

Bugge, Arentz-Hansen & Rasmussen Advokatfirma  
Att.: Advokat Helge Stemshaug  
Postboks 1524 Vika  
0117 Oslo

Deres ref.:

Vår ref.: 2006/1875 - 54  
MAB MARY 411.3

Saksbeh.: Malin Rygg

Dato: 16.05.2007

## ■ Vedtak V2007-10 - Findus Norge AS - Gro Industrier AS - konkurranseloven § 16 - inngrep mot foretakssammenslutning

Konkurransetilsynet viser til brev av 30. mars 2007, hvor det ble varslet at Konkurransetilsynet vurderer å gripe inn mot foretakssammenslutningen mellom Findus Norge AS (heretter "Findus") og Gro Industrier AS (heretter "Gro"), Findus' kommentarer til varselet i brev av 25. april 2007, samt øvrig korrespondanse i sakens anledning. Med dette oversendes vedtak om inngrep mot foretakssammenslutningen etter konkurranseloven<sup>2</sup> § 16.

### 1 Innledning

#### 1.1 Sakens bakgrunn

Findus Norge AS undertegnet 29. november 2006 en aksjekjøpsavtale med Bama og Gartnerhallen om erverv av samtlige aksjer i Gro Industrier AS. 30. november 2006 mottok Konkurransetilsynet alminnelig melding om foretakssammenslutningen.

Foretakssammenslutningen var avhengig av godkjenning fra ekstraordinær generalforsamling i Gartnerhallen. Slik generalforsamling ble avholdt 14. desember 2006 og denne gav sin tilslutning til avtalen.

6. desember 2006 påla Konkurransetilsynet fullstendig melding. Det ble avholdt møte mellom Konkurransetilsynet og partene 8. desember 2006 der partene gjorde rede for sitt syn på de konkurranserettslige sider av foretakssammenslutningen. Konkurransetilsynet mottok fullstendig melding om foretakssammenslutningen 19. desember 2007.

6. januar 2007 sendte Konkurransetilsynet brev med forespørsel om informasjon ut til kunder, konkurrenter og andre. Fullstendig melding med tillegg av den alminnelige meldingen var vedlagt brevet. Konkurransetilsynet varslet partene 26. januar 2007 om at inngrep mot foretakssammenslutningen i medhold av konkurranseloven § 16 kunne bli aktuelt.

Det ble avholdt møte med Findus 1. februar 2007 der Findus gjorde rede for sitt syn på de svar Konkurransetilsynet hadde mottatt. Det ble også avholdt møter 21. desember, 5. mars og 19. mars 2007 der Findus redegjorde for og la frem dokumentasjon for sitt syn på effektivitetsgevinstene.

Begrunnet forslag til inngrepsvedtak ble forelagt partene 30. mars 2007. Det ble avholdt møter med partene 11. og 19. april 2007, der partene kom med spørsmål til varselet. Konkurransetilsynet mottok partenes kommentarer til det begrunnede varselet 25. april 2007. De enkelte anførelser vil bli nærmere kommentert fortløpende i vedtaket.

<sup>1</sup> Opplysninger er unntatt offentlighet i medhold av offentlighetsloven av 19. juni 1970 nr. 69 § 5a første ledd, jf. forvaltningsloven av 10. februar 1967 § 13 første ledd nr. 1 og 2. Opplysningene erstattes med skarpe klammer [ ].

<sup>2</sup> Lov 5. mars 2004 nr. 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger.

Konkurransetilsynet mottok som vedlegg til brev av 25. april 2007, et forslag til avhjelpende tiltak, og det ble avholdt møte med partene 7. mai 2007 der partene gjorde nærmere rede for forslaget til avhjelpende tiltak.

Konkurransetilsynet har foretatt undersøkelser blant Findus og Gros kunder og konkurrenter om de foreslåtte avhjelpende tiltak.

## **1.2 Fristberegning**

I henhold til konkurranseloven § 20 tredje ledd må Konkurransetilsynet innen 70 virkedager etter at fullstendig melding er mottatt, legge frem et begrunnet forslag til inngrepsvedtak.

Konkurransetilsynet mottok fullstendig melding den 19. desember 2006 og la 30. mars 2007 frem et begrunnet forslag til inngrepsvedtak i henhold til konkurranseloven § 20 tredje ledd.

Konkurransetilsynet mottok partenes kommentarer til det begrunnede inngrepsforslaget 25. april 2007.

Konkurransetilsynet må i henhold til konkurranseloven § 20 tredje ledd treffe et endelig vedtak senest 15 virkedager etter at Konkurransetilsynet har mottatt partenes uttalelser. Fristen kan imidlertid forlenges med 25 virkedager dersom det er fremsatt et tilbud om avhjelpende tiltak, og partene begjærer en slik fristforlengelse. Partene fremsatte i brev av 25. april 2007 tilbud om avhjelpende tiltak, men begjærte ikke fristforlengelse. Fristen for å fatte vedtak er således 18. mai 2007.

Vedtaket er fattet rettidig.

## **2 Partene i saken**

### **2.1 Findus AS**

Findus Norge AS ("Findus") er et heleid datterselskap av Findus Sverige AB. Findus Sverige AB har virksomhet gjennom datterselskaper i en rekke land, herunder Frankrike, Storbritannia, Finland, Danmark, Ungarn, Tsjekkia, Thailand og Norge. Findus Sverige AB eies av holdingselskapet FoodVest Ltd, som igjen er kontrollert av investeringsfondet CapVest Equity Partners, som er en del av CapVest-gruppen. Gruppens øvrige aktivitet i Norge, i tillegg til Findus Norge AS, er kontroll over selskapet Vaasan & Vaasan Oy, som driver produksjon av bakervarer.

Findus Norge AS er et næringsmiddelselskap som driver virksomhet innen dypfrost mat under varemerket Findus. Sortimentet består av fisk, grønnsaker (inklusive såkalte wok-grønnsaker), potetprodukter, ferdigretter, pizza, kaker og bær. Et produktspekter på cirka [ ] distribueres gjennom dagligvarehandelen. I tillegg har Findus et varesortiment på cirka [ ] som selges til storhusholdningsmarkedet. Selskapet har også noe eksport og salg til matvareindustri, hovedsakelig til søsterselskaper i Norden.

Findus omsatte i 2005 for 638,6 millioner kroner.

### **2.2 Gro Industrier AS**

Gro Industrier AS ("Gro") eies av AL Gartnerhallen (25 prosent) og Bama Gruppen AS (75 prosent). Bama er igjen eiet av Norgesgruppen ASA (46 prosent), AS Banan (34 prosent) og Reitangruppen AS (20 prosent).

Gro driver produksjon av næringsmidler basert på grønnsaker, poteter, frukt og bær. Produktene omfatter frysede grønnsaker og ferdigretter, frysede potetprodukter, dypfrost frukt og bær samt hermetikk. Gro leverer frysede produkter primært til dagligvarekjedene, storhusholdninger og industrikunder, som i hovedsak er Findus og Norrek. Til dagligvarekjedene leverer Gro kjedenes egne merkevarer (EMV). Til storhusholdninger selger Gro sitt eget merke, McCain. Gros hermetikkprodukter selges under deres eget merke GK.

Gro omsatte i 2005 for 541,7 millioner kroner.

## **3 Konkurransetilsynets kompetanse**

### **3.1 Særlig om forholdet til konkurransereglene i EU og EØS**

EØS-avtalen artikkel 57 fastsetter regler for kompetansefordeling mellom Europakommisjonen, EFTAs overvåkingsorgan og nasjonale konkurransemyndigheter. Konkurransetilsynet har kun kompetanse til å føre tilsyn med foretakssammenslutninger som ikke er av fellesskaps- eller EFTA-dimensjon. Hvorvidt en foretakssammenslutning har fellesskaps- eller EFTA-dimensjon avhenger av om de berørte foretak har en omsetning som overstiger terskelverdiene i artikkel 1 nr 2 eller 3 i forskrift av 4. desember 1992 nr. 964 om materielle konkurranseregler i EØS-avtalen kapittel XIV, jf. artikkel 1 nr. 2 og nr. 3 i rådsforordning 139/2004/EF (fusjonsforordningen).

Terskelverdiene for at sammenslutningen skal kunne regnes for å ha fellesskaps- eller EFTA-dimensjon er ikke oppfylt i nærværende sak. Konkurransetilsynet har følgelig kompetanse til å behandle saken.

### **3.2 Inngrepsvilkårene i konkurranseloven § 16**

#### **3.2.1 Generelt**

Ifølge konkurranseloven § 16 første ledd plikter Konkurransetilsynet å gripe inn mot en foretakssammenslutning dersom Konkurransetilsynet finner at den vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. Lovens formål er å fremme konkurransen for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser, jf. konkurranseloven § 1 første ledd. Ved anvendelsen av loven skal det tas særlig hensyn til forbrukernes interesser, jf. konkurranseloven § 1 annet ledd.

#### **3.2.2 Foretakssammenslutning**

For at Konkurransetilsynet skal gripe inn mot ervervet, må det foreligge en foretakssammenslutning i lovens forstand. Ifølge konkurranseloven § 17 første ledd bokstav b foreligger det en foretakssammenslutning dersom ett eller flere foretak, direkte eller indirekte, helt eller delvis, varig overtar kontrollen over ett eller flere andre foretak.

Partene inngikk den 29. november 2006 avtale om Findus erverv av samtlige aksjer i Gro, med endelig godkjenning fra ekstraordinær generalforsamling 14. desember 2006. Vilkåret i konkurranseloven § 17 er således oppfylt.

#### **3.2.3 Konkurransbegrensningskriteriet**

Konkurransetilsynet skal gripe inn mot foretakssammenslutninger som fører til eller forsterker en vesentlig konkurransebegrensning i strid med lovens formål. I uttrykket "føre til eller forsterke" ligger et krav om at det må være årsakssammenheng mellom foretakssammenslutningen og konkurransebegrensningen.

Spørsmålet om foretakssammenslutningen mellom Findus og Gro fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen er drøftet nærmere i punkt 5 nedenfor.

#### **3.2.4 Effektivitetsgevinster**

Dersom foretakssammenslutningen fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, må det videre avklares om fusjonen medfører effektivitetsgevinster som kan oppveie de eventuelle negative virkningene av sammenslutningen, jf. formålsbestemmelsen i konkurranseloven § 1.

Mulige effektivitetsgevinster er nærmere drøftet i punkt 6 nedenfor.

### 3.2.5 Velfungerende nordisk marked, jf. konkurranseloven § 16 fjerde ledd

Etter konkurranseloven § 16 fjerde ledd kan Konkurransetilsynet likevel ikke gripe inn mot en foretakssammenslutning dersom det foreligger et velfungerende nordisk eller europeisk marked som Norge er en del av, og foretakssammenslutningen heller ikke virker negativt for norske kunder.

Konkurransetilsynet har nedenfor under punkt 4 foretatt en avgrensning av de relevante markedene. Analysen viser at de relevante produktmarkeders geografiske utstrekning i denne saken er nasjonale. Det foreligger således ikke et velfungerende nordisk eller europeisk marked som Norge er en del av i konkurranselovens forstand, og § 16 fjerde ledd kommer ikke til anvendelse.

## 4 De relevante produktmarkeder

### 4.1 Innledning

Avgrensning av de relevante produktmarkeder foretas ut fra en vurdering av hvorvidt etterspørerne anser produkter som innbyrdes substituerbare.<sup>3</sup> Med substituerbarhet menes at etterspørerne vurderer et sett produkter å dekke samme behov basert på produktens egenskaper, priser eller anvendelsesformål. Jo bedre substitutt et produkt er til produktet partene tilbyr, desto større er sannsynligheten for at dette produktet inngår i det relevante produktmarkedet.

I EFTAs kunngjøring tas det utgangspunkt i SSNIP<sup>4</sup>-testen ved avgrensning av det relevante produktmarkedet. Det vesentlige spørsmålet ifølge denne testen er om en hypotetisk monopolist lønnsomt kan gjennomføre en 5 til 10 prosent varig prisøkning.

For å avgjøre om produkter inngår i det samme relevante produktmarkedet må det derfor, med utgangspunkt i en konkurransepris, vurderes om en hypotetisk monopolist i det aktuelle markedet vil finne det lønnsomt med en liten (5 til 10 prosent), varig økning i prisen. Dersom dette er lønnsomt, vil ikke andre produkter inkluderes i det relevante markedet. Dersom prisøkningen viser seg å bli ulønnsom ved at effekten av tapt omsetning overstiger merverdien av økt pris, vil det nærmeste alternative produktet inngå i det relevante markedet. Denne testen vil bli gjentatt inntil man står igjen med et sett produkter der små, varige prisøkninger vil være lønnsomme. Når markedet avgrenses på denne måten, tas det utgangspunkt i etterspørselsiden. Etterspørselssubstitusjon anses fra et økonomisk synspunkt å ha den mest umiddelbare og effektive disiplinerende virkning på leverandører av et gitt produkt.

Substitusjon på tilbudssiden kan imidlertid også tas i betraktning ved markedsavgrensningen dersom den har de samme umiddelbare og direkte virkninger som etterspørselssubstitusjon. Dette forutsetter at leverandørene som reaksjon på små og varige endringer i relative priser kan omstille produksjonen til de varer det gjelder og markedsføre dem på kort sikt<sup>5</sup> uten at det medfører betydelige tilleggskostnader eller vesentlig risiko.<sup>6</sup>

Foretakssammenslutningen berører flere ulike produktkategorier; herunder frysede grønnsaker, frysede potetprodukter, frysede ferdigretter og frysede bær og frukt. I tillegg berøres markedet for primærprosessering av grønnsaker.

For produktkategoriene frysede potetprodukter, frysede ferdigretter og dypfrost frukt og bær har Konkurransetilsynet kommet til at foretakssammenslutningen vil få liten eller ingen betydning for konkurransesituasjonen. Tilsvarende gjelder innenfor markedet for primærprosessering av grønnsaker. Konkurransetilsynet finner det derfor mest hensiktsmessig å ikke ta stilling til avgrensningen av de relevante markedene for disse produktene.

<sup>3</sup> Jf. EFTAs kunngjøring pkt 15.

<sup>4</sup> Small But Significant Non-transitory Increase in Prices.

<sup>5</sup> Det vi si i en periode som ikke innebærer betydelige tilpasninger i eksisterende materielle og immaterielle aktiva, se EFTAs kunngjøring pkt 23.

<sup>6</sup> Jf. EFTAs kunngjøring pkt 20 flg.

Konkurransetilsynet vil i det følgende konsentrere avgrensningen av det relevante markedet til produktgruppen frysede grønnsaker. Frysede grønnsaker omsettes gjennom ulike kanaler.

Det må derfor vurderes om det skal avgrenses et relevant produktmarked innenfor de ulike omsetningskanalene.

## 4.2 Beskrivelse av verdikjeden for frysede grønnsaker

Verdikjeden for frosne grønnsaker kan fra primærprodusent til siste salgsledd, deles inn i fire ledd. Fra bonden som primærprodusent blir grønnsakene levert til et primærprosesseringsanlegg. Her foregår mottak, sortering, vasking, dampskrelling, kutting og nedfrysning.

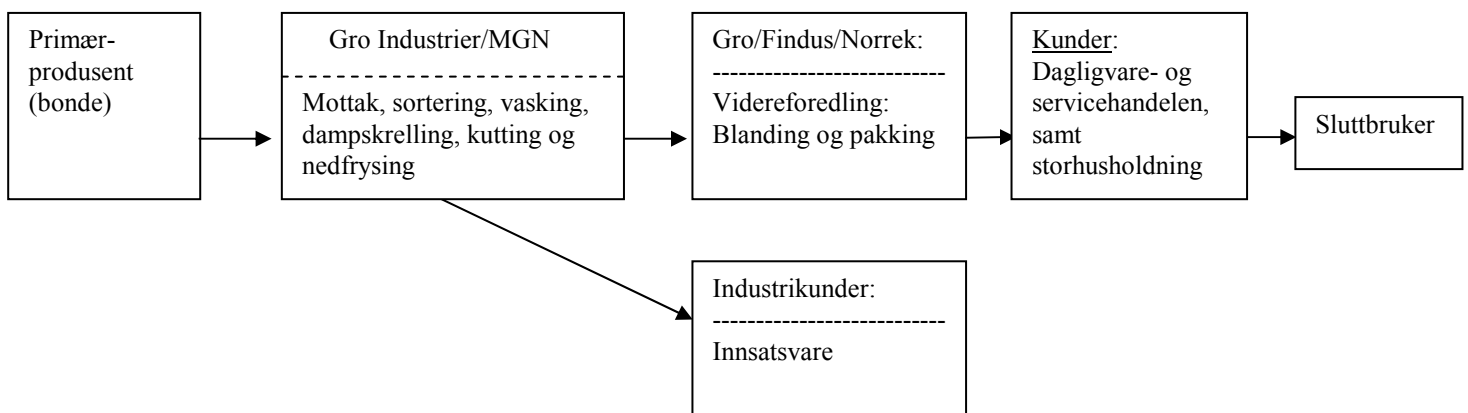
Ved et videreforedlingsanlegg blir grønnsakene blandet og pakket, før de blir levert til grossist for dagligvare- og storhusholdningskundene. Fra dagligvarekjeder og storhusholdning går varene ut til sluttbruker.

Gro har virksomhet både innenfor mottak og primærprosessering og innenfor blanding og pakking av frysede grønnsaker, se figur 3.1. Gro kjøper inn råvarer gjennom avtaler om kontraktsproduksjon direkte med grønnsaksdyrkere, eller gjennom avtale med produsentorganisasjonen Gartnerhallen AL.

Findus har bare virksomhet innenfor videreforedling, se figur 3.1.

Figuren nedenfor illustrerer verdikjeden for frysede grønnsaker og dens ulike omsetningskanaler:

**Figur 3.1: Verdikjeden for frysede grønnsaker.**



## 4.3 Markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker

På videreforedlingsleddet (også omtalt som sekundærprosessering) blir de ferdig nedfrysede kuttete grønnsakene blandet og eventuelt ytterligere bearbeidet før produktene blir pakket i forbruker- eller storhusholdningspakker. Eksempel på ferdigprodukter er blomkålblanding, amerikansk blanding, lapskausblanding og wokblanding.

De ulike frysede grønnsaksproduktene kan grovt sett deles inn i tre undergrupper: éningrediensprodukter<sup>7</sup>, fleringrediensprodukter<sup>8</sup> og wokblandinger<sup>9</sup>. Alle typene produseres hovedsakelig på samme måte, og normalt på samme pakkelinje.

<sup>7</sup> Éningrediensprodukter er pakkefrysede grønnsaker som inneholder én grønnsakssort.

<sup>8</sup> Fleringrediensprodukter er pakkefrysede grønnsaker som inneholder en blanding av flere sorter og som ikke er ment for tilberedning i wok.

Dagligvarehandelen utgjør den største omsetningskanalen for frysede grønnsaker. Til dagligvarehandelen produserer Gro og Norrek i hovedsak fleringrediensprodukter, men har også éningrediensprodukter og wokblandinger i sitt produktspekter. Gros og Norreks wokblandinger består i stor grad av norske råvarer. Hoveddelen av Findus' volum til dagligvarekjedene er ulike wokblandinger, der råvarene [ ] baserer seg på importerte råvarer. Findus leverer også noen éningrediensprodukter og noen fleringrediensprodukter til dagligvarekjedene, som [ ] produseres i utlandet.

Til storhusholdningsmarkedet har de tre aktørene et langt mer sammenfallende produktspekter. Hver av aktørene tilbyr en rekke produktvarianter av både éningrediensprodukter, fleringrediensprodukter og wokblandinger. Éningrediensprodukter som gulrotterninger, erter, rosenkål med mer utgjør en større andel av leveransene til dette markedet. Produksjonen av frysede grønnsaker til storhusholdningsmarkedet foregår i det vesentlige i Norge.

Partene har anført at wokblandinger og fleringrediensprodukter ikke brukes om hverandre av forbruker. Dette sammenholdt med at wokblandinger i langt større grad enn andre frysede grønnsaksprodukter er utsatt for importkonkurranse, tilsier etter partenes syn at wokblandinger utgjør et eget produktmarked. Partene hevder også at de frysede grønnsaksproduktene Gro og Norrek produserer for dagligvarehandelen ikke inngår i det samme relevante markedet som Findus merkevarer. Partene viser til at Kommisjonen i flere saker<sup>10</sup> har konkludert med at EMV-produkter og leverandørenes merkevarer tilhører separate produktmarkeder, og at markedsforholdene i angjeldende sak taler for at en tilsvarende avgrensning bør legges til grunn.

Utgangspunktet for vurderingen av det relevante produktmarkedet er frosne grønnsaker basert på norskproduserte råvarer levert til storhusholdning. Samtlige aktører tilbyr et bredt spekter av både éningrediensprodukter, fleringrediensprodukter og wokblandinger til storhusholdningsmarkedet. Videre leverer alle aktører en rekke overlappende produkter basert på samme type råvare. Det er heller ikke et vesentlig skille mellom EMV-produkter og merkevarer levert til storhusholdning. Følgelig vil det være uten betydning for resultatet i nærværende sak om markedet defineres snevrere.

For leveranser til dagligvarehandelen er sortimentet til de tre aktørene mer differensiert, men alle aktører produserer i større eller mindre grad alle ovennevnte typer frysede grønnsaksprodukter. Partene har oppgitt at det både i Norge og Sverige er en klar tendens mot at EMV-kopier introduseres relativt kort tid etter at en ny merkevare slår an i markedet for frysede grønnsaker. Dette indikerer at merkevarer og EMV-produkter utgjør et betydelig konkurranstrykk på hverandre innen produktgruppen frysede grønnsaker. Sammenhengen underbygges av at merkevarer frem til rundt år 2000 hadde en sterkere posisjon innen frysede grønnsaker, men der blant annet sterk satsing hos dagligvarehandelen på EMV-produkter gjorde at merkevareleverandørene i vesentlig grad reduserte sin satsing på dette markedet. Dette tilsier at både merkevarer og EMV inngår i det samme marked også ved engrossalget.

Dagligvaregrupperingenens etterspørsel er i stor grad avledet av forbrukernes behov for frysede grønnsaker til konsum. Den del av produksjonen som selges til storhusholdning er innholdsmessig i noen grad forskjellig, og de selges i større kvanta og større pakninger enn de produkter som selges til dagligvarehandelen. En aktør som produserer frysede grønnsaker til én av kanalene vil imidlertid uten større investeringer og innen kort tid kunne tilpasse seg til også å levere til den andre salgskanalen. Gode muligheter for tilbudssubstitusjon gjør at tilsynet konkluderer med at leveranser av frysede grønnsaker til dagligvarehandelen og til storhusholdningsmarkedet inngår i det samme relevante markedet.

En ikke ubetydelig andel av de frysede grønnsaksproduktene som tilbys i det norske markedet består helt eller i hovedsak av importerte råvarer.

---

<sup>9</sup> Wok-blanding er pakkede frysede grønnsaker som inneholder en blanding av flere sorter og som er ment for tilberedning i wok.

<sup>10</sup> Herunder Nestlé/Ralston Purina (M.2337), SCA/Metsä Tissue (M.2097) og Südzucker AG/Saint Louis Sucre SA (M.2530)

I noen grad er dette grønnsakstyper som ikke dyrkes i Norge. Ulikheter i smak, konsistens og andre egenskaper kan indikere at disse ikke er nære substitutter til norskproduserte grønnsaker.

I utgangspunktet kan det antas at importerte grønnsaker av de samme typene som produseres i Norge er nære substitutter til norskproduserte grønnsaker. Det er imidlertid høye tollsatser på mange av de viktigste norskproduserte grønnsakene som benyttes i frysede grønnsaksprodukter hele eller deler av året, slik som gulrot, løk, blomkål, erter og potet. Dette gjelder enten varene blir importert som ubehandlet råvare, som primærprosessert råvare eller som ferdigprodukt. Tollsatser varierer mye fra produkt til produkt, men primærprosesserte grønnsaker synes gjennomgående å ha en høyere tollsats enn ubehandlede grønnsaker. Tollsatser varierer gjennom året i forhold til når den norske produksjonen blir levert. I høringsrunden knyttet til foreliggende sak har dagligvarekjedene og andre markedsaktører pekt på at import av produkter som helt eller i betydelig grad er basert på råvarer som er belagt med en betydelig toll ikke utgjør et alternativ, fordi prisen blir for høy. Dette indikerer at disse ikke er i samme marked som norskproduserte grønnsaker.

En rekke grønnsaker som blir brukt i frysede grønnsaksprodukter er enten belagt med lav eller ingen toll. Dette gjelder for eksempel råvarene brokkoli, bambusskudd og babymais. De norskproduserte varene har likevel beholdt en stor markedsandel. Det indikerer at grønnsakene med lav eller ingen tollsats ikke er så nære substitutter at de inngår i samme marked som de norskproduserte.

Frysede grønnsaksprodukter som helt eller i stor grad baserer seg på råvarer som ikke er belagt med betydelige tollsatser vil dagligvarekjedene selv kunne importere ferdigvarer. Konkurransetilsynet finner at mulighetene til å kunne gjennomføre lønnsom import gjelder for den del av produktsegmentet éningrediensprodukter som inneholder råvarer med lav eller ingen toll, samt for wokblandinger med en høy andel av importerte og ikke tollbelagte råvarer. Med lønnsom import som et konkurransedyktig alternativ vil disse produktene i det følgende derfor bli holdt utenfor det relevante markedet.

For forbruker kan det fremstå som et alternativ å bruke ferske grønnsaker i stedet for frysede grønnsaker. Hvor aktuelt dette er, vil avhenge av forbrukernes preferanser og hensikten med kjøpet. Ferske og frysede grønnsaker har ulike egenskaper. Holdbarhetstid og krav til lagring er svært ulike, og krav til tilberedning er ulike. Dagligvarekjedenes etterspørsel er avledet av forbrukernes etterspørsel. Konkurransetilsynet finner det ikke sannsynlig at frysede grønnsaksprodukter tilhører et bredere marked der også ferske grønnsaker inngår.

På dette grunnlag avgrenser Konkurransetilsynet et marked for blanding og pakking av frysede grønnsaker med tollbeskyttelse til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet.

#### 4.4 Geografisk utstrekning av det relevante markedet

Det relevante produktmarkedets geografiske utstrekning avgrenses med utgangspunkt i kjøpernes substitusjonsmuligheter.<sup>11</sup> Normalt er transportkostnadene den faktoren som har størst betydning for markedenes geografiske utstrekning. Transportkostnadene vil blant annet avhenge av tilbyderens lokalisering i forhold til kundene, og produktenes vekt og størrelse i forhold til verdien. Høye transportkostnader tilsier at markedet utgjør et lite geografisk område, mens lave transportkostnader tilsier et større geografisk område. Handelspolitiske tiltak som toll på importerte varer kan også være bestemmende for markedets geografiske utstrekning.

Dypfrysede grønnsaker blir i hovedsak solgt til de fire dagligvaregrupperingene samt til storhusholdningsgrossistene ICA Meny AS og Servicegrossistene AS.

Både dagligvaregrupperingene og storhusholdningsgrossistene har et landsdekkende forhandlernettsalgssystem, og foretar selv distribusjon av den type produkter som omfattes av ervervet. Det inngås landsdekkende avtaler på sentralt nivå mellom leverandør og kunde. Dagligvarekjedene benytter i stor grad ens prissetting og sentralt styrt oppbygging og profilering av kjedene. Disse forholdene til sammen tilsier at markedet har en geografisk utstrekning som minst er nasjonal.

<sup>11</sup> Jf. EFTAs kunngjøring pkt. 15 flg.

For fryste grønnsaker med tollbeskyttelse vil importerte fryste grønnsaker ikke være et lønnsomt alternativ. Det tilsier at markedets geografiske utstrekning ikke kan være større enn nasjonal.

På dette grunnlag finner Konkurransetilsynet at det relevante markedet for fryste grønnsaker med tollbeskyttelse har en nasjonal utstrekning.

## 5 Konkurransanalyse

### 5.1 Innledning

Konkurransetilsynet skal gripe inn mot foretakssammenslutninger som vil ”føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål”, jf. konkurranseloven § 16 første ledd, jf. § 1. Dersom konkurransen er vesentlig begrenset, vil de involverte foretak kunne utøve markedsrett. Med markedsrett menes vanligvis en bedrifts evne til, alt annet likt, å kunne gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning, uten at omsatt kvantum synker så mye at det blir ulønnsomt.

En aktør med markedsrett kan i større eller mindre grad opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder og leverandører. Markedsrett kommer først og fremst til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi utslag i dårligere service, kvalitet og begrenset produktutvikling. Utøvelse av markedsrett innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand, idet markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den ville ha vært med virksom konkurranse.

Det er flere forhold som er relevante i vurderingen av graden av konkurranseintensiteten i et marked og dermed aktørenes muligheter til å utøve markedsrett. Sentrale momenter er konkurranseform og konsentrasjonsgrad, konkurrenters responsmuligheter, etableringsmuligheter, kjøperrett og produktenes substituerbarhet. Disse faktorene virker sammen og påvirker graden av konkurranse.

Markedsandeler brukes til å beregne konsentrasjonen i markedet. Konkurransetilsynet legger til grunn at høy markedskonsentrasjon normalt vil være en nødvendig, men ikke en tilstrekkelig betingelse for å fastslå at konkurransen er begrenset. Beskrivelsen av konsentrasjonen i markedet er derfor et utgangspunkt for en nærmere analyse av de konkurransemessige virkningene av foretakssammenslutningen.

Dersom konkurransen er vesentlig begrenset allerede før foretakssammenslutningen, er det tilstrekkelig at foretakssammenslutningen ”vil [...] forsterke” den vesentlige konkurransebegrensningen. I formuleringen ”vil [...] forsterke” ligger det et krav om at foretakssammenslutningen må påvirke konkurranseforholdene negativt. Det følger av forarbeidene til konkurranseloven<sup>12</sup> at det i tilfeller hvor konkurransen allerede før foretakssammenslutningen er vesentlig begrenset ikke stilles noe minimumskrav til hvor mye ervervet må forsterke denne begrensningen.

I samsvar med det som er nevnt over vil Konkurransetilsynet først vurdere konkurransesituasjonen i de berørte markeder før foretakssammenslutningen, jf. punkt 5.2. Deretter vil Konkurransetilsynet gjøre nærmere rede for hvilken virkning fusjonen vil ha for konkurransesituasjonen i disse markedene, jf. punkt 5.3.

### 5.2 Konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

#### 5.2.1 Markedsandeler og konsentrasjon

I markedet for blanding og pakking av grønnsaker med tollbeskyttelse til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet finnes det i dag tre aktører; Gro, Norrek og Findus.

<sup>12</sup> Jf. Ot.prp. nr. 6 (2003-2004), s. 229.



For salg fra produsent til grossist innen dagligvare- og/eller storhusholdningsmarkedet har Konkurransetilsynet estimert følgende markedsandeler:

<b>Produsent</b>	<b>Omsetning i MNOK til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet</b>	<b>Markedsandel</b>
Gro	[ ]	[ ]
Norrek	[ ]	[ ]
Findus	[ ]	[ ]
<b>Totalt</b>	[ ]	<b>100,0 %</b>

Beregningene er basert på tall innhentet fra Gro, Norrek og Findus, der den enkelte aktørs omsetning er beregnet som omsetning fra produsent til dagligvaregrossist i tillegg til omsetning fra produsent til storhusholdningsgrossist.

I beregningen har tilsynet bare inkludert omsetning av produkter som er vurdert til ikke å være utsatt for konkurranse fra importprodukter. Dette innebærer at aktørenes omsetning av wok-produkter er utelatt i sin helhet. Det samme gjelder éningrediensprodukter basert på råvarer som ikke er tollbelagt eller er belagt med lav toll. Dette gjelder for eksempel éningrediensprodukter av brokkoli, mais eller paprika.

Tre av de fire store dagligvarekjedene samt Lidl benytter i det alt vesentlige Gro for å få produsert EMV-produkter i dette markedet. Rema 1000 får i hovedsak sine leveranser av frysede grønnsaker fra Norrek. I tidligere saker er det lagt til grunn at EMV-produksjon skal regnes med i markedsandelen til den som forestår produksjonen, og ikke tilegnes kunden.<sup>13</sup>

En vanlig indikator for konsentrasjonsgraden i markedet er Hirschman-Herfindahl-indeksen (HHI)<sup>14</sup>. HHI i markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker som er tollbelagt har tilsynet beregnet til [ ], hvilket tilsier at markedet er svært konsentrert. En markedskonsentrasjon i denne størrelsesorden indikerer at konkurransen i markedet for frysede grønnsaker er vesentlig begrenset.

Partene har pekt på at gjeldende markedsstruktur oppsto etter Gros oppkjøp av Stabburets virksomhet i 2000, jf. tilsynets avgjørelse A2000-08. Partene har i denne sammenheng vist til at Konkurransetilsynet ikke vurderte konkurransesituasjonen som vesentlig begrenset før ervervet, og at ervervet ikke førte til en vesentlig konkurransebegrensning. Vurderingen partene viser til går frem av et internt notat utarbeidet av den seksjonen som behandlet saken i 2000. Dette notatet gir således ikke uttrykk for Konkurransetilsynets endelige vurdering av saken. Notatet gir således ikke nødvendigvis uttrykk for Konkurransetilsynets vurdering av saken, og Konkurransetilsynet finner derfor ikke grunn til å gå nærmere inn på de vurderinger som fremkommer av notatet.

Det er høy konsentrasjon i markedet for pakking og blanding av frysede grønnsaker allerede før ervervet, og det foreligger dermed et potensial for utøvelse av markedsrett. Hvorvidt Gro, som den største aktøren, er i stand til å utøve markedsrett vil avhenge av flere markedsstrukturelle forhold. I det følgende drøftes betydningen av konkurrentenes responsmuligheter, etableringshindringer, potensiell konkurranse og kjøperrett.

<sup>13</sup> Se tilsynets vedtak V2005/12 - Prior-Norgården og V2006/223 - Gilde-Prior

<sup>14</sup> Indeksen beregnes ved å summere kvadratet av markedsandelene til de største aktørene i et marked. Kommisjonen opererer i sine retningslinjer for horisontale fusjoner, (Retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner etter Rådets forordning om kontroll med fusjoner og foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03), med følgende terskelverdier for HHI: Verdier på under 1000 indikerer at markedet ikke er konsentrert, verdier mellom 1000 og 2000 indikerer at markedet er moderat konsentrert, mens verdier over 2000 er et uttrykk for at markedet har en høy konsentrasjon. Ifølge de amerikanske retningslinjene for ikke-horisontale foretakssammenslutninger, (U.S. Department of Justice, Non-Horizontal Merger Guidelines.), betegnes HHI som 0,48. Verdier på under 0,10 indikerer at markedet ikke er konsentrert, verdier mellom 0,10 og 0,18 indikerer at markedet er moderat konsentrert, mens verdier over 0,18 er et uttrykk for at konsentrasjonen i markedet er høy.

### 5.2.2 Konkurrentenes responsmuligheter

Normalt vil insentivene til prisøkning øke med markedsandelene til en bedrift. Dette skyldes at gevinsten ved prisøkningen blir stor i forhold til tapet som følger av redusert omsatt kvantum. Størrelsen på den samlede gevinsten ved prisøkningen avhenger blant annet av i hvilken grad konkurrentene øker sitt kvantum som respons på prisøkningen.

Dersom konkurrentene svarer aggressivt ved å prøve å kapre markedsandeler fra markedslederen, vil prisøkningen ikke være lønnsom. Konkurrentene må imidlertid ha ledig kapasitet til å øke kvantumet på kort sikt, uten at de marginale produksjonskostnadene øker betydelig. Konkurrentenes responsmulighet er således begrenset av deres kapasitet.

Dersom en tilstrekkelig andel av Gros kunder kan etterspørre fryste grønnsaker til gunstigere betingelser fra en annen leverandør, vil en prisøkning fra Gros side ikke være lønnsom. Gros evne til å utøve markedsrett vil derfor være avhengig av konkurrentenes evne til å øke sitt salg av fryste grønnsaker på kort sikt uten betydelig økte kostnader. I markedet for pakking og blanding av fryste grønnsaker er det kun to konkurrenter før ervervet og dermed kun to aktører som kan respondere med økt salg.

Findus har anført at Konkurransetilsynet i varselet har undervurdert Norreks responsmuligheter, ettersom selskapet for eksempel enkelt kan øke sin kapasitet ved å gå over fra to til tre produksjonsskift, og ved at Norrek med en betydelig produksjon innen blanding og pakking av fryste grønnsaker har bedre forutsetninger enn andre aktører til å etablere seg på leddet for primærprosessering av grønnsaker.

Norrek, den eneste konkurrenten til Gro for produksjon av EMV-produkter, baserer hoveddelen av sine innkjøp av råvarer fra Gro, og delvis på innkjøp fra den eneste alternative leverandøren, MGN AS. [

]Norrek er således i et avhengighetsforhold til Gro, der selskapets innkjøpsbetingelser vil være avhengig av hvilke leveringsbetingelser hovedkonkurrenten Gro gir. Et slikt avhengighetsforhold vil redusere mulighetene til å utfordre og konkurrere hardt med Gro.

Norrek har videre opplyst at selskapet har muligheter til å øke produksjonen, men at ledig kapasitet [

]

En samlet vurdering av ovennevnte momenter tilsier at Norrek har begrensede responsmuligheter dersom Gro skulle forsøke å utøve markedsrett.

Som beskrevet i punkt 4.3 produserer Findus merkevarer som konkurrerer med Gros EMV-produkter.[

] I likhet med Norrek vil Findus være i et avhengighetsforhold til Gro, noe som kan redusere insentivene til å utfordre og konkurrere hardt med Gro. Med bakgrunn i disse forholdene synes Findus å ha begrensede responsmuligheter dersom Gro hadde forsøkt å utøve markedsrett i markedet for fryste grønnsaker.

Norrek og Findus har etter Konkurransetilsynets oppfatning vært i stand til å representere et visst konkurransetrykk mot Gro i markedet for pakking og blanding av fryste grønnsaker, men verken Norrek eller Findus antas å representere et tilstrekkelig konkurransetrykk til å kunne hindre Gro i å utøve markedsrett. På denne bakgrunn finner Konkurransetilsynet at de etablerte konkurrentenes responsmuligheter ikke er tilstrekkelig til å hindre Gro i å utøve markedsrett.

### 5.2.3 Etableringsmuligheter og potensiell konkurranse

Dersom det er enkelt for nye aktører å etablere seg i markedet for pakking og blanding av grønnsaker, kan dette forhindre selv en dominerende aktør i å utøve markedsrett. For at trusselen om etablering skal legge begrensninger på markedsdeltakernes atferd, må imidlertid etablering kunne skje i løpet av relativt kort tid. Høye etableringshindringer tilsier at etablerte aktører i mindre grad må ta hensyn til at nye aktører kan etablere seg i markedet ved for eksempel en prisøkning. I markeder hvor det er lave etableringshindringer, vil de etablerte være forsiktige med å øke prisene fordi dette kan tiltrekke seg nye aktører.

I det følgende drøfter Konkurransetilsynet hvilken betydning investeringsbehov, tilgang på råvarer og tilgang til kunder kan ha for etableringsmulighetene.

#### 5.2.3.1 Investeringsbehov

Betydelige kapitalkostnader er den etableringshindringen det store flertall av høringsinstansene har pekt på som fremtredende i markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker.

En nyetablering kan bety investering i bygg med nødvendige fasiliteter som ventilasjon, belysning, samt frysekapasitet, eller eventuelt at den nye aktøren knytter seg til en aktør som har slike fasiliteter. Norrek anslår kostnadene til ca [ ] kroner for henholdsvis bygg, frysekapasitet og én produksjonslinje, til sammen ca [ ] kroner. Dersom en leier frysekapasitet i stedet for å investere, kan investeringen reduseres med om lag [ ] kroner.

Norrek har anslått at investeringsbehovene ved utvidelse av eksisterende kapasitet er begrenset til cirka [ ] kroner for utstyr med kapasitet til å håndtere cirka 4 – 5 000 tonn ferdigvare per år, ved to skift. Tilsvarende koster brukt utstyr for samme kapasitetsutvidelse [ ] kroner, men kapasiteten kan da være noe lavere.

Produksjonsanleggene med innmat har alternativ verdi. Det betyr at det er mulig å få en alternativ inntekt enten ved selge eller leie ut produksjonsutstyr, bygg og byggefasiliteter. Investeringen representerer derfor bare delvis en *sunk cost*.

Tilsynets vurdering er at investeringskostnadene alene ikke utgjør en høy etableringsbarriere. Investeringskostnadene må imidlertid vurderes sammen med andre forhold, som tilgang på råvarer og sikkerhet for avsetning av produksjon, se avsnitt 5.2.3.5.

#### 5.2.3.2 Tilgang på råvarer

En aktør som ønsker å etablere seg på leddet for produksjon og salg av frysede grønnsaker synes å ha to alternativer når det gjelder tilgangen på råvarer. Aktøren kan enten selv etablere seg innen primærproduksjon av grønnsaker, alternativt kan produksjonen baseres på innkjøp fra aktører som allerede er etablert oppstrøms. På grunn av høye tollbarrierer synes import av de aktuelle grønnsakene ikke å være et alternativ, jf. punkt 4 om det relevante markedet.

Primærproduksjonen av grønnsaker i Norge er i stor grad et regulert marked, med offentlige støtteordninger og myndighetsstyrte markedsmekanismer. Primærprodusenter av grønnsaker har mulighet for å inngå kontrakt med ulike industriaktører gjennom årlige forhandlinger mellom industriaktørene og ulike produsentlag eller enkeltprodusenter.

Partene har i den fullstendige meldingen anført at etableringshindringene innen primærprosessering av grønnsaker er lave. [

]

Hoff har i sitt høringssvar anført at sannsynligheten for at nye aktører vil etablere seg i markedet for primærprosessering av grønnsaker er svært liten med dagens rammebetingelser. Bakgrunnen er at produsentene er avhengig av et stort volum for at produksjonen skal bli lønnsom.

[

] markedet er preget av

betydelige stordriftsfordeler. Dette, sammen med usikkerhet rundt rammebetingelser, reduserer muligheten for at det vil være lønnsomt å etablere seg i dette markedet.

På bakgrunn av ovennevnte finner Konkurransetilsynet at det er lite sannsynlig at en aktør for å få tilgang til råvarer selv vil etablere seg innen primærprosessering av grønnsaker. Tilgang på råvarer må dermed baseres på innkjøp fra Gro, som også vil være en konkurrent nedstrøms. Tilgangen på råvarer synes således å kunne utgjøre en betydelig etableringshindring i markedet for blanding og pakking av fryste grønnsaker med tollbeskyttelse.

#### *5.2.3.3 Tilgang på kunder*

Tilgang til omsetningskanaler kan utgjøre en etableringshindring. Dagligvarekjedene utgjør den viktigste omsetningskanalen for en eventuell ny aktør i markedet. I hvilken grad en ny aktør vil få tilgang til dagligvarekjedene vil avhenge av flere faktorer, der kjedene blant annet vil legge vekt på om de anser aktøren for å tilføre vekst i kategorien gjennom for eksempel nyutviklede produkter eller at aktøren tilbyr bedre innkjøpsbetingelser.

For nye aktører som skal etablere seg er det også av betydning å oppnå et visst volum ettersom kundene i markedet hovedsakelig ønsker å inngå landsdekkende avtaler med én eller et fåtall leverandører av et gitt produkt. Dette gjør leverandørene svært sårbare i forhold til sine avtaler med kundene, som i hovedsak er ettårige avtaler, og øker risikoen ved å foreta investeringer.

#### *5.2.3.4 Potensiell konkurranse*

En potensiell konkurrent er et foretak som ikke deltar i det relevante markedet for øyeblikket, men som er i stand til eller kan forventes å gjøre det i nær fremtid. Potensiell konkurranse forutsetter at tilbydere, som reaksjon på små og varige endringer i relative priser, har evne til å omstille salget på aktuelle varer/tjenester og markedsføre dem i løpet av forholdsvis kort tid, uten at det fører til betydelige tilleggskostnader eller risiko.<sup>15</sup>

Partene har anført at Hoff Potetindustrier AL utgjør en potensiell konkurrent i markedet for fryste grønnsaker. Hoff har som en vertikalt integrert virksomhet innen primærprosessering og videreforedling av poteter til en lang rekke produkter gode forutsetninger for å utvide virksomheten til også å omfatte grønnsaker. Gjennom sin virksomhet innen fryste potetprodukter kjenner Hoff godt til håndtering av kontrakter for kontraktsproduksjon samt produksjonsprosessen innen primærprosessering av grønnsaker.

[

]

På denne bakgrunn antas det å være liten grad av potensiell konkurranse i markedet.

#### *5.2.3.5 Oppsummering – etableringsmuligheter og potensiell konkurranse*

Investeringsbehov sett i sammenheng med tilgangen på kunder og råvarer fremstår som et vesentlig etableringshinder for å kunne etablere seg i markedet for blanding og pakking av fryste grønnsaker.

Hvorvidt en investering i økt kapasitet eller nyetablering er lønnsom, avhenger av tilgang på kunder som fører til at kapasiteten utnyttes, også over tid. I tillegg kommer at en ny aktør ville måtte etablere eget råvaremottak med egne råvarekontrakter med primærprodusenter om ikke aktøren skal være avhengig av å motta halvfabrikata fra Gro. Findus har anført at etablering på leddet for mottak av råvarer er vanskelig [ ]

<sup>15</sup> Disse momentene fremgår også av Europakommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner i punkt 68 følgende.

Etter Konkurransetilsynets vurdering er det derfor vesentlige etableringshindringer som reduserer sannsynligheten for etablering i markedet for blanding og pakking av fryste grønnsaker.

#### 5.2.4 Kjøpermakt

Kjøpermakt kan til en viss grad begrense mulighetene en dominerende leverandør har til å utøve markedsrett. Dersom kundene har betydelig kjøpermakt, vil selv ikke et selskap med meget høy markedsandel nødvendigvis kunne utøve vesentlig markedsrett. Kjøpermakt kan blant annet gi seg utslag i at kunden truer med å bytte leverandør eller starte egen virksomhet.

Mulighetene til å utøve kjøpermakt er blant annet avhengig av kundenes størrelse og markedsposisjon i forhold til leverandørene, og av hvor avhengige leverandørene er av kundene som avsetningskanal for sine produkter.

Kundene i det relevante markedet består av dagligvarekjedene og storhusholdningsgrossistene. Konsentrasjonen i både dagligvare- og storhusholdningsmarkedet er høy. I dagligvaremarkedet har Norgesgruppen, ICA, Rema 1000 og Coop en samlet markedsandel på 98,4 prosent (2005), mens Norgesgruppen, ICA Meny og Servicegrossistene står for størstedelen av grossistomsetningen i storhusholdningsmarkedet. Da hver av dagligvaregrupperingene avtar en betydelig del av totalomsetningen av fryste grønnsaker, er det muligheter for at de kan utøve kjøpermakt. Norgesgruppen har i tillegg integrert grossistvirksomheten til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet, og driver felles innkjøpsforhandlinger til de to omsetningskanalene, noe som bidrar til å styrke Norgesgruppens kjøpermakt.

Partene har anført at det er et alternativ for dagligvarekjedene å flytte hele eller deler av volumet av EMV-produkter til Norrek, og eventuelt sponse nyetablering eller kapasitetsutvidelse hos eksisterende aktører. Partene har videre anført at kjedene kan flytte produksjonen til leverandører innenfor andre produktgrupper enn fryste grønnsaker, for eksempel til Hoff for produktgruppen fryste potetprodukter.

Partene har videre anført at dagligvarekjedene kan straffe Gro på andre måter dersom Gro skulle forsøke å utnytte markedsrett.[

]Partene peker i denne sammenheng på de høringsvar som er kommet fra dagligvarekjedene.

Etter Konkurransetilsynets vurdering vil dagligvarekjedene for å effektivt kunne respondere på utnyttelse av markedsrett, ha behov for å kunne flytte hele EMV-produksjonen innen en produktkategori til en annen leverandør. På bakgrunn av de opplysninger Konkurransetilsynet har mottatt i saken, finner Konkurransetilsynet at dagligvarekjedene har visse muligheter til å flytte EMV-volumet til andre aktører enn Gro.

Konkurransetilsynet har mottatt oppdaterte opplysninger om Norreks kapasitet [

] Konkurransetilsynet vurderer dessuten virkningen av å flytte volumet fra en av dagligvarekjedene til Norrek som begrenset, fordi Norrek er avhengig av å få råvarer av Gro som er tilnærmet monopolist oppstrøms. Dette tilsier at det vil være begrenset hvilken disiplinerende effekt det vil ha på Gro om dagligvarekjedene skulle flytte EMV-produksjon til andre aktører som er avhengig av råvarer fra Gro. [

]

Sponsing av utvidelse av kapasitet hos allerede etablerte aktører vil særlig kunne gjelde i forhold til mindre leverandører som Norrek eller Hoff. Hoff uttaler i sitt høringsbrev at det er kapitalkrevende å utvide produksjonskapasiteten, slik at sikkerhet for leveranser i stor grad blir avgjørende for om investeringen blir lønnsom. Konkurransetilsynet holder fast på sin vurdering som fremgår av avsnitt 5.2.3.4 om potensiell konkurranse, at det ikke er sannsynlig at dagligvarekjedene vil kunne flytte vesentlige deler av sin EMV-produksjon av fryste grønnsaker til Hoff.

På bakgrunn av at det vil ha en begrenset disiplinerende effekt å overføre produksjon av EMV-produkter til andre aktører som er avhengig av å få råvarer fra Gro, samt at Hoff har begrenset ledig kapasitet og bare vil være en alternativ leverandør i et tilgrensende marked til markedet for frysede grønnsaker, konkluderer Konkurransetilsynet med at dagligvarekjedene har begrensede muligheter til å utøve kjøperkraft gjennom å fremføre en troverdig trussel om å flytte produksjonsvolum fra Gro.

De fleste høringssvarene har pekt på betydelige etableringshindringer ved nyetablering i markedet for blanding og pakking av frosne grønnsaker. Det gjør terskelen for å sponse nyetablering i markedet høyere for dagligvarekjedene. Kjødene vil også være klar over at det kan oppstå en "free-riding"-effekt av sponset etablering, der kjeder som står utenfor vil kunne dra nytte av de investeringer som blir gjort. Konkurransetilsynet anser det dermed som lite sannsynlig at noen av dagligvarekjedene vil sponse nyetablering i markedet ved en liten, men varig økning i prisene.

Partene har som nevnt over anført at dagligvarekjedene kan straffe Gro på andre måter enn å flytte produksjonen av EMV – [ ] Idet dagligvarekjedenes etterspørsel først og fremst er avledet av forbrukernes etterspørselsmønster, og det i all hovedsak er EMV Gro leverer til dagligvarekjedene, finner Konkurransetilsynet det lite sannsynlig at dagligvarekjedene ved å true med [ ] eller lignende, vil kunne utøve tilstrekkelig kjøperkraft til å disiplinere Gro.

Partene mener Konkurransetilsynet har undervurdert kjedenes kjøperkraft, og dermed feilvurdert kundenes evne til å begrense Gros mulighet til å utøve markedskraft. På bakgrunn av redegjørelsen over opprettholder Konkurransetilsynet vurderingen av at det foreligger en viss grad av kjøperkraft i markedet, men at den ikke i tilstrekkelig grad kan hindre Gro i å utøve markedskraft.

### 5.2.5 Oppsummering og konklusjon

Markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker er svært konsentrert. Gro har en høy markedsandel, [ ] Dette indikerer at konkurransen er vesentlig begrenset før ervervet, og at Gro før ervervet er i stand til å utøve markedskraft.

I tillegg har Gro et tilnærmet monopol i oppstrømsmarkedet for primærprosessering av grønnsaker. Begge konkurrentene – Findus og Norrek – er avhengige av å få råvarer av Gro. Markedet er også preget av høye etableringshindringer. Til tross for at Konkurransetilsynet ikke utelukker at kundene kan ha en viss kjøperkraft, anses denne ikke å være tilstrekkelig til å motvirke Gros mulighet til å utøve markedskraft.

Konkurransetilsynet konkluderer derfor med at konkurransen i markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker er vesentlig begrenset før ervervet.

### 5.3 Konkurransmessige virkninger av ervervet

Gjennom Findus' erverv av Gro forsvinner en av Findus' største konkurrenter i markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker med tollbeskyttelse, og partenes samlede markedsandel øker fra [ ] prosent til [ ] prosent. Den høyere markedsandelen indikerer at Findus ved ervervet oppnår økt markedskraft og at konkurransen svekkes ytterligere i markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker med tollbeskyttelse.

For produktene i det relevante markedet vil Findus før oppkjøpet være avhengig av leveranser fra Gro. Dette demper mulige konkurransmessige virkninger av ervervet, da Gro gjennom prising av sine leveranser til Findus kan dempe konkurransen også før oppkjøpet.

Ervervet vil imidlertid føre til at en får direkte kontroll over prissettingen til en tidligere konkurrent ved leveranser til dagligvare og storhusholdning, og dermed i større grad får mulighet til direkte å påvirke prissettingen på det leddet. Ervervet vil således føre til at det disiplinerende konkurranstrykket Findus har representert opphører.

Findus driver videre produktutvikling i andre land – herunder Sverige – hvilket betyr at selskapet ville kunne introdusere noen av disse produktene i Norge dersom kjedene ønsker det.

Disse forholdene innebærer at kjedene kan utøve et visst konkurransepress mot EMV-produsentene, da kjedene kan true med å ta inn merkevarer enten i stedet for eller i tillegg til EMV-produkter. Dette konkurransepresset reduseres som følge av oppkjøpet, da det ikke lenger er mulig for kjedene å fremføre noen trussel overfor Gro om at Gros produkter kan bli erstattet av produkter levert fra Findus.

Norrek, som er den eneste gjenværende konkurrent i markedet, er som nevnt tidligere avhengig av leveranser av råvarer fra Gro. Totalt sett vil dagligvaregrupperingene kun ha én alternativ leverandør for frysede grønnsaker å spille opp mot den dominerende leverandøren etter Findus' erverv av Gro. Dette innebærer en svekkelse av den begrensede kjøpermakten kundene kunne utøve før foretakssammenslutningen.

Findus har anført at Findus, til forskjell fra Gro, driver omfattende virksomhet innen salg av andre frysede produkter i en rekke andre land. [

]

Partene har også anført at det ikke vil være i kjedenes interesse at kvaliteten på EMV produktene reduseres, eller at antall varianter reduseres. Konkurransetilsynet er av den oppfatning at vertikal prisdiskriminering gjør det mulig å oppnå en større inntekt fra salget til forbrukerne. I en slik situasjon kan merkevareprodusenten i forhandlinger med kjedene betale seg bort fra at det introduseres et konkurrerende EMV-produkt, ved å tilby totale betingelser som skaper en vinn-vinn situasjon for produsenten og kjeden.

Dersom dagens varestrømmer opprettholdes etter ervervet, vil Findus/Gro være hovedleverandør til tre av de fire dagligvaregrupperingene i Norge. Samtidig vil Findus få hånd om produksjonen av tre av fire EMV-merker som er etablert i dagligvaremarkedet. Gjennom oppkjøpet får dermed Findus koblet sammen sin kontroll over merkevaren med kontroll over Gros EMV-produksjon. Dette gir Findus en særstilling overfor dagligvaregrupperingene, som er de største kundene i markedet.

På bakgrunn av ovennevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at Findus' erverv av Gro vil forsterke en allerede vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for blanding og pakking av frysede grønnsaker med tollbeskyttelse.

## **6 Samfunnsøkonomiske virkninger**

### **6.1 Innledning**

Det følger av ordlyden i konkurranseloven § 16 første ledd at Konkurransetilsynet skal gripe inn mot en foretakssammenslutning hvis ervervet fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. Konkurranselovens formål er ”å fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser. Ved anvendelse av denne lov skal det særlig tas hensyn til forbrukernes interesser”, jf. lovens § 1. Det vil ikke foreligge grunnlag for å gripe inn mot oppkjøpet av Gro, selv om det fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, hvis ervervet samtidig medfører samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster som oppveier de negative følgene av at konkurransen begrenses.

### **6.2 Samfunnsøkonomisk tap og virkninger overfor forbrukerne**

Som beskrevet i det foregående, vil foretakssammenslutningen føre til at en allerede vesentlig begrensning av konkurransen blir forsterket. Redusert konkurranse vil ventelig føre til en mindre effektiv bruk av samfunnets ressurser og ikke være i samsvar med forbrukernes interesser.

Det samfunnsøkonomiske tapet og virkningene overfor forbrukerne kan oppstå på bakgrunn av flere forhold. Som forklart i konkurranseanalysen vil ervervet føre til høyere konsentrasjon og reduserte muligheter til å utøve kjøpermakt.

Dette vil normalt lede til høyere priser på de produktene som selges i markedet. Virkningene relatert til pris er imidlertid noe begrenset, ettersom Findus før ervervet var avhengig av leveranser fra Gro.

Høyere priser fører til at noen forbrukere som ellers ville kjøpt nå velger å ikke kjøpe. Det vil lede til tap av nytte for disse forbrukerne. Dette tapet motsvares ikke av økt inntekt for selgerne, fordi disse forbrukerne ikke lenger kjøper varen. Det er imidlertid slik at dette tapet er av begrenset omfang sammenlignet med det tapet de forbrukerne påføres som fortsatt kjøper varen selv etter at prisen er økt.

Konkurransetilsynet konkluderte videre i varselet med at det forventes at ervervet vil føre til høyere kostnader i form av sløsing. I tilsvaret anfører Findus at det er momenter som taler for at det ikke vil forekomme sløsing i dette tilfellet. Konkurransetilsynet er enige med Findus i at hvorvidt det vil forekomme sløsing vil avhenge av en konkret vurdering.

I foreliggende sak er eierskapet konsentrert til én eier, Cap Vest, hvilket gir utgangspunkt for god eierstyring. Findus har også lignende aktiviteter i flere land, noe som gir mulighet for å sammenligne disse aktivitetene og peke på potensial for forbedret drift dersom det er behov for det. I den forbindelse er det særlig relevant å vise til at Gro som følge av ervervet vil bli del av et konsern hvor den øverste ledelse kan sammenligne resultater på tvers av land. Disse forholdene bidrar samlet sett til å redusere mulighetene for økt sløsing som en følge av ervervet.

Ervervet vil føre til at Findus får kontroll over både EMV-produksjonen til Gro og den merkevareproduksjonen Findus hadde før ervervet. Findus har videre anført at ervervet vil føre til at nye merkevarer introduseres. Konkurransetilsynet har i varselet lagt til grunn at ervervet kan føre til et effektivitetstap som følge av økt grad av prisdiskriminering mellom merkevarer og EMV-produkter.

I tilsvaret fra Findus er det reist en rekke innvendinger mot at ervervet kan få denne typen samfunnsøkonomiske virkninger<sup>16</sup>. Konkurransetilsynet vil kommentere de vesentligste av disse.

Som påpekt i tilsvaret er det av betydning hva som er situasjonen i utgangspunktet, ikke minst hvorvidt ulike etterspørselsgrupper betjenes før ervervet. Hvis det for eksempel finnes to eller flere grupper av kunder, og utgangspunktet er slik at alle grupper betjenes, er dette nettopp en situasjon hvor utøvelse av markedsrett i form av prisdiskriminering kan føre til samfunnsøkonomisk tap. Grunnen er at i et slikt tilfelle er det ikke nye grupper som betjenes når nye produkter introduseres.

Konkurransetilsynets legger til grunn at før ervervet betjenes både forbrukere med høy og med lav betalingsvilje. Konkurransetilsynet finner det naturlig å se på dagens EMV-produkter som tilhørende middels- til høykvalitetssegmentet, der begge kundegruppene antas å være interesserte i å kjøpe de eksisterende EMV-produktene. I så fall er det slik at nye merkevarer som tilbys til en høy pris ikke fører til at nye kundegrupper betjenes, og ved denne typen prisdiskriminering oppstår det fare for samfunnsøkonomisk tap.

Findus har i sitt svar anført at de nye merkevarene vil være horisontalt differensiert fra dagens produkter, hvilket kan tolkes som at nye kundegrupper betjenes. Det er imidlertid en glidende overgang mellom horisontal og vertikal produkt differensiering, og en viss grad av horisontal produkt differensiering vil kunne forekomme uten at det betyr at nye kundegrupper betjenes. Siden det relevante markedet kun omfatter produkter basert på norske råvarer, begrenses muligheten for horisontal produkt differensiering.

Volumvekst i markedet vil imidlertid være en indikasjon på at nye grupper av kunder betjenes. Findus har i sin forretningsplan lagt til grunn at det skjer en betydelig volumøkning som følge av ervervet, og at dette skyldes introduksjon av nye merkevarer. Konkurransetilsynet finner at det er stor usikkerhet knyttet til dette anslaget. For det første er det grunn til å stille spørsmål ved den store veksten som er forutsatt dersom oppkjøpet realiseres.

---

<sup>16</sup> Det henvises i den forbindelse blant annet til en betenkning av professor Gabrielsen, vedlegg 7 til brev fra Bahr på vegne av Findus til Konkurransetilsynet av 25. april 2007.



Tilsynet registrerer at Findus allerede i dag har en del produkter innen storhusholdning – for eksempel grillede grønnsaker, ratatouille og salatgrønnsaker – som er i noen av de kategoriene hvor det er pekt på at det kan være aktuelt med nye merkevarer for dagligvaresektoren. Det at dagligvarekjedene ikke har tatt inn slike produkter allerede i dag gjør at det er grunn til å stille spørsmål ved i hvor stor grad kjedene vil velge å ta inn nye merkevarer etter et eventuelt oppkjøp. For det andre er det grunn til å stille spørsmål ved hva som vil skje dersom oppkjøpet ikke realiseres. Konkurransetilsynet legger til grunn at dersom kjedene ønsker å ta inn disse produktene vil kjedene kunne gjøre dette uavhengig av om oppkjøpet realiseres.

Til tross for dette finner imidlertid Konkurransetilsynet det sannsynlig at oppkjøpet kan føre til noe større volumvekst enn hva tilfellet ville vært uten oppkjøpet. En volumvekst er et tegn på økt nytte for kundene som følge av nye merkevarer. Det er imidlertid fortsatt tale om et mulig samfunnsøkonomisk tap som følge av økt prisdiskriminering, som må veies opp mot gevinsten knyttet til volumveksten. De nye merkevarerne vil dessuten kreve betydelige investeringer i blant annet markedsføring. Denne kostnaden må det også tas hensyn til.

Findus har videre anført at Findus ikke er i en posisjon til å svekke EMV-tilbudet. Tilsynets vurdering er at selv om det legges til grunn at Findus ikke har direkte kontroll over kvaliteten på EMV-tilbudet er det samlede tilbudet av merkevarer og EMV-produkter et forhandlingsspørsmål mellom kjede og produsent, der produsenten gjennom sitt tilbud kan påvirke hvilken løsning kjeden velger. I en slik situasjon er det mulig for produsenten å kunne påvirke hvilke varer som tilbys. Et godt tilbud fra merkevareprodusenten kan føre til at ett eller flere EMV-produkter ikke tilbys i butikken, eller at det tilbys EMV-produkter av en lavere kvalitet.

Samlet sett finner Konkurransetilsynet at oppkjøpet vil føre til et samfunnsøkonomisk tap og ikke være i samsvar med forbrukernes interesser.

## 6.3 Effektivitetsgevinster

### 6.3.1 Nærmere om relevante effektivitetsgevinster

Det følger av praksis samt økonomisk teori at ikke enhver kostnadsbesparelse utgjør en relevant samfunnsøkonomisk effektivitetsgevinst.

Det er kun kostnadsbesparelser som gir en nettogevinst i samfunnsøkonomisk forstand, er fusjonsspesifikke og tilstrekkelig godt dokumenterte som vil være relevante når man veier de negative følgene av en foretakssammenslutning mot de positive.

Selv om kostnadsbesparelsen gir en nettogevinst i samfunnsøkonomisk forstand, er det som nevnt et ytterligere krav om at kostnadsbesparelsen er spesifikt knyttet til den aktuelle foretakssammenslutningen. Gevinstene er ikke fusjonsspesifikke dersom det er sannsynlig at gevinstene kunne eller ville bli realisert uavhengig av foretakssammenslutningen.

Det er kun kostnadsbesparelser som er tilstrekkelig godt dokumentert og konkretisert som vil bli hensyntatt. Det påhviler partene å legge frem tilstrekkelig dokumentasjon – følgelig vil ubegrunnede anslag og generelle påstander om mulige synergieffekter ikke bli vektlagt.

I kravet om at effektivitetsgevinstene skal være tilstrekkelig dokumentert ligger også et krav om at endringene som gir gevinster må bli gjennomført innen en rimelig tidsperiode, og at gevinstene må være realiserbare innen rimelig tid. Hvor lang tid dette innebærer må bero på en konkret vurdering. Tidshorisonten vil avhenge av karakteristika ved det aktuelle markedet, og omfanget av endringer som kan forventes i fremtiden. Konkurransetilsynet vil normalt være restriktiv i sin vurdering av effektivitetsgevinster som først vil bli realisert noe frem i tid.

### 6.3.2 Vurdering av de enkelte kostnadsbesparelser

#### 6.3.2.1 Oversikt over anførte effektivitetsgevinster

Findus anfører at oppkjøpet vil medføre kostnadsbesparelser ved [ ]  
og at disse vil komme forbrukerne til gode gjennom lavere priser.

[

]

**Tabell 6.1. Anførte årlige effektivitetsgevinster**

<b>Effektivitetsgevinst</b>	<b>Anført besparelse (MNOK)</b>
[ ]	[ ]
[ ]	[ ]
Reduserte innkjøpskostnader	[ ]
Reduserte transportkostnader	[ ]
[ ]	[ ]
<b>Sum besparelser</b>	[ ]

*6.3.2.2 Konkurransetilsynets vurdering av effektivitetsgevinstene*

Konkurransetilsynet finner at Findus har anført kostnadsgevinster som tilfredsstillende kravet til at de skal være samfunnsøkonomiske og ervervsspesifikke, og at enkelte av disse kostnadsbesparelsene kan være av den størrelse partene har anført. Flere forhold tilsier likevel at de anførte effektivitetsgevinstene ikke kan medregnes i sin helhet. Tilsynet vil peke på de vesentligste av disse forholdene.

[ ]

[

]

[ ]

[

På denne bakgrunn finner Konkurransetilsynet at det kan foreligge dokumenterte relevante effektivitetsgevinster som følge av reduksjon i stab på høyst 0,7 millioner kroner.]

*Reduserte innkjøpskostnader*

Findus har anført at ervervet vil gi bedre innkjøpsbetingelser, i hovedsak innen emballasje.

[

]

[

]

[

]

*Inntektssynergier*

Partene anfører at det vil oppstå inntektssynergier som følge av vekst i markedsvolumet. Konkurransetilsynet har drøftet slike virkninger i avsnitt 6.2.

*Samlet vurdering*

Konkurransetilsynet finner det realistisk at ervervet kan gi årlige samfunnsøkonomiske og ervervsspesifikke gevinster på inntil [ ] kroner.[

]

[ ] Konkurransetilsynet legger til grunn at disse i hovedsak kan anses for å være samfunnsøkonomiske og ervervsspesifikke.

## 6.4 Forholdet mellom positive og negative virkninger

Konkurransetilsynet har kommet til at ervervet vil forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for fryste grønnsaker til dagligvaremarkedet. Dette vil lede til et samfunnsøkonomisk tap.

Som det fremgår av avsnitt 6.3.2 finner Konkurransetilsynet ikke å kunne legge til grunn at foretakssammenslutningen vil medføre vesentlige fusjonsspesifikke og samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster innenfor en relevant tidsramme som kan oppveie det samfunnsøkonomiske tapet av ervervet. Etter en samlet vurdering finner Konkurransetilsynet at ervervet derfor vil være i strid med lovens formål.

## 7 Konklusjon, forholdsmessighet og inngrepsvedtak

### 7.1 Konkurransmessige virkninger av ervervet

Konkurransetilsynets finner at foretakssammenslutningen mellom Findus og Gro vil forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i markedene for blanding og pakking av fryste grønnsaker med tollbeskyttelse. Konkurransetilsynet er videre av den oppfatning at det ikke foreligger effektivitetsgevinster ved foretakssammenslutningen som er tilstrekkelige til å oppveie det samfunnsøkonomiske tap som følger av konkurransebegrensningen.<sup>17</sup> Etter konkurranseloven § 16 første ledd skal Konkurransetilsynet da gripe inn mot foretakssammenslutningen.

### 7.2 Inngrepsvedtak

Konkurranseloven § 16 tredje ledd fastsetter hva et vedtak om inngrep mot foretakssammenslutning kan gå ut på. Inngrepsvedtaket kan omfatte forbud, påbud eller tillatelse på nærmere fastsatte vilkår. Realiseringen av konkurranselovens formål vil være av avgjørende betydning for utformingen av inngrepsvedtaket.

### 7.3 Forholdsmessighet og avhjelpende tiltak

Det følger av det alminnelige kravet til forholdsmessighet i norsk forvaltningsrett at Konkurransetilsynets vedtak ikke må gå lenger enn det som er nødvendig for å avhjelpe de negative konkurransevirkningene av foretakssammenslutningen.

I forbindelse med Konkurransetilsynets behandling av saken har Findus fremsatt forslag til vilkår som kan avhjelpe de konkurransebegrensende virkningene ved foretakssammenslutningen. Disse forslagene er vurdert som ledd i Konkurransetilsynets forholdsmessighetsvurdering.

Findus har tilbudt følgende avhjelpende tiltak:

- Forpliktelse til å videreføre Gros leveranser av primærprosesserte dypfryste grønnsaker til Norrek Dypfrys AS i henhold til vilkår i gjeldende avtale mellom Gro Industrier AS og Norrek Dypfrys AS om levering av industrivarer, datert 7. mars 2007. Norrek Dypfrys AS skal ha rett til minst det volum som er avtalt levert for 2007.
- Forpliktelse til å tilby dagligvarehandelen fortsatte leveranser av gjeldende EMV-produkter innen kategorien dypfryste grønnsaker/grønnsaksblandinger. Priser skal utelukkende kunne justeres som følge av dokumenterte økninger i kostnader. Dagligvarehandelen skal gis mulighet for leveranser av et volum minst tilsvarende dagens volum.
- Konkurransetilsynet kan oppnevne forvalter.

Findus har i tillegg i møte med tilsynet foreslått å utvide sin leveringsforpliktelse til også å gjelde andre aktører på leddet for blanding og pakking av fryste grønnsaker.

---

<sup>17</sup> Jf. kapittel 6.

Konkurransetilsynets hovedbekymring i forhold til foretakssammenslutningen er at priskonkurransen reduseres, og at det oppstår økte muligheter for utøvelse av markedsrett i form av prisdiskriminering. Konkurransetilsynet har kommet til at et sett av vilkår som sikrer ikke-diskriminerende tilgang til og prising av råvarer fra Gro/Findus, vil motvirke de vesentligste konkurransemessige problemene foretakssammenslutningen skaper.

Sett i sammenheng med de andre vilkårene finner Konkurransetilsynet at en forpliktelse for Gro/Findus til å levere varer til sine eksisterende og eventuelt nye konkurrenter på leddet for pakking og blanding av fryste grønnsaker vil styrke konkurrentenes responsmuligheter overfor Gro/Findus. Vilåret vil gi konkurrentene tilgang til råvarer ved volumøkninger, både dersom de ønsker å øke produksjonen av eksisterende produkter og dersom de ønsker å benytte nye sorter og/eller produsere nye produkter. Vilårene skal også sikre at konkurrentene ikke hindres unødige av manglende tilgang på råvarer dersom de skulle overta EMV-produksjon som per i dag ligger hos Gro. Disse vilkårene vil således gjøre at foretakssammenslutningen kan godkjennes. Vilårene anses således som tilstrekkelige og går ikke lenger enn nødvendig.

Konkurransetilsynet finner at en tidsperiode på fem år er påkrevd for at vilkårene skal ha den ønskede effekt i markedet. Bakgrunnen for dette er at konkurrenter skal ha en sikkerhet for fremtidige leveranser både når det gjelder mengde og sortiment i en tilstrekkelig tidsperiode til at de kan forberede og gjennomføre eventuelle tiltak for å møte konkurransen fra Findus når vilkårsperioden utløper. I denne fasen er det avgjørende at både eksisterende og nye konkurrenter har sikkerhet for leveranser som gir mulighet for vekst både når det gjelder mengde og sortiment. Vilårene kan eventuelt fornyes når perioden utløper.

For å sikre at de vilkår som stilles om ikke-diskriminerende tilgang på råvarer og en ikke-diskriminerende prising blir reelle, finner Konkurransetilsynet at det er nødvendig å oppnevne en forvalter som kan kontrollere at Findus etterlever vilkårene.

## 7.4 Vedtak

På denne bakgrunn og med hjemmel i konkurranseloven § 16 fatter Konkurransetilsynet følgende vedtak:

Foretakssammenslutningen mellom Findus Norge AS og Gro Industrier AS godkjennes på følgende vilkår:

### 1. Leveranser til industrikunder

Findus Norge AS påbys å videreføre leveranser av primærprosesserte dypfryste grønnsaker til Norrek Dypfrys AS i henhold til vilkår i gjeldende avtale mellom Gro Industrier AS og Norrek Dypfrys AS om levering av industrivarer, datert 7. mars 2007.

At avtalen videreføres innebærer at priser kun kan reguleres én gang årlig og at priser kun kan økes som følge av dokumenterte endringer i følgende innsatsfaktorer; endringer i innkjøpspriser fra produsent, inntil 50 % økning i lønnskostnader og vesentlige endringer i energikostnader. Det innebærer videre at Norrek Dypfrys AS skal ha rett til å få dekket sitt volumbehov, herunder mengde og sortiment. Volumbehovet må, på grunn av dyrkingssyklusen for grønnsaker, meldes til Findus i forkant i henhold til avtalens reguleringer av dette. Avtalen er vedlagt som Vedlegg 1 til dette vedtak og gjelder som del av vedtaket.

Bestemmelsen over er ikke til hinder for at Norrek Dypfrys AS kan inngå ny avtale med bedre betingelser enn den eksisterende avtalen.

Findus Norge AS påbys å tilby leveranser av primærprosesserte dypfryste grønnsaker i bulk til eventuelle nye aktører som etablerer seg innenfor sekundærprosessering av dypfryste grønnsaker (blanding og pakking) i Norge til kostnadsbaserte priser, og på ikke-diskriminerende vilkår sammenliknet med de vilkår som tilbys Norrek Dypfrys AS. Volumbehovet må meldes til Findus tilstrekkelig tid i forkant til at Findus har mulighet til å hensynta dette i forhold til dyrkingssyklusen for grønnsaker.

For leveranser både til Norrek Dypfrys AS og eventuelle nye aktører som etablerer seg innenfor sekundærprosessering av dypfryste grønnsaker gjelder følgende:

Kravet til forhåndsmelding gjelder ikke for leveranser av primærprosesserte dypfryste grønnsaker som følge av, og i den utstrekning, én eller flere av dagligvarekjedene ønsker å flytte hele eller deler av sin eksisterende EMV-produksjon fra Gro Industrier AS/Findus Norge AS til andre aktører og som tilsvarende det volum/sortiment av råvarer (primærprosesserte dypfryste grønnsaker) som er nødvendig for leveranse av det EMV-volum som Gro Industrier AS/Findus Norge AS har påtatt seg å levere til den aktuelle dagligvarekjeden.

## 2. *Leveranser av EMV-produkter til dagligvarekunder*

Findus Norge AS påbys fortsatt å tilby norske dagligvarekjeder leveranser av EMV-produkter innenfor kategorien dypfryste grønnsaker / grønnsaksblandinger. Kjeden skal ha rett til å få dekket sitt volumbehov. Økt etterspørsel utover dagens volum må meldes til Findus tilstrekkelig tid i forkant til at Findus har mulighet til å hensynta dette i forhold til dyrkingssyklusen for grønnsaker. Priser skal utelukkende kunne økes som følge av dokumenterte økninger i kostnader etter samme modell som for Norrek Dypfrys AS, jf. punkt 1.

## 3. *Håndheving og kontroll*

Findus Norge AS påbys å videreføre dagens regnskapspraksis som fordeler kostnader ned på det enkelte produkt.

Konkurransetilsynet oppnevner en forvalter til å overvåke at vilkårene i punkt 1 og 2 om leveringsplikt til Norrek og andre aktører innen sekundærprosessering, samt til dagligvarekjedene, gjennomføres i samsvar med dette vedtak. Findus Norge AS kan innen 25. mai 2007 legge frem forslag for Konkurransetilsynet om aktuelle kandidater som kan oppnevnes til forvalter.

Findus Norge AS plikter å samarbeide fullt ut med forvalteren og yte slik medvirkning som er nødvendig for å oppfylle forvalteroppdraget. Herunder skal Findus så raskt som mulig bistå med å finne frem til og gi forvalteren, eller dennes medhjelper, tilgang til informasjon, dokumentasjon, lokaler, tekniske innretninger, personell m.v. i den grad dette er nødvendig for å oppfylle forvalteroppdraget. Findus skal så snart som mulig etter at Konkurransetilsynet eller forvalteren har bedt om det, gi forvalteren de fullmakter som er nødvendige for å kunne utføre forvalteroppdraget.

Konkurransetilsynet fastsetter det vederlag og den dekning av dokumenterte utgifter i forbindelse med forvalteroppdraget som forvalteren kan kreve av Findus, innenfor det som må anses som rimelig og nødvendig sammenholdt med forvalteroppdraget. Konkurransetilsynet kan også fastsette bestemmelser om hvordan oppgjør skal skje, herunder blant annet om forskuddsbetaling, forfallstidspunkter og motregning.

Findus kan inngå avtale med forvalteren om dekning av vederlag og utgifter i forbindelse med forvalteroppdraget. Dersom Konkurransetilsynet godkjenner forslaget til slik avtale, legges avtalen til grunn som bindende mellom forvalteren og Findus. Dersom slik avtale ikke foreligger innen 10 dager etter at Konkurransetilsynet har avgjort hvem som skal oppnevnes som forvalter, kan Konkurransetilsynet fastsette de regler om vederlag og utgifter som skal gjelde for forvalteroppdraget.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 16. mai 2012.

Vedtaket kan påklages innen 15 virkedager, jf. konkurranseloven § 20 fjerde ledd. En eventuell klage stiles til Fornyings- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.