetit Kala Oy, og omfatter produksjon og salg av sjømatprodukter innenfor tre hovedkategorier:

- Fersk fisk, hovedsakelig norsk laks og regnbueørret.
- Røkte, tørkede og marinerte fiskeprodukter basert på norsk laks og regnbueørret.
- Annen sjømat, herunder særlig skalldyr, hvitfisk og lokale spesialiteter.

Den finske virksomheten i Apetit Seafood har tilnærmet utelukkende salg til det finske markedet, herunder både til kunder i dagligvarehandelen og i storhusholdningsmarkedet.

Størstedelen av produksjonen og salget fra Apetit Seafood i Finland gjelder dagligvarekjedenes EMV-produkter, henholdsvis Rainbow som er EMV for S-gruppen (Prisma, S-market og Alepa) og Pirkka som er EMV for Kesko-gruppen (K-market, K-Supermarket og K-Citymarket). Apetit Seafoods egen

merkevarer, «Apetit», produseres og selges i begrenset grad og da i all hovedsak innenfor kategorien fersk fisk.

I den finske målvirksomheten inngår et produksjonsanlegg i Kuopio i Finland, som ble bygget i 1973 og som ble renoveret i 2006.

Ytterligere informasjon om Apetit Seafood kan finnes på <http://www.apetitgroup.fi/en>

3.2.2 Selskapene som overtas i Norge og Sverige

Den norske og svenske delen av Apetit Seafood, som Insula skal overta, omfatter Maritim Food AS og dets datterselskaper Sandanger AS og Maritim Food Sweden AB.

Maritim Food er en nordisk sjømatprodusent med produksjonsfasiliteter i Fredrikstad (der hovedproduksjonen er fiskemat og dressinger), Gjerdsвика (der hovedproduksjonen er fiskemat og fiskehermetikk) og Dingle i Sverige (der hovedproduksjonen er skalldyr).

Maritim Food produserer og selger sjømatprodukter både til dagligvarehandelen og storhusholdningsmarkedet i Norge, Sverige og Finland, både dagligvarekjedenes EMV-produkter (Jacobs, Fiskemannen og First Price, som blant annet selges i Norgesgruppens butikkjeder) og egne merkevarer (Maritim, Sunnmøre og Fader Martin).

Maritim Food tilbyr et forholdsvis bredt utvalg av sjømatprodukter, innenfor følgende fire hovedkategorier:

- Skalldyr i lake, herunder reker, kreps, blåskjell og crab sticks.
- Fiskemat, herunder fiskekaker, fiskeburgere, fiskeboller og fiskepudding.
- Hermetisert sjømat, herunder makrell, bacalao, torskerogn og seikaker.
- Dressing, til bruk for kjøtt, fisk, salat, hamburgere mv.

Ytterligere informasjon om Maritim Food kan finnes på <http://www.maritim-food.no/>

3.3 Eierinteresser utenfor konsernet, men innenfor de virksomhetsområder som berøres av foretakssammenslutningen

Verken Insula, andre selskaper i konsernet, eller Apetit Seafood, har eierinteresser i øvrige selskaper med virksomhet innenfor de områdene som berøres av foretakssammenslutningen.

3.4 De involverte foretakenes omsetning og driftsresultat i Norge siste regnskapsår

3.4.1 Insula

Omsetning konsern 2016: MNOK [REDACTED]

Driftsresultat konsern 2016: N/A.

3.4.2 Apetit Seafood

Samlet omsetning i Norge for målvirksomheten og målselskapene som inngår i transaksjonen oppgis nedenfor.

Omsetning 2016: MNOK [REDACTED]

Driftsresultat 2016: N/A

3.5 Medlemskap i bransjeorganisasjoner

3.5.1 Insula

Kverva er gjennom datterselskaper medlem i Sjømat Norge, Norske Sjømatbedrifters landsforening (NSL), Teknologisk Matforum og Oslo Sjømatgrossisters forening.

3.5.2 Apetit Seafood

Apetit Seafood er medlem av ETL's Kalateollisuusyhdistys (Finnish Food and Drink Industries' Federation's Fish Processors Association).

4 BESKRIVELSE AV MARKEDER

4.1 Oversikt over produktområder hvor Insula og Apetit Seafood har overlappende virksomhet

I Norge har Insula og Apetit Seafood kun overlappende virksomhet innenfor produksjon og salg av fiskematprodukter til dagligvarehandelen, som etter Insulas vurdering er det eneste markedet som berøres av foretakssammenslutningen.

4.2 Særlig om markedet for røkt og gravet laks og ørret

På produktnivå har Insula og Apetit Seafood overlappende virksomhet innenfor produksjon og salg av røkte fiskeprodukter til dagligvarekunder og til storhusholdningsmarkedet, men denne virksomheten er ikke overlappende geografisk.

Apetit Seafood selger tilnærmet utelukkende røkte fiskeprodukter til kunder i det finske markedet, hvor Insula før foretakssammenslutningen ikke har noe omsetning av slike produkter. Det følger av dette at Apetit Seafood heller ikke har salg av røkte fiskeprodukter i Insulas hjemmemarked, som er Norge.

Dagligvarekjedene i Norge inngår som kjent landsdekkende avtaler på sentralt nivå mellom leverandør og kunde. Kjedenes forestår dessuten distribusjon og salg og har sentralt styrt oppbygging og profilering innen kategorien. Tilsvarende inngår dagligvarekjedene i Finland landsdekkende avtaler. Disse forholdene tilsier at markedene har en geografisk utstrekning som er nasjonale, der Insula og Apetit Seafood har virksomhet i hvert sitt nasjonale marked – henholdsvis i Norge og i Finland.

Vi er ikke kjent med at norske konkurransemyndigheter har tatt stilling til markedsavgrensningen innenfor produkter i kategorien røkt laks, gravet laks og røkt ørret. I sak COMP/M. 6850 (Marine Harvest / Morpol) tok ikke Europakommisjonen endelig stilling til den geografiske utstrekningen av markedet for røkt laks, og åpnet som kjent både for nasjonale markeder og et videre EØS-marked.

Insula har innhentet tall fra Statistisk sentralbyrå som viser at samlet volum på importert røkelaks i 2016 var 316 tonn, som utgjør om lag 11 % av all laks som selges til norske dagligvarekjeder (Det ble solgt 2 858 tonn fra norske dagligvarekjeder i 2016), og Insula antar at veksten i import de senere årene særlig kommer fra foredlingsbedrifter i Sverige, Polen, Danmark og Baltikum (Latvia, Litauen og Estland).

Det er ikke toll på import av røkt laks, gravet laks og røkt ørret fra EU til Norge. Norske dagligvarekjeder kan derfor i prinsippet velge mellom norske og utenlandske foredlingsbedrifter når en skal foreta innkjøp av røkt laks, gravet laks og røkt ørret. Følgelig kan en i prinsippet tenke seg at alle foredlingsbedrifter i EU som produserer disse produktene inngår i det relevante geografiske markedet.

Faktiske handelsstrømmer og henholdsvis Insulas og Appetit Seafoods manglende virksomhet i hverandres hjemmemarkeder, som nettopp er Insulas rasjonale bak oppkjøpet (etablering i det finske markedet), tilsier etter Insulas vurdering at partene ikke har overlappende virksomhet. Dersom en imidlertid legger til grunn at alle foredlingsbedrifter i EU som produserer røkt laks, gravet laks og røkt ørret skal inngå i det relevante geografiske markedet, vil partene ha overlappende virksomhet.

Et slikt eventuelt EØS-marked vil imidlertid ikke være et berørt marked i denne foretakssammenslutningen, ettersom partenes samlede markedsandel ikke vil overstige 20 %. Innenfor kategorien røkt laks kjøper norske dagligvarekunder årlig som nevnt over om lag 2 900 tonn. Finske dagligvarekunder kjøper årlig ca. 3000 tonn røkt laks. Til sammenligning omsettes det årlig ca. 194 000 tonn røkt laks fra europeiske foredlingsbedrifter.⁴

I tråd med konkurranseloven § 18 a vil vi nedenfor oppgi partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et eventuelt EØS-marked for produksjon og salg av røkt laks, gravet laks og røkt ørret.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Insula	Appetit Seafood	Insula	Appetit Seafood	Insula	Appetit Seafood

⁴ Se Salmon Farming Industry Handbook 2017, Marine Harvest.

Ettersom [REDACTED] har vi nedenfor satt inn partenes viktigste konkurrenter [REDACTED] innenfor produksjon og salg av røkt laks, gravet laks og røkt ørret. Kundene og leverandørene er de samme for begge parter.

Konkurrenter	
Insula	Apetit Seafood
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

4.3 Beskrivelse av verdikjeden for fiskematprodukter

Insula og Apetit Seafood har overlappende virksomhet innenfor produksjon av fiskematprodukter, som i all hovedsak er basert på produksjon av fiskefarse og bearbeidet fiskefilet. Denne verdikjeden består oppstrøms av selvstendige fiskere og fiskerbåter, som gjerne er integrert med egne landingsanlegg.

Torsk, hyse, sei og hvitlaks sløyes og fileteres på landingsanleggene, og sendes deretter fersk eller fryst til eksportmarkeder eller til norsk foredlingsindustri.

Fileter av torsk, hyse, sei og hvitlaks, samt fryst blokk av surimi, som kjøpes inn til fiskefarseproduksjon, for eksempel av Apetit Seafood eller Insula, hakkes og blandes med øvrige farseingredienser. Deretter formes farsen til ulike fiskematprodukter, som stekes naturell eller med panering, og pakkes i forbrukeremballasje – for salg til dagligvarekjedene eller storhusholdningskunder.

Distribusjon av bearbeidede sjømatprodukter til dagligvarehandelen (som er den salgskanalen som er berørt av foretakssammenslutningen) gjøres i all hovedsak av kjedene selv. Produktene har minst 3-6 ukers holdbarhet, og distribueres med øvrige kjøle- og/eller frysevarer. Kjedenes distribusjonsselskaper vil normalt hente vareleveranser hos sine leverandører. Produktene inngår deretter i dagligvarekjedenes ordinære vareflyt gjennom distributører og ut til butikk. Unntak finnes, f.eks. for kjedenes lokale sortiment som ofte leveres direkte til butikk.

4.4 Avgrensningen av det relevante produktmarkedet

Innenfor produksjon og salg av fiskematprodukter, leverer partene kun kjølte fiskeprodukter. Insula leverer produkter både til dagligvarekjedene og til storhusholdningskunder, mens Apetit Seafood kun leverer til dagligvarehandelen i Norge.

Insula legger til grunn at salg til dagligvarehandelen og salg til storhusholdningssegmentet utgjør separate markeder, som følge av ulikheter når det gjelder kunder, produktsortiment, pakningsstørrelser, emballasjetyper, distribusjonsmåte, markedsføring, salgsoppfølging mv. Det nevnes for ordens skyld at omsetningen av de aktuelle produktene til storhusholdningskunder er lav sammenliknet med omsetningen til dagligvarekjedene.

Insula er ikke kjent med praksis fra konkurransemyndighetene som tar stilling til markedsavgrensningen innenfor fiskematkategorien.

Produksjonen av fiskemat består i hovedtrekk av følgende trinn: Farselaging, utstansing/forming, eventuelt panering, steking og emballering. I lys av at produsentene benytter tilnærmet den samme produksjonsmetoden for å lage de ulike fiskematproduktene, samt at flere av fiskematprodusentene tilbyr de samme produktene, tilsier mulighetene for substitusjon på tilbudssiden at en rekke fiskematprodukter skal omfattes av det samme relevante produktmarkedet.

Dersom en skal ha bearbeidet fiskemat til middag er det sannsynlig at også andre produkter vil anses som relevante alternativer, særlig fryste panerte produkter (hvor blant annet fiskepinner inngår), fryst fiskegrateng og fryste panerte fylte og ikke-fylte fiskeprodukter.

Dersom en ikke inkluderer fryste fiskematprodukter i markedet som følge av etterspørselsubstitusjon, antar Insula at det vil være gode muligheter for tilbudssidesubstitusjon for produsenter som i dag produserer fryste produkter, som uten for store omkostninger, og i løpet av relativt kort tid, har evne til å omstille produksjonen og salget til også å omfatte kjølte fiskematprodukter. Findus er et eksempel i så måte, ettersom Findus både leverer fryste fiskekaker, fryste panerte fiskeprodukter og fryst fiskegrateng (til dagligvarehandelen og storhusholdningsmarkedet). I februar 2017 hadde Findus en stor lansering av to fryste fiskekakevarianter med grønnsaker som er i direkte konkurranse med kjølte fiskekaker tilsatt ulike grønnsaker og urter.

I tråd med ovennevnte antar Insula at det relevante produktmarkedet mest sannsynlig skal omfatte ulike fiskematprodukter, og at både kjølte, fryste og panerte produkter inngår i markedet.

4.5 Avgrensningen av det relevante geografiske markedet

Fiskematprodukter selges til dagligvarekjedene gjennom landsdekkende avtaler, som forhandles på sentralt nivå. Utgangspunktet er derfor at markedene minst er nasjonale i geografisk utstrekning.

Mens salg av fryste fiskematprodukter, herunder fryste panerte produkter, omsettes i flere europeiske land, er salg av kjølte fiskematprodukter (fiskekaker, fiskeboller og fiskepudding) primært begrenset til Norge. Etter Insulas vurdering kommer dette dels av nasjonale smakspreferanser og dels av at bearbeidet fiskemat for en stor del er en særnorsk mattradisjon, samt at kun en liten andel av produksjonen i Norge eksporteres (anslagsvis 2-3 %). Det er dessuten toll på eksport av bearbeidet fiskemat til EU-land.

Det er ikke toll på import av fiskemat fra EU til Norge, og det synes å være en økende interesse for salg av både fryste, panerte og kjølte fiskematprodukter til det norske markedet, noe vi ser fra dagligvarekjedenes EMV-sortiment innen f.eks fryste panerte fiskepinner som bl.a. kommer fra de baltiske landene og Polen.

Insula antar derfor at dagligvarekjedene i Norge vil kunne henvende seg til utenlandske produsenter, for eksempel dersom en ønsker å flytte hele eller deler av produksjonen av EMV. Eksempler på aktuelle utenlandske produsenter er Lerøy (Sverige), Morpol/Marine Harvest (Polen), ESVA Fish Production (Estland), Thorfisk/Norway Seafood (Danmark), Findus (UK) og Jeka Group (Danmark).

4.6 Oppsummering markedsavgrensningen

Insula legger til grunn at det skal avgrenses et relevant marked for salg av fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter, til dagligvarekjedene i Norge.

5 BESKRIVELSE AV MARKEDSSTRUKTUREN I DET BERØRTE MARKEDET

5.1 Samlet volum og omsetning i det berørte markedet

Insula har basert beregningen av totalmarkedet (i verdi og volum) på tall innhentet fra Flesland-rapporten «Fisk og Skalldyr i dagligvaremarkedet 2016/2017», samt på tall fra AC Nielsen.

Marked	Verdi (MNOK)	Volum (tonn)
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter		

5.2 Aktørenes markedsandeler

Insula vil møte sterk konkurranse fra flere aktører i det berørte markedet etter foretakssammenslutningen. I tabellen nedenfor vises en oversikt over de største aktørene som i dag leverer til norske dagligvarekjeder.

Kjølt og fryst fiskemat, inklusive panerte produkter	Volumandel	Verdiandel
Insula		
Apetit Seafood		
Samlet markedsandel		
Findus		
Orkla		
Vesteraalens		
Rørvik Fiskemat		
Norsk Kvalitetsmat		
Lerøy/Norway Seafoods		
Norsk Sjømat/Marine Harvest		
Salmon Brands		
Andre (kjedenes EMV/Import)		

Aktørene møter dessuten sterk konkurranse fra andre aktører utenfor Norge som er eller vil være aktuelle leverandører til kunder i Norge, særlig når det gjelder kjøp av EMV. Andelene i tabellen over gir derfor et misvisende bilde av konkurransetrykket Insula vil oppleve fra aktuelle og potensielle konkurrenter etter foretakssammenslutningen.

I oversiktene nedenfor er det gitt en mer detaljert presentasjon av partenes årlige omsetning og deres antatte markedsandeler i det berørte markedet.

	Insula			
Marked	Verdi	Andel	Volum	Andel
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter				

	Apetit Seafood			
Marked	Verdi	Andel	Volum	Andel
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter				

	Insula og Apetit Seafood samlet			
Marked	Verdi	Andel	Volum	Andel
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter				

5.3 Konkurrenter, kunder og leverandører

5.3.1 Viktigste konkurrenter

De viktigste konkurrentene er oppgitt ovenfor i punkt 5.2.

Insula kan ikke se at oppkjøpet påvirker konkurrentene i det relevante markedet negativt.

5.3.2 Viktigste kunder

Nedenfor følger en oversikt over partenes største kunder i det berørte markedet, samt hvor stor andel av partenes salg disse kundene står for.

Marked	Kunder Insula (andel salg)
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter	

Marked	Kunder Apetit Seafood (andel salg)
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter	

Insula kan ikke se at foretakssammenslutningen påvirker kundene i det berørte markedet negativt. Tvert i mot vil oppkjøpet føre til positive effekter for kundene. Utover de positive effektene som følge av en mer effektiv verdikjede, vil ikke kundene i dagligvaremarkedet påvirkes i nevneverdig grad av oppkjøpet.

Kundene vil derfor, med sine betydelige volumer, fortsatt ha gode muligheter til å sette leverandørene opp mot hverandre ved forhandling om leveranseavtaler.

5.3.3 Viktigste leverandører

Nedenfor følger en oversikt over partenes største leverandører i det berørte markedet, samt hvor stor andel av partenes innkjøp hver av leverandørene står for.

Marked	Leverandører Insula (andel innkjøp)
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter	

Marked	Leverandører Appetit Seafood (andel innkjøp)
Fryst og kjølt fiskemat, inklusive panerte produkter	

Etter Insulas vurdering vil ikke foretakssammenslutningen ha noen merkbar betydning for leverandørene i det berørte markedet. De viktigste leverandørene er i hovedsak råvareleverandører som konkurrerer i et råvaremarked som er minst europeisk i utstrekning. Avsetningsmulighetene vil derfor knapt være merkbare for leverandørene.

5.4 De vanligste salgskanalene i det berørte markedet

I markedet hvor partene har overlappende virksomhet skjer omsetningen i all hovedsak til dagligvarekjedene i Norge (ca. [REDACTED]), som selger produktene videre til forbrukere. I tillegg selges det produkter til storhusholdningskunder (ca. [REDACTED]), men her har Appetit Seafood ingen omsetning.

EMV-produkter utgjør en betydelig andel av salget i det berørte markedet. Innenfor fiskematkategorien anslår Insula at ca. [REDACTED] av omsetningen i Norgesgruppen og Coop er EMV-produkter, mens ca. [REDACTED] av omsetningen av fiskemat i REMA 1000 er EMV-produkter.

5.5 Samarbeidsavtaler

Insulas viktigste samarbeidsavtaler i det berørte markedet er kundeavtalene [REDACTED]

Appetit Seafood viktigste samarbeidsavtaler er kundeavtalene [REDACTED]

5.6 Etterspørselsstruktur

Fiskematkategorien kan etter Insulas vurdering karakteriseres som et forholdsvis modent marked, med svak vekst.

Etterspørselen etter fiskematprodukter påvirkes i hovedsak av pris og kvalitet, særlig andelen av fisk og naturlige ingredienser.

I fiskematkategorien antas det at forbrukerne ofte skifter merke/leverandør. Dette skyldes etter Insulas vurdering stor grad av likhet i forpakning og resept og liten merkevarebevissthet i kategoriene. Det er etter Insulas oppfatning [REDACTED] Dette bekreftes av den høye EMV-andelen i sektoren.

Etterspørselssiden i det berørte markedet er svært konsentrert, og består i all hovedsak av de tre dagligvarekjedene Norgesgruppen, Coop og REMA 1000. Etter Insulas vurdering har hver av dagligvarekjedene betydelig kjøpermakt vis av vis produsentene i det berørte markedet, og kjøpermakten alene innebærer at det ikke vil være mulig for Insula å utøve markedsrett etter foretakssammenslutningen.

Mulighetene til å utøve kjøpermakt er avhengig av kundenes størrelse og markedsposisjon i forhold til leverandørene, og hvor avhengig leverandørene er av kundene som avsetningskanal for sine produkter. Utøvelse av kjøpermakt kan for eksempel gi seg utslag i at kunden truer med å bytte leverandør eller starte egen virksomhet.

I fiskematmarkedet avtar tre kunder den overveiende delen av totalomsetningen. Hver av kjedene er betydelige kunder, med profesjonelle innkjøpsavdelinger, som er klar over leverandørenes avhengighet av kjeden som avsetningskanal. Dette tilsier etter Insulas vurdering at både Norgesgruppen, Coop og REMA 1000, som utgangspunkt, har gode muligheter til å utøve kjøpermakt i det berørte markedet.

Mulighetene til å utøve kjøpermakt forsterkes ved at EMV-produktene har en høy andel i markedet som berøres av foretakssammenslutningen. Dette er kundenes egne merkevarer, som kundene enten kan velge å produsere selv eller å overlate til andre. Trusselen om å flytte EMV-produksjonen er dessuten reell for leverandørene i det berørte markedet, som blant annet er kjennetegnet ved betydelig ledig kapasitet.

Insula leverer dessuten andre sjømatprodukter enn de som berøres av denne foretakssammenslutningen til dagligvarekjedene. Trusselen om delisting av slike andre sjømatprodukter, og at dagligvarekjedene derved kobler ulike produkter ved forhandlinger om priser og volumer, er en velkjent strategi som forsterker kjedenes kjøpermakt ytterligere.

Det finnes mange produsenter med ledig kapasitet i det berørte markedet, både i Norge og i utlandet. Trusselen om delisting og leverandørskifte er derfor reell.

Ettersom det er ledig kapasitet i markedet, kan kundene også meget enkelt etablere egen virksomhet. Sponsing av nye aktører er et ytterligere alternativ, og den ledige kapasiteten i markedet, og de lave etableringshindringene, legger nettopp til rette for kundeinitiert etablering.

5.7 Omfang av eneforhandleravtaler og andre langsiktige leveringsavtaler

Når det gjelder EMV-produkter antar Insula at produsentene som er valgt leverer alt EMV-volum til dagligvarekjeden for de produktene man har avtale om.

Innenfor fiskematkategorien har NorgesGruppen avtale om leveranser av EMV-produkter fra bl.a. [REDACTED], Norsk Kvalitetsmat og ESVA Fish Production (Estland). Coop har avtale om leveranser av EMV-produkter fra bl.a. [REDACTED] og Espersen Polska Sp (Polen). Rema 1000 har avtale om leveranse av EMV-produkter fra bl.a. [REDACTED] Norsk Kvalitetsmat og Viciunai Group (Estland).

Avtalene med dagligvarekjedene i det berørte markedet er for øvrig kjennetegnet av årlige forhandlinger om sortiments- og prisavtaler. Maritim Food sine [REDACTED]

5.8 Produktutviklingen i det berørte markedet

Forskning og utvikling har hatt relativt liten betydning innenfor fiskematkategorien. Produktutviklingen har primært vært rettet mot reseptforbedringer knyttet til økt andel fisk og nye smaker, samt emballasje- og designforbedringer. Den siste nyheten i kategorien er Findus sine fryste fiskekaker med grønnsaker.

6 REDEGJØRELSE FOR EVENTUELLE ETABLERINGSHINDRINGER I DET BERØRTE MARKEDET

6.1 Etableringshindringer

Det er lave etableringshindringer i markedet som berøres av foretakssammenslutningen.

Det kreves godkjenning av Mattilsynet for å drive med næringsmiddelvirksomhet. Kravene som stilles for å oppnå slik godkjenning vurderes som forholdsvis enkle. Det finnes heller ingen andre offentlige reguleringer som vanskeliggjør etablering i markedet.

For aktører som ønsker å etablere seg i det berørte markedet, finnes det tilgjengelige brukte maskiner på markedet. Det er dessuten en rekke ledige og egnede lokaler langs kysten og i innlandet. Det presiseres i denne forbindelse at det ikke er noe krav eller spesielt fortrinn med geografisk nærhet til sjøen eller fiskemottak langs kysten for bedrifter som produserer fiskematprodukter. Det er videre god tilgang på råvarer, samt fagpersonell innen industriell næringsmiddelproduksjon. Det er også en lang rekke små aktører i markedet som til sammen utgjør en betydelig markedsandel. Dette indikerer at stordriftsfordeler ikke utgjør et vesentlig etableringshinder.

Etablering av en ny produksjonslinje for fiskemat antas å koste i størrelsesorden MNOK [REDACTED] avhengig av kapasitet, automatiseringsgrad og fleksibilitet i forhold til sortiment.

Ovennevnte investeringskostnader må anses som beskjedne dersom en aktør for eksempel oppnår en langvarig leveranseavtale med en av dagligvarekjedene, som generelt antas å ville avta store volumer.

Det som er sagt ovenfor om mulighetene for raskt og effektivt å etablere eller endre produksjonen gjelder også endring av produksjonen fra fryste til kjølte fiskematprodukter og fra panerte fiskeprodukter (fryste og ikke-fryste) til kjølte fiskeprodukter. I praksis innebærer det at en aktør som Findus relativt enkelt og med små ressurser, kan dreie produksjonen mot kjølt fiskemat dersom etablerte aktører innen kjølt fiskemat skulle øke prisene.

Muligheten for effektiv distribusjon av produktene i de berørte markedene utgjør ikke et etableringshinder. Kategoriene kjølt og fryst fiskemat, samt fryste panerte fiskeprodukter, består primært av produkter med lang holdbarhet. Disse produktene blir distribuert via dagligvarekjedenes sentrallager eller regionale distribusjonsnett. Kjedenes grossister henter selv fra produsentenes lokale lager og sørger for transport til kjedenes aktuelle sentrallager. Produktene blir deretter distribuert til kjedenes respektive butikknett over hele landet.

Det er følgelig kundene som sitter med kontrollen på distribusjonen, og for aktører som ønsker å etablere seg på markedene er det ikke nødvendig å investere i kostbar distribusjon.

6.2 Produksjonskapasitet og kapasitetsutnyttelse

Etter hva Insula er kjent med er det betydelig ledig kapasitet i det berørte markedet.

I markedet for fiskematprodukter anslår Insula at kapasiteten ved norske og europeiske aktive produksjonsanlegg er på anslagsvis [REDACTED] tonn, samt at ca. [REDACTED] av kapasiteten benyttes i dag.

6.3 Nyetableringer i det berørte markedet de siste tre årene

I løpet av de siste to årene har flere nye aktører startet produksjon og leveranser av fiskemat til dagligvarekjedene i Norge. Blant disse er Norsk Sjømat og Salmon Brands som har lansert henholdsvis kjølte panerte fiskeburgere (mottas fryst fra Marine Harvest og pakkes kjølt hos Norsk Sjømat) og kjølte rå fiskeburgere.

Samtidig har andre leverandører i dag et bredere sortiment enn tidligere, jf. ovennevnte fryste fiskekaker med grønnsaker fra Findus og kjølte rå fiskeburgere av ørret og torsk fra Lerøy.

7 VERTIKALT FORBUNDNE MARKEDER HVOR PARTENE HAR EN MARKEDSANDEL SOM OVERSTIGER 30 % PÅ ETT AV MARKEDENE

7.1 Innledning

Det er en vertikal forbindelse mellom SalMar og Insula/Apetit Seafood, ettersom både Insula og Apetit Seafood etterspør laks i SalMars leverandørmarkeder.

Insula har en markedsandel som overstiger 30 % i markedet som omfatter røkt laks, gravet laks og røkt ørret i Norge. Insula antar at man har en markedsandel av dette markedet i Norge på under [REDACTED]. I det finske markedet for røkt laks, gravet laks og røkt ørret har Apetit Seafood en markedsandel på om lag [REDACTED]. I et eventuelt EØS-marked for røkt laks, gravet laks og røkt ørret har Insula og Apetit Seafood som nevnt en samlet markedsandel på mindre enn [REDACTED].

SalMar vil uansett ikke oppnå en markedsandel som overstiger 30 % i det berørte leverandørmarkedet.

På bakgrunn av ovennevnte, og ettersom Insula her en markedsandel som overstiger 30 % i et eventuelt nasjonalt marked som omfatter røkt laks, gravet laks og røkt ørret, og i overensstemmelse med § 18a bokstav f i konkurranseloven, samt kravene som er presisert i Konkurransetilsynets retningslinjer for melding av foretakssammenslutning, vil vi etter en kort redegjørelse for markedsavgrensningen og konkurransesituasjonen i SalMars leverandørmarked for laks, opplyse om SalMars viktigste konkurrenter, kunder og leverandører.

Når det gjelder Insulas og Apetit Seafoods viktigste konkurrenter, kunder og leverandører, samt beskrivelsen av markeder hvor Insula og Apetit Seafood eventuelt har overlappende virksomhet, vises det til opplysningene som er gitt tidligere i meldingen, jf. punkt 4.2.

7.2 Relevante markeder

7.2.1 Det relevante produktmarkedet

Europakommisjonen har i sak M.3722 (Nutreco/Stolt-Nielsen/Marine Harvest) avgrenset et separat produktmarked for produksjon (oppdrett) og salg av atlantisk oppdrettslaks, hvor også sjørrett er inkludert i markedet. Fra Europakommisjonens avgjørelse hitsettes:

The market investigation has not shown that this market for farmed salmon should be further subdivided according to the species and origin of the farmed salmon, other than Atlantic farmed salmon. The Commission Regulation (EC) n° 206/2005 of 4 February 2005 imposing definitive safeguard measures against imports of farmed salmon concluded that all farmed salmon is a single product.⁵

Europakommisjonen anså det videre sannsynlig at det eksisterer et separat marked for økologisk oppdrettslaks, særlig fordi prisen på økologisk oppdrettslaks er betydelig høyere:

The Commission also investigated whether there is a specific market for organic salmon. This is confirmed by the market investigation, and the fact that the price of organic salmon is substantially higher, up to 50% on occasion. However, the market for farmed organic salmon is relatively small (EUR 25 million) and no overlap exists as organic salmon is only produced by Nutreco and not by Stolt Nielsen. It is not necessary to exactly define this market for the purpose of this case.⁶

Europakommisjonen har i COMP/M.6850 funnet at det er sannsynlig at det eksisterer separate produktmarkeder for produksjon (oppdrett) og salg. Selv om Kommisjonen ikke tok endelig stilling til eventuell ytterligere segmentering av markedet, fant man at sjørrett antakelig ikke inngår i laksemarkedet samt at produksjon av økologisk oppdrettslaks mest sannsynlig utgjør et eget produktmarked. Fra Europakommisjonens oppsummering av det relevante produktmarkedet i premiss 68 i avgjørelsen hitsettes:

⁵ Se premiss 13.

⁶ Se premiss 14.

On the basis of the elements discussed above, it is concluded that there are separate product markets for farming and primary processing of farmed Atlantic salmon, and secondary processing of salmon. Moreover, it is likely that separate markets for Norwegian and Scottish farmed Atlantic salmon exist. The need for a further segmentation for salmon trout, fresh, frozen and smoked salmon, and organic salmon can be left open for the purpose of this Decision since this would not change the outcome of the competitive assessment in the case at hand.

7.2.2 Det relevante geografiske markedet

I COMP/M.3722 la Europakommisjonen til grunn at markedet for produksjon og salg av oppdrettslaks minst omfatter EØS-området, og påpekte i den forbindelse et ikke ubetydelig import- og eksportvolum til og fra EØS:

It must be underlined that a not insignificant quantity of salmon is imported into the EEA (approximately 17% of total EEA salmon consumption) and exported outside the EEA (20% of the total EEA production of salmon).

These elements indicate that the market for farmed salmon is at least EEA wide. This was confirmed by the market investigation carried out by the Commission. Therefore it may be concluded that the market for production and sale of farmed (Atlantic) salmon is EEA-wide in scope.⁷

I sak COMP/M.6850 la Europakommisjonen til grunn at det relevante geografiske markedet for produksjon og salg av oppdrettslaks omfattet EØS-området, jf. premiss 73:

For the purposes of this case, the Commission therefore considers that the markets for farming and primary processing of farmed Scottish and Norwegian Atlantic salmon are EEA-wide in scope [...]

7.2.3 Oppsummering relevante markeder

Basert på Europakommisjonens markedsavgrensning i sakene COMP/M.3722 og COMP/M.6850 er det sannsynlig at det eksisterer et separat marked for produksjon (oppdrett) og salg av norsk laks, og at den geografiske utstrekningen av dette markedet omfatter hele EØS-området. I tråd med nevnte praksis kan det videre være korrekt å holde både sjørret eller økologisk oppdrettslaks utenfor det relevante markedet. Etter Insulas vurdering har dette uansett ingen betydning for den konkurransemessige vurdering av nærværende foretakssammenslutning.

7.3 SalMars markedsandeler i leverandørmarkedet

Insula anslår at det i 2016 ble slaktet [REDACTED] tonn (sløyd vekt) norsk oppdrettslaks. SalMar slaktet i 2016 ca. [REDACTED] tonn norsk oppdrettslaks, slik at SalMars andel av totalt slaktevolum av norsk oppdrettslaks representerte ca. [REDACTED]

⁷ Se premiss 26 og 27.

Statistikk fra Fiskeridirektoratet viser videre at det i 2016 eksisterte 990 konvensjonelle konsesjoner for produksjon av matfisk i Norge. SalMar eide per utgangen av 2016 100 konsesjoner (heleide). SalMar har derfor ca. 10 % av konsesjonene i Norge.

7.4 SalMars viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

I overenstemmelse med § 18a bokstav f i konkurranseloven, samt kravene som er presisert i Konkurransetilsynets retningslinjer for melding av foretakssammenslutning, vil vi som nevnt opplyse om SalMars tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører.

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Marine Harvest ASA		
Lerøy Seafood Group ASA		
Cermaq Group AS		

8 KONKURRANSEANALYSEN – INGEN NEGATIV INNVIRKNING PÅ KONKURRANSEN I MARKEDET FOR FRYST, PANERT OG KJØLT FISKEMAT

8.1 Innledning

Etter Insulas vurdering vil oppkjøpet av Appetit Seafood ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i det berørte markedet.

8.2 Insula vil møte sterk konkurranse fra andre aktører med gode responsmuligheter etter foretakssammenslutningen

Det er i dag flere sterke konkurrenter i markedet for fryst, panert og kjølt fiskemat, som vil kunne motvirke eventuelle forsøk på utøvelse av eventuell markedsrett fra Insula etter oppkjøpet.

Findus Norge AS er ifølge selskapets egen hjemmeside «landets ledende næringsmiddelsselskap innen dypfryst mat». Sortimentet består av dypfryst fisk, ferdigretter, grønnsaker, wok, poteter, kaker, juice og bær. Blant produktene Findus leverer i dag er fryste fiskekaker til dagligvare – og storhusholdningsmarkedet og fryst fiskegrateng og fryste panerte fiskeprodukter til dagligvaremarkedet. Insula antar at Findus er særlig store innenfor kategorien fryste panerte fiskeprodukter og fryst fiskegrateng. Findus markedsandel i det berørte markedet antas å utgjøre ca. [REDACTED]

Findus har et bredt produktspekter, og selskapet leverer både til dagligvarehandelen og til storhusholdningsmarkedet. Produksjon til private label er en vesentlig del av selskapets virksomhet. Findus Norge har i dag ca. 300 ansatte, og omsetter for ca. 1,3 milliarder kroner. Insula legger videre til grunn at Findus har [REDACTED]

Lerøy Seafood Group har leveranser av kjølte fiskeburgere, kjølt panert fiskemat og fryste panerte fiskeprodukter til dagligvarekjedene i dag. Selskapets betydelige størrelse og kapasitet, og den vertikale integrasjonen i verdikjeden, medfører etter Insulas vurdering at Lerøy [REDACTED]

[REDACTED] samarbeid med NorgesGruppen innenfor sjømatsektoren, gjennom Sjømathuset. Sjømathuset er eid og drevet av Lerøy, og har NorgesGruppen som eneste kunde.

Orkla har et bredt produktspekter, og selskapet leverer både til dagligvarehandelen og til storhusholdningsmarkedet i Norge. Deres hovedfabrikk for produksjon av bearbeidede fiskeprodukter (fiskeboller i hermetikk, sild, kaviar, tunfisk mm) ligger i Sverige. Fabrikken i Kungshamn er en del av Orkla Foods Sverige som årlig omsetter for ca. 5 mrd. SEK og har 1500 ansatte. Insula legger til grunn at Orkla [REDACTED]

Vesteraalens AS har levert hermetiske fiskeboller siden 1912 og leverer i dag til alle dagligvarekjedene i Norge. Fabrikken ligger i Sortland Havn (Nordland), og der produseres farseprodukter og Omega-3 oljer til norske og internasjonale kunder. Videre jobbes det kontinuerlig med flere nye produkter laget av fersk hvitfisk. Vesteraalens har startet arbeidet med ny og moderne fabrikk som etter planen blir ferdigstilt senhøsten 2017. Her vil det ifølge eierne bli produsert nye og spennende produkter i takt med etterspørselen. Vesteraalens forventer oppstart av produksjon i nye lokaler rundt årsskiftet 2018.

Som nevnt tidligere i meldingen kan dagligvarekjedene i Norge også henvende seg til utenlandske produsenter, for eksempel dersom en ønsker å flytte hele eller deler av produksjonen av EMV. I tillegg til Lerøy er eksempler på aktuelle utenlandske produsenter Morpol/Marine Harvest (Polen), ESVA Fish Production (Estland), Thorfisk/Norway Seafood (Danmark), Findus (UK) og Jeka Group (Danmark).

I tillegg finnes flere [REDACTED] slik som Rørvik Fiskemat og Norsk Kvantetsmat. [REDACTED]

Konkurrentene i markedet vil som beskrevet raskt kunne respondere dersom Insula skulle forsøke å utøve markedsrett i det berørte markedet etter foretakssammenslutningen.

8.3 Insula vil disiplineres av lave etableringshindringer og ledig kapasitet i markedet

Kombinasjonen av lave etableringshindringer og ledig kapasitet innebærer en disiplinerende faktor i markedet, ettersom forsøk på utøvelse av markedsrett gjør det forholdsvis enkelt å etablere ny virksomhet, utvide eksisterende virksomhet, og for kundene å bytte leverandør.

Insula antar som nevnt at [REDACTED] av kapasiteten i fiskematmarkedet benyttes i dag, og at både [REDACTED] I tillegg kommer ytterligere utenlandsk produksjonskapasitet som kan kjøpes fra f.eks. Baltikum. Den ledige produksjonskapasiteten i inn- og utland vil i særlig grad kunne ha disiplinerende effekt for EMV-produksjon, som utgjør en betydelig del av det berørte markedet, [REDACTED] dersom Insula skulle forsøke å utøve markedsrett.

Produsentene, som har ledig kapasitet, kan ved relativt beskjedne investeringer møte den økte etterspørselen fra kunder som ønsker et leverandørskifte.

8.4 Kjøpersiden er svært konsentrert og kundene har en betydelig kjøpermakt

Kundenes kjøpermakt er som beskrevet tidligere i meldingen betydelig og innebærer alene at det ikke vil være mulig for Insula å utøve markedsrett etter foretakssammenslutningen.

8.5 Konklusjon: Ingen merkbar endring i konkurransen i markedet for fryst og kjølt fiskemat og frysede panerte fiskematprodukter.

9 OPPKJØPET GIR HELLER IKKE GRUNNLAG FOR VERTIKALE BEKYMRINGER

Det er videre usannsynlig at oppkjøpet av Apetit Seafood vil føre til vertikale bekymringer. SalMars konkurrenter er som vist betydelige og leverer sine produkter i et EØS-marked. I et slikt marked antas Insula og Apetit Seafood å ha en beskjeden markedsandel, og det er følgelig ingen risiko for at SalMars konkurrenter vil stenges ute av markedet som følge av foretakssammenslutningen.

Tilsvarende er det en rekke alternative leverandører av råvare til sekundærprosessering, og det er derfor heller ingen fare for at Insulas konkurrenter vil kunne stenges ute fra noe marked som følge av vertikal integrasjon oppstrøms.

10 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Som påpekt innledningsvis er rasjonale bak foretakssammenslutningen særlig kjøpet av Apetit Seafoods virksomhet i Finland, slik at Insula kan etablere seg på det finske markedet.

Deler av aktiviteten i den norske delen av målselskapet, i Maritim Food AS, er overlappende med eksisterende produksjon i Insula.

[Redacted text block]

[Redacted text block] Ettersom foretakssammenslutningen i Norge er en del av kjøpet i Finland,

[Redacted text block]

Insula antar at

[Redacted text block]

11 TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Foretakssammenslutningen vil ikke bli meldt til og er ikke underlagt tilsyn fra andre konkurransemyndigheter, og krever heller ikke konsesjoner/tillatelser etter annen norsk lovgivning.

12 VEDLEGG TIL MELDINGEN

12.1 Avtalen om foretakssammenslutningen med vedlegg

Transaksjonsavtalene er inntatt som bilag 1.

12.2 De involverte foretakenes siste årsberetning og årsregnskap

Vedlagt følger årsberetning og årsregnskap for 2016 for følgende selskaper:

Bilag 7: Årsberetning og årsregnskap for 2016 Insula AS

Bilag 8: Årsberetning og årsregnskap for 2016 Kvarv AS⁸

Bilag 9: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Kverva AS

Bilag 10: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Salmar ASA

Bilag 11: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Lofotprodukt AS⁹

Bilag 12: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Fiskecentralen AS

Bilag 13: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for MaxMat AS

Bilag 14: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Keco Logistics AS

Bilag 15: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Berggren AS

⁸ Vedlagte regnskap er ikke signert, men selskapet har opplyst at det er dette som skal signeres.

⁹ Vedlagte regnskap er ikke signert, men selskapet har opplyst at det er dette som skal signeres.

Bilag 16: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Tobø Fisk AS

Bilag 17: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Sjøfrisk Norge AS

Bilag 18: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Frøyas Salmon AS

Bilag 19: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Marenor AB

Bilag 20: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Marenor Norge AS

Bilag 21: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Maritim Food AS

Bilag 22: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Maritim Food Sweden AB

Bilag 23: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Sandanger AS

Bilag 24: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Apetit Kala Oy

Bilag 25: Årsberetning og årsregnskap for 2016 for Apetit plc

12.3 Forslag til offentlig versjon av meldingen

Vedlagt følger forslag til offentlig versjon av meldingen, hvor opplysningene som bes unntatt fra offentlighet er merket med gult.

Bilag 26: Forslag til offentlig versjon av meldingen

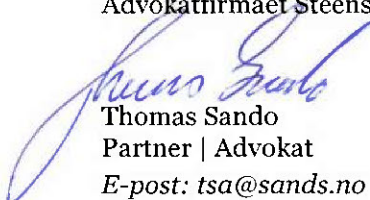
12.4 Begrunnelse for forslag til offentlig versjon

Vedlagt følger en begrunnelse for forslaget til offentlig versjon, jf. konkurranseloven § 18 b.

Bilag 27: Begrunnelse for forslag til offentlig versjon av meldingen

Oslo, 7. juli 2017

Advokatfirmaet Steenstrup Stordrange DA



Thomas Sando
Partner | Advokat
E-post: tsa@sands.no

Vår ref.: 3604597.1-141894 SANTHO/SANTHO