



BAHR advokatfirma

Postboks 1524 Vika

0117 Oslo

Deres ref.: #358550/1

Vår ref.: 2003/889
MA1-M1 ERSM

Saksbeh.:

Dato: 2. april 2004

■ **Joh-System AS' erverv av virksomheten i Engrospartner AS - konkurranseloven § 3-11 - vedtak om inngrep**

Vedtak V2004-21

Vi viser til Deres brev av 15. oktober 2003, vårt varsel om inngrep av 20. februar og møte 16. mars 2004, samt øvrig korrespondanse i saken.

1 Innledning

Joh-System AS («Joh-System»), som tilhører NorgesGruppen ASA («NorgesGruppen»), inngikk 14. oktober 2003 avtale om å kjøpe grossistvirksomheten i Engrospartner AS («Engrospartner»), som er en del av Reitangruppen AS («Reitangruppen»). Både Joh-System og Engrospartner driver virksomhet innen distribusjon av dagligvarer mv. til servicehandelen. Med servicehandelen menes her kiosker og bensinstasjoner.

Ervervet ble meldt til Konkurransetilsynet 15. oktober 2003 i henhold til konkurranseloven¹ (krll) § 3-11 syvende ledd.

Joh-System orienterte nærmere om ervervet i møte med Konkurransetilsynet 29. oktober 2003. Konkurransetilsynet varslet den 15. desember 2003 at inngrep mot ervervet kan bli aktuelt. Den 20. februar 2004 fikk partene i henhold til forvaltningsloven² § 16 et grunnlagt varsel om at Konkurransetilsynet vurderer å gripe inn mot ervervet, fordi ervervet vil medføre en vesentlig begrensning i konkurransen, jf. krll. § 3-11.

Kommentarer til inngrepsvarselet ble fremsatt i brev fra partene av 10. mars 2004. I tillegg er det avholdt flere møter mellom tilsynet og representanter fra Joh-System og Engrospartner, samt deres advokater.

¹ Lov om konkurranse i ervervsvirksomhet av 11. juni 1993 nr. 65.

² Lov om behandlingsmåten i forvaltningssaker av 10. juni 1967.

Partene har gitt uttrykk for at de ikke anser vilkårene for inngrep etter konkurranseloven § 3-11 som oppfylt. Partene er for det første uenige i Konkurransetilsynets avgrensning av det relevante produktmarked. Det anføres at tilbudssubstitusjonen ikke er hensyntatt, og at det foreligger metodiske og faktiske feil. Grossistvirksomhet til servicehandel, dagligvarehandel og storhusholdning inngår etter partenes oppfatning i samme relevante marked. Videre anfører partene at ervervet ikke medfører en vesentlig begrensning av konkurransen fordi det ikke er årsakssammenheng mellom ervervet og konkurransesituasjonen. Partene hevder at Engrospartner uavhengig av ervervet, enten vil fortsette som ren intern distributør til Narvesen og 7-Eleven eller tre ut av markedet. Partene mener derfor at det ikke kan legges til grunn i konkurranseanalysen at Engrospartner uten ervervet ville fortsatt sin virksomhet i det relevante markedet. Endelig hevder partene at Konkurransetilsynet ikke har godtgjort at et eventuelt samfunnsøkonomisk tap som følge av redusert konkurranse, vil være større enn de samfunnsøkonomiske kostnadsbesparelsene ervervet medfører.

Partenes anførsler kommenteres fortløpende nedenfor.

Partene er blitt oppfordret til å komme med forslag til avhjelpende tiltak for å imøtekomme de konkurransemessige problemene ervervet medfører, jf. krrl. § 3-11 femte ledd. Partene har imidlertid ikke funnet grunnlag for å komme med forslag til avhjelpende tiltak. Tilsynet har likevel vurdert om det finnes andre aktuelle løsninger enn å forby ervervet, som vil kunne hindre at det oppstår begrensninger i konkurransen i strid med krrl. § 3-11, men har ikke funnet slike.

Konkurransetilsynet sendte 19. november 2003 meldingen om ervervet ut på høring til leverandører, kunder og konkurrenter i markedet. Konkurransetilsynets varsel om inngrep ble sendt ut for kommentarer 25. februar 2004. I tillegg har Konkurransetilsynet foretatt en ny markedsundersøkelse blant annet på bakgrunn av partenes kommentarer til varselet. Markedsavgrensningen og konkurranseanalysen i saken bygger blant annet på opplysninger fra aktørene i markedet.

1.1 Frister

Ved melding om bedriftserverv etter krrl. § 3-11 syvende ledd har Konkurransetilsynet en frist på tre måneder fra meldingen er mottatt til å varsle om at inngrep kan bli aktuelt. Konkurransetilsynet mottok melding om ervervet 15. oktober 2003. Den 15. desember 2003 varslet Konkurransetilsynet partene om at inngrep kunne bli aktuelt.

Etter krrl. § 3-11 sjette ledd må et eventuelt inngrep mot bedriftserverv skje innen seks måneder etter at det er inngått endelig avtale om ervervet. Kravet om at avtalen må være endelig innebærer at alle nødvendige selskapsrettslige godkjenninger må foreligge. Transaksjonsavtalen mellom Joh-System og Engrospartner ble undertegnet 14. oktober 2003. Joh-System har opplyst at alle selskapsrettslige godkjenninger ble gitt før undertegnelsen av transaksjonsavtalen. Konkurransetilsynets frist for inngrep er følgelig 14. april 2004.

1.2 Partene

1.2.1 Joh-System

Joh-System er et engrosselskap som er 100 prosent eid av NorgesGruppen. NorgesGruppen er en vertikalt integrert aktør som driver virksomhet innen produksjon, distribusjon og detalj salg av dagligvarer gjennom kiosker og dagligvarebutikker. NorgesGruppens samlede driftsinntekter i 2002 var 24,8 milliarder kroner.

På detaljistnivå er NorgesGruppen Norges største dagligvaregruppering med en markedsandel på ca. 34 prosent. Selskapet er også en betydelig aktør på detaljistnivå i servicehandelen gjennom Mix-kjedens ulike kioskprofiler, og har dessuten en begrenset andel av storhusholdningsmarkedet.

Norgesgruppen driver, gjennom Joh-System, også omfattende engrosvirksomhet til dagligvarehandelen, storhusholdningsmarkedet og servicehandelen. Selskapets markedsandeler for grossistleveranser er henholdsvis 34 prosent til dagligvarehandelen, 54,2 prosent til servicehandelen og 62 prosent til storhusholdningsmarkedet. Joh-System omfatter både ASKO-selskapene, som er regionale engrosenheter, og de selvbetjente Storcash-enhetene der kunden selv henter varene. Joh-System har ansvaret for den samlede vare- og informasjonsstrømmen fra produsent via grossistlager til detaljistleddet. Sortimentet omfatter hovedsaklig sjokolade- og sukkervarer, snacks, tobakk, fast food, baker- og dagligvarer. Virksomheten består av 22 lager- og distribusjonsheter spredt over hele landet. Transporten utføres med egne biler. Totalt har selskapet 1750 ansatte. Joh-System hadde i 2002 en omsetning på 16,8 milliarder kroner. Kundene er dels Norgesgruppens egen innkjøpsgruppering og dels eksterne. Joh-System hadde i 2002 et salg til servicehandelskunder på detaljistleddet på 1,7 milliarder kroner. Innen servicehandelen distribuerer Joh-System blant annet til ESSO Norge AS, A/S Norske Shell og til NorgesGruppens fire profiler innen Mix konseptet. Joh-System selger også til mindre kunder gjennom Storcash-enhetene.

1.2.2 Engrospartner

Engrospartner er et engrosselskap som er eid av Engros Partner International, som igjen eies av Reitangruppen AS under Reitangruppen. Reitangruppen er en vertikalt integrert aktør som driver virksomhet innen både distribusjon og detaljsalg av dagligvarer gjennom servicehandel og dagligvarebutikker. Reitangruppen hadde i 2002 en omsetning på 26 milliarder kroner.

På detaljistnivå har Reitangruppen gjennom REMA 1000 Norge en markedsandel i dagligvaremarkedet på 17 prosent. Reitangruppen er også etablert i servicehandelsmarkedet gjennom de heleide kjedene Scandinavian Convenience Norway AS («7-Eleven») og Narvesen Norge AS («Narvesen»), med en markedsandel på til sammen 20 prosent.

Engrospartner driver engrosvirksomhet til servicehandelen. Engrospartner fungerer som en atskilt enhet i Reitangruppen. I innkjøpsforhandlingene med dagligvareleverandørene benytter Reitangruppen seg imidlertid av gruppens samlede innkjøpsvolum til både dagligvare- og servicehandelen. Sortimentet til Engrospartner omfatter sjokolade- og sukkervarer, snacks, tobakk, fast food, bakervarer og dagligvarer til servicehandelen. Transporten foretas hovedsakelig av innleide transportører. Selskapet har 90 ansatte knyttet til selskapets lager på Lillestrøm og administrasjon.

Engrospartners omsetning i 2002 var 1,4 milliarder kroner. Selskapets markedsandel for engrosleveranser til servicehandelen er 44,6 prosent. I tillegg til å distribuere varer for Reitangruppens egne kjeder, 7-Eleven og Narvesen, har Engrospartner avtaler om leveranser til Hydro Texaco AS, Gyda Godtespesialisten BA, Best Stasjon AS og Statoil Detaljhandel AS. Sistnevnte avtale er sagt opp med virkning fra 1. september 2004. Totalt distribuerer Engrospartner til rundt 1750 utsalgssteder, hvorav Narvesen og 7-Elevens utsalgssteder utgjør i overkant av 500.

1.3 Beskrivelse av transaksjonen

Avtalen om ervervet ble inngått 14. oktober 2003. Ervervet medfører at NorgesGruppen ved Joh-System, overtar virksomheten i Engrospartner som er Reitangruppens grossist til servicehandelen. Ervervet innebærer at innmaten i Engrospartner, det vil si varelager, kundemasse og eventuelle leveringsavtaler, goodwill, knowhow og ansatte, overdras til Joh-System. Virksomheten vil således

bli integrert i Joh-System. Endelig overdragelse av virksomheten i Engrospartner finner sted 1. september 2004.

Leveranseavtalene som i utgangspunktet skal overdras, omfatter gjeldende leveranseavtaler mellom Engrospartner og henholdsvis Hydro Texaco, Gyda Butikkene BA og Best Stasjon AS, samt avtaler mellom Engrospartner og henholdsvis Hello AS, Posten Norge AS og Rema 1000 om leveranser av telekort. Sistnevnte avtaler vil kun gjelde i en overgangsperiode fordi telekort etter hvert vil gå over til å bli elektronisk distribuert. Leveranseavtalene som omfattes av ervervet er imidlertid betinget av kundens samtykke. Dersom en eller flere av disse ikke samtykker i overdragelse av leveranseavtalen til Joh-System, følger det av avtalen at kjøpesummen skal justeres. Partene har opplyst at både Gyda og Best har sagt opp sine avtaler med Engrospartner med virkning fra 1. september 2004, for å kunne stå fritt til å inngå avtale med ny grossist fra overdragelsestidspunktet.

I transaksjonsavtalen punkt 7.1 er det inntatt en klausul som forplikter selger og garantisten til ikke å engasjere seg i konkurrerende virksomhet i en periode på [3]. I tillegg har selger og garantisten godtatt visse ansettelsesrestriksjoner i en periode på [4], jf. avtalens punkt 7.2. Ettersom Konkurransetilsynet, som det følger nedenfor nedlegger fullstendig forbud mot ervervet, er det ikke nødvendig å vurdere hvordan de ovennevnte klausuler skal vurderes i forhold til konkurranselovens bestemmelser.

Samtidig med ervervet er det inngått langsiktige leveranseavtaler mellom Joh-System og Narvesen og 7-Eleven, som i hovedtrekk innebærer at Joh-System skal [5]. Partene har opplyst at gjennomføring av ervervet er en forutsetning for ikrafttredelse av de ovennevnte leveranseavtalene. På bakgrunn av at Konkurransetilsynet nedlegger forbud mot gjennomføringen av ervervet, er det her ikke er nødvendig å vurdere forholdet til konkurranselovens bestemmelser nærmere.

2 Inngrepsvilkårene i konkurranseloven § 3-11

Konkurranseloven § 3-11 første ledd gir Konkurransetilsynet hjemmel til å gripe inn mot bedriftserverv dersom tilsynet finner at vedkommende erverv vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med formålet i lovens § 1-1. Lovens formål er å sørge for effektiv bruk av samfunnets ressurser ved å legge til rette for virksom konkurranse. Vedtak om inngrep kan gå ut på helt eller delvis forbud, påbud eller tillatelse på vilkår, jf. krrl. § 3-11 tredje ledd.

2.1 Bedriftservervskriteriet

Det første vilkåret som må være oppfylt, er at det foreligger et bedriftserverv i lovens forstand. Ifølge krrl. § 3-11 annet ledd omfatter begrepet bedriftserverv også fusjon, erverv av aksjer eller andeler og delvis erverv av bedrift.

Ervervet i foreliggende sak innebærer at innmaten i Engrospartner, det vil si varelager, kundemasse og eventuelle leveringsavtaler, goodwill, knowhow og ansatte, overdras til Joh-System. Virksomheten i Engrospartner legges ned. Vilkaaret om at det foreligger et bedriftserverv er således oppfylt.

³ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

⁴ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

⁵ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

2.2 Konkurransbegrensningskriteriet

Det andre vilkåret som må være oppfylt for at tilsynet skal kunne gripe inn mot ervervet, er at det fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen. I uttrykket «føre til eller forsterke» ligger også et krav til årsakssammenheng mellom ervervet og konkurransbegrensningen.

Når tilsynet analyserer om et erverv forårsaker en vesentlig begrensning av konkurransen, foretas det implisitt en vurdering av konkurranseforholdene før ervervet. Tilsynet vil imidlertid legge størst vekt på analyser av konkurranseforholdene etter ervervet. Dersom ervervet begrenser konkurransen på en av de to nevnte måtene, må det videre avklares om konkurransbegrensningen er i strid med lovens formål om effektiv utnyttelse av samfunnets ressurser.

For å kunne beregne markedsandeler og markedskonsentrasjon må det foretas en markedsavgrensning. I kapittel 3 avgrenses det relevante markedet. Konsentrasjonen i markedet er en indikator på hvordan konkurranseforholdene er, og et utgangspunkt for den nærmere økonomiske analysen av virkningene av ervervet. Markedskonsentrasjonen beregnes i kapittel 4.

Hvis konkurransen er vesentlig begrenset, vil de involverte foretak kunne utøve markedspekt. Med markedspekt menes vanligvis en bedrifts evne til, alt annet likt, å kunne gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning uten at dette får merkbar innvirkning på omsatt kvantum. En aktør med markedspekt kan i større eller mindre grad opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder eller leverandører. Markedspekt kommer først og fremst til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi utslag i dårligere service, kvalitet, produktutvalg og mindre produktutvikling. Utøvelse av markedspekt innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand, siden markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den ville ha vært med virksom konkurranse. Det er flere forhold som kan avgjøre graden av konkurranseintensitet i et marked og dermed aktørenes muligheter til å utøve markedspekt. Faktorer som bør nevnes er konkurranseform, antall aktører i markedet, etableringsmuligheter og produktenes substituerbarhet. Disse faktorene virker sammen og påvirker graden av konkurranse. Markedspekt kan utøves enten ensidig av én enkelt aktør, eller kollektivt av et fåtall aktører. I kapittel 5 er det foretatt en nærmere analyse og vurdering av hvilke virkninger Joh-Systems erverv av virksomheten i Engrospartner har på konkurransen i markedet.

Selv om et bedriftserverv fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, kan Konkurransetilsynet ikke gripe inn mot ervervet hvis dette ikke samtidig er i strid med lovens formål om effektiv bruk av samfunnets ressurser. Dette kravet innebærer at Konkurransetilsynet ikke kan gripe inn mot et erverv som vil føre til samfunnsøkonomiske kostnadsbesparelser som er større enn det samfunnsøkonomiske tapet som oppstår ved konkurransbegrensningen. Mulige kostnadsbesparelser ved ervervet drøftes i kapittel 6.

3 Det relevante markedet

For å kunne vurdere de konkurransemessige virkninger av ervervet, tar tilsynet utgangspunkt i forholdene i det eller de markeder som berøres av ervervet. Avgrensningen av det relevante markedet skjer ut fra en vurdering av kjøpernes muligheter til å velge alternative tilbud. Generelt vil en kjøper velge tilbyder på bakgrunn av egenskaper ved produktene og tilbyderens lokalisering. Det relevante markedet har derfor en produktdimensjon og en geografisk dimensjon.

3.1 Det relevante produktmarkedet

Partenes overlappende virksomhet

Joh-System er NorgesGruppens sentrale engrosenhet, og utgjør sammen med de regionale Asko-selskapene og Storcash-enhetene konsernets engrosvirksomhet (se punkt 1.2.1). Joh-System har ansvaret for den samlede varestrøm fra produsent til detaljist innen dagligvarehandel, servicehandel og storhusholdning. Engrospartner utfører grossistleveranser til servicehandelen, og driver ikke distribusjon til kunder innen storhusholdning eller dagligvarehandel.

Både Engrospartner og Joh-System opererer som fullsortimentsgrossister. Det betyr at de distribuerer alle varer servicehandelen etterspør og som ikke leveres direkte fra produsent eller fra spesialgrossister. Leveransene omfatter et bredt spekter av produkter, som sjokolade- og sukkervarer, snacks, tobakk, fast food, bakervarer og dagligvarer. Produktene er i de fleste tilfeller ikke innbyrdes substituerbare for kundene.

Grossistene utfører et sett med tjenester for å flytte varene effektivt fra leverandørene til kunden. Transporttjenesten som fullsortimentsgrossistene utfører skjer i to etapper, fra leverandøren til grossistens lager og fra lager og ut til det enkelte detaljutsalg hos kunden. Selve transportarbeidet utføres med egne biler eller ved bruk av innleide transportører. I tillegg til transport utfører fullsortimentsgrossistene også andre tjenester, som lagerhold, plukking og pakking av de varene kundene ønsker, samt tilrettelegging og drift av elektroniske bestillings- og fakturasystemer.

I en del tilfeller tar grossisten seg også av innkjøpsforhandlinger med leverandørene på vegne av kunden.⁶ Hovedårsaken til dette er at fullsortimentsgrossistene handler inn større volum, som gir bedre innkjøpsbetingelser enn om kunden selv skulle forhandle om sitt begrensede volum. Engrospartner forestår [⁷]

Partenes overlappende virksomhet er fullsortiments grossistleveranser av kiosk- og dagligvarer til detaljister i servicehandelen, det vil si kiosker og bensinstasjoner. I disse leveransene inngår logistikk- og distribusjonstjenester, innkjøpsforhandlinger og andre tilhørende tjenester.

Avgrensning mot grossistleveranser i tilgrensende markeder

Tilsynet har foretatt en vurdering av om grossistleveranser til tilgrensende markeder, det vil si dagligvarehandel og storhusholdning, tilhører det samme relevante marked som fullsortiments grossistleveranser til servicehandelen.

Utsalgene i dagligvarehandelen er avhengige av et større og tildels forskjellig vareutvalg, hyppigere leveranser og større volum, enn utsalgene i servicehandelen. Leveransene til dagligvarehandelen består i større grad enn til servicehandelen av ubrutte paller av hvert produkt. Ved distribusjon til servicehandelen håndteres mindre volum enn til dagligvarehandelen, og det er mer arbeidskrevende å sette sammen den enkelte vareleveranse. Årsaken er at leveransene til hvert enkelt utsalgssted i større grad må plukkes fra ulike paller og settes sammen på én eller flere vogner. De store forskjellene i leveranstørrelse gjør dessuten at det kreves større kjøretøyer ved distribusjon til dagligvarehandelen enn til servicehandelen.

Grossistvirksomheten til henholdsvis servicehandelen og storhusholdningsmarkedet har større likhetstrekk når det gjelder leveringshyppighet og størrelsen på varepartiene. Vareutvalg og forpakkingsstørrelser er imidlertid forskjellig. Varene til storhusholdningskunder benyttes ofte som innsatsfaktorer, blant annet til matproduksjon i kantiner og storkjøkken, mens de samme varene

⁶ Noen av kiosk- og bensinstasjonskjedene tar selv hånd om betydelige deler av innkjøpsforhandlingene.

⁷ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

leveres ferdigpakket i forbrukerpakninger klare for salg i servicehandelen. Storhusholdningsmarkedet består av en rekke ulike virksomheter, som hamburger- og pizzarestauranter, gatekjøkken, institusjoner, hoteller og kantiner. Servicehandelen er betydelig mer ensartet.

Opplysninger tilsynet har mottatt fra kunder i høringsrunden tyder på at fullsortiments grossistleveranser til servicehandelen tilhører et annet relevant produktmarked enn grossistvirksomhet til henholdsvis dagligvarehandelen og storhusholdningsmarkedet. Kundene i de tre markedene har som nevnt ulike behov. Dette gjør det vanskelig for en fullsortimentsgrossist til servicehandelen å betjene kunder i de to andre markedene, og omvendt. Det er derfor naturlig å skille mellom grossistleveranser til de tre kundegruppene.

Joh-System fremhever at det etter deres erfaring er store likheter mellom å drive grossistvirksomhet til henholdsvis dagligvare-, servicehandels- og storhusholdningsmarkedet. Et eksempel som trekkes frem er at Joh-System bruker de samme bilene ved leveranser til alle typer kunder. Andre eksempler er at det er likheter i plukking/pakking og i leveringsfrekvens, uansett hvilke kunder Joh-System leverer til. Dette tilsier etter deres mening en videre avgrensning av markedet enn tilsynet legger til grunn.

[⁸]

Konkurransetilsynet har i forbindelse med markedsavgrensningen stilt spørsmål til kundene i servicehandelen om de vil skifte over til å etterspørre distribusjonstjenester fra grossister innen dagligvarehandel eller storhusholdning, dersom samtlige fullsortimentsgrossister til servicehandelen (det vil si Joh-System, Engrospartner og eventuelt ICA Meny, som er i ferd med å etablere seg i markedet) skulle øke prisen på distribusjonstjenester på varig basis med 5 til 10 prosent. Enkelte har svart at dagligvaregrossistene ikke vil være i stand til å betjene servicehandelskunder. Andre har svart at det uansett er de samme aktørene som operer i de ulike markedene. Joh-System driver integrert grossistvirksomhet til alle tre markeder, Reitangruppen har separate grossistselskaper i dagligvare- og servicehandelsmarkedene og ICA Norge har separate grossistselskaper i dagligvaremarkedet på den ene siden og i storhusholdnings- og servicehandelsmarkedene på den andre. Coop har grossistvirksomhet kun i dagligvaremarkedet.

Selv om Konkurransetilsynet skulle ha konkludert med en videre avgrensning av det relevante produktmarkedet, ville antallet alternative fullsortimentsgrossister uansett ha vært det samme. Det er kun to selskaper i de tilgrensende markedene som ikke er eiermessig integrert med dagens fullsortimentsgrossister til servicehandelen. Det er Servicegrossistene innen storhusholdning og Coop innen dagligvare. I tilsynets høringsrunde er det kommet frem at kundene ikke anser Servicegrossistene for å være et konkurransedyktig alternativ. Coop har dessuten ingen planer om å gå inn verken i servicehandels- eller storhusholdningsmarkedet. Årsaken er et tidligere mislykket etableringsforsøk. Dette kommer vi tilbake til under punkt 5.3.2.

Etter Konkurransetilsynets vurdering holdes derfor grossistvirksomhet til henholdsvis dagligvare- og storhusholdningsmarkedet utenfor det relevante markedet. Tilbudssubstitusjon fra aktørene i disse markedene vurderes nærmere under punkt 5.3.2.

Avgrensning mot andre leveranser til servicehandelen

Leveranser av varer til servicehandelen skjer hovedsakelig ved direkteleveranser fra produsent til utsalgssted, gjennom spesialgrossist eller gjennom fullsortimentsgrossist.

⁸ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

Fullsortimentsgrossistene skiller seg fra spesialgrossistene ved at de fungerer som hovedgrossist, og at de leverer et langt videre spekter av produkter. Spesialgrossistene har spesialisert seg på enkeltprodukter eller produktgrupper. Dette er normalt produkter som omsettes i mindre volum, som delikatesser og liknende, eller produkter som krever at grossisten har en viss spesialkunnskap, som for eksempel blader og bøker. Spesialgrossistene tilbyr altså ikke det samme sortiment og tjenester som fullsortimentsgrossistene.

En rekke varer, slik som meieriprodukter, øl og mineralvann, tobakk, ferske bakevarer, is og hurtigmat, leveres ofte direkte fra produsenten til detaljistens utsalgssted i servicehandelen. Årsakene til direktedistribusjon kan være at varene er ferske og krever hyppige leveranser, og at varene må oppbevares og behandles på en bestemt måte under transporten. En annen årsak til at enkelte produsenter velger direkteleveranser, er at de ønsker å ha kontroll over sine produkter helt frem til sluttbruker. Generelt skiller grossistdistribuerte varer seg fra direktedistribuerte varer ved at førstnevnte omfatter tørrvarer og varer med lang holdbarhet for øvrig. En annen ulikhet er at produsenter med direktedistribusjon kun leverer egenproduserte varer, mens grossistenes sortiment omfatter varer fra en lang rekke dagligvareleverandører.

Enkelte produsenter og spesialgrossister tilbyr varer, for eksempel fast food, som kan fungere som substitutter til noen av varene fullsortimentsgrossistene har i sitt sortiment. Dette gjelder imidlertid kun enkelte produkter i servicehandelskjedenes vareutvalg.

Brorparten av kundene til Engrospartner og Joh-System er kjeder med et stort antall detaljutsalg. Kjedenes knytter til seg én grossist som skal distribuere en stor andel av varegruppene kjeden fører. Ved valg av grossist er landsdekkende logistikk- og distribusjonstjenester, leveringsgrad og effektive bestillings- og faktureringsystemer sentrale kriterier, i tillegg til pris. Andre faktorer av betydning er størrelsen på sortimentet som tilbys og grossistens evne til å håndtere store volum. Fullsortimentsgrossister tilbyr et bredere sortiment og flere tjenester enn direktedistributører og spesialgrossister. For servicehandelskjedene vil derfor summen av de varer og tjenester som en produsent eller en spesialgrossist tilbyr, ikke være et substitutt til summen av de varer og tjenester som en fullsortimentsgrossist tilbyr.

På denne bakgrunn har Konkurransetilsynet kommet til at leveranser fra direktedistributører og spesialgrossister holdes utenfor det relevante produktmarkedet i denne saken.

Konklusjon

På denne bakgrunn avgrenser Konkurransetilsynet det relevante produktmarkedet til fullsortimentsgrossistleveranser av kiosk- og dagligvarer til servicehandelen. I disse leveransene inngår alle de ulike tjenestene grossistene tilbyr kundene, slik som logistikk- og distribusjonstjenester og innkjøpsforhandlinger med leverandører.

3.2 Produktmarkedets geografiske utstrekning

Servicehandelsmarkedet i Norge består av fire store bensinstasjonskjeder og to kioskkjeder, som alle er landsdekkende. I tillegg finnes det tre andre servicehandelskjeder med betydelig omsetning og en rekke frittstående kiosker. Kjedenes i servicehandelen fremforhandler stort sett innkjøpspriser sentralt med grossister eller leverandører. Deretter inngås sentrale leveranseavtaler som sikrer distribusjon til kjedens utsalgssteder i ulike deler av landet. Fullsortimentsgrossistene til servicehandelen er tilpasset kjedenes behov og tilbyr landsdekkende distribusjon. Det relevante produktmarkedet i saken har dermed en geografisk utstrekning som minst er nasjonal.

Det må følgelig avklares om markedet skal avgrenses videre enn nasjonalt. Det er lite aktuelt for kjedene å la grossister lokalisert utenfor Norge ta seg av distribusjonen. Årsaken til dette er blant

annet at utenlandske grossister ikke har etablert lagre eller øvrige logistikk-løsninger i Norge. Transportkostnadene vil derfor gjøre det ulønnsomt å betjene kundene for eksempel fra Sverige. Videre vil en del av produktene servicehandelen etterspør, være tollbelagte slik at import er lite aktuelt. I mange tilfeller er det også slik at servicehandelens kunder har en preferanse for norske produkter, slik at en utenlandsk grossist vil være avhengig av å inngå leveranseavtaler med en rekke norske produsenter i stedet for å kunne tilby tilsvarende produkter fra sitt land. For servicehandelen utgjør dermed utenlandske grossister ingen alternativ leveringsmulighet til norske fullsortimentsgrossister.

På denne bakgrunn legger tilsynet til grunn at markedet for fullsortiments grossistleveranser til servicehandelen har en geografisk utstrekning som er nasjonal.

4 Markedsandeler og konsentrasjon

Under dette punktet følger en kort beskrivelse av aktørene i det relevante markedet, samt en oversikt over deres markedsandeler før og etter ervervet.

Markedsandelene brukes til å beregne konsentrasjonen i markedene. Konsentrasjonen kan gi indikasjon på konkurranseintensiteten i et marked, og videre om det er sannsynlig at ervervet fører til at konkurransen blir vesentlig begrenset. Konkurransetilsynet legger til grunn at høy markedskonsentrasjon normalt vil være en nødvendig, men ikke tilstrekkelig betingelse for å slå fast at konkurransen er begrenset. Beskrivelsen av konsentrasjonen i de ulike markedene er derfor å anse som et utgangspunkt for en grundigere analyse av de konkurransemessige virkninger av oppkjøpet under punkt 5.

I markedet for fullsortimentsleveranser til servicehandelen er det tre aktører før ervervet finner sted. Markedsandelene var fordelt som følger mellom aktørene i 2002:

Navn	Joh-System	Engrospartner	Servicegrossistene
Markedsandel i prosent	54,2	44,6	1,2

Totalmarkedet for grossistdistribuerte varer til servicehandelen har tilsynet beregnet til 3136 millioner kroner for år 2002. Engrospartner har ifølge ervervsmeldingen en omsetning i 2002 på 1,4 milliarder kroner mens Joh-System hadde et salg til servicehandelen på 1,7 milliarder kroner. Servicegrossistene har oppgitt sitt salg til servicehandelen i 2003 til 3 prosent av en total omsetning på 1,2 milliarder kroner. Med den antakelse at Servicegrossistene hadde omtrent like høy omsetning til servicehandelen i 2002 som i 2003, blir Servicegrossistenes omsetning beregnet til ca. 36 millioner kroner.

Servicegrossistenes virksomhet består hovedsakelig av grossistvirksomhet til storhusholdningsmarkedet (se punkt 5.3.2). Omsetningen til servicehandelen består av salg til enkelte uavhengige kiosker samt noe suppleringsalg. Selskapet fungerer ikke som fullsortimentsgrossist til noen av servicehandelskjedene. Derfor vil vi ikke inkludere Servicegrossistene når vi omtaler antallet aktører i markedet videre.

Markedsandelene ovenfor viser at Joh-System og Engrospartner før ervervet nærmest betjente hele markedet for fullsortiments grossistleveranser til servicehandelen. Markedet var betydelig konsentrert, med et styrkeforhold der partene hadde omtrent like store markedsandeler.

Gjennomføring av ervervet vil føre til at én av de to store fullsortimentsgrossistene til servicehandelen forsvinner, og at Joh-System i utgangspunktet får en markedsandel på ca. 99 prosent. ICA Meny er imidlertid i ferd med å etablere seg som konkurrerende grossist (se punkt 5.3.2). Som det fremgår nedenfor vil selskapet trolig sikre seg leveringsavtaler som utgjør mellom 15 og 20 prosent av markedet. Dermed øker Joh-Systems markedsandel trolig til mellom 80 og 85 prosent som en direkte følge av ervervet. Selv når ICAs inntreden i markedet hensyntas, vil ervervet altså medføre en vesentlig konsentrasjonsøkning i markedet.

5 Konkurransanalyse

5.1 Konkurransesituasjonen etter ervervet

Gjennom ervervet forsvinner Joh-Systems eneste reelle konkurrent i markedet for fullsortimentsleveranser til servicehandelen, og selskapet øker i utgangspunktet sin markedsandel fra 54 til mellom 80 og 85 prosent. Ervervet medfører dermed at Joh-System får en meget dominerende stilling i det relevante markedet, noe som normalt vil legge til rette for at Joh-System blir i stand til å utøve markedsrett, og at konkurransen blir vesentlig begrenset.

Markedsrett kommer først og fremst til uttrykk ved at selskapet får økte muligheter og insentiver til å ta høyere priser. Markedsrett kan også gi seg utslag i dårligere service og kvalitet, smalere produktutvalg, og reduserte insentiver til å utvikle nye produkter og bedre produksjonsmetoder. I tillegg kan den økte markedsretten gjøre at selskapet får reduserte insentiver til å gjennomføre kostnadsbesparende tiltak.

Den mest direkte virkningen av ervervet er at den disiplinerende effekten av konkurranse mellom Joh-System og Engrospartner opphører. Den konkurransebegrensende effekten av at konkurransen mellom de to aktørene opphører, blir særlig sterk fordi selskapene var de eneste reelle alternativene i markedet. Dersom Joh-System skulle heve sine priser etter ervervet, vil kundene miste muligheten til å bytte grossist. Ettersom Engrospartner var den eneste reelle konkurrenten, vil Joh-System etter ervervet kunne heve prisene til servicehandelskundene uten å miste salg til andre markedsaktører. Selskapet vil derfor ha muligheter til å utøve ensidig markedsrett etter ervervet.

ICA Meny har planer om å etablere seg som servicehandelsgrossist i 2004, jf. punkt 5.3.2. Selskapet har foreløpig verken startet opp virksomheten eller inngått leveranseavtaler med noen av servicehandelskjedene. Det er derfor usikkerhet rundt etableringen både med hensyn til tidspunkt for oppstart og virksomhetens omfang. Dersom ICA Meny etablerer seg, antar tilsynet at selskapet vil kunne utgjøre et visst konkurranstrykk i markedet. På lengre sikt vil ICA Meny også kunne styrke sin markedsposisjon.

Etter tilsynets vurdering representerer Servicegrossistene i dag ikke et konkurranstrykk i markedet for fullsortimentsleveranser til servicehandelen. Selskapets omsetning i dette markedet er svært begrenset sammenlignet med Joh-System og Engrospartner. Flere servicehandelskjeder har i sine høringssvar uttalt at de ikke regner Servicegrossistene som et konkurransedyktig alternativ til Engrospartner eller Joh-System. Begrunnelsen er at selskapet ikke oppnår konkurransedyktige innkjøpsbetingelser, og at de ikke kan tilby de logistikk-løsningene som kreves. Servicegrossistene bekrefter at selskapet per i dag ikke er et konkurransedyktig alternativ til Joh-System og Engrospartner. Selskapet forsøkte for noen år tilbake å etablere seg som en reell konkurrent til Joh-System og Engrospartner uten å lykkes. Tilsynets vurdering er derfor at Servicegrossistene heller ikke etter ervervet har responsmuligheter til å overta servicehandelskundene dersom Joh-System øker prisene.

Konkurransetilsynet finner på denne bakgrunn at gjennomføringen av ervervet vil føre til at Joh-System får økt markedsrett, og at de etablerte konkurrentenes responsmuligheter ikke er tilstrekkelige til å hindre at Joh-System kan utøve markedsrett.

Vi vil i det følgende vurdere om kjøperrett eller eventuelt sterk potensiell konkurranse i tilstrekkelig grad vil gjøre det ulønnsomt for Joh-System å utøve markedsrett.

5.2 Kunder og kjøperrett

Kjøperrett kan til en viss grad begrense mulighetene en dominerende aktør har til å utøve markedsrett. Dersom kundene har betydelig kjøperrett, vil selv ikke et selskap med meget høy markedsandel nødvendigvis kunne utøve vesentlig markedsrett. Kjøperrett kan blant annet ta form av at kunden truer med å bytte leverandør eller med å starte opp egen grossistvirksomhet. Kjøperrett kan brukes til å presse leverandørene både på priser og leveringsbetingelser. Mulighetene til å utøve kjøperrett er blant annet avhengig av kundenes størrelse og markedsposisjon i forhold til leverandøren, og hvor avhengig leverandøren er av kundene som avsetningskanal for sine produkter. For å kunne vurdere servicehandelskjedenes muligheter til å utøve kjøperrett, er det hensiktsmessig å først gi en oversikt over aktørene på detaljistleddet i servicehandelen, samt deres omsetning og markedsandeler.

5.2.1 Kunder

Kundene i servicehandelsmarkedet består av to grupper: bensinstasjoner og kiosker. Bensinstasjonene er i all hovedsak organisert i fire store kjeder. Kjedekonseptene er eid av internasjonale oljeselskaper. Kioskene er også i all hovedsak organisert i kjeder. De tre største kioskkjedene i Norge, Mix, Narvesen og 7-Eleven, er eid av partene i ervervet.

Markedsandeler i servicehandelen⁹

Selskap	Oms. i millioner kr.	Markedsandel i prosent i 2002
<i>Bensinstasjoner</i>	8 695	
Shell	2 403	14,6
Statoil	2 403	14,6
Detaljhandel		
Esso	1 922	11,6
Hydro Texaco	1 547	9,4
Best	420	2,5
<i>Kiosker</i>	7 803	
MIX	2 994	18,1
Narvesen	2 447	14,8
Øvrige	1 110	6,8
7 – Eleven	864	5,2
Gyda	388	2,3
<i>Totalt</i>	16 498	100

Tabellen gir en oversikt over kundenes markedsandeler på detaljistleddet i servicehandelsmarkedet. Utsalgsstedene i kategorien «øvrige» består av mindre kioskkjeder som Butikkringen, kiosker knyttet til ICA Norge og Coop og uavhengige kiosker. Norgesgruppen har overfor tilsynet opplyst at mange uavhengige kiosker benytter seg av Storcash-enhetene, der de kjøper varene kontant og selv står for frakten frem til utsalgsstedet.

5.2.2 Kjøperrett

⁹ Kilde: AC Nielsen - Servicehandelsrapporten 2002.

Muligheten til å utøve kjøpermakt påvirkes av hvor avhengig fullsortimentsgrossistene er av å få leveringskontrakter med servicehandelskjedene. Ettersom engrosvirksomhet preges av lave marginer per enhet, er grossistene avhengige av å ha et betydelig kundegrunnlag og store omsetningsvolum for å kunne skape lønnsomhet. Servicehandelskjedene kan derfor bruke sitt forretningsvolum til å oppnå gode betingelser. I tillegg er flere av kundene i servicehandelen del av internasjonale selskaper, som driver servicehandelsvirksomhet i andre land. Disse kundene har derfor kjennskap til internasjonale priser på produkter og tjenester fullsortimentsgrossistene tilbyr. Sammen med at enkelte av kjedene hver for seg kan forhandle med store forretningsvolum, utelukker ikke tilsynet at enkelte av de større kundene kan ha en viss kjøpermakt.

Mulighetene til å utøve kjøpermakt er i stor grad avhengig av at kundene har mulighet til å spille de ulike leverandørene ut mot hverandre for å oppnå bedre pris- og leveringsbetingelser. Dersom Joh-System skulle bli den eneste reelle fullsortimentsgrossisten i markedet, mister kundene i servicehandelen mulighetene til å innhente konkurrerende pristilbud og leveringsvilkår fra andre grossister. Uten alternative fullsortimentsgrossister vil kundene ha begrenset kjøpermakt. Dersom ICA Menys planlagte etablering som servicehandelsgrossist lykkes, vil imidlertid servicehandelskundenes muligheter til å spille aktørene ut mot hverandre kunne bedres noe på sikt.

Ettersom Joh-System vil få en svært dominerende stilling i markedet dersom ervervet gjennomføres, finner Konkurransetilsynet at servicehandelskundene kun i begrenset grad vil kunne utøve kjøpermakt som balanserer selgermakten.

5.3 Etableringsmuligheter og potensiell konkurranse

Dersom det er enkelt for nye aktører å etablere seg i markedet, kan dette forhindre selv en dominerende aktør i å utøve markedsrett. Det er derfor nødvendig å foreta en nærmere vurdering av etableringsvilkårene i markedet.

Etableringsvilkår er en samlebetegnelse på alle de forhold og betingelser som en nyetablerende bedrift står overfor i en konkret etableringssituasjon. Etableringsvilkårene avgjør den potensielle konkurransen fra aktører som ikke er etablert i det relevante markedet.

Nedenfor ser vi først på de konkrete etableringshindringene i markedet. Deretter vurderes det potensielle konkurranstrykket fra aktører i tilgrensende markeder.

5.3.1 Etableringshindringer

Høringsrunden tilsynet har gjennomført, viser at det er en del hindre forbundet med å etablere seg som grossist til servicehandelen. For det første vil det være store kostnader forbundet med investeringer i produksjonsutstyr, slik som bygging, eventuelt leie, av lagre, med blant annet egen kjø- og fryseavdeling, innkjøp eller leie av biler som er tilpasset leveransevolumene til servicehandelen og anskaffelse av andre driftsmidler. Det vil også påløpe store kostnader forbundet med etableringen av et effektivt distribusjonssystem, herunder etableringen av elektroniske systemer for effektiv håndtering av bestillings-, fakturerings- og betalingsfunksjoner. I og med at servicehandelen i stor grad består av landsdekkende kiosk- og bensinstasjonskjeder, er det dessuten en forutsetning at aktøren kan tilby et landsdekkende distribusjonsnett.

Et annet betydelig etableringshinder for en nyetablerer, er å oppnå et tilstrekkelig kundegrunnlag og forretningsvolum til at stordriftsfordelene ved virksomheten kan realiseres. Det er betydelige stordriftsfordeler forbundet med etablering og drift av et landsdekkende distribusjonssystem for engrosleveranser av kiosk- og dagligvarer til servicehandelen. Stordriftsfordelene knytter seg blant annet til at store salgsvolum gir bedre utnyttelse av logistikk- og distribusjonskapasitet. I tillegg kan faste kostnader ved etableringen av elektronisk infrastruktur fordeles på flere enheter med

tiltagende salgsvolum. Med sin høye markedsandel vil Joh-System kunne ha omfattende stordriftsfordeler.

Et stort forretningsvolum er videre nødvendig for at grossisten skal kunne tilby kundene konkurransedyktige innkjøpsbetingelser. Dagligvareleverandørene gir i dag betydelige forsterkningsrabatter til de fire store innkjøpsgrupperingene: NorgesGruppen, ICA Norge, Coop og Reitangruppen. Slike rabatter omtales også som industrirabatter. Joh-System har anført at servicehandelskjedene har fullt innsyn i de totale rabatter Reitangruppen eller Joh-System oppnår. Ifølge opplysninger tilsynet har innhentet fra kunder er dette ikke riktig. Forsterkningsrabattene er i dag de største og viktigste rabattene for dagligvareaktørene, og disse rabattene har grossistenes kunder eller konkurrenter normalt ikke innsikt i. For en del varer utgjør denne rabatten mer enn hele distribusjonsgodtgjørelsen til fullsortimentsgrossistene. For å kunne tilby konkurransedyktige innkjøpspriser, er det derfor av vesentlig betydning å enten være tilknyttet en av de fire store innkjøpsgrupperingene eller å selv kunne forhandle med et betydelig forretningsvolum. For eksempel har Engrospartners ^[10]

At et visst kundegrunnlag er nødvendig for å kunne bli en konkurransedyktig servicehandelsgrossist er også fremhevet av partene. De anslår at et volum på 1 milliard kroner vil være tilstrekkelig for å fremforhandle gode nok innkjøpsbetingelser med leverandørene, og for å kunne hente ut stordriftsfordelene innen distribusjon og logistikk. Høringsinstansene bekrefter også at en såkalt kritisk masse er nødvendig for å overleve i markedet. Anslagene varierer i intervallet 1 til 2 milliarder kroner.

Størrelsen på kundene i servicehandelsmarkedet er slik at et nyetablert selskap må inngå leveranseavtaler med *flere* kjeder for å oppnå et tilstrekkelig omsetningsvolum. Ettersom flere av servicehandelskjedene allerede har langsiktige kundeforhold med Joh-System, kan det være vanskelig for nye aktører å få tilgang til det kundegrunnlag som er nødvendig for at en etablering skal være lønnsom. Samtidig med ervervet har partene inngått leveranseavtaler som innebærer at Narvesen og 7-Eleven ^[11]. Videre vil Mix, som er en del av NorgesGruppen, være en uaktuell kunde for potensielle konkurrenter. Det innebærer at en ny grossist i en lang periode bare vil kunne konkurrere om den mindre kioskkjeden Gyda og bensinstasjonskjedene. To av bensinstasjonskjedene har allerede i dag et kundeforhold med Joh-System. Tilgangen på kunder for nye aktører vil dermed utgjøre et betydelig etableringshinder. Dette er også trukket frem som en bekymring av de andre aktørene i markedet.

Kundenes kostnader forbundet med bytte av hovedgrossist kan også fungere som etableringshinder for nye aktører. Dette kan være kostnader forbundet med investeringer i felles elektroniske løsninger, slik som betalings- og bestillingssystem, som enten ikke kan brukes ved bytte av fullsortimentsgrossist, eller som det vil medføre betydelige kostnader å gjøre kompatibelt med IT-systemet til en ny grossist. Denne typen byttekostnader kan virke innelåsende og føre til at kunder ikke bytter grossist selv om en ny aktør skulle tilby konkurransedyktige betingelser.

Konklusjon

Behovet for et stort omsetningsvolum for å kunne hente ut stordriftsfordeler, eksisterende og fremtidige bindinger mellom Joh-System og ulike servicehandelskjeder, samt byttekostnader, utgjør etter tilsynets vurdering betydelige etableringshindringer i det relevante markedet. Den høye risikoen for at en etablering mislykkes, kombinert med betydelige kostnader knyttet til en nyetablering, gjør at etablering av nye aktører i markedet er mindre sannsynlig.

¹⁰ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

¹¹ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

5.3.2 Potensiell konkurranse

Nyetableringer i et marked kommer i mange tilfeller fra aktører som driver tilsvarende virksomhet i produktmessig eller geografisk tilgrensende markeder. Deres kunnskap, produksjonsfasiliteter eller eksisterende infrastruktur kan gjøre at etableringskostnadene er lavere, enn for nykommere som må etablere seg helt fra bunnen av. Etablering fra aktører i tilstøtende markeder kalles ofte for tilbudssubstitusjon. For at en bedrift skal kunne utføre tilbudssubstitusjon, må den innenfor en kort tidsperiode, og uten større investeringer, være i stand til foreta etablering ved utstrakt bruk av selskapets eksisterende produksjonsutstyr.

Tilsynet har undersøkt, både blant dagligvaregrossister, storhusholdningsgrossister og distribusjons- og logistikkelskaper, i hvilken grad servicehandelsgrossistene er utsatt for potensiell konkurranse. Det sentrale har vært å få kartlagt hvilket potensielt konkurranstrykk aktørene utgjør, nærmere bestemt hvilke hindringer, muligheter og strategier det enkelte selskap har i forhold til en eventuell etablering i markedet.

Potensiell konkurranse fra dagligvaregrossistene

De siste 10-15 årene har det foregått en betydelig bransjeglidning mellom servicehandelen og dagligvarehandelen. Dette innebærer at vareutvalget i servicehandelsutsalgs og dagligvareutsalg blir stadig mer sammenfallende. Mange kjeder innen servicehandelen tilbyr nå et visst sortiment av dagligvarer, slik som brød, melk, pålegg og kjøtt, mens de tidligere kun førte typiske kioskvarer som sjokolade, snacks og brus. Samtidig selges typiske kioskprodukter også i dagligvarehandelen. Bransjeglidningen har trolig redusert forskjellene mellom det å være grossist til servicehandelen og til dagligvaremarkedet, i og med at dagligvaregrossistene i stor grad allerede fører det vareutvalget servicehandelen etterspør.

På tross av at dagligvaregrossistene fører en stor del av vareutvalget servicehandelskjedene etterspør, bruker verken ICA Norge, Reitangruppen eller Coop Norge sitt distribusjonsapparat innen dagligvarehandelen til å foreta leveranser til servicehandelsmarkedet. Flere av aktørene i dagligvarehandelen og kundene i servicehandelen har opplyst at årsakene til dette er forskjeller i blant annet størrelsen på leveransene og leveringshyppighet til utsalgsstedene, vareutvalg og kjøretøyer. Særlig er det blitt fremhevet at små leveranser av hvert produkt gjør, at servicehandelsgrossistene må foreta plukking og sammensetning av vogner som leveres til hver enkelt detaljist i servicehandelen. Dagligvaredetaljistene bestiller i større grad ubrutte paller av hvert produkt. Flere aktører mener det vil være kostbart å innføre plukking og plukkesløyfer i et system som hovedsakelig er basert på distribusjon av hele paller. Dette anses for å være en ineffektiv og lite egnet måte å drive grossistvirksomhet på.

I tillegg til Joh-System er det tre dagligvaregrossister i Norge: Reitangruppen, ICA Norge og Coop. I prinsippet vil alle disse tre kunne utføre tilbudssubstitusjon og etablere seg som servicehandelsgrossist. Dersom ervervet gjennomføres, vil imidlertid Reitangruppen trekke seg ut av markedet som servicehandelsgrossist. På grunn av konkurranseklausulen i transaksjonsavtalen punkt 7.1 vil Reitangruppen ikke kunne reetablere seg i dette markedet i en periode på [12].

Coop Norge har uttalt overfor tilsynet at det ikke er aktuelt å etablere seg som grossist til servicehandelen. Coop forsøkte imidlertid å etablere egen grossistvirksomhet i storhusholdningsmarkedet for noen år siden, gjennom selskapet Coop Link. For to år siden valgte konsernet å legge ned Coop Link. Problemet var at selskapet ikke oppnådde leveringsavtaler med noen av de store kundene, noe som er en forutsetning for rasjonell drift i dette markedet. Dette førte til at virksomheten gikk med vedvarende underskudd. Noe av årsaken til at Coop mislyktes i storhusholdningsmarkedet, var at både logistikk og samarbeidet med kundene skilte seg betydelig fra Coops basisvirksomhet, dagligvarehandel. Forsøket på å integrere de to driftsenhetene fungerte

¹² Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

derfor ikke. Fortsatt satsning som grossist i storhusholdningsmarkedet ville ifølge Coop ha krevd en egen driftsenhet, og trolig en egen organisasjon. Coop var ikke villige til å ta de betydelige investeringene dette ville innebære. Selskapet har understreket at disse erfaringene gjør at en etablering som grossist til servicehandelsmarkedet er svært usannsynlig. Tilsynet legger derfor til grunn at det ligger utenfor Coop Norges strategi å operere som servicehandelsgrossist. Selskapet er følgelig ikke en potensiell konkurrent.

ICA Norge vil benytte sin storhusholdningsgrossist ICA Meny ved en etablering som servicehandelsgrossist. Potensiell konkurranse fra ICA Norge vil derfor omtales nedenfor under punktet om potensiell konkurranse fra storhusholdningsgrossister.

Etter Konkurransetilsynets vurdering er derfor den potensielle konkurransen fra dagligvaregrossistene svak.

Potensiell konkurranse fra storhusholdningsgrossistene

Kundene i storhusholdningsmarkedet omfatter mange ulike typer virksomheter. En del storhusholdningsbedrifter, hovedsakelig de som driver med raske måltidsløsninger, som pizzarestauranter og gatekjøkken, møter i økende grad konkurranse fra servicehandelen når det gjelder såkalte varme måltidsløsninger. Varme måltidsløsninger utgjør en stadig større andel av servicehandelskjedenes omsetning, noe som trolig har gjort det enklere for storhusholdningsgrossistene å etablere seg som grossist også til servicehandelen. En storhusholdningsgrossist vil allerede ha de produktene i sitt sortiment som servicehandelskjedene etterspør for å kunne lage varme måltidsløsninger. For å kunne tilby hele varespekteret servicehandelskjedene etterspør fra fullsortimentsgrossistene, vil storhusholdningsgrossistene imidlertid måtte utvide sitt sortimentet med typiske kioskvarer som sukkervarer og snacks, og dagligvarer i forbrukerpakninger. I tillegg kan det være nødvendig å utvide tilbudet av logistikk- og distribusjonstjenester for å kunne dekke servicehandelskjedenes spesifikke behov.

I Norge har storhusholdningskundene tre grossister å velge mellom: Joh-System, ICA Meny og Servicegrossistene.

Høringssvarene fra flere servicehandelskunder gir uttrykk for at Servicegrossistene ikke utgjør et reelt alternativ til leveranser fra Joh-System eller Engrospartner. Hovedgrunnene til dette er at Servicegrossistene oppnår vesentlig dårligere innkjøpsbetingelser på de typiske kioskvarene, og at selskapet ikke kan tilby tilsvarende logistikk- og distribusjonssystem som Joh-System og Engrospartner. Flere av kundene har derfor opplyst om at de vanskelig kan se for seg at Servicegrossistene kan bli en konkurransedyktig servicehandelsgrossist. Servicegrossistene har også selv uttalt at selskapets forsøk på å få bedre fotfeste i markedet har mislyktes. Tilsynet anser det av den grunn som lite sannsynlig at Servicegrossistene vil kunne etablere seg som en fullsortiments grossist til servicehandelen.

ICA Meny tar sikte på å etablere seg som servicehandelsgrossist i 2004. ICA Meny ønsker i første omgang å ta over fullsortimentsleveransene til Statoil Detaljhandel. Statoil Detaljhandel sa opp leveranseavtalen med Engrospartner allerede før ervervet av Engrospartner fant sted. ICA Meny har i sin høringsuttalelse og i møte med tilsynet, uttalt at selskapet trolig kommer til å tilby leveranser også til andre kunder i servicehandelsmarkedet. Det er imidlertid usikkerhet knyttet til tidspunktet for en eventuell ekspansjon.

Dersom ICA Meny overtar leveranseavtalen med Statoil Detaljhandel, vil selskapet få en markedsandel innen fullsortimentsleveranser til servicehandelen på ca. 15 prosent. Foreløpig foreligger det ingen leveranseavtale mellom de to selskapene. Det er også mulig at Best Stasjon vil inngå leveranseavtale med ICA Meny. Det vil i så fall bety at selskapet vil kunne få et kunde grunnlag tilsvarende en markedsandel på 17 prosent.

Ettersom ICA Meny i dag er en del av et konsern som driver grossistvirksomhet både til dagligvarehandelen og storhusholdningsmarkedet, har selskapet allerede innkjøpsavtaler med hovedtyngden av leverandørene av de produkter som er nødvendig for å være fullsortimentsgrossist til servicehandelen. Videre legger selskapet opp til å bruke det samme transport- og logistikksystemet som per i dag brukes til å betjene storhusholdningsmarkedet.

Dersom etableringsplanene blir gjennomført og endelig avtale inngås med Statoil Detaljhandel, vil ICA Meny være etablert som servicehandelsgrossist i løpet av 2004. Etter tilsynets vurdering vil det imidlertid fortsatt være usikkerhet knyttet til om ICA Meny vil kunne fungere som et konkurransedyktig alternativ for andre kunder i servicehandelen, og om selskapet vil oppnå et tilstrekkelig kundegrunnlag for lønnsom drift.

Potensiell konkurranse fra distribusjons- og logistikkelskaper

Av punkt 3.1 fremgår det at enkelte kjeder i servicehandelen selv tar seg av en stor del av innkjøpsforhandlingene direkte med leverandørene, uten å gå gjennom grossist. Partene hevder at det i disse tilfellene ligger til rette for at transport- og logistiktjenestene kan legges ut på anbud til distribusjons- og logistikkelskaper.

I den forbindelse har tilsynet gjennomført en høringsrunde der de store distribusjons- og logistikkelskapene i Norge er blitt spurt om deres vilje og evne til å gå inn i markedet for grossisttjenester til servicehandelen. Selskapene tar i dag enkelte rene transportoppdrag for grossister til dagligvare- og servicehandelen, mens grossistene selv tar seg av øvrige logistiktjenester. Engrospartner benyttet seg for eksempel av en slik løsning. De fleste logistikk- og distribusjonsselskapene uttaler imidlertid at det er lite aktuelt å omstille seg til å utføre hele spekteret av tjenester for kundene i servicehandelen, altså i konkurranse med fullsortimentsgrossistene. Det er flere årsaker til dette. Det er spesielle temperaturkrav ved lagring og frakt av en del av de næringsmidler som servicehandelen etterspør (kjøl/frys). Det vil påløpe store investeringskostnader ved bygging eller leie av lagre som kan håndtere ulike temperaturer, og som tilfredsstiller andre spesielle krav. I tillegg må kjøretøyer tilpasses, eller kjøpes inn, for å kunne frakte temperaturfølsomme varer. Videre vil innføring av spesialiserte datasystemer og terminaler og en organisasjon med nødvendig kompetanse kreve store investeringer. Dette vil i stor grad måtte bygges opp fra grunnen av i forhold til den virksomheten distribusjons- og logistikkelskapene driver i dag.

Det er store forskjeller på dagens rutenett, og rutenettet selskapene vil måtte tilpasse seg innen servicehandelen. Servicehandelen består av en lang rekke utsalgssteder hvor leveransene består av relativt små volum. Det vil by på store utfordringer å koordinere transportbehovene og å oppnå en kontrollert vareflyt gjennom alle ledd i transportkjeden. Et selskap påpeker at det vil bli en betydelig overgang i forhold til dagens virksomhet når flere biler må laste mindre partier hos flere vareleverandører for å fylle én transportenhet til ett område.¹³

Selskapene er avhengige av å få hånd om en så stor andel av markedet, og avtalene må være såpass langsiktige, at volumet forsvaret de store investeringene som er nødvendige i administrasjon, transportmateriell, rutenett, terminaler og IT-system. Distribusjons- og logistikkelskapene opplyser at de med dette neppe vil være konkurransedyktige i kampen om servicehandelskundene. Det er derfor ikke en del av disse selskaperes strategi å bli konkurrenter til Joh-System i det relevante markedet.

Kombinasjonen av relativt små volum og høye krav til service og spesialisert transportteknologi, vil gjøre en omstilling for kostbar. Tilsynet legger derfor til grunn at det er lite sannsynlig at

¹³ I høringssvar fra DHL International AS av 8. januar 2004.

distribusjons- og logistikksselskapene vil utføre andre tjenester enn rene transportoppdrag for aktørene i servicehandelen.

Konklusjon

På bakgrunn av ovennevnte vurderer tilsynet den potensielle konkurransen som svak. Det gjelder både fra storhusholdnings- og dagligvaregrossister og fra distribusjons- og logistikksselskaper.

5.4 Virkninger av ervervet på detaljistledet i servicehandelen

For kundene på detaljistledet i servicehandelen vil ervervet medføre at det blir færre fullsortimentsgrossister å velge mellom. Dette kan som nevnt føre til at detaljistene i servicehandelen må betale høyere priser eller at distribusjonsgodtgjørelsene øker. I tillegg kan det bli et mer standardisert produktutvalg i kiosker og bensinstasjoner. Det kan heller ikke utelukkes at den svekkede konkurransen kan få innvirkning på kvalitet og omfang av tjenestetilbudet.

Et betydelig kundegrunnlag og høye omsetningsvolum er som nevnt nødvendig for å kunne hente ut stordriftsfordelene forbundet med oppbygging av et landsdekkende logistikk- og distribusjonssystem på grossistledet. Det å kunne beholde de store servicehandelskjedene som kunder, vil derfor være av vesentlig betydning for at fullsortimentsgrossistene skal oppnå størst mulig lønnsomhet. Det kan ikke utelukkes at servicehandelskjeder med markedsandeler av en viss betydning (eksempelvis bensinstasjonskjedene) kan påvirke grossistene til å gi mindre konkurrenter dårlige innkjøps- og leveringsbetingelser, slik at deres konkurransekraft blir vesentlig svekket, eller at de i ytterste konsekvens kan bli presset ut av markedet. Mulighetene for en slik påvirkning er tilstede blant annet som følge av at NorgesGruppen er etablert både på grossist- og detaljistledet i markedet. Det er større fare for at en slik negativ effekt på konkurransen vil inntreffe dersom markedet for fullsortimentsleveranser til servicehandelen skulle bli nærmest monopolisert. Dersom det finnes gode alternative leveringskilder vil små aktører normalt kunne oppnå konkurransedyktige pris- og leveringsbetingelser.

Gjennom leveranseavtalene mellom Joh-System og Narvesen og 7-Eleven vil Joh-System bli fullsortimentsgrossist også til disse kioskkjedene. Narvesen og 7-Eleven vil på grunn av sin størrelse og posisjon i markedet bli viktige kunder for Joh-System. Det kan ikke utelukkes at de økonomiske bindingene som etableres kan redusere viljen og insentivene Narvesen/7-Eleven og Mix har til å konkurrere mot hverandre på detaljistledet i servicehandelen. Hensynet til å beholde et godt kunde- og leverandørforhold, kan medføre at selskapene ikke alltid vil benytte aggressive konkurransestrategier mot hverandre. Servicehandelen bærer allerede preg av betraktelig mindre priskonkurranse enn dagligvarehandelen. Fra et samfunnsøkonomisk synspunkt vil det være uheldig om konkurransen dempes ytterligere.

5.5 Oppsummering av konkurranseanalysen

Ervervet medfører at markedet for fullsortiments grossistleveranser til servicehandelen, som i utgangspunktet er meget konsentrert, blir ytterligere konsentrert. ICA Menys etablering vil kunne gjenopprette en viss konkurranse i markedet. Det er imidlertid usikkerhet knyttet til hvorvidt ICA Meny blir et konkurransedyktig alternativ, og om selskapet vil ha tilstrekkelig kapasitet til å betjene andre kunder enn Statoil Detaljhandel på kortere sikt. Selskapet vil trolig også være avhengig av et betydelig kundegrunnlag for at etableringen skal bli lønnsom på sikt.

Ut fra opplysninger tilsynet har mottatt hadde ICA Meny planer om å etablere seg som servicehandelsgrossist uavhengig av ervervet av Engrospartner. Det betyr at dersom ervervet ikke hadde funnet sted, ville strukturen blitt endret fra et marked med to konkurrenter og én aktør som utgjorde sterk potensiell konkurranse, til et marked med tre konkurrenter men med svak potensiell konkurranse. Uavhengig av om ICA Meny etablerer seg eller ikke medfører ervervet derfor en betydelig konsentrasjonsøkning.

Den øvrige potensielle konkurransen vurderer tilsynet som svak. Det gjelder både fra andre storhusholdnings- og dagligvaregrossister og fra distribusjons- og logistikkelskaper. De aktuelle selskapene har gitt uttrykk for at det ikke er aktuelt å etablere seg som servicehandelsgrossister. Det er i den forbindelse fremhevet en rekke faktorer som kan føre til at en etablering mislykkes. Coops mislykkede etableringsforsøk innen storhusholdning er et godt eksempel på at tilbudssubstitusjon ikke uten videre lar seg gjennomføre.

Tilsynets samlede vurdering er at konkurransen som følge av ervervet blir vesentlig begrenset, og at Joh-System får økt markedsrett. Den potensielle konkurransen og kundenes kjøperrett anses ikke som tilstrekkelig til å motvirke de konkurransekadelige virkningene av ervervet. Dersom ICA Meny av ulike grunner bare vil kunne utøve et begrenset konkurransestrykk, vil kundenes mulighet til å spille grossistene ut mot hverandre nærmest forsvinne.

5.6 Anførsel om at Engrospartner uansett vil tre ut av markedet

Partene hevder at ervervet uansett ikke vil medføre en vesentlig begrensning av konkurransen, fordi Engrospartner uavhengig av ervervet ville ha trukket seg ut av markedet, enten gjennom en nedskalering til kun å betjene kundene innad i Reitangruppen (Narvesen og 7-Eleven) eller ved å legge ned hele virksomheten. Begrunnelsen for dette er ifølge partene strategiske beslutninger knyttet til Reitangruppens virksomhet og at Statoil Detaljhandel har sagt opp sine leveringsavtaler med Engrospartner.

Når Konkurransetilsynet vurderer et bedriftservervs konkurransemessige virkninger, sammenlignes konkurranseforholdene etter ervervet med konkurranseforholdene uten ervervet. Utgangspunktet for denne vurderingen er de faktiske konkurranseforholdene på ervervstidspunktet. Dette skyldes den usikkerhet det vil være om fremtidig konkurranseutvikling, blant annet som følge av de endrede insentivene selve inngrepet vil medføre for partene. Ved vurderingen av markedskonsentrasjonen i denne saken, har Konkurransetilsynet tatt hensyn til sannsynlige endringer i markedsandelene til Engrospartner, se vedtakets punkt 4 om markedsandeler og konsentrasjon.¹⁴ Spørsmålet er om Engrospartners påstand om at de uansett ville ha gått ut av markedet, skal tas hensyn til ved vurderingen.

Det følger av Konkurransetilsynets praksis og EF-retten at dersom det oppkjøpte foretak er i en slik økonomisk stilling at videre drift ikke er mulig, vil ikke ervervet av foretaket nødvendigvis føre eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen. I disse tilfellene kan det argumenteres for at konkurransen uansett vil være den samme om ervervet gjennomføres eller ikke. Dette argumentet omtales ofte som falllittbedriftsforsvaret. Kravene for når et foretak kan antas å være en falllittbedrift er strenge. Tilsynet kan ikke se at noen av vilkårene er oppfylt i denne saken. Tilsynet kan heller ikke se grunnlag for at falllittbedriftsforsvaret utvides til å omfatte en virksomhet som vil ut av markedet av andre grunner enn de strenge vilkårene som er oppstilt i praksis.

På bakgrunn av partenes anførsler vil tilsynet likevel gi enkelte merknader til de alternative situasjoner som kan oppstå dersom salget til Joh-System ikke gjennomføres, og vurdere de ulike alternativene opp mot virkningene av at ervervet gjennomføres.

Engrospartner har overfor tilsynet beskrevet en løsning der selskapet kun opererer som distributør til servicehandelskjedene internt i Reitangruppen (Narvesen og 7-Eleven.) Selskapet må da tilpasse virksomheten til et lavere forretningsvolum for å oppnå lønnsomhet. Servicehandelen er en bransje

¹⁴ Dette er i samsvar med punkt 9 i Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner.

i vekst.¹⁵ Det betyr at Engrospartner også som intern distributør kan oppleve en betydelig vekst over tid.

Konkurransemessig er denne situasjonen klart å foretrekke fremfor at ervervet blir gjennomført. Som ren intern distributør vil Engrospartner fortsatt være en aktør i markedet, som besitter eget lager og egne systemer for transport og ordrebehandling, og vil fortsatt kunne tilby betingelser knyttet til Reitangruppens samlede innkjøpsstyrke. Dermed vil selskapet på kort varsel og med mindre investeringer kunne reetablere seg som distributør også for andre eksterne kunder¹⁶. På denne måten vil Engrospartner være en potensiell konkurrent som representerer et sterkt konkurransetrykk.

Ved en nedleggelse av Engrospartner vil Reitangruppen måtte inngå avtale med en ekstern fullsortimentsgrossist for leveranser til sine servicehandelskjeder Narvesen og 7-Eleven. En nedleggelse kan dermed gi enkelte av de samme konkurransemessige virkningene som en godkjenning av ervervet, spesielt dersom det etter nedleggelse inngås leveranseavtaler med Joh-System.

Etter Konkurransetilsynets oppfatning vil de konkurransebegrensende virkningene knyttet til en nedleggelse uansett være mindre enn konkurransebegrensningene forbundet med en gjennomføring av ervervet. Det er rimelig å anta at varigheten på leveringsavtalene blir redusert i forhold til de foreliggende avtalene som er inngått samtidig med ervervet. Årsaken er at Joh-System da ikke kan kreve sikkerhet, i form av sikre avsetningsmuligheter for den investeringen det er å kjøpe Engrospartner. I tillegg vil konkurranseklausulen knyttet til ervervet bortfalle. Disse to faktorene gjør at Reitangruppen vil ha vesentlig bedre muligheter til å reetablere seg som servicehandelsgrossist dersom ervervet forbys og Engrospartner legges ned, enn dersom ervervet godkjennes. Kortere leveranseavtaler gjør også at Narvesen og 7-Eleven, som utgjør ca. 20 prosent av markedet, bindes opp til den dominerende aktøren i markedet for en kortere tidsperiode enn hva som er tilfelle ved en godkjenning av ervervet. Konkurransetilsynet anser imidlertid nedleggelse for å være et lite sannsynlig utfall. Ved en nedleggelse av Engrospartner vil Reitangruppen ikke få realisert verdiene i selskapet.

En annen mulighet er at Engrospartner selges til en annen aktør enn Joh-System. Reitangruppen har tidligere vært i samtaler med ICA om et mulig salg av Engrospartner. Disse samtalene førte av ulike årsaker ikke frem. Tilsynets vurdering er imidlertid at det er sannsynlig at det finnes alternative kjøpere til selskapet. Salg av Engrospartner til tredjemann vil være en bedre konkurransemessig løsning enn at Joh-System overtar selskapet. En hvilken som helst annen kjøper vil mest sannsynlig bidra til at markedsandelene blir jevnere fordelt, og at Joh-System får en mindre dominerende stilling i markedet.

Konkurransesituasjonen forbundet med hver av de ovennevnte situasjonene, vil etter tilsynets vurdering være vesentlig bedre enn konkurranse situasjonen dersom ervervet gjennomføres.

6 Samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster

Selv om et bedriftserverv fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, kan Konkurransetilsynet ikke gripe inn mot ervervet hvis dette ikke samtidig er i strid med lovens formål. Lovens formål er å sørge for effektiv bruk av samfunnets ressurser ved å legge til rette for virksom konkurranse.

¹⁵ Total omsetning økte ifølge AC Nielsen med 5,1 % fra 2001 til 2002. Servicehandelen er en bransje med betydelig vekstpotensiale, og det er spådd en årlig økning på ca. 3,7 % de nærmeste årene.

¹⁶ De kundene som ikke er eiermessig integrert med noen av servicehandelsgrossistene.

Dette kravet innebærer at Konkurransetilsynet ikke kan gripe inn mot et erverv som vil føre til samfunnsøkonomiske kostnadsbesparelser, effektivitetsgevinster, som er større enn det samfunnsøkonomiske tapet som oppstår ved at ervervet begrenser konkurransen. Det sentrale er altså om ervervet medfører effektivitetsgevinster som kan oppveie tapet som følge av konkurransebegrensningen.

For det første må det klargjøres om eventuelle bedriftsøkonomiske effektivitetsgevinster også vil være samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster. For eksempel regnes stordriftsfordeler, rasjonaliseringsgevinster og samproduksjonsfordeler som slike gevinster. Det må imidlertid dreie seg om nettogevinster for partene. Bedriftsøkonomiske kostnadsbesparelser som medfører et tilsvarende tap for andre innenlandske aktører, regnes ikke som samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster. Gevinstene må videre komme som en følge av ervervet. Dersom det er sannsynlig at gevinstene kunne blitt realisert uavhengig av ervervet, vil de ikke bli tatt hensyn til.

6.1 Partenes anførsler om effektivitetsgevinster

[¹⁷]

6.2 Konkurransetilsynets vurdering av effektivitetsgevinstene

Etter tilsynets vurdering er Joh-Systems måte å beregne effektivitetsgevinstene ikke riktig, fordi Joh-System har brukt Engrospartners drift for 2002 som grunnlag for å beregne effektivitetsgevinstene. Engrospartners drift for 2002 inkluderer også kostnadene forbundet med å betjene Statoil Detaljhandel. [¹⁸]. Joh-System kommer trolig ikke til å overta leveransene til Statoil Detaljhandel, og det blir derfor ikke riktig å beregne effektivitetsgevinstene som om dette skulle være tilfelle. Det er for øvrig også usikkerhet knyttet til hvilken fullsortimentsgrossist de andre eksterne kundene til Engrospartner vil benytte seg av fremover, noe som gjør det uklart om Joh-System kan beregne effektivitetsgevinstene som om disse kundene tilfaller selskapet.

Beregningsgrunnlaget som er lagt til grunn får følger for både de påberopte gevinstene ved redusert bemanning, og nedleggelse av Engrospartners lager på Lillestrøm.

6.2.1 Effektivitetsgevinsten av redusert lagerkostnad

I ervervsmeldingen hevdes det at effektivitetsgevinsten vil utgjøre hele leiekostnaden for Engrospartners lager på Lillestrøm, det vil si [¹⁹]. I Joh-Systems tilsvarende svar til Konkurransetilsynets varsel om å forby ervervet, hevdes det at den påberopte effektivitetsgevinsten i forbindelse med nedleggelse av lageret på Lillestrøm er ervervsspesifikk, fordi Engrospartner vil tre ut av markedet uavhengig av ervervet. Joh-System hevder derfor at Konkurransetilsynets begrunnelse for å se bort fra deler av denne gevinsten faller bort.

¹⁷ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

¹⁸ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

¹⁹ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

Tilsynets anser det som sannsynliggjort at ervervet vil føre til en effektivitetsgevinst som følge av redusert lagerkostnad, men at effektivitetsgevinsten er mindre enn det som hevdes i ervervsmeldingen. Den ervervsspesifikke gevinsten er vurdert til å utgjøre kostnaden av å leie et lager- og administrasjonsbygg som er nødvendig for å betjene alle Engrospartnerne kunder bortsett fra Statoil Detaljhandel, det vil si en samlet omsetning på ca.[²⁰]. Statoil Detaljhandels omsetning skal ikke regnes med ettersom leveransene til selskapet sannsynligvis blir overtatt av ICA Meny og ikke av Joh-System, jf. punkt 5.4.2 om potensiell konkurranse fra storhusholdningsgrossistene. Med bortfall av [²¹]av forretningsvolumet hadde Engrospartner måttet finne seg et mindre lager som var tilpasset en omsetning på ca.[²²]. Kostnadsbesparelsen av en slik nedskalering vil ikke være ervervsspesifikk.²³

[²⁴]

6.2.2 Redusert bemanning

[²⁵]

6.2.3 Mer effektiv transport

I ervervsmeldingen grunngis gevinsten av mer effektiv transport med at Joh-System, som følge av et større kundegrunnlag, i gjennomsnitt klarer å fylle bilene sine bedre opp enn Engrospartner, og at selskapet som følge av flere kunder på hver kjørerute til sammen vil frakte varene færre kilometer. Tilsynet anser det som sannsynlig at det kan realiseres en effektivitetsgevinst som følge av mer effektiv transport i den størrelsesorden Joh-System har anslått.

[²⁶]

²⁰ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

²¹ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

²² Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

²³ Engrospartner sier de har stor ledig kapasitet på sitt lager på Lillestrøm, og at selskapet lagermessig kunne ha betjent et forretningsvolum på [Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2] milliarder kroner. Det er også nevnt at selskapet må finne seg nye og mindre lagerlokaler dersom Engrospartner skal drives videre.

²⁴ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

²⁵ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

²⁶ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

6.3 Beregning av det samfunnsøkonomiske tapet

Gjennom ervervet får Joh-Systems vesentlig høyere markedsandeler og markedet blir betydelig mer konsentrert. Kombinert med at den potensielle konkurransen er svak og at servicehandelskjedene har begrenset kjøpermakt i forhold til Joh-System, legges forholdene til rette for at Joh-System kan utøve markedsrett. I første rekke gir dette Joh-System muligheter til å heve prisene på grossisttjenester.

Joh-System har i brev av 10. mars 2004 gitt et grovt anslag over effektivitetstapet som følger av ervervet. Tapet baserer seg på en prisøkning på 5 prosent ut fra et totalmarked på 3100 millioner kroner og en driftsmargin på 5 prosent. Tapet summerer seg da til 11,78 millioner kroner. I beregningen er det ikke tatt med noen sløsingandel, eller såkalt slakk.

Konkurransetilsynet understreker at det er knyttet betydelig usikkerhet både i forhold til å estimere de samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinstene og effektivitetstapet.

Det samfunnsøkonomiske tapet oppstår ved at prisøkning fører til lavere etterspørsel. Tilsynet har beregnet det samfunnsøkonomiske tapet ut fra en kvantumsvirkning, en omsetningsvirkning og en sløsingandel. Kvantumsvirkningen angir konsumentenes tap som følge av redusert forbruk. Videre angir omsetningsvirkningen bedriftens tap som følge av at høyere priser fører til redusert omsetning. Disse tapene oppstår fordi prisøkningen fører til lavere produksjon enn det som er samfunnsøkonomisk lønnsomt.

Sløsingandelen angir den del av selskapenes inntektsøkning som blir sløst bort som følge av et svakere konkurranstrykk. Det er vanlig å regne med at et redusert press mot et selskaps inntekter reduserer bedriftens interne press mot kostnadene.²⁷ Dette kan for eksempel gi seg utslag i uheldige samfunnsøkonomiske virkninger som lavere insentiver til rasjonalisering og mindre innovasjon. Desto høyere konsentrasjonen i et marked er, jo svakere vil normalt konkurranstrykket være. Konsentrasjonen i markedet for fullsortimentsleveranser til servicehandelen vil være betydelig, uavhengig av om ICA Meny etablerer seg eller ikke. Dette tilsier at sløsingandelen som legges til grunn bør være høy.

Tilsynet har i varselet lagt til grunn at aktørene i det relevante markedet har en bruttomargin på 10 prosent, det vil si en samlet bruttomargin på 285,1 millioner kroner. Bruttomarginen er betalingen fullsortimentsgrossistene mottar for tjenestene som utføres for kundene. Prisøkningen som er lagt til grunn i beregningen av det samfunnsøkonomiske tapet, er at bruttomarginen økes fra 10 til 12 prosent, noe som omtrent tilsvarer at fullsortimentsgrossistene hever prisene sine med to prosent i forhold til næringens samlede inntekter på 3136 millioner kroner. Videre er det lagt til grunn en driftsmargin på 20 prosent, en priselastisitet på 1 og en sløsingandel på 15 prosent. Driftsmarginen er beregnet som summen av driftsresultat og avskrivninger. Ved beregningen av disse størrelsene har tilsynet lagt til grunn Engrospartners driftsresultat og avskrivninger for 2001, 2002 og 2003 fratrukket inntekt fra salg av telekort.^[28] Avskrivninger vil i alle fall på kortere sikt bare utgjøre en del av de faste kostnadene til en bedrift, slik at den anslåtte driftsmargin derfor må anses som et lavt anslag. Det samfunnsøkonomiske tapet som følge av ervervet er på dette grunnlag beregnet til ca. 24 millioner kroner årlig.

En ekstra inntektskilde for fullsortimentsgrossistene er som nevnt, at de på vegne av servicehandelskjedene i varierende grad tar seg av innkjøpsforhandlingene med dagligvareleverandørene. Om denne inntektskilden hadde blitt regnet med, ville dette sannsynligvis

²⁷ Jf. «Vinning og Tap» av Nils-Henrik M. Von Der Fehr og Lars Sørård.

²⁸ Opplysninger unntatt offentlighet i medhold av offl. § 5a jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

ha økt driftsmarginen og dermed effektivitetstapet. Anslaget tilsynet har regnet ut bør derfor regnes som et nedre anslag for effektivitetstapet.

Konkurransetilsynets vurdering sannsynliggjør at det samfunnsøkonomiske tapet mer enn oppveier de samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinstene av ervervet. Lovens vilkår for inngrep er derfor oppfylt.

7 Konklusjon og vedtak om inngrep

På bakgrunn av vurderingene over er Konkurransetilsynets konklusjon at Joh-Systems erverv av virksomheten i Engrospartner fører til en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med formålet i konkurranseloven § 1-1 om effektiv bruk av samfunnets ressurser. På denne bakgrunn og med hjemmel i konkurranseloven § 3-11, fatter Konkurransetilsynet følgende vedtak:

Joh-System AS' erverv av virksomheten i Engrospartner AS forbys.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 2. april 2009.

Vedtaket kan påklages innen tre uker, jf. forvaltningsloven § 29. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. Det vises til vedlagte skjema om klageadgang.