

Mottaker
Offentlighet

Deres ref.:

Vår ref.: 2015/0012-115

Saksbehandler: Rudi Wiers

Dato: 30.07.2015

Saksansvarlig: Ingrid Kjeldstad Gullaksen

Vedtak V2015-29 - offentlig versjon - St1 Nordic OY - Smart Fuel AS - konkurranseloven § 16 jf. § 20 - inngrep mot foretakssammenslutning

- (1) Konkurransetilsynet viser til melding om foretakssammenslutning mellom St1 Nordic Oy og Smart Fuel AS mottatt 28. mars 2015 ("meldingen"), tilsynets varsel 7. mai 2015 om at inngrep mot foretakssammenslutningen kan bli aktuelt, samt melderens endelige forslag til avhjelpende tiltak 23. juli 2015. Videre vises det til øvrig skriftlig korrespondanse og annen kontakt i anledning saken.

1 Innledning

1.1 Sakens bakgrunn

- (2) Saken gjelder foretakssammenslutning mellom St1 Nordic Oy ("St1 Nordic", også omtalt som "melder") og Smart Fuel AS ("Smart Fuel"), også omtalt som "partene".
- (3) I henhold til aksjekjøpsavtale inngått 18. desember 2014 mellom St1 Nordic og Shell Exploration and Production Holdings B.V. ("SEPH") skal St1 Nordic erverve samtlige aksjer i Smart Fuel.
- (4) Parallelt med herværende foretakssammenslutning har SEPH og St1 Group Oy inngått avtale om etablering av et 50/50 selvstendig fungerende fellesforetak for salg og markedsføring av flydrivstoff i Norge.¹ Opprettelsen av fellesforetaket er godkjent av EU-kommisjonen ("Kommisjonen").²
- (5) Melder har fremsatt forslag til avhjelpende tiltak. Konkurransetilsynet har funnet at de avhjelpende tiltakene vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til. Konkurransetilsynet har på denne bakgrunn fattet vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på vilkår, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd jf. § 20 fjerde ledd.³

1.2 Konkurransetilsynets saksbehandling

- (6) Konkurransetilsynet har i anledning saken innhentet omfattende informasjon fra en rekke aktører i markedet.

¹ Se meldingen punkt 4.3.2.

² Kommisjonens avgjørelse av 19. juni 2015 i sak COMP/M.7579 Royal Dutch Shell plc/Keele Oy/Aviation Fuelling Services Norway JV.

³ Lov 5. mars 2004 nr. 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger.

- (7) Partene har, utover meldingen av 28. mars 2015, besvart flere pålegg fra Konkurransetilsynet om å gi opplysninger. Det har vært avholdt flere møter mellom Konkurransetilsynet og partene.⁴ I tillegg har det vært løpende kontakt med partenes advokater.
- (8) St1 Nordic har gjennomført en spørreundersøkelse i saken.⁵ Konkurransetilsynet har gitt innspill til undersøkelsen i e-post av 27. januar 2015 og i etterfølgende telefonsamtale.
- (9) Konkurransetilsynet har også hentet inn informasjon fra Statoil Fuel & Retail AS ("Statoil"), Esso Norge AS ("Esso"), Uno-X Gruppen AS ("Uno-X"), Best Stasjon AS ("Best") og Bunker Oil AS ("Bunker Oil").
- (10) Melder har fremsatt tilbud om avhjelpende tiltak først i brev datert 10. juli 2015, samt revidert forslag 14. juli og 17. juli. Endelig forslag om avhjelpende tiltak ble mottatt 23. juli 2015. Konkurransetilsynet har foretatt en nærmere vurdering av de foreslåtte avhjelpende tiltakene i sin behandling av saken.

1.3 Fristberegning

- (11) Konkurransetilsynet mottok melding om foretakssammenslutningen 28. mars 2015, jf. konkurranseloven §§ 18a og 18b. Varsel om at inngrep kan bli aktuelt ble rettidig oversendt 7. mai 2015, jf. konkurranseloven § 20 annet ledd første punktum.
- (12) I henhold til konkurranseloven § 20 fjerde ledd første punktum, må Konkurransetilsynet senest innen 70 virkedager fra melding ble mottatt, fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag til avhjelpende tiltak fra melder, eller legge frem begrunnet forslag til forbudsvedtak. Frist for begrunnet forslag til forbudsvedtak var 13. juli 2015.
- (13) Dersom melder fremsetter forslag til avhjelpende tiltak senere enn 55 virkedager fra meldingen er mottatt, forlenges Konkurransetilsynets frist tilsvarende, jf. konkurranseloven § 20 fjerde ledd annet punktum. Melder fremla forslag til avhjelpende tiltak 10. juli 2015. Fristen for Konkurransetilsynet til å fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag om avhjelpende tiltak fra melder, eller legge frem begrunnet forslag til forbudsvedtak, ble derfor forlenget med 14 virkedager regnet fra 10. juli 2015, jf. konkurranseloven § 20 fjerde ledd andre punktum.
- (14) Frist for å fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag om avhjelpende tiltak er med dette 30. juli 2015. Dette vedtaket er således truffet rettidig.

2 Partene i saken

2.1 St1 Nordic

- (15) Keele Oy er majoritetsaksjonær i St1 Nordic med en eierandel på 65,5 prosent.⁶ Keele Oy er et finsk energiselskap organisert i to hovedgrupper, St1 Nordic og St1 Group Oy.⁷
- (16) St1 Nordic har fire heleide datterselskaper, St1 Norge AS, St1 Sverige AB, St1 Oy og St1 Biofuels Oy. St1 Norge, St1 Sverige AB og St1 Oy har i hovedsak virksomhet innen salg, distribusjon og markedsføring av oljeprodukter i henholdsvis Norge, Sverige og Finland. St1 Biofuels Oy har virksomhet innen utvikling av biodrivstoffteknologi.
- (17) St1 Nordic hadde i 2013 en konsolidert omsetning på om lag 1 678 millioner euro.⁸

⁴ Det har blitt avholdt møter med St1 Nordic og Smart Fuel 21. januar, 4. mars, 20. mai og 3. juli, samt separat møte med Smart Fuel 5. mai 2015. I tillegg har tilsynet har flere telefonmøter med St1 Nordic i perioden 10-23. juli anledning melder forslag til avhjelpende tiltak.

⁵ Spørreundersøkelsen er utført av [REDACTED]. Hovedfunnene fra undersøkelsen er beskrevet i brev av 18. mars 2015 fra St1 Nordic.

⁶ Keele Oy og Mika Anttonen (styreleder) eier til sammen 77 prosent av St1 Nordic Oy, idet Keele Oy er eid av Mika Anttonen med 98,13 prosent og familie 1,87 prosent. De øvrige 23 prosent eies av flere andre aksjonærer. Se for øvrig meldingen punkt 4.1.1. og vedlegg til meldingen "Aksjeeierbok St1 Nordic Oy".

⁷ St1 Group Oy har tre heleide datterselskaper, St1 Sweden Holding AB, St1 Supply AB og St1 Refinery AB. St1 Refinery AB eier og drifter oljeraffineri beliggende utenfor Göteborg. St1 Supply AB selger drivstoffet til selskaper i konsernet og i det åpne markedet.

⁸ Se meldingen punkt 4.1.4. og vedlegg til meldingen "Årsregnskap – konsolidert konsern 2013".

- (18) St1 Norge AS har 39 ubetjente stasjoner på Østlandet og i Arendal, og disse omsatte for 1 223 millioner kroner i 2013.⁹

2.2 Smart Fuel

- (19) Smart Fuel er et heleid datterselskap av SEPH, som igjen eies av Royal Dutch Shell plc. Shell-konsernet er børsnotert i London. Smart Fuel har hovedkontor i Oslo.
- (20) A/S Norske Shell fisjonerte i april-mai 2014 sitt forretningsområde knyttet til nedstrømsvirksomheten i Norge til Smart Fuel.¹⁰
- (21) Det fisjonerte forretningsområdet omfattet kjøp, lagring og håndtering av hydrokarbonlager og oljeprodukter samt to militære drivstoffdepoter. Videre omfattet fisjonen forretningsområdet for flydrivstoffvirksomheten, detaljhandel med drivstoff, bestående blant annet av ca. 415 bensinstasjoner, avtaler om salg av drivstoff til store, industrielle kunder (for eksempel transportbedrifter), samt salg av bitumen.¹¹
- (22) Smart Fuel hadde i 2014 en omsetning på [redacted] millioner kroner.¹² Samlet omsetning fra bensinstasjoner for Shell-konsernet i Norge i 2014 var [redacted] millioner kroner.¹³
- (23) I beskrivelsen av markedet, markedsavgrensningen og vurderingene av foretakssammenslutningen i kapittel 4 til 7 benyttes merkevarenavnet Shell i omtalen av Smart Fuel.

3 Rettslig utgangspunkt

3.1 Forholdet til konkurransereglene i EU og EØS

- (24) EØS-avtalen artikkel 57 fastsetter regler for kompetansefordeling mellom Kommisjonen, EFTAs overvåkningsorgan og nasjonale konkurransemyndigheter. Konkurransetilsynet har bare kompetanse til å føre tilsyn med foretakssammenslutninger som ikke er av EU- eller EFTA-dimensjon. Hvorvidt en foretakssammenslutning har EU- eller EFTA-dimensjon, avhenger av om de berørte foretak har en omsetning som overstiger terskelverdiene i artikkel 1 nr. 2 og nr. 3 i rådsforordning 139/2004/EF (fusjonsforordningen) i henholdsvis EU eller EØS EFTA-statene, jf. §§ 12 og 13 i forskrift av 21. desember 2011 om gjennomføring av konkurransereglene i EØS-avtalen mv.
- (25) Terskelverdiene for at sammenslutningen skal kunne regnes for å ha EU- eller EFTA-dimensjon er ikke oppfylt.
- (26) Terskelverdiene i konkurranseloven § 18 er oppfylt. Konkurransetilsynet har følgelig kompetanse til å behandle saken.

3.2 Vilåårene for inngrep

3.2.1 Generelt

- (27) Etter konkurranseloven § 16 første ledd skal Konkurransetilsynet forby en foretakssammenslutning dersom tilsynet finner at den vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. Lovens formål er å fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser, jf. konkurranseloven § 1 annet ledd.
- (28) Dersom Konkurransetilsynet finner at avhjelpende tiltak foreslått av partene vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, skal tilsynet i stedet fatte vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkår, jf.

⁹ Se meldingen punkt 4.1.5. og vedlegg til meldingen "Årsregnskap 2013 St1 Norge AS".

¹⁰ Se meldingen punkt 4.3.1. og vedlegg til meldingen "Demerger Plan av 07.05.2014".

¹¹ Se meldingen punkt 4.3.1. Flydrivstoffvirksomheten ble senere overført til fellesforetaket nevnt i avsnitt (4) ovenfor.

¹² Dette gjelder omsetningen i Smart Fuel fra fisjoneringsen og ut året. Regnskapsmessig hadde fisjoneringsen virkning fra 1. juli 2014.

¹³ Se meldingen punkt 4.3.2 med tilhørende fotnote 2.

konkurranseloven § 16 annet ledd. Bestemmelsen innebærer en redusert utredningsplikt for tilsynet der vedtak fattes etter denne bestemmelsen.¹⁴

3.2.2 Foretakssammenslutning

- (29) For at Konkurransetilsynet skal kunne gripe inn mot ervervet, må det foreligge en foretakssammenslutning, jf. konkurranseloven § 17. Etter § 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.
- (30) St1 Nordic har inngått avtale med SEPH om kjøp av samtlige aksjer i Smart Fuel. Avtalen innebærer at St1 Nordic på varig basis overtar kontrollen over virksomheten i Smart Fuel, unntatt flydrivstoffvirksomheten som er skilt ut i et eget selskap. Det foreligger således en foretakssammenslutning i konkurranselovens forstand.

3.2.3 Konkurransbegrensningskriteriet

- (31) Konkurransetilsynet skal forby foretakssammenslutninger som vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. Spørsmålet om foretakssammenslutningen vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen, behandles i kapittel 6 nedenfor.

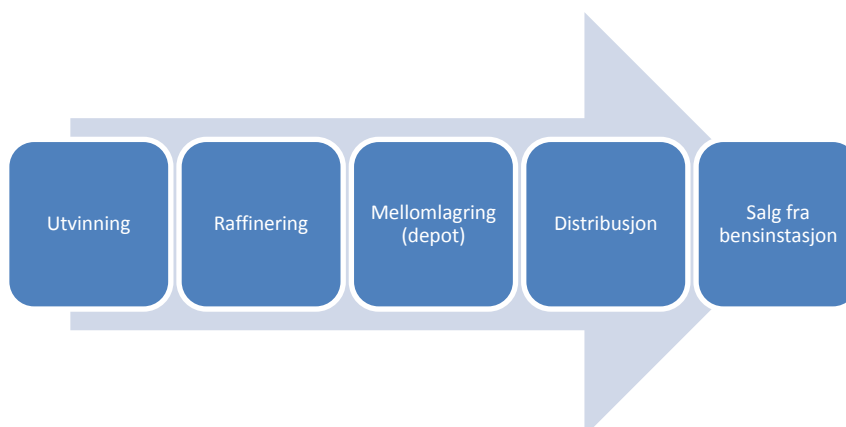
3.2.4 Effektivitetsgevinster

- (32) Dersom foretakssammenslutningen vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen, må det videre avklares om foretakssammenslutningen medfører effektivitetsgevinster som kan oppveie eventuelle negative virkninger av foretakssammenslutningen, jf. formålsbestemmelsen i konkurranseloven § 1. Mulige effektivitetsgevinster drøftes i kapittel 7.3 nedenfor.

4 Drivstoffmarkedet

4.1 Beskrivelse av markedet

- (33) Både bensin og diesel produseres av råolje. Råoljen foredles, og bensinstasjonskjedene kjøper de raffinerte bensin- og dieselproduktene fra raffinerer i Norge og utlandet. Prisene forhandles separat, men innkjøpsprisen er basert på den internasjonale referanseprisen fra Platts.¹⁵
- (34) Drivstoffet blir fraktet fra raffineriet til depoter for mellomlagring av drivstoff (heretter "depot"). Depotene er fordelt over hele landet. Fra depotet transporteres drivstoffet til den enkelte bensinstasjon. Verdikjeden er illustrert i figur 1.



Figur 1 Verdikjeden i drivstoffmarkedet

- (35) Både Shell og Esso har virksomhet innen både utvinning og raffinering av råolje.¹⁶ St1 Nordic har, gjennom St1 Refinery AB, et raffineri i Sverige (Gøteborg). Verken Statoil¹⁷, Uno-X, Best

¹⁴ Prop. 75 L (2012-2013) Endringer i konkurranseloven, side 144.

¹⁵ Platts er et selskap som publiserer referansepriser for blant annet drivstoffprodukter. Se <http://www.platts.com/products/market-data-oil>

eller Bunker Oil er aktive på disse leddene av verdikjeden. Ettersom utvinning og raffinering ikke er omfattet av den virksomheten som St1 Nordic kjøper fra SEPH, vil disse leddene av verdikjeden ikke omtales nærmere.

4.2 Markedsaktørene

4.2.1 St1 Nordic

- (36) St1 Nordic etablerte seg i Norge gjennom kjøpet av ConocoPhillips ("JET") sine bensinstasjoner i 2009. Dette kjøpet kom i stand som en følge av at Kommisjonen påla Statoil å videregjøre 40 JET-stasjoner i forbindelse med foretakssammenslutningen mellom StatoilHydro og JET i 2008.¹⁸
- (37) St1 Nordic har i dag til sammen 39 bensinstasjoner i fylkene Oslo, Akershus, Oppland, Hedmark, Vestfold, Østfold, Buskerud, Telemark og Aust-Agder. Samtlige stasjoner er ubetjente.
- (38) Samlet omsetning for St1 Norge AS i 2014 var på 1,4 milliarder kroner.¹⁹ St1 Norge AS sine bensinstasjoner hadde en gjennomsnittlig omsetning av drivstoff i 2014 på [redacted] millioner kroner, hvorav [redacted] millioner kroner er knyttet til salg av bensin og [redacted] millioner kroner er knyttet til salg av diesel.
- (39) St1 Nordic har ingen egne depoter i Norge, men har en forsyningsavtale [redacted].²⁰ Selskapet har tidligere hatt leveringsavtaler med [redacted].
- (40) Transporten av drivstoffet mellom depotene og bensinstasjonene utføres av tredjeparts leverandør.²¹

4.2.2 Shell (Smart Fuel AS)

- (41) Shell har 374 bensinstasjoner over hele landet fordelt på 45 ubetjente Shell Express-stasjoner og 329 betjente Shell- og Shell/7-Eleven-stasjoner.²² [redacted] av stasjonene er eid av Shell, mens [redacted] er forhandlereide.
- (42) Samlet omsetning for Shell i 2014 var på [redacted] milliarder kroner. De betjente Shell-stasjonene og ubetjente Shell Express hadde en gjennomsnittlig omsetning av drivstoff i 2014 på henholdsvis [redacted] og [redacted] millioner kroner.

Stasjonskonsept	Antall stasjoner	Total omsetning (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, bensin (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, diesel (MNOK)
Shell, Shell/7-eleven	329	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Shell Express	45	[redacted]	[redacted]	[redacted]

Tabell 1 Oversikt over Shells stasjonskonsepter²³

¹⁶ Shell hadde inntil 2000 et raffineri i Risavika/Sola, men har nå kun et raffineri i [redacted]. Esso sitt raffineri [redacted]. Det største raffineriet i Norge, [redacted], ligger på [redacted] i Hordaland.

¹⁷ I 2012 ble Statoil Fuel & Retail kjøpt opp av Couche-Tard Norway AS og er derfor ikke lenger en del av Statoil ASA.

¹⁸ Se COMP/M.4919 StatoilHydro/ConocoPhillips.

¹⁹ Konkurransetilsynets beregninger er basert på rapporterte pris- og volumdata for alle stasjoner i drift per desember 2014 fra St1 Nordic, inkludert merverdiavgift. Omsetningstallene som fremkommer kan derfor avvike fra faktisk omsetning i årsregnskapet for 2014.

²⁰ Se meldingen side 21.

²¹ Se meldingen side 32.

²² Per desember 2014.

- (43) Av det totale antall stasjoner, leier Shell [redacted] tidligere YX-stasjoner fra Uno-X Gruppen AS frem til [redacted].²⁴ Disse stasjonene er drevet av Reitan Servicehandel AS og profileres som Shell/7-Eleven.²⁵
- (44) Shell har fem heleide drivstoffdepoter²⁶ (Tananger, Haugesund, Ålesund, Bodø og Kirkenes) og tre deleide depoter (Oslo/Ekeberg²⁷, Harstad²⁸ og Tromsø²⁹). Shell har [redacted]³⁰ med [redacted].³¹
- (45) Drivstoffet kjøpes fra Statoil ASAs raffineri på [redacted] og Shells raffineri i [redacted].³²

4.2.3 Statoil Fuel & Retail AS

- (46) Statoil har [redacted] bensinstasjoner over hele landet fordelt på [redacted] betjente Statoil-stasjoner og [redacted] ubetjente 1-2-3-stasjoner.³³ Statoil eies av Couche-Tard Norway AS som har [redacted]. Statoil er den største aktøren i det norske drivstoffmarkedet.
- (47) Samlet omsetning for Statoil i 2014 var på over [redacted] milliarder kroner. Statoil- og 1-2-3-stasjonene hadde i 2014 en gjennomsnittlig omsetning av drivstoff på henholdsvis [redacted] og [redacted] millioner kroner.

Stasjonskonsept	Antall stasjoner	Total omsetning (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, bensin (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, diesel (MNOK)
Statoil	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Statoil 1-2-3	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

Tabell 2 Oversikt over Statoils stasjonskonsepter³⁴

- (48) Statoil har fem heleide depoter³⁵ ([redacted]³⁶ [redacted]³⁷ [redacted]³⁸ [redacted]³⁹) og tre deleide depoter (Oslo/Ekeberg³⁷, [redacted]³⁸ og [redacted]³⁹). Statoil har [redacted]⁴⁰ med [redacted].

²³ Konkurransetilsynets beregninger er basert på rapporterte pris- og volumdata for alle stasjoner i drift per desember 2014 fra Smart Fuel, inkludert merverdiavgift. Omsetningstallene som fremkommer kan avvike fra faktisk omsetning i 2014.

²⁴ Se meldingen s. 30. Denne leieavtalen ble godkjent på vilkår i V2008-3-AS Norske Shell – spesifiserte eiendeler fra YX Energi Norge AS

²⁵ Se meldingen side 17.

²⁶ Jf. vedlegg til meldingen "Oversikt depoter fra Smart Fuel".

²⁷ Ekeberg Oljelager eies sammen med Statoil, Esso og Uno-X.

²⁸ [redacted].

²⁹ [redacted].

³⁰ Se nærmere omtale av [redacted] i kapittel 4.3.

³¹ Se meldingen side 33.

³² Se meldingen side 21.

³³ Per desember 2014.

³⁴ Konkurransetilsynets beregninger er basert på rapporterte pris- og volumdata for alle stasjoner i drift per desember 2014 fra Statoil, inkludert merverdiavgift. Omsetningstallene som fremkommer kan avvike fra faktisk omsetning i årsregnskapet for 2014.

³⁵ Statoil har i brev mottatt 16. april 2015 (vedlegg 7a) oppgitt totalt [redacted] terminaler og anlegg i Norge, hvorav ett av depotene eies av [redacted] og ett [redacted]. I tillegg har [redacted].

Disse anleggene regnes derfor heller ikke med her.

- (49) Statoil kjøper hovedsakelig sitt drivstoff fra [REDACTED].⁴¹
- (50) Transporten av drivstoffet mellom depotene og bensinstasjonene utføres av tredjeparts leverandør.⁴²

4.2.4 Esso Norge AS

- (51) Esso har [REDACTED] bensinstasjoner over hele landet fordelt på [REDACTED] betjente Esso-stasjoner og [REDACTED] ubetjente Esso Express-stasjoner.⁴³ Esso eies av Exxonmobil Holding Norway AS.
- (52) Totalomsetningen for Esso i 2014 var på [REDACTED] milliarder kroner. Essos betjente og ubetjente stasjoner hadde en gjennomsnittlig omsetning av drivstoff i 2014 på henholdsvis [REDACTED] og [REDACTED] millioner kroner.

Stasjonskonsept	Antall stasjoner	Total omsetning (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, bensin (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, diesel (MNOK)
Esso	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Esso Express	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 3 Oversikt over Essos stasjonskonsepter⁴⁴

- (53) Esso har tre heleide depoter ([REDACTED]) og ett deleid depot (Oslo/Ekeberg⁴⁵). Esso har [REDACTED]⁴⁶ med [REDACTED].
- (54) Transporten av drivstoffet mellom depotene og bensinstasjonene utføres av tredjeparts leverandør.⁴⁷

4.2.5 Uno-X Gruppen AS

- (55) Uno-X har [REDACTED] bensinstasjoner over hele landet fordelt på [REDACTED] betjente YX-stasjoner og [REDACTED] ubetjente Uno-X-stasjoner.⁴⁸ Uno-X eies av Reitangruppen AS. Som nevnt i punkt (43) over, leier Uno-X ut [REDACTED] stasjoner til Shell, i tillegg til de stasjoner som er nevnt her.
- (56) Samlet omsetning for Uno-X i 2014 var på [REDACTED] milliarder kroner. Gjennomsnittlig omsetning av drivstoff for YX- og Uno-X-stasjonene i 2014 var på henholdsvis [REDACTED] og [REDACTED] millioner kroner.

Stasjonskonsept	Antall stasjoner	Total omsetning (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, bensin (MNOK)	Snittomsetning per stasjon, diesel (MNOK)

³⁶ Ekeberg Tankanlegg. Statoil oppgir i brev mottatt 16. april 2015 (vedlegg 7a) at [REDACTED]

³⁷ Ekeberg Oljelager, som drives av Sистерne Drift DA, eies sammen med Shell, Esso og Uno-X.

³⁸ [REDACTED]

³⁹ [REDACTED]

⁴⁰ Se nærmere omtale av [REDACTED] i kapittel 4.3.

⁴¹ Jf. brev mottatt 16. april 2015 fra Statoil.

⁴² Jf. brev mottatt 16. april 2015 fra Statoil.

⁴³ Per desember 2014.

⁴⁴ Konkurransetilsynets beregninger er basert på rapporterte pris- og volumdata for alle stasjoner i drift per desember 2014 fra Esso, inkludert merverdiavgift. Omsetningstallene som fremkommer kan avvike fra faktisk omsetning i årsregnskapet for 2014.

⁴⁵ Ekeberg Oljelager eies sammen med Statoil, Shell og Uno-X.

⁴⁶ Se nærmere omtale av [REDACTED] i kapittel 4.3.

⁴⁷ Brev av 10. april 2015 fra Esso.

⁴⁸ Per desember 2014.

YX	■	■	■	■
Uno-X	■	■	■	■

Tabell 4 Oversikt over Uno-X' stasjonskonsepter⁴⁹

- (57) Uno-X har to heleide depoter (■) og ett deleid depot (Oslo/Ekeberg⁵⁰). Uno-X har ■⁵¹ med ■.
- (58) Transporten av drivstoffet mellom depotene og bensinstasjonene utføres av tredjeparts leverandør.⁵²

4.2.6 Best Stasjon AS

- (59) Best har ■ bensinstasjoner i Norge.⁵³ Stasjonene er i hovedsak etablert på mindre steder og kjeden har få stasjoner i de største byene. Samtlige stasjoner er betjente stasjoner. Selskapet hadde en samlet omsetning på ■ milliarder kroner i 2014.⁵⁴ Best-stasjonene hadde en gjennomsnittlig omsetning av drivstoff i 2014 på ■ millioner kroner, hvorav ■ millioner kroner var knyttet til salg av bensin og ■ millioner kroner var knyttet til salg av diesel.
- (60) Best-kjeden er i praksis et innkjøpssamarbeid ettersom alle stasjonene er forhandlereide. ■.
Kjeden har per i dag avtale med ■.⁵⁵

4.2.7 Bunker Oil AS

- (61) Bunker Oil har ■ bensinstasjoner, hovedsakelig langs kysten av Vestlandet og i Nord-Norge.⁵⁶ Selskapets totalomsetning var på ■ millioner kroner i 2014.⁵⁷ Samtlige stasjoner er ubetjente og hadde en gjennomsnittlig omsetning av drivstoff på ■ millioner kroner, hvorav ■ millioner kroner var knyttet til salg av bensin og ■ millioner kroner var knyttet til salg av diesel.
- (62) Bunker Oil har ingen depoter til bensinstasjoner og har avtale med ■.⁵⁸

4.3 Nærmere om depoter

- (63) Statoil, Shell, Esso og Uno-X er alle vertikalt integrerte ved at de har egne depoter i Norge. Hver for seg har imidlertid ikke kjedene egne depotanlegg i alle områder av landet. ■
■.

⁴⁹ Konkurransetilsynets beregninger er basert på rapporterte pris- og volumdata for alle stasjoner i drift per desember 2014 fra Uno-X, inkludert merverdiavgift. Omsetningstallene som fremkommer kan derfor avvike fra faktisk omsetning i årsregnskapet for 2014.

⁵⁰ Ekeberg Oljelager eies sammen med Statoil, Shell og Esso.

⁵¹ Se nærmere omtale av ■ i kapittel 4.3.

⁵² Jf. brev av 10. april 2015 fra Uno-X.

⁵³ Per desember 2014.

⁵⁴ Konkurransetilsynets beregninger er basert på rapporterte pris- og volumdata for alle stasjoner i drift per desember 2014 fra Best, inkludert merverdiavgift. Omsetningstallene som fremkommer kan avvike fra faktisk omsetning i årsregnskapet for 2014.

⁵⁵ ■.

⁵⁶ Per 31. desember 2014.

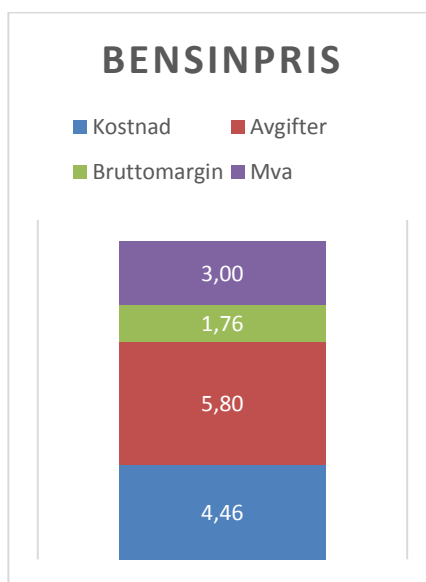
⁵⁷ Konkurransetilsynets beregninger er basert på rapporterte pris- og volumdata for alle stasjoner i drift per 2014 fra Bunker Oil, inkludert merverdiavgift. Omsetningstallene som fremkommer kan avvike fra faktisk omsetning i årsregnskapet for 2014.

⁵⁸ Jf. brev av 30. april 2015 fra Bunker Oil. Selskapet har fem marine tankanlegg i Ålesund, Bergen, Tromsø, Hammerfest og Båtsfjord, ■.

- (64) Som beskrevet i kapittel 4.2, er mange depoter eid i fellesskap av to eller flere av de fire vertikalt integrerte kjedene.
- (65) Aktører uten egne depoter har forsyningsavtaler med et av de fire nevnte selskapene. Disse avtalene kan ha varierende varighet og vil derfor fornyes med ujevne mellomrom. Over tid kan det derfor variere hvilket (vertikalt integrert) selskap som forsyner aktørene uten eget depot.

4.4 Prisdannelsen i markedet

- (66) Prisen kundene betaler når de fyller drivstoff (pumpeprisen) består av selskapenes varekostnad (innkjøpspris), transportkostnad⁵⁹, avgifter og bruttomargin. Varekostnaden bestemmes av prisen for råolje og prisen for det raffinerte drivstoffproduktet fastsatt på det internasjonale markedet. Størrelsen på avgiftene fastsettes av Stortinget som et fast kronebeløp. Selskapenes bruttomargin skal, i tillegg til egen fortjeneste, dekke lagringskostnader og andre driftskostnader. Merverdiavgift legges til summen av bruttomargin, avgift, transport- og varekostnadene.
- (67) Figur 2 gir en illustrasjon av oppbyggingen av bensinprisen. Illustrasjonen er basert på gjennomsnittlig pumpepris på 15,02 kroner og gjennomsnittlig kostnad for drivstoff levert til bensinstasjon⁶⁰ på 4,46 kroner i 2014.



Figur 2 Oppbyggingen av bensinprisen

- (68) Endringer i drivstoffprisene kan skyldes flere forhold. Den globale etterspørselen kan påvirke innkjøpsprisene ved at økt etterspørsel fører til høyere innkjøpspris for selskapene, og tilsvarende vil lavere etterspørsel kunne gi lavere innkjøpspris. Tilbudet av drivstoff globalt vil også påvirke innkjøpsprisen. Økt tilbud vil gi lavere innkjøpspris, mens begrensninger på tilbudssiden, for eksempel som følge av at raffineriene har redusert kapasitet, vil gi økt innkjøpspris.
- (69) Ettersom råolje omsettes i dollar, vil også endringer i dollarkursen ha betydning for selskapenes varekostnad.
- (70) Statoil, Shell, Esso og Uno-X opererer med en såkalt nasjonal listepreis og en anbefalt pris til den enkelte lokale stasjon.⁶¹ Begge disse prisene fastsettes av kjedenes hovedkontor. Listeprisen endres med ujevne mellomrom og oftere i perioder med store endringer i innkjøpsprisen. Statoil, Shell og Uno-X publiserer listeprisen på sine hjemmesider.

⁵⁹ Transportkostnaden skal gjenspeile kostnaden ved å transportere drivstoffet fra depot til den enkelte bensinstasjon.

⁶⁰ Dette inkluderer varekostnad og transportpåslag.

⁶¹ Anbefalt pris blir også kalt veiledende pris.

- (71) Listepreisen benyttes overfor bedriftskunder som handler drivstoff til en pris lik listepris fratrukket en individuell rabatt. Den enkelte bedriftskunde har normalt en individuelt forhandlet rabattavtale.
- (72) Anbefalt pris vil variere gjennom uken. For stasjoner eid av kjeden, vil hovedkontoret bestemme prisen direkte, mens stasjoner eid av en forhandler har mulighet til å avvike fra den anbefalte prisen som hovedkontoret fastsetter.
- (73) Den anbefalte prisen fastsettes blant annet på bakgrunn av konkurrentenes pumpepriser i området. [REDACTED]
[REDACTED]. Hovedkontoret fastsetter den anbefalte prisen for den enkelte stasjon på bakgrunn av innrapporterte priser fra konkurrerende stasjoner lokalt. Stasjonen setter deretter sin pumpepris.
- (74) Hovedkontoret kan også påvirke pumpeprisen på de forhandlereide bensinstasjonene gjennom en form for pris- eller rabattstøtte. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
- (75) [REDACTED]⁶²
- (76) [REDACTED] fjerner normalt prisstøtten hver mandag og torsdag formiddag.⁶³ Dette medfører at bensinstasjonene da setter pumpeprisen til listepris pluss transportpåslag. Dette skyldes at anbefalt pris vil være lik listepris pluss transportpåslag når prisstøtten fjernes. Mellom tidspunktene for fjerning av prisstøtten påvirkes pumpeprisene også av konkurranseforholdene i de lokale områdene. Pumpeprisen varierer derfor ofte fra dag til dag og time til time.
- (77) De fleste kjedene har rabattkort som benyttes av privatkunder og små bedriftskunder. Disse kortene gir en rabatt på den til enhver tid gjeldende pumpepris. Rabattene er rundt 30 øre per liter, uavhengig av volumet den enkelte kunde kjøper. Hos enkelte aktører kan det likevel oppnås høyere rabatter ved høyt forbruk i foregående år eller gjennom bruk av kreditt- eller medlemskort fra andre organisasjoner.⁶⁴ St1 Nordic tilbyr ikke rabattkort til sine kunder.

5 Markedsavgrensning

5.1 Innledning

- (78) For å kunne vurdere foretakssammenslutningens konkurransemessige virkninger, må det tas stilling til hvilke markeder som berøres av ervervet. Generelt vil en kjøper ta beslutninger basert på egenskapene ved produktene og tjenestene, og tilbydernes lokalisering. Det avgrenses derfor et såkalt relevant marked, som deles inn i det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet. I avgrensningen henter Konkurransetilsynet veiledning fra EFTAs overvåkningsorgans kunngjøring om avgrensning av det relevante marked (heretter omtalt som "EFTAs kunngjøring").⁶⁵

⁶² Jf. [REDACTED]
[REDACTED]

⁶³ Det er noen få unntak fra dette, for eksempel i tilfeller hvor dagene faller på en helligdag.

⁶⁴ Noen eksempler på dette er NAF, OBOS, Trumf og Coop. Se også www.bensinkort.no.

⁶⁵ Kunngjøring fra EFTAs overvåkningsorgan om avgrensning av det relevante marked innen konkurranseretten i Det europeiske økonomiske samarbeidsområde (EØS) – EFT L 200, 16. juli.1998, side 46 og EØS-tillegget til EF-tidende No 28, 16. juli 1998, side 3.

- (79) Hovedformålet med avgrensningen av et relevant marked er på en systematisk måte å identifisere begrensninger i den konkurransemessige handlefrihet som de berørte foretak står overfor, herunder å identifisere hvilke faktiske konkurrenter som er i stand til å begrense partenes markedsatferd og hindre dem i å opptre uavhengig av et effektivt konkurransetrykk.⁶⁶ Markedsavgrensningen er ikke et mål i seg selv, men et middel for å trekke opp rammene for konkurranseanalysen i kapittel 6.

5.2 Det relevante produktmarkedet

- (80) Et relevant produktmarked omfatter alle varer og/eller tjenester som etter forbrukerens oppfatning er innbyrdes ombyttelige eller kan dekke samme behov basert på produktenes egenskaper, priser og anvendelsesformål.⁶⁷
- (81) I EFTAs kunngjøring fremheves en rekke momenter som er relevante ved vurderingen av om to produkter er substituerbare på etterspørselssiden. Særlig fremheves opplysninger om substitusjon i den senere tid, synspunkter fra kunder og konkurrenter, forbrukerpreferanser, hindringer for og omkostninger ved kanalisering av etterspørselen til substituerbare produkter, samt prisdifferensiering.⁶⁸
- (82) Substitusjon på tilbudssiden kan også tas i betraktning ved markedsavgrensningen dersom slik substitusjon har de samme umiddelbare og direkte virkninger som etterspørselssubstitusjon. Dette forutsetter at leverandørene som svar på små og varige endringer i relative priser kan omstille produksjonen til de produktene det gjelder og tilby dem på kort sikt uten at det medfører betydelige kostnader eller vesentlig risiko.⁶⁹

5.2.1 Konkurransetilsynets vurdering av det relevante produktmarkedet

- (83) Som det fremgår i kapittel 4 tilbyr St1 Nordic og Shell salg av drivstoff fra bensinstasjoner. Begge parter tilbyr ulike typer drivstoff, hovedsakelig bensin og diesel. Shell selger drivstoff både fra betjente bensinstasjoner, som også tilbyr kioskvarer og andre tjenester som bilvask o.l., og fra ubetjente bensinstasjoner. St1 Nordic sine bensinstasjoner i Norge er alle ubetjente. St1 Nordic tilbyr ikke rabatter på salg av drivstoff og opererer således med like priser til alle sine kunder. Shell tilbyr rabatt på listepreis både til organisasjoner og bedriftskunder. Store bedriftskunder tilbys normalt en individuelt fremforhandlet rabatt.
- (84) I det følgende vil Konkurransetilsynet vurdere hvorvidt det eksisterer egne produktmarkeder for henholdsvis salg av ulike typer drivstoff, salg fra betjente og ubetjente bensinstasjoner, salg fra truck- og bensinstasjoner, og salg til privat- og bedriftskunder.

5.2.1.1 Bensin og diesel

- (85) For kunden er det fra et etterspørselsperspektiv ikke substitusjonsmuligheter mellom bensin og diesel, ettersom kunden må bruke det drivstoffet bilen krever. Fra et tilbudsperspektiv fremstilles bensin og diesel med de samme innsatsfaktorene. Produktene tilbys også normalt av alle bensinstasjoner, ettersom disse ønsker å betjene flest mulig kunder.
- (86) Både Konkurransetilsynet og Kommisjonen har tidligere avgrenset markedet til å omfatte både bensin og diesel.⁷⁰ Britiske konkurransemyndigheter har også tidligere avgrenset markedet til å omfatte både bensin og diesel, med den begrunnelse at salg av begge typer drivstoff skjedde fra samme sted, at begge partene tilbød begge typer drivstoff og overvåket konkurrentenes priser for både bensin og diesel.⁷¹ Melder legger også til grunn at produktene bensin og diesel inngår i samme produktmarked.⁷²

⁶⁶ EFTAs kunngjøring, punkt 2.

⁶⁷ EFTAs kunngjøring, punkt 7.

⁶⁸ EFTAs kunngjøring, punkt 37 flg.

⁶⁹ EFTAs kunngjøring, punkt 20 flg.

⁷⁰ Se V2008-3-AS Norske Shell – spesifiserte eiendeler fra YX Energi Norge AS – konkurranseloven § 16 – inngrep mot foretakssammenslutning og Kommisjonens avgjørelse i COMP/M.4919 – StatoilHydro/ConocoPhillips. Se også COMP/M.6294 Shell/Rontec Investments, avsnitt 13 med videre henvisninger.

⁷¹ ME/5407/12 Proposed acquisition by J Sainsbury plc of 18 petrol stations from Rontec Investments LLP.

⁷² Se meldingen side 22.

- (87) Konkurransetilsynet legger derfor i denne saken også til grunn at bensin og diesel er en del av det samme produktmarkedet.

5.2.1.2 *Ubetjente og betjente stasjoner*

- (88) Ubetjente stasjoner tilbyr kun salg drivstoff, mens betjente stasjoner i tillegg tilbyr kioskarer og ulike typer tjenester som bilvask og lignende.
- (89) Melder anfører at det relevante produktmarkedet utgjør salg av drivstoff fra bensinstasjoner, men peker på at partenes bensinstasjoner er differensierte ettersom St1-stasjonene utelukkende er ubetjente, mens Shell har både betjente og ubetjente stasjoner.⁷³
- (90) For kunder som skal fylle drivstoff fremstår ubetjente og betjente stasjoner som alternativer. Spørreundersøkelsen gjennomført av St1 Nordic viser at de fleste kunder på Shells betjente stasjoner anser St1-stasjoner som et reelt alternativ.⁷⁴ Høringssvar fra andre bensinstasjonskjeder viser også at betjente og ubetjente bensinstasjoner er å betrakte som konkurrenter.⁷⁵
- (91) Videre har Konkurransetilsynet innhentet informasjon fra kjedene om hvilke bensinstasjoner den enkelte stasjon overvåker. Resultatene viser at betjente stasjoner overvåker pumpeprisene til ubetjente stasjoner i like stor grad som betjente stasjoner.
- (92) Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at salg av drivstoff fra henholdsvis betjente og ubetjente stasjoner er en del av det samme produktmarkedet.

5.2.1.3 *Bensinstasjoner og truckstasjoner*

- (93) Truckstasjoner skiller seg fra bensinstasjoner ved at disse kun betjener bedriftssegmentet av markedet og er spesielt innrettet mot kunder i transportnæringen. Truckstasjonene tilbyr autodiesel og anleggsdiesel (avgiftsfri, farget diesel), samt i noen grad AdBlue.⁷⁶ Videre tilbys hurtigfyllingspumper, som er beregnet for kjøretøy med større drivstofftank enn personbiler.
- (94) Truckstasjonene er således tilpasset store kjøretøy og ofte plassert i nærheten av transportknutepunkt.
- (95) Informasjonen Konkurransetilsynet har hentet inn viser videre at bensinstasjoner ikke overvåker pumpeprisene hos truckstasjoner. Truckstasjoner har normalt heller ikke stolper med prisinformasjon.
- (96) Etter Konkurransetilsynets oppfatning taler dette for at salg fra truckstasjoner er et eget marked adskilt fra markedet for salg fra bensinstasjoner. St1 Nordic har ingen truckstasjoner i sitt nettverk. Partene har således heller ingen overlappende virksomhet innen salg fra truckstasjoner. Basert på overnevnte er Konkurransetilsynet av den oppfatning at truckstasjoner ikke er en del av det relevante produktmarkedet i denne saken.

5.2.1.4 *Privat- og bedriftskunder*

- (97) Aktørene i markedet selger drivstoff fra bensinstasjoner både til privat- og bedriftskunder.
- (98) Privatkunder kjøper drivstoff til pumpepris eller til pumpepris fratrukket kortrabatt, jf. omtale i kapittel 4. Kortrabatt forutsetter at kunden har et rabattkort fra den aktuelle kjeden. Bedriftskunder kan ha ulike avtaler med kjedene. Enkelte bedriftskunder betaler pumpepris fratrukket rabatt, mens andre betaler listepriis fratrukket en fremforhandlet rabatt.
- (99) Når det gjelder de store bedriftskundene, står aktørene overfor enkelte store innkjøpere, og marginen på disse kundene antas å være lavere enn blant privatkundene. [REDACTED]

⁷³ Se meldingen side 22.

⁷⁴ Jf. brev av 18. mars fra St1 Nordic.

⁷⁵ Jf. [REDACTED]

⁷⁶ AdBlue er en væskeløsning som tilsettes dieseleksos for å redusere klimagassutslippene.

- (110) Som beskrevet i kapittel 4.4, baseres den anbefalte prisen på innrapporterte konkurrentpriser lokalt. Hovedkontoret vurderer på denne bakgrunn hvor hardt den enkelte bensinstasjon skal konkurrere og har dermed muligheten til å påvirke konkurransetrykket mellom områder.
- (111) Melder mener imidlertid at markedets utstrekning er lokal. St1 Nordic viser til at de ikke har grunn til å anta at deres tilstedeværelse påvirker konkurransen på landsbasis, og at den reelle priskonkurransen i hovedsak skjer lokalt. St1 Nordic påpeker samtidig at varemerke, rabattprogrammer og annen markedsaktivitet kan ha en viss innvirkning på den nasjonale og regionale konkurransen.⁸¹
- (112) Konkurransetilsynet har i tidligere saker lagt til grunn at markedet er lokalt.⁸² Kommisjonen har i flere saker lagt til grunn at markedet er nasjonalt blant annet på bakgrunn av overlappende prisområder, samt at priser, produktutvalg, kvalitet og markedsføring bestemmes nasjonalt.⁸³ I behandlingen av Statoils oppkjøp av JET tar imidlertid Kommisjonen i sine vurderinger hensyn til at konkurransen også skjer på lokalt nivå.⁸⁴ Britiske konkurransemyndigheter har i tidligere saker avgrenset markedet til å være lokalt, men velger også å analysere effektene av foretakssammenslutningene på nasjonalt nivå.⁸⁵
- (113) Konkurransetilsynet legger i denne saken til grunn at det relevante geografiske markedet for salg av drivstoff fra bensinstasjoner har både nasjonale og lokale dimensjoner og vil ta hensyn til dette i konkurranseanalysen nedenfor.

6 Konkurransbegrensende virkninger

6.1 Rettslige utgangspunkter

- (114) Konkurransetilsynet skal forby foretakssammenslutninger som "vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål", jf. konkurranseloven § 16 første ledd, jf. § 1.
- (115) Ved en vesentlig begrenset konkurranse vil de involverte foretak kunne utøve markedspekt. Med markedspekt menes vanligvis en bedrifts evne til å kunne gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning, uten at omsatt kvantum synker så mye at det blir ulønnsomt. En aktør med markedspekt kan i større eller mindre grad opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder og leverandører.
- (116) Markedspekt kan komme til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi utslag i dårligere service, kvalitet og produktutvalg, og begrenset produktutvikling.⁸⁶
- (117) Utøvelse av markedspekt innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand idet markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den ville vært med virksom konkurranse. Markedspekt kan utøves ensidig eller kollektivt.
- (118) Dersom konkurransen er vesentlig begrenset allerede før foretakssammenslutningen, er det tilstrekkelig at foretakssammenslutningen vil forsterke den vesentlige konkurransebegrensningen. Det følger av forarbeidene til konkurranseloven at det i tilfeller hvor konkurransen allerede før foretakssammenslutningen er vesentlig begrenset, ikke stilles

⁸¹ Se meldingen s. 23-24.

⁸² V2008-3 – AS Norske Shell – spesifiserte eiendeler fra YX Energi Norge AS.

⁸³ Markedsavgrensningsmeddelelsen, avsnitt 57-58 og COMP/M.4919 Statoil/ConocoPhillips, avsnitt 27 med videre henvisninger i fotnote. Se også sakene COMP/M.7196 Kuwait Petroleum/Shell (avsnitt 28), COMP/M.5781 Total/ERG (avsnitt 31 og 33) og COMP/M.1383 Exxon/Mobil (avsnitt 440).

⁸⁴ Case COMP/M.4919 StatoilHydro/ConocoPhillips, avsnitt 29.

⁸⁵ Sakene ME/5139/11 – Proposed acquisition by Rontec Investments LLP of petrol forecourts, stores and other assets from Total Downstream UK plc, Total UK Ltd and their affiliates, ME/5191/11 Completed acquisition by Shell UK Limited of 253 petrol stations from Rontec Investments LLP og ME/5407/12 Proposed acquisition by J Sainsbury plc of 18 petrol stations from Rontec Investments LLP. Se også CMAs avgjørelse i sak ME/6471-14 Completed acquisition by Motor Fuel Ltd of 228 petrol stations and other assets from Murco Petroleum Ltd.

⁸⁶ Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger (2004/C 31/03), punkt 8.

noen minimumskrav til hvor mye foretakssammenslutningen må forsterke denne begrensningen.⁸⁷

6.2 Horisontale koordinerte virkninger

6.2.1 Innledning

- (119) Med koordinerte virkninger menes en situasjon der konkurrenter opptrer i en fredelig sameksistens og således konkurrerer mindre hardt mot hverandre. Uten å inngå en eksplisitt avtale om å begrense konkurransen oppnår aktørene en parallell atferd og fredelig sameksistens som innebærer redusert konkurranse.⁸⁸ Insentivene til en slik koordinert atferd oppstår når markedsaktørene blir oppmerksomme på sine felles interesser og vurderer det som mulig og økonomisk lønnsomt å realisere den parallelle atferden.⁸⁹
- (120) På kort sikt kan imidlertid markedsaktørene, hver for seg, ha insentiv til å bryte ut av en slik koordinert atferd for å kapre kunder og øke sine markedsandeler og profitt. Det er derfor nødvendig å vurdere om koordineringen er stabil.⁹⁰
- (121) Det er mer sannsynlig at koordinering vil oppstå i markeder hvor det er relativt enkelt å etablere et samlingspunkt for den koordinerte atferden.⁹¹ Generelt vil det være enklere å etablere et samlingspunkt dersom aktørene tilbyr få og ikke-differensierte produkter.
- (122) Basert på EU-domstolens praksis gir Kommisjonen retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger et analytisk rammeverk for å analysere koordinerte virkninger. Retningslinjene lister opp fire kumulative vilkår som må være oppfylt:⁹²
- i) aktørene må stilltiende kunne enes om koordineringsbetingelsene,
 - ii) markedet må være tilstrekkelig gjennomiktig til at aktørene kan avdekke avvik,
 - iii) avvikene må kunne straffes og
 - iv) utenforstående aktører må ikke kunne true den parallelle markedsatferden.
- (123) I kapittel 6.2.2 diskuterer Konkurransetilsynet karakteristika ved markedet som kan være med å legge til rette for koordinering. I kapittel 6.2.3 vurderer tilsynet Kommisjonens fire vilkår og i kapittel 6.2.4 konkluderes det med hensyn til konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen. I kapittel 6.2.5 analyseres endringen av markedsforholdene som følge av foretakssammenslutningen. Kapittel 6.2.6 inneholder en oppsummering av tilsynets vurdering av koordinerte virkninger og en konklusjon.

6.2.2 Strukturelle egenskaper som legger til rette for stilltiende koordinering

6.2.2.1 Få aktører og stabile markedsandeler

- (124) I henhold til økonomisk teori oppstår koordinerte virkninger enklere når det er få markedsaktører. For det første blir det enklere å finne frem til et samlingspunkt dersom det er få aktører. For det andre vil den langsiktige profitten av å delta i en koordinert atferd være høyere fordi profitten fra koordineringen deles på færre aktører. Samtidig vil mange aktører i markedet øke insentivene til å avvike fra en koordinert atferd ettersom selskapet som avviker da kan kapre markedsandeler fra flere konkurrenter i en avviksperiode. For det tredje kan det være vanskeligere å avdekke avvik fra en koordinert atferd når antallet aktører øker. Få markedsaktører styrker med andre ord de samlede insentivene for hver aktør til å delta i en koordinering.⁹³

⁸⁷ Ot.prp. nr. 6 (2003-2004), side 229.

⁸⁸ EFTAs horisontale retningslinjer punkt 39.

⁸⁹ Sak C-413/06 *Bertelsmann AG og Sony mot Impala*, Sml. 2008 side I-04951, premiss 122 og sak T-342/99 *Airtours mot Kommisjonen*, Sml. 2002 side II-2585, premiss 61.

⁹⁰ Sak C-413/06 *Bertelsmann AG og Sony mot Impala*, Sml. 2008 side I-04951, premiss 123.

⁹¹ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 41.

⁹² Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger (2004/C 31/03) punkt 39 flg.

⁹³ Sak Comp/M.4980 *ABF/GBI Business*, punkt 147-152.

- (125) Drivstoffmarkedet i Norge er svært konsentrert. Statoil, Shell, Esso og Uno-X stod for omtrent 91 prosent av antall solgte liter drivstoff i 2014. Tabell 5 viser de ulike selskapenes nasjonale markedsandeler i 2014 for henholdsvis salg av bensin, salg av diesel og samlet for salg av drivstoff fra bensinstasjon.

	Bensin	Diesel	Samlet
Statoil	[30-40]	[30-40]	[30-40]
Shell	[20-30]	[20-30]	[20-30]
Esso	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Uno-X	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Best	[0-10]	[0-10]	[0-10]
St1	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Bunker Oil	[0-10]	[0-10]	[0-10]

Tabell 5 Markedsandeler drivstoffmarkedet 2014.⁹⁴

- (126) Tabellen viser at Statoil er den klart største aktøren i drivstoffmarkedet. Shell er den nest største aktøren, mens St1 Nordic (St1 Norge AS) er en relativt liten aktør nasjonalt med en samlet markedsandel på [0-10] prosent.
- (127) Basert på kjedenes omsetning i 2014 har Konkurransetilsynet beregnet Hirschman-Herfindahl-indeksen (HHI).⁹⁵ De nasjonale markedsandelene basert på omsetning gir en HHI på [over 2 000], hvilket indikerer at markedet allerede er høyt konsentrert før foretakssammenslutningen.
- (128) Stabile markedsandeler over tid kan være en indikasjon på koordinert atferd. I et marked med velfungerende konkurranse vil en forvente å se at de minst effektive kjedene taper markedsandeler over tid på bekostning av de mest effektive.
- (129) Tabell 6 nedenfor viser at markedsandelene for kjedene i det norske drivstoffmarkedet har vært relativt stabile de siste årene.

År	Statoil	Shell	Esso	Uno-X	Best	St1	Bunker Oil
2012	[30-40]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
2013	[30-40]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
2014	[30-40]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[0-10]

Tabell 6 Markedsandeler drivstoffmarkedet, 2012-2014.⁹⁶

6.2.2.2 Symmetri mellom markedsaktørene

- (130) Det er enklere både å etablere og å opprettholde en koordinert atferd dersom aktørene er symmetriske og har sammenfallende insentiver og vurderinger vedrørende den optimale markedsatferden.⁹⁷
- (131) Det kan derfor være enklere å få til en koordinering dersom aktørene er relativt like med hensyn til markedsandeler og kostnadsstruktur. I tillegg vil likhet i hvordan selskapene er organisert gjøre det enklere å få til en koordinering.
- (132) En liten aktør kan ha sterkere insentiver til å avvike fra en koordinert atferd enn en stor aktør. En liten aktør vil, alt annet likt, ønske å sette en lavere pris for å øke markedsandeler og omsetning, og har dermed større insentiver til å avvike fra koordineringen. Samtidig har en større aktør reduserte insentiver til å straffe avvik da en prisreduksjon påvirker en forholdsmessig større omsetning og profitt. Imidlertid kan en straffereaksjon være tilpasset

⁹⁴ Basert på Konkurransetilsynets beregninger fra innhentede data fra markedsaktørene i behandlingen av saken.

⁹⁵ Indeksen beregnes ved å summere kvadratet av markedsandelene til aktørene i markedet. Kommisjonen opererer i de horisontale retningslinjer med følgende terskelverdier for HHI: Verdier 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 høy konsentrasjon i markedet.

⁹⁶ Basert på Konkurransetilsynets beregninger fra innhentede data fra markedsaktørene i behandlingen av saken.

⁹⁷ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 48.

den avvikende adferd, herunder være begrenset i tid og rettet inn mot enkeltmarkeder, og behøver således ikke å være svært kostbar for en større aktør.

- (133) Konkurransetilsynet vil i det følgende vurdere symmetrien i drivstoffmarkedet ved å se nærmere på markedsandeler, stasjonssammensetning, kostnadsstruktur, vertikal integrasjon og prisstøtteordninger.
- (134) Statoil, Shell, Esso og Uno-X er alle landsdekkende kjeder med både betjente og ubetjente stasjoner. Som vist i kapittel 4.4 tilbyr kjedene også rabattkortavtaler med relativt like rabatter på pumpepris. Videre, som det framgår av tabell 6, har kjedene hatt forholdsvis stabile markedsandeler i perioden 2012-2014. Statoil er den største aktøren etterfulgt av Shell, mens Esso og Uno-X har noe lavere nasjonale markedsandeler.
- (135) Uno-X er den av de fire største aktørene som skiller seg mest ut fra de andre. Sammenlignet med Statoil, Shell og Esso, har Uno-X lavest markedsandel og høyest antall og andel ubetjente stasjoner. Uno-X har imidlertid også et høyt antall betjente stasjoner (■) og har i tillegg leid ut ■ betjente stasjoner til Shell. På disse Shell-stasjonene er det Uno-X' søsterselskap 7-Eleven som driver kiosken. Denne koblingen reduserer Uno-X' insentiv til å konkurrere hardt med Shell, ettersom det kan redusere salget for 7-Eleven.
- (136) Antallet Uno-X stasjoner har økt noe de senere år. I den grad slik ekspansjon skjer der Uno-X i liten grad har tilstedeværelse fra før, kan dette øke symmetrien i markedet.
- (137) St1 Nordic, Best og Bunker Oil har betydelig lavere markedsandeler enn de fire største aktørene. Disse selskapene har enten kun betjente eller kun ubetjente stasjoner. St1 Nordic og Bunker Oil er kun til stede i deler av landet. St1 Nordic skiller seg også ut ved at kjeden ikke tilbyr rabattkortavtaler.
- (138) Symmetri i kostnader øker mulighetene for å etablere og å opprettholde en koordinert atferd.⁹⁸ En aktør med lave kostnader kan ha større insentiver til å avvike fra en koordinert atferd enn en aktør med høye kostnader. Aktøren med lave kostnader vil uansett prisnivå ha en høyere margin enn aktørene med høye kostnader og dermed større insentiver til å avvike. Samtidig har aktørene med høye kostnader begrensede muligheter for å straffe avvik, da de vil tape relativt mer ved kraftige priskutt.
- (139) Det at drivstoffmarkedet er et marked med et høyt salgsvolum kan tilsi at mindre ulikheter i kostnader kan få betydning for konkurransesituasjonen og mulighetene for å etablere og opprettholde en koordinering. Bensinstasjonskjedene har imidlertid i all hovedsak et svært likt kostnadsbilde fordelt på kjøp av drivstoff, utgifter til mellomlagring og transport av drivstoff, lønn, kjededrift, og markedsføring.
- (140) St1 Nordic oppgir at innkjøpsprisene er relativt like, noe som innebærer at det ikke vil gi vesentlige resultatmessige utslag om aktørene velger å anvende egne produkter eller produkter kjøpt fra andre.⁹⁹ Det må antas at referanseprisen fra Platts bidrar til dette, jf. avsnitt (33).
- (141) Ulik effektivitet i logistikk kan medføre ulikheter i de variable kostnadene mellom kjedene. For eksempel kan det antas at de største kjedene kan oppnå stordriftsfordeler i transporten av drivstoffet mellom depoter og stasjonene. Melder hevder imidlertid at St1 Nordic har en mer effektiv distribusjon enn konkurrentene og at selskapet til tross for sin størrelse, har lave kostnader.¹⁰⁰
- (142) Konkurransetilsynet har innhentet transportpåslaget som alle kjedene opererer med for de enkelte stasjonene. Tallene viser at St1 Nordic har et relativt lavt transportpåslag. Imidlertid må det påpekes at gjennomsnittet påvirkes av beliggenheten til stasjonene, og at kjeder med mange stasjoner utenfor byene får et høyere gjennomsnitt. Videre kan det være avvik mellom de oppgitte transportpåslagene og de faktiske transportkostnadene.

⁹⁸ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 48.

⁹⁹ Jf. e-post 8. april 2015 fra St1 Nordic.

¹⁰⁰ Se vedlegg 25 til meldingen.

- (143) De fire største kjedene er alle vertikalt integrerte med egne depoter og [REDACTED]. Dette bidrar til et ensartet kostnadsbilde.
- (144) St1 Nordic, Best og Bunker Oil har en annen forretningsmodell og eier ikke egne depoter. Disse selskapene får drivstoff levert av en av de vertikalt integrerte kjedene.
- (145) Bunker Oil har egne kystanlegg for mellomlagring av diesel [REDACTED].
- (146) I den grad St1 Nordic, Best og Bunker Oil betaler et beløp til de vertikalt integrerte aktørene for levering av drivstoff, tilsier dette isolert sett at de har høyere kostnader knyttet til [REDACTED] drivstoff enn de vertikalt integrerte aktørene. [REDACTED]¹⁰¹.
- (147) Som omtalt i kapittel 4.4 har [REDACTED] muligheter til å påvirke pumpeprisen på forhandlereide stasjoner gjennom å sette anbefalte priser og gjennom pris- eller rabattstøtteordninger. [REDACTED]. Uansett [REDACTED] gir disse ordningene samlet sett forhandlerne insentiver til å sette en pumpepris lik den prisen som hovedkontoret anbefaler.
- (148) Prisstøtteordningen medfører at forhandlerne har svake insentiver til å avvike fra den anbefalte prisen. I praksis har derfor hovedkontorene betydelig innflytelse på prissettingen til alle bensinstasjonene i sine nettverk.
- (149) Ubetjente stasjoner har normalt lavere kostnader enn betjente stasjoner. Isolert sett kan dette vanskeliggjøre en koordinering ved at ubetjente stasjoner vil ha insentiver til å prise mer aggressivt. Dette kan imidlertid motvirkes gjennom ulike koordinerte priser i ulike segmenter, for eksempel ved at ubetjente stasjoner har en pumpepris som er lavere enn pumpeprisen på de betjente stasjonene.
- (150) Oppsummeringsvis viser aktørenes størrelse målt i markedsandeler noe asymmetri ved at [REDACTED] er større enn konkurrentene [REDACTED]. Alle disse aktørene er imidlertid til stede i hele landet og de er også vertikalt integrerte ved at de har egne depoter. Kostnadsstrukturen for disse aktørene er også relativt lik. [REDACTED]. Etter Konkurransetilsynets vurdering er derfor de fire største aktørene i betydelig grad symmetriske.
- (151) De fire nevnte aktørene skiller seg vesentlig fra St1 Nordic, Best og Bunker Oil. Ingen av de sistnevnte aktørene har depoter, de har betydelig lavere markedsandeler og de har enten kun betjente eller kun ubetjente stasjoner. Videre er St1 Nordic og Bunker Oil kun til stede i deler av landet og St1 Nordic skiller seg i tillegg ut ved at kjeden ikke tilbyr rabattkortavtaler.

6.2.2.3 Gjennomsiktighet i markedet

- (152) Hvorvidt aktørene kan lykkes i å etablere og opprettholde en koordinert atferd avhenger av gjennomsiktigheten i markedet.
- (153) Statoil, Shell og Uno-X publiserer sine listepreiser på internett. De lokale pumpeprisene er godt synlige på stolpene. I tillegg tilbyr de fleste kjedene rabattkort med en fast rabattsats på pumpeprisene. Disse rabattene er tilgjengelige på kjedenes hjemmesider, og det finnes også en egen nettside som har samlet de ulike kortenes rabatt.¹⁰²
- (154) Som følge av at priser og rabatter i all hovedsak er offentlig tilgjengelig, er det enkelt for aktørene å overvåke konkurrentene. Alle bensinstasjonskjedene driver utstrakt prisovervåkning av konkurrentenes priser.
- (155) Konkurransetilsynet legger til grunn at kjedene har god oversikt over, og raskt kan oppdage, endringer i konkurrentenes priser.

¹⁰¹ Jf. e-post av 10. juni 2015 fra Smart Fuel.

¹⁰² <http://bensinkort.no/>

6.2.2.4 Aktørene møtes ofte i markedet

- (156) Det er mer sannsynlig at koordinerte virkninger vil oppstå i markeder der aktørene møtes ofte i konkurranse om kundene.¹⁰³ Lang tid mellom hver transaksjon vil øke insentivene til å avvike fra en koordinert atferd, da den kortsiktige profitten ved å avvike ikke kan straffes før ved neste transaksjon. Tilsvarende vil store transaksjoner gi større insentiver til å avvike fra koordinert adferd enn små transaksjoner.
- (157) I drivstoffmarkedet møtes aktørene ofte ettersom kjøp av drivstoff skjer gjennom mange små transaksjoner. Prissetting i markedet er i stod grad gjennomsluktig. Prisendringer kan dermed oppdages raskt og aktørene kan raskt respondere på prisendringer.
- (158) Videre møter aktørene hverandre i en rekke lokale markeder. Jo flere lokale markeder aktørene møtes i, desto mer påvirket vil de være av de andre aktørenes atferd, og desto større blir muligheten til å etablere og opprettholde en koordinering.¹⁰⁴ Denne typen "multimarkedskontakt" kan også bidra til å utjevne asymmetrier mellom aktørene, ettersom en aktør kan være stor i ett marked og liten i et annet.¹⁰⁵
- (159) Multimarkedskontakt kan også øke sannsynligheten for koordinering ettersom aktørene kan signalisere og prøve ut koordinering i enkelte lokalkmarkeder. Dersom koordineringsforsøket ikke lykkes vil de tape relativt lite på forsøket, men dersom det lykkes kan koordineringen implementeres gradvis i flere markeder. Dette fører til at kostnaden ved å komme frem til en koordinert likevekt reduseres.

6.2.2.5 Krysseierskap og [REDACTED]

- (160) [REDACTED] og krysseierskap medfører at aktørene får mer informasjon om konkurrentene og disse vil også ha mer sammenfallende interesser. Dette vil kunne redusere aktørenes insentiver til å konkurrere hardt med hverandre nedstrøms.¹⁰⁶
- (161) Statoil, Shell, Esso og Uno-X eier som nevnt over depoter og flere av disse i fellesskap.¹⁰⁷ [REDACTED], se kapittel 4.3 ovenfor. I tillegg fører kontakten mellom aktørene i forbindelse med [REDACTED] til flere treffpunkter og mer interaksjon mellom aktørene, noe som styrker insentivene til koordinering.

6.2.2.6 Modent marked

- (162) Hvilken etterspørsel aktørene møter for sine produkter og hvordan denne etterspørselen endrer seg over tid, vil kunne ha innvirkning på aktørenes insentiver og muligheter til å koordinere sin atferd. I et marked med økende etterspørsel vil omsetning og profitt forventes å være høy i fremtiden. Dette øker insentivene til en koordinert atferd. I motsatt tilfelle vil usikkerhet rundt fremtidig inntjening kunne gi økte insentiver til å avvike for å tjene høyere profitt i dag. På samme måte vil det i markeder med syklisk etterspørsel kunne være vanskeligere å opprettholde en koordinert atferd i nedgangstider enn i oppgangstider.
- (163) I perioden 2009 til 2013 har dieselvolumet økt, mens salg av bensin har gått noe ned, jf. tabell 7 under. Samlet har imidlertid omsetningen vært stabil de siste årene. Redusert drivstofforbruk hos nye biler har veiet opp for økningen i antall biler.¹⁰⁸ Partene har også vist til at markedet for drivstoff har holdt seg stabilt de siste årene.¹⁰⁹ Norsk Petroleumsinstitutt bekrefter også på sin nettside at omsetningen av diesel og bensin har vært stabil de siste syv årene.¹¹⁰

¹⁰³ COMP/M.4980 ABF/GBI Business, avsnitt 202 flg.

¹⁰⁴ COMP/M.4980 ABF/GBI Business, avsnitt 202 og 204.

¹⁰⁵ COMP/M.4980 ABF/GBI Business, avsnitt 203.

¹⁰⁶ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, punkt 20 bokstav d.

¹⁰⁷ For eksempel Ekeberg Oljelager (eies i fellesskap av Statoil, Smart Fuel, Esso og Uno-X), Harstad-Ytre Gangsås og Tromsø-Skjelnan (som begge eies av Statoil og Smart Fuel).

¹⁰⁸ Se meldingen side 22.

¹⁰⁹ Se meldingen s. 22.

¹¹⁰ Kilde: Uttalelse publisert på Norsk Petroleumsinstitutt sine nettsider 18. mars 2014:

<http://www.np.no/aktuelle-saker/flere-biler-men-stabilt-drivstofforbruk-article744-140.html>

	2009	2010	2011	2012	2013
Bilbensin	1 725 424	1 628 771	1 489 193	1 394 801	1 307 255
Autodiesel (avgiftspliktig)	2 338 659	2 523 793	2 621 627	2 729 695	2 796 794

Tabell 7: Salg av petroleumsprodukter (millioner liter). Kilde: Statistisk Sentralbyrå.¹¹¹

(164) St1 Nordic beskriver også markedet som synkende.¹¹²

(165) Antall bensinstasjoner har holdt seg forholdsvis stabilt de senere årene, jf. tabell 8.

År	Best	Esso	Shell	Statoil	St1	Uno-X	SUM
2012	136	274	372	452	40	328	1624
2013	132	263	373	449	39	340	1628
2014	130	255	375	428	39	354	1614

Tabell 8: Antall stasjoner i desember 2012, 2013 og 2014.¹¹³

(166) Samlet sett må drivstoffmarkedet karakteriseres som modent. Det fremstår som lite sannsynlig at en eventuell svak tilbakegang i volumene, er tilstrekkelig til å destabilisere eller hindre en eventuell koordinering.

6.2.2.7 Differensierte produkter

(167) Ifølge økonomisk teori vil koordinerte virkninger enklere oppstå i markeder der aktørene tilbyr ikke-differensierte produkter. Med ikke-differensierte produkter vil aktørene enklere kunne overvåke hverandre og som regel stå overfor de samme sjökkene i kostnader og etterspørselen etter produktene. Aktører som tilbyr ikke-differensierte produkter er med andre ord mer symmetriske.¹¹⁴

(168) Etter Konkurransetilsynets vurdering er produktene bensin og diesel hver for seg ikke-differensierte, ettersom kvaliteten på drivstoff som lovlig kan markedsføres og omsettes i Norge er strengt regulert.¹¹⁵ Produktdifferensieringen, som kan skje gjennom bruk av tilsetningsstoffer, for eksempel oksygenater som metanol, etanol og eter (MTBE), er derfor også begrenset.

(169) Med hensyn til serviceytelser på stasjonene hvor det selges drivstoff er det derimot større muligheter for produktdifferensiering. Betjente stasjoner skiller seg for eksempel fra en ubetjent stasjon ved at de også tilbyr andre tjenester som kiosk og bilvask.

(170) Selv om bensinstasjonene kan være ulike med hensyn til om de er betjente eller ikke og med hensyn til andre faktorer som beliggenhet og servicenivå, kan drivstoffmarkedet i hovedsak karakteriseres som lite differensiert ved at samtlige kunder normalt tilbys samme typer produkter og rabattavtaler.

(171) Samlet sett vurderes produktdifferensieringen i drivstoffmarkedet til å være lav ettersom alle aktørene selger et lite antall og relativt identiske drivstoffprodukter.

¹¹¹ <https://www.ssb.no/energi-og-industri/statistikker/petroleumsalg/aar/2014-03-31>

¹¹² Jf. e-post av 8. april 2015 fra St1 Nordic.

¹¹³ Norsk Petroleumsinstitutt: http://www.np.no/om_bensinstasjoner/

¹¹⁴ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 45.

¹¹⁵ Jf. forskrift nr. 922 av 1. juni 2004 om begrensning i bruk av helse- og miljøfarlige kjemikalier og andre produkter (produktforskriften) § 2-20 om kvaliteten på bensin og autodiesel (se også vedlegg IV til forskriftens kapittel 2, tabell 1 og 2). Produktforskriften er basert på Europaparlamentets rådsdirektiv nr. 98/70/EF om kvaliteten på bensin og dieselolje med vedlegg (publisert i EF-tidende L 350 28.12.1998).

6.2.2.8 Teknologisk utvikling og innovasjonsgrad

- (172) Det vil kunne være vanskeligere for aktørene å koordinere sin atferd i markeder der innovasjon er en viktig konkurranseparameter, spesielt dersom markedet er preget av sprangvise innovasjoner som gir aktørene vesentlige forsprang på konkurrentene og dermed medfører store skift i etterspørselen.¹¹⁶
- (173) Det har imidlertid vært liten grad av innovasjon i drivstoffmarkedet og det er heller ikke sannsynlig at det skjer en utvikling som gjør at en aktør vil kunne ta betydelige markedsandeler fra andre. Økt bruk av miljøvennlig drivstoff og hybrid- og el-biler er forventet, men denne utviklingen vil ta tid. En slik utvikling vil etter Konkurransetilsynets oppfatning ikke være til hinder for en koordinert atferd i drivstoffmarkedet.

6.2.2.9 Oppsummering

- (174) Med bakgrunn i gjennomgangen over finner Konkurransetilsynet at det er flere strukturelle forhold ved drivstoffmarkedet som legger til rette for en koordinering. Det er få aktører i markedet, gjennomsliktigheten er høy, aktørene møtes ofte i markedet og produkt differensieringen er lav. I tillegg fører kryssseierskap og gjensidige depotavtaler til at de fire største aktørene får mer sammenfallende interesser.

6.2.3 Koordineringsmekanismer

6.2.3.1 Muligheten til å enes om koordineringsbetingelsene

- (175) Koordinert atferd kan skje på ulike måter. Dette kan for eksempel være gjennom koordinerte priser, begrensning i produksjon eller kapasitet, eller fordeling av geografiske markeder eller anbudskontrakter.¹¹⁷
- (176) Det er mer sannsynlig at koordinering vil oppstå i markeder hvor det er relativt enkelt å etablere et samlingspunkt for den koordinerte atferden.¹¹⁸ Generelt vil det være enklere å etablere et samlingspunkt dersom aktørene tilbyr få og/eller ikke-differensierte produkter.
- (177) Konkurransetilsynet har i gjennomgangen av de strukturelle egenskapene ved markedet vist at forholdene legger til rette for koordinering. De koordinerende aktørene har blant annet utstrakt mulighet til å observere konkurrentenes priser. For øvrig er det flere likheter mellom prisstøtteordningene som [redacted] tilbyr sine forhandlere, som legger til rette for at [redacted] kan etablere og overvåke eventuelle prisavvik.
- (178) På bakgrunn av redegjørelsen for drivstoffmarkedet i kapittel 6.2.2 er det derfor Konkurransetilsynets vurdering at en koordinering sannsynligvis vil innebære at drivstoffkjedene tilpasser sine priser. For å vurdere sannsynligheten for at aktørene stilltiende kan enes om koordineringsbetingelsene, analyserer Konkurransetilsynet tidligere og nåværende atferd og strategi blant aktørene i drivstoffmarkedet.
- (179) Konkurransetilsynet har analysert utviklingen i bruttomarginen i markedet, ukesyklusene, pristoppene på mandager og torsdager, samt konkurransen i lokale markeder. Analysene er basert på innhentede data fra aktørene og inkluderer alle pumpepriser og endringstidspunkt, samt tilhørende volum, for perioden 2012 til 2014.¹¹⁹ Målsettingen med analysene er å undersøke i hvilken grad det foregår koordinering i markedet allerede i dag.
- (180) Konkurransetilsynet har også gjennomgått interne strategidokumenter fra aktørene for å undersøke om disse gir indikasjoner på passiv prising og/eller høye marginer i markedet. Dersom aktørene har en strategi om å følge konkurrentene eller være aktive med prisøkninger, vil dette etter Konkurransetilsynets oppfatning kunne være indikasjoner på svak konkurranse og koordinert atferd i drivstoffmarkedet.

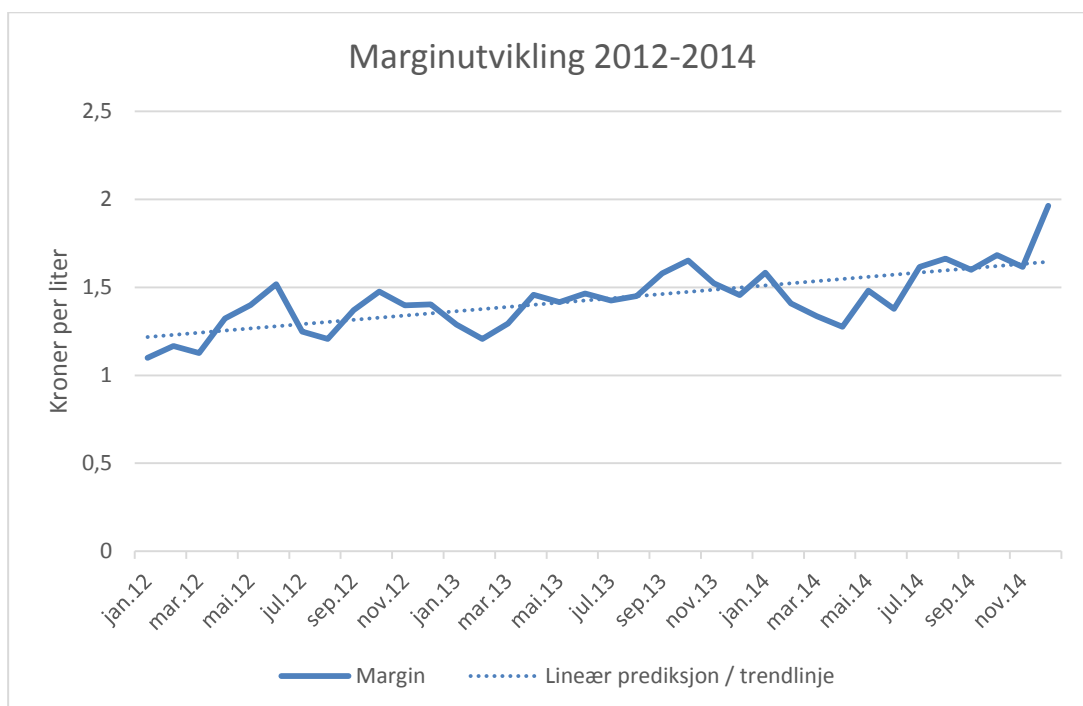
¹¹⁶ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger (2004/C 31/03) punkt 45 og Ivaldi et. al. 2003 *The Economics of Tacit Collusion*, side 32-35.

¹¹⁷ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 40.

¹¹⁸ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 41.

¹¹⁹ Se vedlegg 1 til dette vedtaket for en nærmere beskrivelse av datagrunnlag, analyser og resultater.

- (181) Konkurransetilsynet observerer et ukemønster i drivstoffmarkedet hvor pumpeprisen økes mandag og torsdag formiddag. Unntakene er hvis mandag eller torsdag faller på en helligdag. Da observeres prisøkningen på den påfølgende ukedagen. Prisøkningene på mandager og torsdager er noe samtlige selskaper følger. Pristoppen på mandagene etablerte seg i perioden 2004-2005, mens pristoppen på torsdager først ble observert fra 2006. I løpet av de påfølgende årene ble også torsdag etablert som en fast pristopp.
- (182) I 2004 var det ingen fast dag med prisøkning, men det ble observert forsøk på å etablere en torsdagstopp uten at dette lyktes. Forsøket ble avløst av et forsøk på å etablere en topp på mandager som ble vellykket. I etterkant av dette har det også lyktes å etablere en torsdagstopp.¹²⁰ Dette kan tyde på at aktørene har funnet en måte å koordinere atferden i markedet på.
- (183) [redacted] som tar initiativ til prisøkning på mandager¹²¹ og [redacted]¹²² eller [redacted]¹²³ på torsdager. På begge disse dagene observeres det at [redacted] setter pumpeprisene opp til listepris pluss transportpåslag.
- (184) I drivstoffrapporten fra 2014 analyserte Konkurransetilsynet utviklingen i bruttomarginen i perioden 2001 til 2011. Analysen viste at bruttomarginen i Norge økte kraftig i andre del av perioden og betydelig mer enn i Sverige. Undersøkelsen tilsynet har gjennomført for perioden 2012 til 2014 viser at bruttomarginen har økt også i denne perioden, fra 1,10 kroner i januar 2012 til over 1,60 kroner i desember 2014, jf. figur 3.¹²⁴



Figur 3 Utvikling i bruttomargin i perioden 2012 til 2014

¹²⁰ Jf. Konkurransetilsynets rapport fra mars 2014 "Drivstoffmarkedet i Norge, marginøkning og ny pristopp". Se også Foros og Steen (2008) "Gasoline Prices Jump On Mondays: An Outcome of Aggressive Competition?".

¹²¹ Jf. [redacted]

¹²² Jf. [redacted]

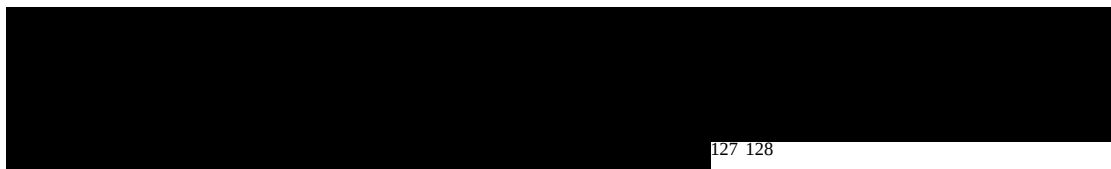
¹²³ Jf. [redacted]

¹²⁴ Analysen er begrenset til blyfri 95 oktan bensin. Etter Konkurransetilsynets oppfatning vil ikke denne begrensningen ha betydning for de vurderingene som blir foretatt.

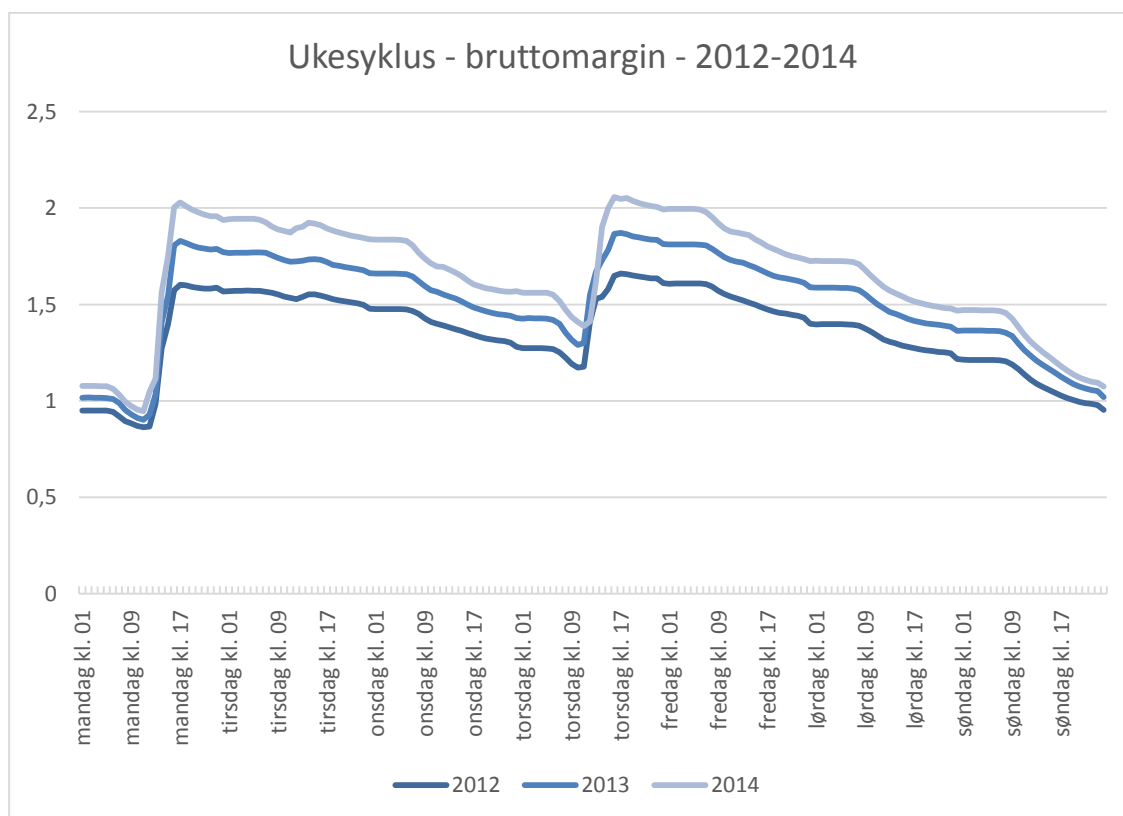
(185)



(186)



- (187) Årsaken til de økte bruttomarginene synes å være at pristoppene er på et relativt sett høyere nivå nå enn tidligere, samtidig som bruttomarginen på prisbunnene på mandager og torsdager ikke har gått ned. Figur 4 viser at pristoppen i perioden 2012 til 2014 har økt hvert år og at også prisbunnen på torsdager har økt noe. Den gjennomsnittlige bruttomarginen på pristoppene har økt fra om lag 1,60 kroner til om lag 2,00 kroner. Den gjennomsnittlige bruttomarginen ved prisbunnen mandag har i samme periode økt fra om lag 0,80 kroner til om lag 0,90 kroner, mens tilsvarende tall for torsdagsbunnen er om lag 1,20 kroner og om lag 1,40 kroner.



Figur 4 Utvikling i bruttomarginer gjennom uken i perioden 2012 til 2014

(188)

¹²⁵ Jf.¹²⁶ Jf.¹²⁷ Jf.

¹²⁸ Se også Konkurransetilsynets rapport fra 2014, som viser at bruttomarginnivået er høyere i Norge relativt til Sverige, blant annet som følge av etableringen av den nye pristoppen på torsdager.

(189) Statoil har en strategi om

¹²⁹

(190) Uno-X beskriver

¹³¹

(191)

¹³²

(192) YX-stasjonene

¹³³

(193) Selv om bruttomarginen har økt på alle tidspunkt gjennom uken, ville den samlede bruttomarginen likevel falt dersom en tilstrekkelig del av det solgte volumet hadde flyttet seg fra høypris- til lavpristidspunkt. Figur 5 viser at en stadig større andel av volumet omsettes på prisbunnen søndag kveld og mandag morgen. Mandagsvolumets andel av totalvolumet har i perioden 2012 til 2014 økt fra 19,2 til 21,5 prosent. Tilsvarende mønster observeres imidlertid ikke for pristoppen på torsdager. Det synes å være relativt liten respons på pristoppen på torsdag. Volumandelen på fredag har kun gått ned fra 13,7 til 12,8 prosent. Figuren viser videre at volumandelen har gått noe ned i perioden tirsdag til lørdag.

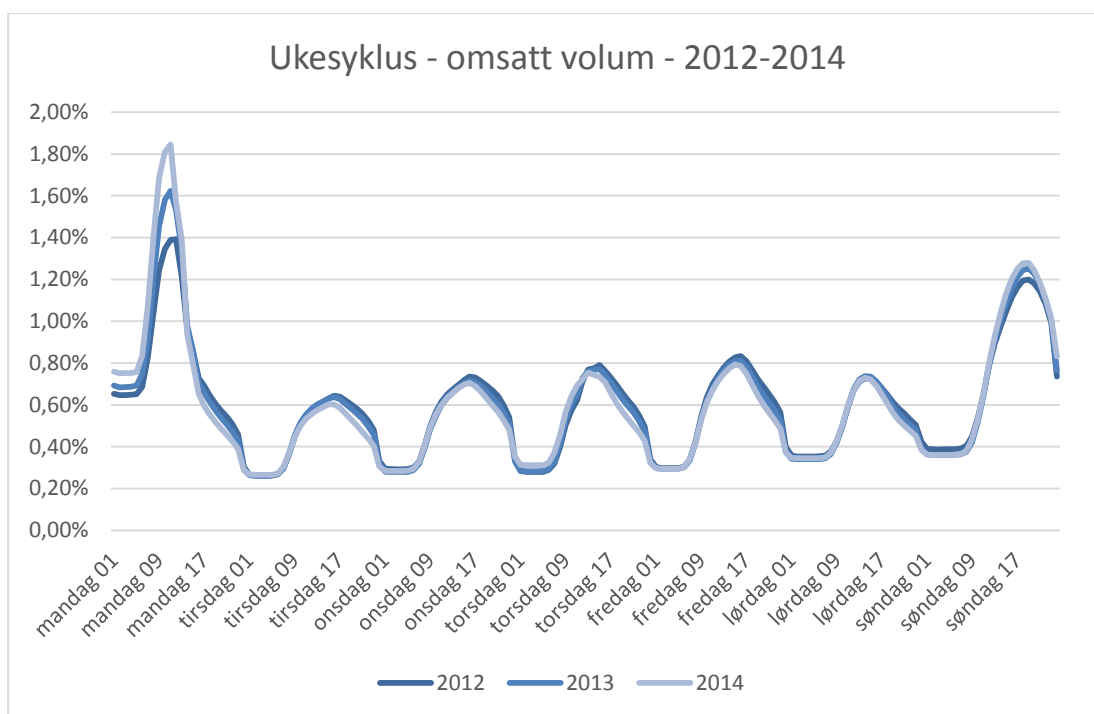
¹²⁹ Jf. brev av 16. februar 2015 fra Smart Fuel, vedlegg

¹³⁰ Jf. brev av 16. april 2015 fra Statoil, vedlegg

¹³¹ Jf. vedlegg til brev 10. april fra Uno-X, vedlegg

¹³² Jf.

¹³³ Jf. vedlegg til brev 10. april fra Uno-X, vedlegg



Figur 5 Volumfordeling gjennom uken i perioden 2012 til 2014

- (194) Utviklingen i volumfordelingen tyder på at pristoppen på torsdager er til fordel for aktørene i markedet ettersom fredagsvolumet synes å være mindre påvirket av den høye pumpeprisen enn mandagsvolumet.
- (195) Samlet synes det som om den nye pristoppen på torsdager og de økte listeprisene er de viktigste årsakene til at bruttomarginen har fortsatt å øke i drivstoffmarkedet.
- (196) Etter Konkurransetilsynets oppfatning skyldes den gradvise økningen i bruttomarginene at aktørene gradvis oppnår en bedre og mer stabil koordinert likevekt.
- (197) Konkurransetilsynets analyser viser videre at det synes å ha dannet seg en forståelse i markedet om at de ubetjente bensinstasjonene har en pumpepris som er omtrent ■ øre per liter lavere enn pumpeprisen på de betjente stasjonene.
- (198) Dette forholdet bekreftes av strategidokumenter fra aktørene. [REDACTED]
- [REDACTED]
- [REDACTED] ¹³⁴
- (199) St1 Nordics nåværende prisstrategi er å prise seg [REDACTED] per liter lavere enn den av de lokale konkurrentene som har lavest pris. Hvis det er ubetjente stasjoner som er konkurrenten i markedet, vil prisen settes lik eller litt lavere enn dette. ¹³⁵ Bunker Oil [REDACTED]
- [REDACTED] ¹³⁶
- (200) Overnevnte tyder etter Konkurransetilsynet vurdering på at en prisdifferanse mellom betjente og ubetjente stasjoner på ■ øre per liter er akseptert av [REDACTED].
- Oppsummering*
- (201) Konkurransetilsynets undersøkelser viser en felles prisoppgang til listepris på mandager og torsdager. Dette har sammen med økningen i listeprisene ført til at bruttomarginen i drivstoffmarkedet har økt de siste årene. I tillegg synes den lokale priskonkurransen å ha blitt

¹³⁴ Jf. [REDACTED].

¹³⁵ Se meldingen side 19.

¹³⁶ Jf. brev mottatt fra Bunker Oil 30. april 2015 s. 3 og 4.

svakere ved at prisbunnen har gått opp på mandager og torsdager. Videre viser Konkurransetilsynets analyser at det har etablert seg et mønster der [REDACTED] aksepterer at ubetjente stasjoner har en pumpepris som er noe lavere enn pumpeprisen på betjente stasjoner.

- (202) Etter en samlet vurdering er det derfor Konkurransetilsynets oppfatning at det foreligger en koordinert atferd i markedet i dag. Dette viser at aktørene stilltiende kan enes om koordineringsbetingelsene allerede før foretakssammenslutningen.

6.2.3.2 Insentiver til avvik og markedets evne til å oppdage eventuelle avvik

- (203) For at en koordinert atferd skal opprettholdes må markedet være tilstrekkelig gjennomiktig til at aktørene kan overvåke hverandre og effektivt identifisere og straffe avvik. Fra Kommisjonens retningslinjer fremgår det:¹³⁷

"Coordinating firms are often tempted to increase their share of the market by deviating from the terms of coordination, for instance by lowering prices, offering secret discounts, increasing product quality or capacity or trying to win new customers. Only the credible threat of timely and sufficient retaliation keeps firms from deviating. Markets therefore need to be sufficiently transparent to allow the coordinating firms to monitor to a sufficient degree whether other firms are deviating, and thus know when to retaliate".

- (204) Aktører i drivstoffmarkedet kan øke sin omsetning, og potensielt sin profitt, ved å sette en avvikende liste- eller pumpepris. Som vist i kapittel 6.2.3.2, vil imidlertid en slik avvikende opptreden hos én aktør raskt observeres og også i stor grad merkes ved at de øvrige aktørenes omsatte volum reduseres. Et avvik fra en koordinert markedsatferd vil derfor avdekkes nærmest umiddelbart av konkurrentene.
- (205) Perioden aktøren kan opptre i markedet med lavere priser enn konkurrentene vil derfor være kort, noe som reduserer lønnsomheten av, og insentivene til, å avvike.
- (206) Dette forsterkes av at drivstoffkjedene er store aktører med langsiktige interesser. Det tilsier at de legger stor vekt på fremtidig profitt, noe som ytterligere reduserer insentivene til å avvike.
- (207) Flere av kjedene har avtaler med store bedriftskunder som gir kunden rabatt på listepriene. Disse rabattsatsene er normalt et resultat av individuelle avtaler og er derfor ikke tilgjengelige på kjedenes nettsider. Dette innebærer at gjennomsiktigheten for denne kundegruppen er mindre. Dette vil imidlertid ikke være til hinder for en koordinering av priser til andre kunder.
- (208) [REDACTED] I tillegg er flere depoter eid i felleskap [REDACTED]. Disse [REDACTED] øker gjennomsiktigheten med hensyn til kostnader og gjør at [REDACTED] har bedre muligheter til å overvåke hverandres markedsatferd. Dette, sammen med den etablerte markedsstrukturen der det er skapt et gjensidig behov for å kunne få levert drivstoff fra en konkurrents depot, skaper et avhengighetsforhold mellom konkurrentene. Slike avhengighetsforhold bidrar til å øke gjennomsiktigheten i markedet.
- (209) Etter Konkurransetilsynets vurdering gir prisstøtteordninger og anbefalte priser til forhandlereide stasjoner insentiver til å sette en pumpepris på nivå med den laveste i markedet, men ikke under.¹³⁸ Dette reduserer forhandlereide stasjoner insentiver til å opptre på en måte som vil innebære avvik fra den koordinerte markedsatferden.
- (210) Konkurransetilsynet observerer videre at aktørene følger hverandre på pumpepris. Dette er spesielt synlig på mandager og torsdager når alle øker pumpeprisene til listepri pluss transportpåslag. På grunn av den korte reaksjonstiden vil den langsiktige lønnsomheten av å avvike og deretter konkurrere med lavere marginer sannsynligvis være lavere enn den langsiktige lønnsomheten i koordinert atferd.

¹³⁷ Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 49.

¹³⁸ I praksis innebærer dette at betjente stasjoner har insentiver til å sette pumpeprisen lik den betjente konkurrenten med lavest pumpepris.

- (211) Etter Konkurransetilsynets vurdering er aktørenes muligheter til å sammenlikne priser på drivstoff svært gode, selv om gjennomsiktigheten er noe svakere i bedriftssegmentet. De gjensidige [redacted] bidrar også til at [redacted] har god informasjon om hverandres virksomhet. På denne bakgrunn legger Konkurransetilsynet til grunn at avvik fra en koordinert atferd i drivstoffmarkedet raskt vil bli oppdaget av konkurrentene.

6.2.3.3 Straff

- (212) Muligheten for å etablere en koordinering vil avhenge av at eventuelle avvik kan straffes. Førsteinstansdomstolen har uttalt følgende:¹³⁹
- "It follows from the case-law [...] that in order for a situation of collective dominant position to be viable, there must be adequate deterrents to ensure that there is a long-term incentive in not departing from the common policy, which means that each member of the dominant oligopoly must be aware that highly competitive action on its part designed to increase its market share would provoke identical action by the others, so that it would derive no benefit from its initiative".*
- (213) For at en straffemekanisme skal være effektiv, er det tilstrekkelig at aktøren som avviker kan påføres et tap som overstiger gevinsten ved å avvike. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil konkurrentene straffe avvik raskt ved å sette ned egne priser og redusere marginene i markedet.
- (214) Konkurransetilsynet er videre av den oppfatning at en straffereaksjon i drivstoffmarkedet ikke behøver å være svært kostbar for den som straffer. Straffesanksjonen kan for eksempel være begrenset i tid og rettet inn mot spesielle lokale markeder områder.
- (215) Konkurransetilsynet er derfor av den oppfatning at det foreligger en troverdig trussel om rettidige og tilstrekkelige sanksjoner ved et potensielt avvik.

6.2.3.4 Utenforstående aktørers responsmuligheter

- (216) En koordinert atferd kan lettere opprettholdes dersom det er vanskelig å etablere seg i markedet for nye aktører og/eller det er svak kjøpermakt i markedet. Det er videre enklere å opprettholde en koordinert atferd dersom det er vanskelig for konkurrenter som ikke deltar i koordineringen å utøve et tilstrekkelig konkurransepress.¹⁴⁰
- (217) Basert på gjennomgangen over, synes ikke [redacted] å være en del av koordineringen i drivstoffmarkedet. Som redegjort for i kapittel 6.2.2.2 skiller disse seg primært fra de øvrige aktørene ved at de [redacted].
- [redacted] Videre har disse betydelig lavere markedsandeler enn [redacted].
- (218) I det følgende vil Konkurransetilsynet først vurdere etableringshindringene for nye aktører. Deretter vurderes om det er kjøpermakt som kan destabilisere en koordinering i markedet. Endelig vurderes de utenforstående konkurrentenes betydning for stabiliteten til koordineringen.

6.2.3.4.1 Etableringshindringer

- (219) Etableringsvilkår er en samlebetegnelse på de forhold og betingelser som en bedrift står overfor når den vurderer å etablere seg i et marked. Etableringsvilkårene avgjør den potensielle konkurransen fra aktører som ikke er etablert i det relevante markedet. Offentlige reguleringer, irreversible investeringer, samt stordriftsfordeler, er eksempler på etableringshindringer.

¹³⁹ Sak T-464/04 Impala mot Kommissjonen, Sml. 2006 side II-02289 premiss 465

¹⁴⁰ Kommissjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger 2004/C 31/03 punkt 56.

- (220) Dersom det er tilstrekkelig enkelt for nye aktører å etablere seg i markedet vil en foretakssammenslutning vanligvis ikke ha konkurransebegrensende virkninger.¹⁴¹ For at trusselen om etablering skal legge begrensninger på markedsdeltakernes atferd må etableringen være sannsynlig, effektiv og tidsnær. Høye etableringshindringer tilsier at etablerte aktører i mindre grad må ta hensyn til potensiell konkurranse fra nye aktører som kan etablere seg i markedet.
- (221) Konkurransetilsynet er av den oppfatning at etablering av en regional eller nasjonal bensinstasjonskjede er kostbart og tidkrevende, og at det er store, irreversible kostnader forbundet med en nyetablering.
- (222) En etablering i drivstoffmarkedet krever tilgang til drivstoff og løsninger for transport av drivstoff fra depoter til stasjon. Videre kreves etablering av bensinstasjoner og kunnskap om kjededrift. Oppbygging av et merkenavn vil kreve investeringer i markedsføring som må anses som irreversible kostnader.
- (223) En ny aktør uten egne depoter, eller som ikke har egne depoter i sitt nærområde, er avhengig av å kjøpe drivstoff fra, eller inngå forsyningsavtale med, den eller de selskapene som er representert med et slikt depot i området. På grunn av høye transportkostnader er det nødvendig å ha tilgang til depoter som ligger tilstrekkelig nær den enkelte bensinstasjon.
- (224) Etablering av depoter er kostbart. [REDACTED]¹⁴²
[REDACTED]¹⁴³
- (225) Etablering av depoter er videre tidkrevende ettersom oppbevaring av brennbare materialer er strengt regulert og plan- og byggeprosessene i kommunene tar tid.¹⁴⁴ Shell oppgir at planlegging og bygging av et nytt depot anslås å ta mellom [REDACTED] år, og at det er knyttet stor usikkerhet til hvor lang tid planprosessen for å få bygge vil ta.¹⁴⁵ Uno-X og Statoil anslår at det vil ta henholdsvis [REDACTED] år å planlegge og bygge et nytt depot.^{146 147}
- (226) I interne dokumenter har St1 Nordic beskrevet mulighetene for etablering i det norske drivstoffmarkedet på følgende måte: [REDACTED]¹⁴⁸
- (227) Melder hevder at etableringshindringene i drivstoffmarkedet er begrensede, forutsatt at aktøren har tilgang til leveranser fra depoter i Norge.¹⁴⁹
- (228) St1 Nordic påpeker videre at "[d]et største etableringshindret etter St1s vurdering er kapitalbehovet ved etablering av depoter, i det tilfellet at en aktør ikke får tilgang gjennom andre aktørers depoter. Som redegjort for ovenfor, har ikke St1 hatt nevneverdige problemer med å få tilgang til drivstoff fra 2010 og frem til i dag. I det tilfellet at en aktør ikke får tilgang til drivstoff, vil bygging av depoter likevel kun være et finansielt, ikke et regulatorisk hinder. Kostnadene medfører at antall drivstoffutsalgs og dekningsbidragene derfra må være store nok til å dekke disse investeringene. På grunn av konkurransen i markedene, er dekningsbidraget per solgte liter svært lavt, og aktørene er derfor avhengige av å selge et høyt kvantum. Behovet for et høyt volum for å dekke kapitalkostnadene ved investeringene, er etter St1s vurdering den største utfordringen ved oppstart av både kjeder og enkeltstasjoner".¹⁵⁰

¹⁴¹ Kommisjonens retningslinjer for horisontal foretakssammenslutninger, punkt 68 flg.

¹⁴² Jf. [REDACTED].

¹⁴³ Jf. [REDACTED].

¹⁴⁴ http://www.np.no/transport_og_lagring/

¹⁴⁵ Jf. e-post av 10. juni 2015 fra Smart Fuel.

¹⁴⁶ Jf. e-post av 2. juni 2015 fra Uno-X.

¹⁴⁷ Jf. brev av 8. juni 2015 fra Statoil Fuel & Retail.

¹⁴⁸ Jf. brev av 16. februar 2015 fra St1 Nordic, vedlegg [REDACTED].

¹⁴⁹ Se meldingen side 43.

¹⁵⁰ Se meldingen side 43.

- (229) Etter en samlet vurdering legger Konkurransetilsynet til grunn at det er høye etableringshindringer i drivstoffmarkedet og at en nyetablering er lite sannsynlig. Trusselen om nyetablering vil derfor ikke sette en koordinering i fare.

6.2.3.4.2 Kjøpermakt

- (230) Kjøpersiden av drivstoffmarkedet består av individuelle forbrukere og foretak som benytter kjøretøy til ulik veitransport. Kundene er i hovedsak små og mange og hver enkelt kunde har liten kjøpermak. ¹⁵¹ Noen større bedriftskunder vil trolig ha noe kjøpermak, men for den største delen av volumet i markedet er kjøpermakten begrenset.
- (231) Det er derfor Konkurransetilsynets oppfatning at kjøpermakten i drivstoffmarkedet er begrenset og dermed ikke vil sette en koordinering i fare.

6.2.3.4.3 Utenforstående konkurrenters betydning for stabiliteten i koordineringen

- (232) Etter Konkurransetilsynets vurdering er pristoppene på mandager og torsdager et resultat av koordineringen som observeres i drivstoffmarkedet. Selv om [REDACTED] øker pumpeprisene disse dagene, lykkes de i varierende grad å opprettholde koordinerte pumpepriser gjennom uken. Dette skyldes trolig at konkurranseforholdene i de lokale markedene har betydning for stabiliteten i koordineringen. Dersom aktører utenfor koordineringen opptrer aggressivt i lokale markeder, kan dette føre til redusert lønnsomhet og gjøre koordineringen mindre effektiv og stabil. Dersom dette skjer i tilstrekkelig mange lokale markeder, kan dette bidra til at koordineringen bryter sammen.
- (233) For å vurdere responsmulighetene til de utenforstående konkurrentene [REDACTED], har Konkurransetilsynet analysert pumpeprisene og gjennomgått interne dokumenter fra aktørene i drivstoffmarkedet.
- (234) Strategidokumentene gir flere indikasjoner på at St1 Nordic har en positiv effekt på konkurransen i de områdene de er til stede.
- (235) Ifølge årsrapporten til St1 Nordic for 2014 viser kundeundersøkelser at et fordelaktige prisbilde var sterkt assosiert med kjedens profil i Norge.¹⁵²
- (236) Fra Shells prisstrategi for 2014 fremgår det at [REDACTED]
- [REDACTED]
- [REDACTED] I en kundeundersøkelse,
- [REDACTED]
- [REDACTED] I et internt dokument beskriver Shell [REDACTED]
- [REDACTED]

- (237) I Statoils interne dokumenter, [REDACTED]
- [REDACTED]
- .155

¹⁵¹ Se meldingen side 44.

¹⁵² St1 Nordic Oy Annual report 2014, s. 7. Dette bekreftes av St1s interne dokument

153 Jf.

154 Jf.

¹⁵⁵ Jf. brev av 20. april 2015, vedlegg

- (238) Uno-X Gruppen har også oppgitt til tilsynet at [REDACTED]¹⁵⁶.
- (239) Konkurransetilsynet viste i sin rapport fra 2010 at tilstedeværelsen av ubetjente stasjoner uten tilknytning til en betjent stasjon fra samme kjede i et område, bidrar til lavere pumpepriser.¹⁵⁷ Tilsynet påpekte også at fremveksten av en landsdekkende kjede av ubetjente stasjoner ville kunne være positivt for konkurransen, både på nasjonalt nivå og i mange lokale områder.¹⁵⁸
- (240) Konkurransetilsynet har i tråd med analysen Kommisjonen utførte i behandlingen av foretakssammenslutningen mellom Statoil og JET¹⁵⁹ gjennomført en økonometrisk analyse på pumpeprisdata fra bensinstasjonskjedene i det norske markedet. I denne analysen er det estimert en effekt på bruttomarginen til en stasjon av å ha en St1-stasjon til stede i lokalk markedet. I tillegg er det blant annet sett på effekten av antall konkurrenter i det lokale markedet.¹⁶⁰
- (241) Pumpeprisen på [REDACTED] med St1-stasjoner i lokalk markedet er i gjennomsnitt omlag [REDACTED] øre lavere enn tilsvarende stasjoner uten.¹⁶¹ Hovedresultatene av analysene viser at St1 Nordics tilstedeværelse i lokalk markedet er assosiert med lavere bruttomarginer også kontrollert for andre forhold som kan påvirke prisingsatferden til stasjonene. Dette resultatet er statistisk signifikant i nær alle modellene tilsynet har estimert. Størrelsen på effekten varierer noe etter hvilke faktorer det kontrolleres for og hvilke utvalg effekten estimeres på.
- (242) Videre viser analysene at bruttomarginen reduseres når antall aktører i det lokale markedet øker. I alle modellene inkluderes indikatorvariable for antallet konkurrerende kjeder i lokalk markedet. I all hovedsak er disse negative, noe som innebærer at det er lavere pumpepris dersom det er flere enn to konkurrenter til stede, inkludert utgangsstasjonen. Denne forskjellen øker dersom det er flere konkurrenter.
- (243) Dersom det er tre aktører i et marked estimeres pumpeprisen til å være mellom [REDACTED] øre lavere per liter enn ved to aktører. Øker antall aktører til fire er differansen mellom [REDACTED] øre per liter. Ved fem aktører er differansen mellom [REDACTED] øre per liter.
- (244) Gjennomgangen over gir klare indikasjoner på at [REDACTED] enklere vil kunne opprettholde høye pumpepriser gjennom uken dersom St1 Nordic ikke er i markedet.
- (245) Konkurransetilsynet har i kapittel 6.2.3.4.1 over vist at etableringshindringene i markedet er betydelige. St1 Nordic har i dag en forsyningsavtale [REDACTED], men ingen egne depot. En ekspansjon av stasjonsnettverket til nye områder vil kreve at St1 Nordic får tilgang til drivstoff fra andre depoter enn der St1 Nordic henter drivstoff i dag, eller at St1 Nordic etablerer egne depot.
- (246) Selv om St1 Nordic har et eksisterende stasjonsnettverk og en etablert merkevare, er det Konkurransetilsynets vurdering at St1 Nordic står overfor betydelige utfordringer knyttet til tilgang på drivstoff og anskaffelse av egnede tomter eller stasjoner for å kunne ekspandere sin virksomhet per i dag. En slik ekspansjon vil etter tilsynets oppfatning være både kostbart og tidkrevende. Det er derfor tilsynets vurdering at St1 Nordic har begrensede muligheter til å ekspandere til nye områder i tilstrekkelig grad til at en koordinering kan destabiliseres ytterligere.
- (247) Konkurransetilsynet konkluderer med at St1 Nordic har en positiv effekt på konkurransen i de markedene hvor de er til stede. Dette innebærer at de koordinerende aktørene i mindre grad lykkes i å opprettholde koordinerte pumpepriser gjennom uken. Det er imidlertid lite trolig at

¹⁵⁶ Jf. brev datert 10. april 2015.

¹⁵⁷ Rapport: "Det norske drivstoffmarkedet" (2010), kapittel 3.3.5 (s. 15).

¹⁵⁸ Ibid, kapittel 4 (s. 17).

¹⁵⁹ COMP M/4919 StatoilHydro/ConocoPhillips.

¹⁶⁰ Konkurransetilsynets analyse er nærmere beskrevet i vedlegg 1 til dette vedtaket.

¹⁶¹ I beregningen av denne forskjellen er det ikke tatt høyde for noen andre forhold ved det aktuelle markedet som kan tenkes å påvirke prisingsatferden til stasjonen annet enn om det er en St1-stasjon i dens lokalk marked.

St1 Nordic vil kunne etablere seg i områder utenfor det sentrale Østlandet og dette reduserer sannsynligheten for at St1 Nordic alene kan få koordineringen i markedet til å bryte sammen.

(248) Konkurransetilsynet har også vurdert om [REDACTED] kan påvirke koordineringen i markedet.

(249)

[REDACTED]

(250)

[REDACTED]

(251) Konkurransetilsynet vil imidlertid ikke utelukke at [REDACTED] kan ha en positiv effekt på konkurransen i enkelte lokalk markeder.

6.2.4 Konklusjon - konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

(252) Etter en samlet vurdering har Konkurransetilsynet kommet til at markedsforholdene legger til rette for koordinering mellom [REDACTED], og at en slik koordinering kan være stabil over tid. Det er videre Konkurransetilsynets oppfatning at det foreligger en faktisk koordinert atferd i markedet i dag.

(253) Konkurransetilsynet mener at drivstoffmarkedet er tilstrekkelig gjennomskiktig til at aktørene kan avdekke avvik og at avvik fra en koordinert atferd derfor vil bli raskt oppdaget av konkurrentene. Etter tilsynets oppfatning foreligger det også en troverdig trussel om rettidige og tilstrekkelige sanksjoner ved et potensielt avvik. Det synes videre ikke å være noen aktører utenfor koordineringen som truer den eksisterende parallelle markedsatferden.

(254) Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at konkurransen i drivstoffmarkedet er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen.

6.2.5 Endringer i markedsforholdene som følge av foretakssammenslutningen

(255) Konkurransetilsynet har vist over at konkurransen i markedet er vesentlig begrenset allerede før foretakssammenslutningen. I markeder hvor konkurransen allerede er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen, stilles det ingen krav til hvor mye ervervet "vil ... forsterke" denne begrensningen, jf. krrl. § 16 første ledd annet alternativ.¹⁶⁵

(256) Foretakssammenslutningen forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen dersom den fører til at den allerede eksisterende koordineringen blir mer stabil og effektiv, øker sannsynligheten for at en annen, og mer konkurranseskadelig koordinert likevekt oppstår og/eller fører til at de koordinerende aktørene i økende grad lykkes i å opprettholde koordinerte pumpepriser gjennom uken.

¹⁶² Jf. [REDACTED]

¹⁶³ Kilde: [REDACTED]

¹⁶⁴ Jf. [REDACTED]

¹⁶⁵ Ot.prp. nr. 6 (2003-2004) pkt. 17 (s. 229).

- (257) I det følgende gjennomgår Konkurransetilsynet de endringene som foretakssammenslutningen vil føre til i drivstoffmarkedet.

6.2.5.1 Økt konsentrasjon, reduksjon i antall aktører og økt gjennomsiktighet

- (258) Foretakssammenslutningen vil føre til at markedet blir ytterligere konsentrert ved at antall bensinstasjonskjeder i Norge reduseres. Antall aktører i de enkelte lokale markedene hvor St1 Nordic er til stede vil også reduseres de fleste steder. Konkurransetilsynets beregninger viser at rundt [redacted] prosent av [redacted] bensinstasjoner i Norge vil få en konkurrerende kjede mindre i sitt lokalk marked som følge av foretakssammenslutningen.
- (259) Med færre aktører i markedet blir det enklere å opprettholde en koordinert markedsatferd. Ved at det blir færre aktører å ta hensyn til, vil de gjenværende aktørene bli mer avhengige av hverandre. Dette fører isolert sett til en mer stabil koordinering.
- (260) Graden av gjennomsiktighet økes også da det er færre aktører som trenger å overvåke hverandre. Dette kan redusere kostnaden ved overvåking og/eller gjøre overvåkingen mer presis. Dette vil redusere usikkerheten i markedet og gjøre en koordinering mer stabil og effektiv.
- (261) Gjennom foretakssammenslutningen vil den sammenslåtte enheten St1 Nordic-Shell oppnå økt markedsandel i en rekke lokale markeder der begge er til stede i dag. Den gjennomsnittlige markedsandelen lokalt vil øke ettersom Shell i hovedsak er til stede i alle markeder hvor St1 Nordic er til stede i dag. Dette vil svekke insentivene til å avvike fra en koordinering.
- (262) Dette poengteres også av britiske konkurransemyndigheter i Safeway-Morrison saken fra 2003, der antallet aktører gikk fra fire til tre: "*[t]he higher a firm's average locale market share, then, other things being equal, the more costly a price cut which does not achieve significant volume growth (because of competitors reactions) and the less scope there is to increase volume by attracting market share away from competitors. A firm with a high average local market share will therefore be likely to have more interest in setting its national price so as not to bring about retaliatory action from other firms than a firm with a low average market share. It may consider that, with its increased average local market share, it has more to lose from retaliatory action from competitors than it has to gain from aggressive competition with them and so, in pursuit of higher profits, may relax its competitive effort across markets in the anticipation that the others firms will find it rational to follow suit.*"¹⁶⁶
- (263) Nasjonalt vil St1 Nordic få en markedsandel på om lag [20-30] prosent etter foretakssammenslutningen. Samlet markedsandel for [redacted] vil bli [90-100] prosent. HHI vil øke fra [over 2 000] til [over 2 000], det vil si en økning på [0-150].

6.2.5.2 Økt symmetri

- (264) Økt symmetri øker mulighetene for, og insentivene til koordinering gjennom at det blir enklere å finne frem til en koordinert prisfastsettelse som vil være i alle de koordinerende aktørers interesse.
- (265) Gjennom overtagelsen av Shell sine stasjoner, vil St1 Nordic gå fra å være en regional aktør med utelukkende ubetjente stasjoner til å bli en landsdekkende kjede med både betjente og ubetjente stasjoner i mange lokale områder.
- (266) Ved at St1 Nordic overtar en kjede bestående av hovedsakelig betjente stasjoner (88 prosent), vil St1 Nordic bli mer lik de øvrige aktørene, [redacted]. Dette vil gjøre koordineringen i markedet mer stabil og effektiv.

6.2.5.3 Betydningen av at St1 Nordic forsvinner fra markedet

- (267) I kapittel 6.2.3.4.3 over har Konkurransetilsynet vist at St1 Nordic gjør koordineringen i markedet mindre stabil og effektiv gjennom den påvirkningen St1 Nordic har på konkurransen i de områdene de er til stede. Dette innebærer at de koordinerende aktørene i mindre grad

¹⁶⁶ CC 2003 – Safeway-Morrison, punkt 5.105

lykkes i å opprettholde koordinerte pumpepriser gjennom uken. Reduksjonen i antall aktører i disse områdene vil derfor kunne føre til at pumpeprisene faller saktere etter prisoppgangene mandager og torsdager og at prisbunnen ikke blir like dyp. Koordineringen blir således mer lønnsom og dermed også mer stabil og effektiv.

6.2.6 Konklusjon – konkurransesituasjonen før og etter foretakssammenslutningen

- (268) Etter en samlet vurdering er det Konkurransetilsynets oppfatning at de fire største aktørene koordinerer sin markedsatferd i drivstoffmarkedet i dag. Etter tilsynets vurdering er pristoppene på mandager og torsdager et resultat av den koordineringen som observeres. Selv om [REDACTED] øker pumpeprisene disse dagene, lykkes de i varierende grad å opprettholde koordinerte pumpepriser gjennom uken. Dette skyldes trolig at konkurranseforholdene i de lokale markedene har betydning for stabiliteten i koordineringen.
- (269) Konkurransetilsynet har vist at reduksjonen i antall aktører fører til økt gjennomsiktighet i markedet og at aktørene blir mer symmetriske. Videre har tilsynet vist at St1 Nordic synes å gjøre koordineringen mindre stabil og effektiv gjennom at [REDACTED] i mindre grad lykkes i å opprettholde koordinerte pumpepriser i områder hvor St1 Nordic er til stede. Bortfallet av St1 Nordic vil derfor gjøre koordineringen mer stabil og effektiv.
- (270) Videre vil de koordinerende aktørene ha insentiver til å hensynta den samlede virkningen av konkurranseforholdene i hvert enkelt lokale marked når kjeden tar beslutninger om nasjonale konkurranseparametere. De nasjonale listepriene og antall pristopper gjennom uken vil med andre ord også kunne påvirkes av at konkurranseintensiteten i de lokale markedene blir redusert.
- (271) På bakgrunn av vurderingene ovenfor er Konkurransetilsynet av den oppfatning at foretakssammenslutningen vil føre til en mer stabil og effektiv koordinert likevekt mellom [REDACTED].
- (272) Konkurransetilsynet finner således at St1 Nordics erverv av Shell vil forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen.

6.3 Horisontale ikke-koordinerte effekter

- (273) Konkurransetilsynet har funnet at foretakssammenslutningen vil forsterke en vesentlig konkurransebegrensning basert på koordinerte effekter. Det vil ikke være nødvendig for tilsynet å vurdere ensidige effekter i områder hvor en koordinering ikke er effektiv, ettersom de avhjelpende tiltakene som er foreslått av melder uansett vil fjerne disse bekymringene.

7 Samfunnsøkonomiske virkninger

7.1 Innledning

- (274) Det følger av ordlyden i konkurranseloven § 16 første ledd at Konkurransetilsynet skal forby 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 anvendelsen av denne lov, skal det særlig tas hensyn til forbrukernes interesser", jf. konkurranseloven § 1.
- (275) Det vil ikke foreligge grunnlag for å forby ervervet, selv om det fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, dersom ervervet samtidig medfører samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster som oppveier de negative følger av at konkurransen begrenses.

7.2 Samfunnsøkonomisk tap

7.2.1 Utgangspunkt

- (276) Foretakssammenslutningen vil forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i drivstoffmarkedet. Begrenset konkurranse forventes å føre til en mindre effektiv bruk av samfunnets ressurser, som er et samfunnsøkonomisk tap.

- (277) Det samfunnsøkonomiske tapet som følger av begrenset konkurranse, og virkningene overfor forbrukerne, kan oppstå som følge av flere forhold. Utøvelse av markedsrett vil kunne komme til uttrykk gjennom høyere priser,¹⁶⁷ eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi seg utslag i dårligere service, kvalitet og produktutvalg, og begrenset produktutvikling.¹⁶⁸ Dette innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand, idet markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den ville ha vært med virksom konkurranse.
- (278) I det følgende vil Konkurransetilsynet redegjøre for det samfunnsøkonomiske tapet som vil oppstå som følge av foretakssammenslutningen.

7.2.2 Økte priser

- (279) Konkurransetilsynet finner at foretakssammenslutningen vil kunne gjøre en allerede eksisterende koordinering i markedet mer stabil og effektiv.
- (280) En mer stabil og effektiv koordinering vil kunne føre til at de koordinerende aktørene øker sine priser og til økte priser i drivstoffmarkedet samlet sett. I tillegg vil et redusert antall aktører i de lokale markedene hvor St1 Nordic er til stede i dag,¹⁶⁹ kunne føre til at koordineringen realiserer et høyere gjennomsnittlig nivå på pumpeprisen eller redusert sannsynlighet for avvik lokalt. Dette kan skje gjennom et lavere fall i pumpeprisen gjennom ukesyklusen eller ved en redusert sannsynlighet for at en av aktørene avviker fra den koordinerte atferden.
- (281) Videre vil en mer stabil og effektiv koordinering i markedet kunne medføre redusert sannsynlighet for at koordineringen vil opphøre. Dette innebærer en økning i forventede priser i markedet, og må således tillegges vekt i vurderingen av de samfunnsøkonomiske virkningene av foretakssammenslutningen.
- (282) Økte priser fra bensinstasjonskjedene vil normalt føre til redusert omsatt kvantum. Samlet vil foretakssammenslutningen føre til økte priser ved at den eksisterende koordineringen i markedet blir mer stabil og effektiv, noe som vil medføre et velferdstap for samfunnet.

7.2.3 Redusert service og lavere kvalitet

- (283) Markedsrett vil også kunne komme til uttrykk gjennom redusert service og lavere kvalitet.
- (284) Med service og kvalitet menes eksempelvis produktkvalitet, produktutvalg, presentasjon, åpningstider og servicenivå ved stasjonen.
- (285) Alt annet likt, vil et redusert konkurransetrykk i de relevante markeder føre til at insentivene til å konkurrere hardt om å tilby kundene den beste servicen og den beste kvaliteten reduseres, jf. kapittel 6.2.5.3.
- (286) Redusert service og kvalitet utgjør et samfunnsøkonomisk velferdstap for samfunnet.

7.2.4 Reduserte insentiver for intern effektivitet

- (287) Konkurransetilsynet legger også til grunn at økt markedsrett som følge av foretakssammenslutningen kan gi reduserte insentiver for intern effektivitet.
- (288) Under virksom konkurranse tvinges foretakene til å fokusere på effektiv drift, da man ellers kan tape omsetning i konkurranse med de andre aktørene i markedet. Betydningen av potensialet for sløsing påpekes av daværende Fornyings- og administrasjonsdepartementet i vedtak av 6. februar 2006, på side 14, vedrørende Priors erverv av Norgården: "[...] manglende konkurranse kan føre til at aktørene ikke har et sterkt nok fokus på intern effektivitet, noe som bidrar til et samfunnsøkonomisk effektivitetstap."

¹⁶⁷ Eller ved at prisene ikke synker så mye som de ellers ville gjort.

¹⁶⁸ Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger (2004/C 31/03), punkt 8.

¹⁶⁹ Som vist i kapittel 6.2.5.1 over er det rundt ■ prosent av stasjonene i Norge som får en stasjon mindre i sitt område.

hvorav [redacted] euro er [redacted] og [redacted]
euro er [redacted].

- (295) Konkurransetilsynet har i e-post av 26. mai 2015 bedt partene konkretisere og dokumentere gevinstene nærmere og begrunne i hvilken grad gevinstene er henholdsvis samfunnsøkonomiske og ervervsspesifikke. Videre har Konkurransetilsynet bedt om en oversikt over eventuelle omstillingskostnader som vil kunne påløpe som følge av foretakssammenslutningen.¹⁷⁶
- (296) St1 Nordic har etter dette oversendt et regneark over de anførte gevinstene og et brev med nærmere beskrivelse og begrunnelse for dem.¹⁷⁷

7.3.3 Konkurransetilsynets vurdering av anførte effektivitetsgevinster

- (297) I det følgende vil Konkurransetilsynet vurdere om partenes redegjørelser og fremlagt dokumentasjon er tilstrekkelig til å fastslå at de anførte besparelser er sikre, ervervsspesifikke, og samfunnsøkonomiske. Deretter vil det bli vurdert om det vil oppstå samfunnsøkonomiske omstillingskostnader som følge av foretakssammenslutningen.

7.3.3.1 [redacted]

- (298) [redacted].
- (299) [redacted].¹⁷⁸
- (300) [redacted].¹⁷⁹
- (301) [redacted].¹⁸⁰
- [redacted].¹⁸¹
- (302) [redacted]

¹⁷⁶ Jf. e-post av 26. mai 2015 fra Konkurransetilsynet til St1 Nordic.

¹⁷⁷ Jf. e-post av 28. mai 2015 vedlagt regneark og jf. brev av brev av 18. juni 2015 fra St1 Nordic.

¹⁷⁸ Jf. brev av 18. juni 2015 fra St1 Nordic.

¹⁷⁹ Se meldingen side 47.

¹⁸⁰ Se meldingen side 32.

¹⁸¹ Opplyst av St1 på møte 20. mai 2015 mellom St1, Shell og Konkurransetilsynet.

- (303) På bakgrunn av ovenstående legger Konkurransetilsynet til grunn at det vil oppstå noen ervervsspesifikke og samfunnsøkonomiske besparelser knyttet til [REDACTED], men i langt mindre omfang enn anført av partene.

7.3.3.2 [REDACTED]

(304)

182

(305)

(306)

183

(307)

(308)

- (309) På denne bakgrunn legger Konkurransetilsynet til grunn at det vil oppstå noen ervervsspesifikke og samfunnsøkonomiske besparelser i forbindelse med [REDACTED], men i langt mindre omfang enn anført av St1 Nordic.

7.3.3.3 [REDACTED]

(310)

184

¹⁸² Jf. brev av 16. februar 2015 fra St1 Nordic, vedlegg [REDACTED].

¹⁸³ Jf. brev av 18. juni fra St1 Nordic.

¹⁸⁴ Jf. brev av 16. februar 2015 fra St1 Nordic, vedlegg [REDACTED].

(311)

7.3.3.4 Andre kostnader

(312)

(313)

(314) Det fremgår ikke klart av St1 Nordics dokumentasjon hvilke konkrete besparelser partene forventer vil oppstå eller i hvilken grad partene har mulighet til å realisere deler av besparelsene uavhengig av foretakssammenslutningen. Konkurransetilsynet har derfor kommet til at partene ikke i tilstrekkelig grad har dokumentert at de anførte besparelsene er ervervspesifikke samt samfunnsøkonomiske, og at disse dermed fremstår som for usikre til at de kan legges til grunn.

7.3.3.5 Omstillingskostnader

- (315) St1 Nordic har verken i meldingen eller i det ettersendte brevet om effektivitetsgevinstene redegjort for omstillingskostnader som følge av foretakssammenslutningen. I det interne notatet sendt til [redacted] fremgår det at St1 Nordic anslår at det vil påløpe omstillingskostnader første driftsår på om lag [redacted] euro, hvorav [redacted] euro [redacted] og [redacted] euro er knyttet til [redacted].¹⁸⁸ Dersom en legger til grunn en valutakurs på [redacted] kroner per euro, vil de totale omstillingskostnadene utgjøre om lag [redacted] kroner.
- (316) Det er Konkurransetilsynets vurdering at det er knyttet usikkerhet til melderens estimerte omstillingskostnader, og at det ikke kan utelukkes at omstillingskostnadene kan bli høyere enn melder har estimert. Konkurransetilsynet legger til grunn at omstillingskostnadene uansett vil være betydelige.

7.3.3.6 Oppsummering

- (317) Etter Konkurransetilsynets vurdering har ikke partene i tilstrekkelig grad dokumentert og sannsynliggjort at de anførte effektivitetsgevinstene er ervervspesifikke og samfunnsøkonomiske. Tilsynet legger til grunn at foretakssammenslutningen vil gi noen effektivitetsgevinster, men i langt mindre omfang enn anført av partene.

7.3.4 Forholdet mellom positive og negative virkninger

- (318) I konkurranseanalysen har Konkurransetilsynet kommet til at foretakssammenslutningen vil forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i drivstoffmarkedet.

¹⁸⁵ Se meldingen side 47.

¹⁸⁶ Jf. brev av 16. februar 2015 fra St1 Nordic, vedlegg [redacted].

¹⁸⁷ Se meldingen side 47.

¹⁸⁸ Jf. brev av 16. februar 2015 fra St1 Nordic, vedlegg [redacted].

- (319) Konkurransetilsynet har videre vist at foretakssammenslutningen derfor vil kunne lede til et samfunnsøkonomisk tap, og at dette ikke vil være i samsvar med forbrukernes interesser.
- (320) Konkurransetilsynet finner at effektivitetsgevinstene ikke vil overstige de samfunnsøkonomiske omstillingskostnadene og det samfunnsøkonomiske tapet. Foretakssammenslutningen kan derfor være i strid med konkurranselovens formål.

8 Konkurransemessige virkninger av foretakssammenslutningen

- (321) Konkurransetilsynet har kommet til at foretakssammenslutningen mellom St1 Nordic og Smart Fuel vil forsterke en vesentlig begrensning i konkurransen i drivstoffmarkedet. Partene har ikke dokumentert effektivitetsgevinster ved foretakssammenslutningen som kan oppveie det samfunnsøkonomiske tapet som følger av foretakssammenslutningen. Etter konkurranseloven § 16 skal Konkurransetilsynet derfor gripe inn mot foretakssammenslutningen
- (322) Dersom Konkurransetilsynet finner at avhjelpende tiltak foreslått av melder vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, skal tilsynet i stedet fatte vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkår, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd. Videre følger det av det alminnelige kravet til forholdsmessighet i norsk rett at Konkurransetilsynets vedtak ikke må gå lenger enn det som er nødvendig for å avhjelpe de negative konkurransevirkningene av foretakssammenslutningen.
- (323) Melders fremsatte forslag til avhjelpende tiltak og forholdsmessigheten av et eventuelt inngrep vurderes i punkt 8.1.

8.1 Vurdering av melders forslag til avhjelpende tiltak og forholdsmessighet

- (324) Som redegjort for ovenfor i kapittel 6.2.5 og 6.2.6 er Konkurransetilsynet av den oppfatning at foretakssammenslutningen vil føre til en mer stabil og effektiv koordinert likevekt mellom Statoil, Esso, St1 Nordic og Uno-X slik at ervervet vil forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen.
- (325) I forbindelse med Konkurransetilsynets behandling av saken har melder fremsatt forslag til avhjelpende tiltak i brev av 10. juli 2015, samt revidert forslag 14. juli og 17. juli 2015. Det endelige forslaget til avhjelpende tiltak ("forslaget") ble fremsatt 23. juli 2015.
- (326) Det fremgår av forslagets punkt 2 og 3 at St1 Nordic forplikter seg til å avhende alle aksjene i St1 Norge AS til en kjøper godkjent av Konkurransetilsynet snarest og senest innen [REDACTED].
- (327) Dette innebærer at St1 Nordic skal selge sin eksisterende virksomhet i Norge, slik den bestod på tidspunktet for foretakssammenslutningen, og at det, etter at salg er gjennomført, ikke lenger vil være overlapp mellom denne virksomheten og virksomheten til Smart Fuel som St1 Nordic erverver. Etter Konkurransetilsynets vurdering er dette i utgangspunktet et tiltak som er egnet til å avbøte de konkurransebegrensende virkningene av foretakssammenslutningen.
- (328) Av forslagets punkt 4 fremgår det at St1 Norge AS skal selges som operativ enhet. St1 Nordic har i den forbindelse påtatt seg en rekke forpliktelser som skal sikre at kjøper skal kunne drive salg av drivstoff fra de aktuelle eiendommer og anlegg som St1 Norge disponerer, og at salgsobjektet ikke forringes frem til salget er gjennomført. St1 Nordic er således forpliktet til ikke på eget initiativ å legge ned eller stenge stasjoner i eksisterende kjede, til ikke å foreta andre ekstraordinære endringer i St1 Norge AS og til å avstå fra handlinger som svekker konkurransekraften til de stasjoner som skal selges.
- (329) Etter Konkurransetilsynets vurdering medfører dette at St1 Nordic har påtatt seg forpliktelser som, sett i sammenheng med de øvrige tiltak som er tilbudt og slik denne saken ligger an, på en tilfredsstillende måte sikrer at salgsobjektet vil forbli konkurransedyktig frem til salget er gjennomført.
- (330) I forslagets punkt 5 fremgår det at kjøper må være uavhengig av St1 Nordic, herunder selskaper i samme konsern som St1 Nordic eller Smart Fuel. Kjøper kan heller ikke være noen som står St1 Nordic, Smart Fuel, eller sentrale personer i selskap i samme konsern nær. I forslagets punkt 6 fremgår det at salg må skje til en egnet kjøper som har forutsetninger for å

- drive og videreutvikle virksomheten og som ikke har betydelig overlappende virksomhet med St1 Norges eksisterende virksomhet eller bindinger til en slik aktør.
- (331) Etter Konkurransetilsynets vurdering medfører punkt 5 og 6 samlet sett at det er lagt til rette for at kjøper vil kunne agere som en effektiv konkurrent på markedet etter salget, og at Konkurransetilsynet kan føre kontroll med at kjøper er egnet i så måte.
- (332) I henhold til punkt 7 i forslaget, forplikter St1 Nordic seg frem til salget er gjennomført til å drive St1 Norge AS som en selvstendig drivstoffkjede, uavhengig av St1 Nordics øvrige virksomhet i Norge og slik at det ikke utveksles informasjon som er egnet til å påvirke selskapenes konkurransemessige atferd. I henhold til forslagets punkt 8 forplikter St1 Nordic seg til å sikre at det ikke skjer noen form for konkurransemessig koordinering mellom stasjonene som selges i henhold til punkt 2 og øvrige stasjoner i samme geografiske område som St1 Nordic, herunder Smart Fuel, eier eller kontrollerer.
- (333) Etter en konkret vurdering finner Konkurransetilsynet at forslagets punkt 7 og 8, sett i sammenheng med de øvrige punkter i forslaget og slik denne saken ligger an, på en tilfredsstillende måte begrenser foretakssammenslutningen mulige negative virkninger på konkurransen frem til salget av St1 Norge er gjennomført.
- (334) I forslagets punkt 9 forplikter St1 Nordic seg til å tilby kjøper levering av visse driftstjenester, samt en rett for kjøper til å benytte varemerket St1 i Norge i en periode på [REDACTED]. I tillegg forplikter St1 Nordic seg til å tilby kjøper levering av drivstoff til de stasjoner som kjøpet omfatter i en periode på [REDACTED].
- (335) I forslagets punkt 10 godtar St1 Nordic visse begrensinger når det gjelder muligheten til å erverve rettigheter til de stasjonene som omfattes av salget.
- (336) Etter Konkurransetilsynets vurdering bidrar forslagets punkt 9 og 10 på en tilfredsstillende måte til at kjøper kan drive St1 Norge som en reell konkurrent på det norske marked etter at salget er gjennomført.
- (337) Videre fremgår det av forslagets punkt 11 at Konkurransetilsynet oppnevner forvalter til å påse at de avhjelpende tiltakene gjennomføres i samsvar med vedtaket. Av forslagets punkt 12 fremgår at dersom salget av St1 Norge ikke er gjennomført innen fristen i henhold til punkt 3, kan Konkurransetilsynet kreve at forvalter overtar oppdraget med å forestå salget. Av forslagets punkt 13 fremgår det endelig at foretakssammenslutningen mellom St1 Nordic og Smart Fuel ikke kan gjennomføres før forvalter og mandat i henhold til punkt 11 er godkjent av Konkurransetilsynet.
- (338) Samlet sett medfører forslagets punkt 11 til 13 slik denne saken ligger an, at det på tilfredsstillende måte kan føres kontroll med at St1 Nordic overholder de vilkår for gjennomføringen av foretakssammenslutningen som stilles gjennom dette vedtak, og at gjennomføring av foretakssammenslutningen ikke vil kunne skje før slik kontroll kan utøves på en effektiv måte.
- (339) Konkurransetilsynet finner etter dette at salg av St1 Nordics virksomhet i Norge, slik den bestod på tidspunktet for foretakssammenslutningen, vil være egnet til å avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til. Det er tilsynets oppfatning at melderers forslag gir grunnlag for en levedyktig virksomhet som kan konkurrere effektivt i det relevante markedet, og at ny eier som følge av forslaget, vil kunne drive som reell konkurrent til melder.
- (340) Konkurransetilsynet har etter dette kommet til at melderers forslag til avhjelpende tiltak samlet sett vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene av foretakssammenslutningen, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd.
- (341) Konkurransetilsynet har på bakgrunn av ovenstående funnet at vedtaket ikke går lenger enn det som må anses nødvendig for å avhjelpe de konkurransebegrensende virkningene av foretakssammenslutningen. Vedtaket er således forholdsmessig.

9 Vedtak

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

Foretakssammenslutningen mellom St1 Nordic Oy ("St1 Nordic") og Smart Fuel AS ("Smart Fuel") tillates på følgende vilkår:

1. Definisjoner:

- a. Med "St1 Nordic" menes St1 Nordic Oy, org. nr. (finsk) 208 2259 og selskaper som kontrolleres direkte eller indirekte av St1 Nordic Oy.
- b. Med "St1 Norge" menes St1 Norge AS, org. nr. 962 208 878.
- c. Med "St1 Sverige" menes St1 Sverige AB, org. nr. (svensk) 556308-5942.
- d. Med "Smart Fuel" menes Smart Fuel AS, org. nr. 913 285 670.

2. St1 Nordic forplikter seg til å avhende alle aksjene i St1 Norge til en kjøper godkjent av Konkurransetilsynet.

3. Salget av St1 Norge skal skje snarest mulig og senest innen [REDACTED].

4. St1 Norge skal selges som en operativ enhet. Dette innebærer at salget omfatter de kontrakter, herunder leie- og forsyningsavtaler, eiendeler og rettigheter som bestod før foretakssammenslutningen og som er nødvendige for at kjøper skal kunne drive salg av drivstoff fra de aktuelle eiendommer og anlegg. I tillegg gjelder følgende inntil salg av St1 Norge er gjennomført:

- a. St1 Nordic forplikter seg til å treffe ethvert rimelig tiltak for å sikre at verdien av eksisterende kontrakter, herunder leie- og forsyningsavtaler, eiendeler og rettigheter ikke forringes. Dette omfatter blant annet utøvelse av opsjoner og forlengelse av leiekontrakter og videreføring av avtaler om levering av drivstoff.
- b. St1 Nordic forplikter seg til å ikke å legge ned eller stenge stasjoner i eksisterende kjede, med mindre slik nedleggelse eller stenging fremtvinges av tredjemann eller av uforutsette hendelser utenfor foretakets kontroll. Blir slik nedleggelse eller stenging aktuelt, skal Konkurransetilsynet holdes orientert om dette.
- c. St1 Nordic forplikter seg til å ikke foreta andre ekstraordinære endringer i St1 Norge.
- d. St1 Nordic, herunder Smart Fuel, må avstå fra handlinger som svekker konkurransekraften til de stasjoner som selges i henhold til punkt 2.

5. Kjøper må være uavhengig av St1 Nordic, herunder selskaper i samme konsern som St1 Nordic eller Smart Fuel. Kjøper kan heller ikke være noen som står St1 Nordic, Smart Fuel eller sentrale personer i selskap i samme konsern nær. I en konkret vurdering vil det blant annet bli vektlagt at St1 Nordic og Smart Fuel, selskaper i samme konsern som St1 Nordic eller Smart Fuel, selskaper som St1 Nordic eller Smart Fuel

har eierandeler i, eller blir eid av, ikke direkte eller indirekte, har eierinteresser i kjøper.

6. For å sikre gjenopprettelse av konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen, skal salg skje til en egnet kjøper. I en konkret vurdering vil det, i tillegg til uavhengighet i henhold til punkt 5, blant annet bli vektlagt at kjøper har tilstrekkelig med ressurser, beviselig har eller vil være i stand til å skaffe seg den relevante ekspertisen som er nødvendig for å drive virksomheten videre, samt har insentiver og muligheter til å opprettholde og videreutvikle virksomheten til en levedyktig og aktiv konkurrent til partene og andre konkurrenter i markedet. En aktør som har betydelig overlappende virksomhet med St1 Norges eksisterende virksomhet, vil ikke bli godkjent som kjøper. Det samme vil kunne gjelde for en kjøper med bindinger til en slik aktør.
7. Frem til salg i henhold til punkt 2 er gjennomført, skal St1 Norge drives som selvstendig drivstoffkjede og uavhengig av St1 Nordics øvrige virksomhet i Norge, herunder Smart Fuel, i samsvar med god forretningsskikk og slik St1 Norge var drevet forut for foretakssammenslutningen uten at det utveksles informasjon som er egnet til å påvirke selskapenes konkurransemessige atferd. [REDACTED]
8. St1 Nordic skal sikre at det ikke skjer noe form for konkurransemessig koordinering mellom stasjonene som selges i henhold til punkt 2 og øvrige stasjoner i samme geografiske område som St1 Nordic, herunder Smart Fuel, eier eller kontrollerer.
9. For å sikre at kjøper skal kunne drive virksomheten i St1 Norge videre som en reell konkurrent, forplikter St1 Nordic seg til å tilby følgende som en del av salget i henhold til punkt 2:
 - a. Levering av driftstjenester som St1 Sverige yter til St1 Norge i dag, i en periode på minimum [REDACTED], herunder regnskap, kontraktsadministrasjon og driftsovervåking.
 - b. En rett for kjøper til å benytte varemerket St1 i Norge i en periode på minst [REDACTED].
 - c. Levering av drivstoff av de kvaliteter som St1 Norge selger på sine stasjoner i dag, i en periode på [REDACTED].
10. St1 Nordic forplikter seg i en periode på fem år etter at salget er gjennomført, til å ikke kontakte kjøper, grunneiere eller andre innehavere av rettigheter i eller med tilknytning til en eller flere av stasjonene som omfattes av salgsforpliktelsen i punkt 2, med sikte på å erverve slike rettigheter. Slike rettigheter kan i en periode på tre år under enhver omstendighet ikke erverves uten etter samtykke fra Konkurransetilsynet.

11. Konkurransetilsynet oppnevner forvalter i samsvar med forskrift FOR 2008-09-15 nr. 1021, eller forskrift som erstatter denne, til å påse at salg skjer i samsvar med dette vedtak. St1 Nordic skal fremlegge forslag til forvalter og mandat for oppdraget innen de frister Konkurransetilsynet fastsetter. St1 Nordic, herunder Smart Fuel, forplikter seg innen rammene av forskrift FOR 2008-09-03 nr. 1021, eller forskrift som erstatter denne, til å samarbeide fullt ut med forvalter og yte slik medvirkning som er nødvendig for å gjennomføre forvalteroppdraget.
12. Hvis salg i henhold til punkt 2 ikke er gjennomført innen fristen i punkt 3, kan Konkurransetilsynet kreve at forvalter overtar oppdraget med å forestå salget.
13. Foretakssammenslutningen mellom St1 Nordic Oy og Smart Fuel AS kan ikke gjennomføres før forvalter og mandat i henhold til punkt 11 er godkjent av Konkurransetilsynet.

Vedtaket trer i kraft straks. Vedtaket gjelder frem til St1 Nordic Oy, herunder Smart Fuel AS, har oppfylt alle sine forpliktelser som fremgår av de fremsatte avhjelpende tiltak og dette vedtaket.

- (343) Vedtaket kan i henhold til konkurranseloven § 20 a første ledd første punktum påklages innen 15 virkedager. En eventuell klage stiles til Nærings- og fiskeridepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.

Med hilsen



Magnus Gabrielsen (e.f.)
avdelingsdirektør

Vedlegg:

Vedlegg 1 – Appendiks med kvantitative analyser