

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 BERGEN

Sendt elektronisk til epost: post@konkurransetilsynet.no

Vår referanse: 12252942/3

Oslo, 14. oktober 2018

MELDING OM FORETAKSSAMMENSLUTNING – MARS, INCORPORATED OVERTAKELSE AV ANICURA TC AB

1 KONTAKTINFORMASJON

1.1 Melder

Navn: Mars, Incorporated
Org. no.: Mars, Incorporated har ikke organisasjonsnummer
Adresse: 6885 Elm Street, McLean, VA 22101-3883, USA
Tlf.nr.: +1 (703) 336-4747 (Peter Seka, General Counsel, Corporate)
E-post: peter.seka@effem.com

Kontakt: Advokatfirmaet Thommessen AS
Eivind J. Vesterkjær (Partner),
Karoline Nilsson Hollund (Senior Associate) og
Mari Gjefsen (Associate)

Adresse: Haakon VIIIs gate 10
Postadresse: Postboks 1484 Vika, 0116 Oslo
Tlf.nr.: 23 11 11 23 | 23 11 14 20 | 23 11 14 46
E-post: eve@thommessen.no | khn@thommessen.no |
mj@thommessen.no

1.2 Andre involverte foretak

Navn: AniCura TC AB
Reg. no.: 556972-6689
Adresse: Vendevägen 89, 182 32 Danderyd, Sweden

Kontakt: Mannheimer Swartling
Stefan Perván Lindeborg (Partner) og
Urszula Sieradzka (Senior Associate)

Adresse: Norrlandsgatan 21
Box 1711
SE-11187 Stockholm
Sverige
Tlf.nr.: +46 8 5950 6127 | +46 8 5950 6431
E-post: stefan.pervan.lindeborg@msa.se | urszula.sieradzka@msa.se

2 INNLEDNING OG OVERSIKT

Meldingen gjelder Mars, Incorporated ("**Mars**") sitt oppkjøp av AniCura TC AB og dets datterselskaper ("**AniCura**"), som driver veterinærklinikker og sykehus med hovedsete i Stockholm, fra de private investorselskapene Nordic Capital, Fidelio Capital, og andre minoritetsaksjonærer (sammen referert til som "**Selgerne**"; og kollektivt referert til sammen med Mars som "**Partene**") ved kjøp av aksjene slik at Mars får enekontroll over AniCura ("**Transaksjonen**").

Bilag 1: Share Purchase Agreement (signert 7. juni 2018)

Transaksjonen ble meldt til EU-Kommisjonen ("**Kommisjonen**") den 10. september 2018 i henhold til EUs Rådforordning (EC) Nr. 139/2004 av 20. januar 2004 vedrørende kontroll av sammenslåinger mellom foretak ("**Fusjonsforordningen**") siden de relevante omsetningsterskler er overskredet. Kommisjonens saksnummer er M.9019 og Kommisjonens frist for fase 1 er 29. oktober 2018.

Det er vår forståelse at Konkurransetilsynet (nedenfor også omtalt som "**tilsynet**") har mottatt en kopi av Form CO fra Kommisjonen.

Mars er et globalt, privateid selskap eiet av Mars-familien, med hovedkvarter i McLean, Virginia, USA. Mars opererer i 81 land og i følgende forretningssegmenter som alle er fokusert på forbrukerprodukter: Dyrepleie, godteri, mat- og drikkevarer. I Norge driver Mars blant annet salg og distribusjon av dyrefor for hunder og katter.

AniCura er en privateid leverandør av veterinærutstyr for kjæledyr (primært hunder og katter) med hovedkvarter i Stockholm, Sverige. AniCura driver ca. 200 dyrehospital og klinikker i flere land innen EØS, herunder Sverige, Norge, Danmark, Østerrike, Tyskland, Nederland, Italia og nylig også Frankrike og Spania. Gjennom denne driften tilbyr AniCura et bredt spekter av medisinske tjenester (herunder forebyggende og generelle helsetjenester, avansert diagnostikk, indremedisin, intensiv kirurgi, ortopedi, rehabilitering og fysioterapi), og – som en tilleggsaktivitet – detaljhandel med dyrefor og pleieprodukter. Per oktober 2018 eier og driver AniCura 46 veterinærklinikker i Norge. Ca. [REDACTED] av butikksalget i AniCuras klinikker gjelder dyrefor fra en rekke forskjellige produsenter. Nesten alt, om ikke alt, dyrefor solgt i AniCuras klinikker i Norge er terapeutisk og fysiologisk. Som det fremgår av punkt 5.2.1.2, administrerer AniCura også et partnernettnettverk for uavhengige veterinærklinikker i Sverige, Norge, Danmark, Nederland og Tyskland.

Transaksjonen vil ikke reise verken horisontale eller vertikale konkurransebekymringer i markedene for henholdsvis salg av dyrefor og veterinærtjenester i Norge eller i noe tenkelig segment eller undersegment av disse.

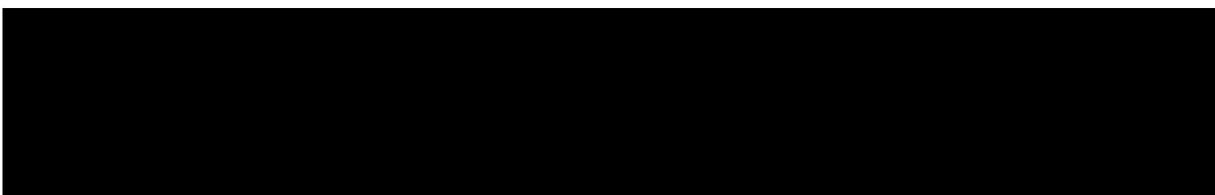
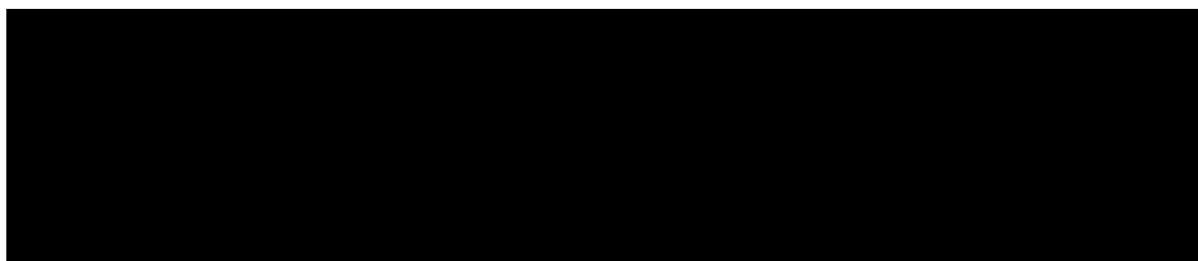
Det er en vertikal forbindelse mellom Mars' oppstrømsaktiviteter innen salg av dyrefor som blant annet selges i veterinærklinikker og AniCuras nedstrømsaktiviteter i eierskap og drift av

veterinærklinikker, som – som en tilleggsaktivitet – selger dyrefor, hovedsakelig terapeutisk diett- og fysiologisk for. Selv om et vertikalt forbundet marked oppstår i oppstrømsmarkedet for dyrefor (i de fleste tenkelige markedssegmenter), har AniCura en begrenset posisjon i nedstrømsmarkedet for veterinærtjenester (i 2017 10,2 % basert på antall praksiser, ██████ % basert på antall veterinærer, og ██████ % basert på inntekter fra veterinærtjenester). Siden Mars ikke vil ha mulighet eller insentiv til å utelukke konkurrenter, vil ikke Transaksjonen forårsake noen vertikale konkurransebekymringer. Videre vil nærværet av andre konkurrenter i både oppstrøms- og nedstrømsmarkedene forhindre mulighetene for noen skade av betydning for konkurransen.

Etter tilbakemelding fra Kommisjonen i løpet av saksbehandlingen har Mars imidlertid tilbudt å avhende, eller sørge for å avhende, hele VetFamily-virksomheten (herunder dens aktiviteter i Norge) for å oppnå godkjenning av Transaksjonen i fase 1. Vi viser til punkt 11 i denne meldingen for nærmere detaljer vedrørende det foreslåtte avhjelpende tiltaket.

3 MELDING TIL KOMMISJONEN

Som beskrevet i punkt 2 ovenfor, er Transaksjon underlagt meldeplikt til Kommisjonen i henhold til EUs Fusjonsforordning. Kommisjonens "one-stop-shop"-jurisdiksjon innenfor EØS gjelder for alle produkter som omfattes av Artikkel 8 i EØS-avtalen.



4 BESKRIVELSE AV TRANSAKSJONEN

4.1 Transaksjonen og hvordan den kom i stand

Som nevnt ovenfor i punkt 2 (Innledning og oversikt) gjelder denne meldingen det foreslåtte oppkjøpet av enekontroll ved Mars av AniCura fra Selgerne. Transaksjonen er verdsatt til omtrent EUR ██████ (kjøpesummen er ikke offentliggjort).

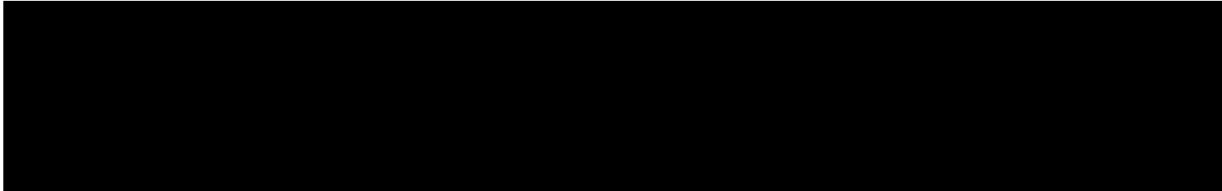
Transaksjonen vil bli gjennomført ved en transaksjonsavtale (Share Purchase Agreement), som ble inngått 7. juni 2018, mellom (i) Mars, som kjøper; og (ii) Selgerne, som selgere ("**SPA**"), jf. Bilag 1.



4.2 Strategisk og finansiell begrunnelse for Transaksjonen

Pleieprodukter for dyr har vært en viktig del av Mars' virksomhet i over 80 år, og Mars har en stor og voksende veterinærpraksis, i dag fokusert på de nord-amerikanske markedene. Transaksjonen bekrefter Mars' engasjement i både kjæledyrindustrien og veterinærfaget og gir Mars en mulighet til å gå inn i den voksende veterinærservicebransjen i Europa.¹

4.3 Eierskapsstruktur etter Transaksjonen



4.4 Tidsskjema

Partene forventer å avslutte Transaksjonen i fjerde kvartal 2018, forutsatt at den er godkjent av Kommisjonen og, hvis nødvendig, Konkurransetilsynet.

4.5 Terskelverdier

Omsetningen til både Mars og AniCura overstiger 100 MNOK i Norge og Partene har en samlet omsetning som overstiger 1 milliard i Norge, jf. den norske konkurranse-loven § 18, jf. § 17.

5 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

5.1 Mars

5.1.1 Selskapsstruktur og virksomhetsområder

Mars er et globalt privateid foretak eiet av Mars-familien, med hovedsete i McLean, Virginia, USA. Mars opererer i 81 land og har følgende forretningsområder som alle er fokusert på forbrukerprodukter: Dyrepleie, godteri, mat- og drikkevarer.

Mars er aktiv innen salg og distribusjon av dyrefor for hunder og katter i Norge under blant annet følgende merkevarer²:

- Cesar, Chappi, Chum, Frolic, Good-o, Pal, Perfect Fit, og Pedigree for hunder
- Kitekat, Perfect Fit, Sheba, og Whiskas for katter
- Dreamies, Temptations (godteri for katter)
- Royal Canin for både hunder og katter, herunder terapeutisk og fysiologisk mat

I 2017 utgjorde det totale salget av Mars dyrefor i Norge ca. EUR [REDACTED], fordelt som følger: [REDACTED] % (tørrfor for hunder), [REDACTED] % (tørrfor for katter), [REDACTED] % (våtfor for hunder), [REDACTED] % (våtfor for katter), mens resten gjelder pleie- og behandlingsprodukter. Detaljhandel med terapeutisk og fysiologisk mat var EUR [REDACTED], dvs. [REDACTED] % av Mars totale salg av kjæledyrmat. I Norge var ca. [REDACTED] % av Mars' salg av dyrefor til veterinærklinikker terapeutisk for, mens den resterende andel på [REDACTED] % gjaldt fysiologisk for, begge deler av varemerket Royal Canin.

¹ Hvis ytterligere informasjon vedrørende strategisk og finansiell begrunnelse for Transaksjonen er nødvendig, vennligst se Form CO, Del 1, C (Begrunnelse for Transaksjonen) and Del 3, B, 3.2 (Beskriv den økonomiske begrunnelsen for Transaksjonen).

² Kulepunktene gjelder Mars' viktigste relevante merkevarer som er aktive over landegrensene i de landene hvor AniCura opererer.

Som i andre europeiske land distribuerer Mars Norway sitt dyrefor gjennom (i) grossister, og (ii) spesialbutikker, som inkluderer dyrebutikker, oppdrettere og veterinærpraksiser. Mars selger både gjennom grossister og direkte til forhandlere (for eksempel store supermarkeder, veterinærklinikker osv.), men selger ikke direkte til sluttbrukere (dvs. Mars har ingen fysiske butikker og ingen online salgsplattform). Imidlertid selger grossister og forhandlere (inkludert spesialbutikker) stadig mer online.

Mars' spekter av terapeutisk for, som blir markedsført under varemerket Royal Canin Veterinary Diet, blir solgt nesten utelukkende gjennom veterinærkanaler og online. Selv om Mars ikke er i stand til å fremskaffe data på fordelingen mellom disse salgskanalene i Norge, er det Mars' forståelse at online-kanalen for terapeutisk mat i Norge er liten, men voksende. Mars har minimalt eller intet salg av andre varemerker av kjæledyrfor gjennom veterinærklinikker; unntaket er sporadisk salg av behandlingsprodukter i forbindelse med spesifikke klinikkrelaterte kampanjer.

Mars har ikke virksomhet innen levering av veterinærtjenester i Norge.

5.1.2 Bransjeforeninger

Mars er medlem av følgende bransjeforeninger av relevans for Norge:

- Nordic Pet Food Association, NPFA (c/o Mærkevareleverandørerne (MLDK))
- European Pet Food Industry Federation, FEDIAF (Fédération Européenne de l'Industrie des Aliments pour Animaux Familiars).
- Norges Zoohandlers Bransjeforening/ Norwegian Pet Trade Association (NZB)

5.2 AniCura

5.2.1 Selskapsstruktur og virksomhetsområder

5.2.1.1 AniCura

AniCura ble etablert i 2011 og er en privateid leverandør av veterinærtjenester for kjæledyr (primært hunder og katter) med hovedkvarter i Stockholm, Sverige. AniCura driver ca. 200 dyresykehus og -klinikker i flere forskjellige land innen EØS, som Sverige, Norge, Danmark, Østerrike, Tyskland, Nederland, Italia, og nylig også Frankrike og Spania. Gjennom disse virksomhetene tilbyr AniCura et bredt spekter av medisinske tjenester (herunder forebyggende og generelle helsetjenester, avansert diagnostikk, indremedisin, intensiv kirurgi, ortopedi, rehabilitering og fysioterapi), og selger – som en tilleggsaktivitet – utvalgte produkter av dyrefor og pleieprodukter. AniCura har ca. 4 000 ansatte, av disse er en tredjedel utdannede veterinærer. AniCura genererte inntekter på ca. EUR [REDACTED] i regnskapsåret 2017.

Per september 2018 eier og driver AniCura 46 veterinærklinikker i Norge. AniCura har en stab på 491 ansatte i Norge, inkludert 173 utdannede veterinærer.³ AniCura jobber fortløpende med å identifisere veterinærpraksiser som vil egne seg for oppkjøp, både for å vokse i eksisterende markeder og for å komme inn på nye. Per 3. oktober 2018 er ikke AniCura aktiv i noen oppkjøpsprosesser vedrørende veterinærpraksiser som ikke ennå er eid av AniCura og (i) det er

³ Det er en differanse mellom antall utdannede veterinærer oppført her og antallet i Norge oppført i tabellene 6.33 og 6.34 nedenfor. Dette fordi antallet i tabellene nedenfor ikke er justert for deltidsveterinærer (som er regnet som fulltidsansatte) eller veterinærer som arbeider i to eller flere klinikker (som blir regnet som fulltidsansatte i hver av klinikkene de arbeider i). Følgelig er antallet i tabellene regnet for høyt.

signert avtale oppkjøp som ikke er fullført, eller (ii) intensjonsavtale er inngått, men disse forholdene er under stadig utvikling.

I 2017 genererte AniCuras virksomhet i Norge EUR [REDACTED]. Ca. [REDACTED]% av totale inntekter kom fra drift av veterinærtjenester, mens ca. [REDACTED]% ble generert fra butikk salg. Ca. [REDACTED]% av butikk salg i AniCuras klinikker gjelder for til kjæledyr fra en rekke forskjellige produsenter (f. eks. Royal Canin, Hill's, Dechra osv.). Nesten alt, hvis ikke alt, dyrefor solgt i AniCura-klinikker i Norge er terapeutisk og fysiologisk.

5.2.1.2 VetFamily

Gjennom datterselskapet VetFamily ApS og tilknyttede selskaper ("**VetFamily**"), driver AniCura et partnerskapsnettverk for uavhengige veterinærklinikker, som gjør at medlemmene kan forene sine innkjøpsvolumer med AniCura og dra nytte av støtte i back-office administrasjonen. VetFamily-nettverket opererer i Sverige, Norge, Danmark, Tyskland og Nederland.

I Norge har VetFamily 195 medlemmer per 10. oktober 2018 (medlemsmassen er imidlertid i stadig utvikling gjennom inn- og utmeldinger). Som i andre land, konkurrerer AniCura-klinikker i Norge mot uavhengige VetFamily klinikker; og VetFamily-virksomheten drives separat fra AniCura-virksomheten.

VetFamily-virksomheten i Norge er underlagt VetFamily AS, et datterselskap av AniCura ApS, som igjen er et heleid indirekte datterselskap av AniCura TC AB. Som i andre land er den primære fordelene med å bli medlem i VetFamily-nettverket, for en uavhengig klinikk, muligheten til å kjøpe et utvalg av veterinærutstyr (for eksempel materiell, legemidler, laboratorieutstyr og -tjenester, dyrefôr, medisinsk gass, betalingskorttjenester, arbeidsklær osv.) til gunstigere priser gjennom rammeavtaler som blir sentralt forhandlet av AniCura. VetFamily tilbyr også VetPlan, et abonnementsbasert konsept for veterinærtjeneste for eiere av hunder og katter.⁴

VetFamily er ikke et forbrukerrettet merke i Norge, og medlemsfordelene er i hovedsak begrenset til de gunstigere innkjøpsbetingelsene som tilbys gjennom sentrale rammeavtaler. Dette gjenspeiles i det svært begrensede avgiftsbeløpet (medlemmene betaler en engangs inngangsavgift på omtrent NOK 7 500 og en årlig avgift på omtrent NOK 2500). Gebyr generert av VetFamily fra medlemmer i Norge var EUR [REDACTED] i 2017.

I Norge har VetFamily rammeavtaler for dyrefôr med: [REDACTED]. VetFamily har også ulike rammeavtaler i Norge med andre leverandører, inkludert avtaler for laboratorieutstyr og -tjenester, legemidler og andre generelle varer og tjenester.

Som i andre land har ikke norske medlemsklinikker noen plikt til å kjøpe forsyninger i henhold til disse rammeavtalene, og det er ingen økonomisk eller annen straff for å kjøpe varer, omfattet av rammeavtalen, fra andre. I Norge kjøper faktisk VetFamily-medlemmer ofte dyrefôr utenfor rammeavtalene som VetFamily fremforhandler. I første kvartal 2018 kjøpte [REDACTED]. I tillegg er det klart for AniCura at flere VetFamily medlemmer også kjøper Royal Canin dyrefôr, til tross for at VetFamily ikke har en rammeavtale med Royal Canin. Medlemskap i VetFamily-nettverket er åpent

⁴ VetPlan-programmet ble rullet ut i Norge våren 2018, og tre klinikker ble medlem i juni 2018. Inntekter fra VetPlan-programmet i Norge til dags dato er derfor minimal.

for uavhengige, ikke-AniCura veterinærklinikker, og klinikkene står fritt til å bli med og forlate nettverket etter eget ønske.

Som forklart i punkt 1 ovenfor, og som nærmere beskrevet i punkt 12 nedenfor, har tilbakemeldinger fra Kommisjonen i løpet av gjennomgangen ført til at Mars har tilbudt å avhende VetFamily-virksomheten (herunder dets virksomhet i Norge) for å oppnå fase 1-godkjenning av Transaksjonen under fusjonsforordningen. Vi viser til punkt 11 i denne meldingen.

Verken VetFamily eller AniCura er engasjert i produksjon av dyrefôr eller har noen private dyrefôrmerker å tilby.

En oversikt som viser AniCuras selskapsstruktur før oppkjøpet, er vedlagt:

Bilag 2: AniCura selskapsstruktur

5.2.2 Bransjeforeninger

AniCura er ikke medlem av noen bransjeforening. Mange veterinærer som jobber i AniCuras klinikker er imidlertid medlem av Den norske veterinærforening ("**DNV**"), som er en fagforening for veterinærer i Norge. Siden AniCura er den største arbeidsgiveren til DNVs medlemmer, har AniCura et nært samarbeid med DNV.

5.3 Omsetning og driftsresultat i Norge for de involverte selskapene for det siste regnskapsåret (2017)

Tabellen nedenfor viser Mars' og AniCuras omsetning i Norge siste regnskapsår. Driftsresultat for Mars' aktiviteter i Norge registreres ikke separat. Earnings before interest and tax (EBIT) for AniCuras norske enheter i 2017 var NOK 63 828 000.

Omsetning i millioner EUR (2017)	Mars	AniCura
Norge	██████	██████

Kilde: Mars og AniCura

6 BESKRIVELSE AV MARKEDER

6.1 Innledning

Transaksjonen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse når det gjelder salg av dyrefôr eller levering av veterinærtjenester i Norge.

Vi påpeker i den forbindelse at Transaksjonen ikke gir opphav til noen horisontale overlapp i Norge.

Det er en vertikal forbindelse mellom:

- Mars' oppstrømsaktiviteter gjennom salg av dyrefôr, som selges blant annet i veterinærklinikker; og
- AniCuras nedstrømsaktiviteter i eierskap og drift av veterinærklinikker som – som en tilleggsaktivitet – selger dyrefôr, hovedsakelig terapeutisk diett og fysiologisk mat.

AniCura har imidlertid en begrenset posisjon i markedet for veterinærtjenester (2017: 10,2 % basert på antall praksiser, ■■■ % basert på antall veterinærer og ■■■ % basert på inntektene til veterinærtjenesten). Partene bemerker at inntekt ikke er en god indikasjon for AniCuras posisjon som distributør av dyrefôr i Norge, fordi dette vil gi et overdrevet bilde av AniCuras andel av distribusjon av fôr gjennom veterinærforretninger, gitt selskapets fokus på kostnadsintensive spesialisttilbud. Til sammenligning er markedsandelene basert på antall veterinærer den beste indikasjonen for AniCuras markedsandel av totalsalg av dyrefôr gjennom veterinærer. Siden Mars i alle tilfeller ikke vil ha noen mulighet eller insentiv til å utelukke konkurrenter, vil ikke Transaksjonen føre til noen vertikale konkurranserettslige bekymringer. Videre vil tilstedeværelsen av flere andre konkurrenter i både oppstrøms- og nedstrømsmarkedene hindre risikoen for noen vesentlig skade på konkurransen.

Partene påpeker i denne sammenheng at markedsandelene til de uavhengige veterinærklinikene som er medlemmer av VetFamily ikke kan henføres til AniCura, siden AniCura ikke har noen innflytelse på hvordan disse klinikene driver sin virksomhet.

For å identifisere de relevante markedene, har partene vurdert Kommisjonens praksis innen dyrefôr (selv om det ikke finnes noen relevant presedens når det gjelder levering av veterinærhelsetjenester).

Siden AniCuras markedsandel ikke overstiger 30 % i markedet for veterinærtjenester nedstrøms, gir ikke Transaksjonen opphav til noe vertikalt berørt marked som definert i konkurranseloven § 18a (1) bokstav e. Siden Mars' markedsandel innen dyrefôr overstiger 30 % (i de fleste plausible markedssegmenter og salgskanaler), gir imidlertid Transaksjonen et vertikalt *forbundet* marked som definert i konkurranseloven § 18a (1) f.

6.2 Levering av dyrefôr

6.2.1 Relevant produktmarked

Det relevante oppstrømsmarkedet gjelder industrielt (eller tilberedt) dyrefôr for hunder og katter. I tråd med tidligere praksis fra EU-kommisjonen, mener partene at tilberedt hunde- og kattefôr kan klassifiseres som egne separate produktmarkeder, og at tørr- og våtfôr for hunder, tørr- og våtfôr for katter alle er separate produktmarkeder. Kommisjonen har også ansett at produsentenes merkevarer og handelens egne merker ikke er utgjør separate produktmarkeder på detaljhandelledet. Partene mener også at nærmere segmentering ikke er påkrevd hva gjelder terapeutisk og/eller fysiologisk dyrefôr, jf. nedenfor.

Distribusjon

Dyrefôr blir generelt sett solgt gjennom to distribusjonskanaler: dagligvareforretninger og spesialistforretninger (inklusive dyrebutikker, veterinærer og oppdrettere). I de siste årene har disse kanalene i økt grad gjort salg av dyrefôr tilgjengelig gjennom netthandel. Betydningen av rene netthandelsaktører som for eksempel Amazon vokser også. Så å si alle produktlinjer fra Mars' og Mars' konkurrenter er tilgjengelig på internett.

Tidligere praksis fra Kommisjonen har lagt til grunn at dagligvare- og spesialistkanaler utgjør et samlet marked for sluttforbrukerne, som her er dyreeiere. Kommisjonen har også sagt at markedspraksis fra konkurrenter innen dyrefôr tar sikte på å tiltrekke seg kunder uavhengig av

distribusjonskanal.⁵ Partene er enige i dette, og mener at de ulike distribusjonskanalene ikke utgjøre separate markeder i vurderingen av konkurransemessige virkninger av Transaksjonen.

Terapeutisk og/eller fysiologisk dyrefôr

Siden Transaksjonen uansett gjelder oppkjøp av en kjede som leverer veterinærtjenester, og for å gjøre det mulig for Konkurransetilsynet å gjøre en fullstendig analyse av potensielle vertikale virkninger av Transaksjonen, angis markedsandeler per segment, dvs. for spesialistbutikker (inkludert veterinærpraksiser) i tillegg til veterinærpraksiser separat (selv om ingen av disse segmentene har blitt identifisert som egne markeder)

I store trekk er segmenteringen som følger:

- (a) "terapeutiske" produkter, som er de som skal oppfylle de spesielle kostbehovene til et kjæledyr som lider av en eller flere spesifikke helse- eller kosttilskuddsspørsmål (som fedme, diabetes, leddgikt, etc.) og vanligvis er anbefalt av en veterinær.
- (b) "fysiologiske" matvarer er de som er utformet og/eller markedsført for å: (i) forhindre utbruddet av spesifikke medisinske forhold; og/eller (ii) oppfylle de spesifikke behovene til visse typer (sunn) hund eller katt, for eksempel når det gjelder livsstadium (for eksempel valp, voksen hund) eller rase.

Som angitt ovenfor, mener partene at terapeutisk og/eller fysiologisk dyrefôr ikke utgjør forskjellige produktmarkeder. Det er i alle tilfeller uklart hvilke produkter som i så fall skulle tilhøre kategoriene "terapeutisk" og "fysiologisk" dyrefôr. Dette kan vurderes utfra det høye nivået av substituerbarhet mellom terapeutisk og fysiologisk kjæledyrfôr på den ene siden, og dyrefôr som er klassifisert forskjellig på den andre siden. Slik substituerbarhet eksisterer både på etterspørselssiden - der det er begrensninger i spekteret av dyrefôrprodukter å velge mellom, basert på en rekke parametere, spesielt for produkter som også er kategorisert som "high end" eller premium-kvalitet, og på forsyningsiden, hvor produsenter bytter ut sine produkttilbud med minimal kostnad til eller fra produkter med terapeutiske eller fysiologiske egenskaper, noe som viser at produktene vanligvis inneholder spesielle utformede oppskrifter. Dette gjelder spesielt terapeutiske produkter.

Det bemerkes at Kommisjonen som ledd i sin saksbehandling har bedt om ytterligere opplysninger fra partene om salg av terapeutisk og fysiologisk dyrefôr. Da Mars (Royal Canin) ikke registrerer salg på en måte som skiller mellom terapeutisk og fysiologisk dyrefôr, kan ikke Mars gi nøyaktige estimater for fordelingen av salget av de to kategoriene. Mars anslår imidlertid at ca. ■■■% av fôrromsetningen via veterinærpraksis i Norge er terapeutisk fôr, og ■■■% er fysiologisk fôr.

Høy grad av substituerbarhet mellom "mainstream"-dietter og terapeutiske / fysiologiske dietter

Substitusjon forekommer ofte mellom (i) terapeutisk dyrefôr som en veterinær vil anbefale for å behandle en langsiktig helsetilstand med (for eksempel kronisk nyresykdom) - med andre ord det optimale omsorgsregimet - på den ene siden, og på den andres siden (ii) ikke-terapeutiske (dvs. spesialitet- eller "mainstream"-fôr) dietter som kanskje ikke har samme grad av kvalitet, sikkerhet eller klinisk effekt som veterinærens førstevalg. Når dette skjer, blir den alternative dietten ofte

⁵ COMP/M.2544 Masterfoods/Royal Canin.

supplert med medisiner eller tilsetningsstoffer som forsøker å replikere den terapeutiske effekten av den anbefalte dietten. Dette behandlingsalternativet (det vil si en mainstream-/spesialfôr og et tillegg) er ikke et optimalt behandlingsregime, men er utformet etter veterinærens skjønn og varierer fra pasient til pasient.

Kostnader er en viktig grunn til avvik fra anbefalt behandling. Dyreeiere føler ofte at de ikke har råd til behandling av sitt kjæledyr for en langsiktig helsetilstand. De viktigste kostnadene ved behandlingen inkluderer (i) medisinsk undersøkelse av en veterinær, (ii) reseptbelagte medisiner; og (iii) terapeutisk kjæledyrmat anbefalt av veterinæren. Når det gjelder kostnadsbegrensninger, velger dyreeiere ofte å spare penger på kjæledyrets kosthold ved å erstatte det terapeutiske fôret som er anbefalt av veterinæren med et billigere alternativ. Veterinærene anerkjenner dette, og vil ofte gi råd om disse alternativene.⁶

Mars anslår at ikke mer enn rundt ██████% av dyreeierne følger det terapeutiske kostholdet som anbefales for sitt kjæledyr på lang sikt, noe som ofte er nødvendig for å behandle kroniske tilstander. Dette betyr at rundt ██████% av dyreeierne erstatter et veterinært anbefalt terapeutisk kosthold som er optimalt for deres kjæledyrs helse med et ikke-terapeutisk (dvs. "mainstream" eller spesialitet) kosthold. Denne substitusjonen er normalt mer kostnadseffektiv for kjæledyrets eier, da det vanligvis er billigere å kjøpe dyrets "vanlige" mat og et reseptfritt supplement eller medikament som har en lignende effekt som anbefalt diett enn å kjøpe selve det terapeutiske produktet - spesielt på lang sikt.

Erstatning av terapeutisk dyrefôr med mainstream-fôr (hva gjelder kommersielle, nærings-, dyrehelse- eller andre perspektiver) er et kjent fenomen i den vitenskapelige litteraturen om veterinærhelse og reflekteres i bransjemagasiner for veterinærer. For eksempel gir flere akademiske studier om virkningen av terapeutisk kosthold på bestemte helsemessige forhold hos kjæledyr (f.eks. kronisk nyresvikt hos katter, vektstyring hos overvektige hunder) bevis på at eiere velger å ikke mate kjæledyret sitt med det fôret som er optimal designet for å behandle kjæledyrets tilstand, men i stedet fortsetter med et kjæledyrs standardkosthold. Artiklene utdyper ikke årsakene til at eierne velger som de gjør (f.eks. kostnad), men de viser at selv når en veterinær har anbefalt et optimalt terapeutisk kosthold for kjæledyret, vil eiere ofte velge å ignorere denne anbefalingen og mate kjæledyret er et "vanlig" kosthold.⁷

Spørsmålet om substitusjon av terapeutisk kosthold med "mainstream" kosthold av (typisk kostnadssensitive) dyreeiere som en utfordring for god klinisk praksis, er også behandlet i bransjemagasiner for veterinærer. Et eksempel fra det elektroniske veterinærtidsskriftet dvm360 er artikkelen 'Purchasing power: How pet owners make pet food decisions' (publisert 10. april 2018).⁸

⁶ Andre grunner er at dyret ikke etterlever dietten (dyret kan nekte å spise et annet fôr) og dyreeierens livsstil (for eksempel et krav om at dyret kun spiser "naturlig mat", rått kjøtt eller vegetarisk fôr).

⁷ Se for eksempel to fagfelleverderte artikler om behandling av langtidstilstander hos dyre som inneholder eksempler på at dyreeiere ikke bytter fra eksiterende (ikke-terapeutisk) kosthold, til testfôret (terapeutisk) i noen tilfeller: 'Survival of cats with naturally occurring chronic renal failure: effect of dietary management' av J. Elliott, J. M. Rawlings, P. J. Markwell, og P. J. Barber, *Journal of Small Animal Practice* (2000) 41, 235-242 ("Cats which accepted either diet were assigned to the restricted phosphate diet group (RPD). **In some cases, either the owner refused dietary therapy or compliance with the dietary protocol proved poor and the case was assigned to the normal phosphate diet group (NPD).**" (vår utheving); og 'Long-term follow-up after weight management in obese dogs: The role of diet in preventing regain; av A.J. Germany, S.L. Holden, P.J. Morris, V. Biourge, *The Veterinary Journal* 192 (2012) 65-70 ("Some dogs continued with the food used for weight loss (even though fed to maintain their bodyweight), whilst **others were switched to commercial maintenance diets, depending upon the preferences of the owners.**" (vår utheving).

⁸ <http://veterinaryteam.dvm360.com/purchasing-power-how-pet-owners-make-pet-food-decisions>

Eksempler på substitusjon som involverer kosthold for forebygging av vanlige helsetilstander

Partene erfarer at det ofte skjer en substitusjon mellom terapeutisk dyrefôr som er utformet for å behandle visse helsetilstander og "vanlige" fôr som er mindre tilpasset til behandling av slike tilstander. Disse "mainstream"-alternativene (som vanligvis omfatter kjæledyrets vanlige kosthold, samt kosttilskudd og/eller medisiner som forsøker å replisere den terapeutiske effekten av anbefalt - dvs. optimal diett), kan ikke helse- og næringsmessig være like effektive for dyret, men de vil vanligvis være billigere - og dermed mer kostnadseffektive - for dyreeiere som ikke har råd til et terapeutisk kosthold, spesielt på lang sikt, og brukes derfor ofte som alternativer. Eksempler på spesifikke langsiktige helsemessige forhold hvor substitusjon skjer, er beskrevet nedenfor.

- (a) **Kronisk nyresykdom.** Et begrenset inntak av fosfor er klinisk bevist å redusere utviklingen av nyresykdom hos kjæledyr. Dermed inkluderer det optimale dietten for et berørt kjæledyr et spesialdesignet, lavfosfor-kosthold, samtidig som det bidrar til å håndtere de kliniske tegnene forbundet med nyresykdom (for eksempel proteinrestriksjon, styring av syrebasebalanse, etc.) - f.eks. Royal Canin er 'Renal Special' diett. En eier kan imidlertid i stor grad gjenspeile den terapeutiske effekten av "Renal Special" ved å bruke det "vanlige" fôret og supplere dette med et reseptfritt "fosfatbindemiddel" som nøytraliserer de høye fosfornivåene i vanlig dyrefôr. Selv om dette alternativet ikke er det optimale behandlingsregimet, fordi vanlig kjæledyrsmat som regel har lavere næringsverdi på andre henseender, vil det gjøre behandling av kjæledyrets primære tilstand - nyresykdom - billigere.
- (b) **Kattediabetes.** Fedme er en av de viktigste grunnleggende årsakene til diabetes hos katter. Følgelig inkluderer det optimale behandlingsregimet en insulinbehandling sammen med et vekttapsprogram. Terapeutiske dietter utviklet for å takle diabetes - som Royal Canin's "Obesity Management"-fôr - vil ha lavt kaloriinnhold med høyt protein og høy andel fiber for å lindre tegn på tiggerferdighet. Alternativt kan eiere velge enten å gi lettfôr eller å la katten beholde sitt eksisterende kosthold. Disse tilnærmingene kan være mindre effektive i praksis, men brukes ofte som alternativer.
- (c) **Hundediabetes.** Diabetes er irreversibelt hos hunder (i motsetning til hos katter), slik at oppfølging av sykdommen vanligvis krever livslang insulinbehandling. Studier har vist at dietter med lavt karbohydratinnhold og høyt fiberinnhold kan bidra til å regulere blodsukkernivåer, og dette er en viktig ingrediens i ulike spesialdesignede terapeutiske dietter - f.eks. Royal Canin's "Diabetic Special Low Carbohydrate"-fôr. Som alternativ kan veterinærer eller eiere imidlertid velge å holde hunden på en vanlig diett og legge til ekstra kostfiber i form av kosttilskudd (Metamucil) eller andre naturlige produkter, f.eks. hermetisert gresskarfiber. Dette alternativet er et billigere behandlingialternativ.
- (d) **Leddgikt.** Næringsstoffer som har blitt vist å bidra til å lindre de kliniske symptomene på leddgikt, inkluderer: glukosamin, kondroitin, grønnsaksmuskelpulver, fiskeoljer (EPA / DHA) og curcumin osv. Terapeutiske dietter utviklet for å behandle leddgikt hos kjæledyr vil inkludere et utvalg av disse næringsstoffene - f.eks. inneholder Royal Canin's Mobility Support JS-sortiment for hunder blant annet grønnmelk, EPA og DHA. Som en alternativ behandling kan dyreeiere imidlertid bruke et ikke-terapeutisk kosthold tilsatt næringsstoffene nevnt ovenfor, som kan kjøpes over disk i apotek, veterinærklinikker eller kjæledyrbutikker.

Dette vil trolig være et billigere alternativ enn å kjøpe terapeutiske produkter, og vil tillate kjæledyret å fortsette på sitt foretrukne kosthold.

- (e) **Uønskede reaksjoner på fôr.** Noen kjæledyr utvikler allergier mot proteinkomponenter i kostholdet sitt, f.eks. kylling, biff, soya, osv. Håndtering av disse allergiene krever å gi en enkelt kilde til protein og en enkelt kullhydratkilde for å unngå krysskontaminering. Royal Canin har et omfattende utvalg av terapeutiske matvarer til dyr med matallergier - f.eks. "Sensitivity Control (Chicken & Rice)" for hunder. Alternativt er det imidlertid et bredt utvalg av ikke-terapeutisk vedlikeholdsfor som markedsføres som begrensede ingredienser.⁹ Det ville derfor være lett for en dyreeier å erstatte Royal Canin-serien med ikke-terapeutisk mainstream eller spesialitetsfor.

Konklusjon på produktmarkedsdefinisjon

I lys av det foregående er det hensiktsmessig å vurdere Transaksjonens konkurranseeffekter med henvisning til oppstrømsmarkeder for våtfôr for hund, tørrfôr for hund, våtfôr for katt og tørrfôr for katt, i tråd med Kommisjonens tidligere funn, og ikke en smalere segmentering av terapeutisk og/eller fysiologisk kjæledyrmat (uavhengige av definisjon). Under alle omstendigheter er det ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å avgrense de relevante produktmarkedene nøyaktig i forhold til Transaksjonen, siden fordi Transaksjonen selv under den smaleste definisjonen av produktsegmentene ikke reiser noen konkurranseproblemer.

6.2.2 Relevant geografisk marked

Partene legger til grunn at det relevante geografiske markedet i dette tilfellet er nasjonalt, siden produsenter av hunde- og kattermat (inkludert de store multinasjonale produsentene) vanligvis leverer sine produkter gjennom nasjonale kanaler. Dette er også i tråd med tidligere praksis fra Kommisjonen. I Masterfoods/Royal Canin fant Kommisjonen at innkjøpsmønstre av etterspørsel "i hovedsak er nasjonale" når det gjelder de viktigste dagligvareforhandlerne og "nesten alltid" er nasjonale eller regionale når det gjelder spesialforhandlere. Prisforskjeller på distribusjons- og detaljnivå ble funnet å variere betydelig på tvers av medlemsstatene, og distribusjonen av leverandører ble også hovedsakelig organisert på nasjonalt grunnlag, særlig for å ta hensyn til kompleksiteten til spesialitetssegmentkunder.¹⁰ Partene foreslår at det ikke er behov for presist å avgrense omfanget av det relevante geografiske markedet, siden Transaksjonen ikke gir opphav til noen konkurranserettslige bekymringer i noen tenkelige alternative markedsdefinisjoner.

6.3 Levering av veterinærtjenester

Kommisjonen har ikke tidligere vurdert markedet for levering av veterinærtjenester via dyreklinikker eller sykehus. I mangel av horisontal overlapp for veterinærtjenester, er det ikke nødvendig å vurdere potensielle markedsdefinisjoner i detalj. Siden veterinærtjenester er relevante i det foreliggende tilfellet kun i relasjon til disses tilleggsfunksjon som distribusjonskanal for dyrefôr, er det hensiktsmessig å vurdere virkningene av Transaksjonen på markedet for

⁹ For eksempel, har dyrenettbutikken Zooplus over hundre "mainstream"-fôr med begrensede antall ingredienser for hunder med allergi, f.eks. Acana Singles Grass-Fed Lamb Dry Dog food; Acana Singles Pacific Pilchard Dry Dog Food; og Burns Adult Original Lamb & Brown Rice.

¹⁰ COMP/M.2544 Masterfoods/Royal Canin.

veterinærtjenester som helhet. En snevrere segmentering ville ikke hjelpet analysen. Den geografiske avgrensningen av markedet kan også holdes åpen.

7 MARKEDSSTRUKTUREN I MARKEDENE PÅVIRKET AV TRANSAKSJONEN

7.1 Markedsbakgrunn

7.1.1 Salg av dyrefôr i Norge

Markedet for levering av dyrefôr i Norge er relativt fragmentert og preget av sterk konkurranse. Mars er for øyeblikket den største leverandøren av dyrefôr til hund og katt i Norge, med en samlet andel på █ % i 2017. De neste største konkurrentene inkluderer Nestle's Purina, Felleskjøpet Agri SA (<https://www.felleskjopet.no>), Spectrum Brands (som eier Eukanuba og Iams), Hill's Pet Nutrition A/S (eid av Colgate-Palmolive Co.), Vafo Praha sro (<https://www.brit-petfood.com/en/>, █ %). Mars' viktigste konkurrenter via veterinærpraksiser er Hill's Pet Nutrition, Nestle's Purina/Pro Plan, Dechra's Specific, Vom og Hundemat AS (<https://vomoghundemat.no/>), Virbac, Spectrums Eukanuba og Kingsmoore. I 2017 var det totale markedet for dyrefôr i Norge verdt EUR █ millioner. Nærmere om markedsandeler følger i punkt 7.2 nedenfor.

Nettbasert salg i Norge vokser fortsatt, og forventes å bli en stadig viktigere distribusjonskanal for dyrefôr i Norge. Som i Europa generelt, ser denne trenden ut til å fortsette i Norge, siden dyrefôr er et attraktivt segment for nettdistribusjon sett fra et forbrukerperspektiv. Viktige nettbaserte forhandlere av dyrefôr (annet enn generalistleverandør Amazon) i Norge inkluderer:

- Zooplus, som også driver et norsk nettsted (<http://www.zooplus.no/>);
- Musti ja Mirri, en finskbasert forhandler av dyrefôr som driver et nettverk av 250 spesialforretninger i Finland, Sverige og Norge, og som i 2017 kjøpte Animail, et svenskbasert selskap som selger dyrefôr også i Norge (<https://www.animail.no>) og Vetzoo, et annet e-handelsselskap basert i Sverige som selger dyrefôr også i Norge (<https://vetzoo.no/>);
- Dyrekassen, som driver et norsk nettsted (<https://www.dyrekassen.no/>).

Andelen nettbasert salg av dyrefôr er relativt høyere for terapeutisk og fysiologisk fôr enn for dyrefôr generelt, som er tilgjengelig i større utstrekning i tradisjonelle utsalgssteder. Selv om Mars ikke har nærmere data for dette, antar Mars at █ % av det totale salget av veterinærprodukter i Norge skjer i form av nettsalg.

7.1.2 Levering av veterinærtjenester i Norge

Norske veterinærer er strengt regulert og holder høy standard. De primære spesifikke reglene er angitt i lov nr. 75 av 15. juni 2001 om dyreliv og dyrehelsepersonell, og tilhørende forskrifter.

For å praktisere som veterinær i Norge, må man være autorisert av eller inneha en lisens utstedt av Mattilsynet, som er tilsynsmyndighet for veterinærer og dyrehelse. Veterinærforeningen (DNV) har sin egen sertifiseringsordning for dyreklinikker. De fleste utøvere er medlemmer, og noen er sertifisert. Hovedformålet med sertifiseringsordningen er å bidra til å forbedre kvaliteten på de norske dyreklinikkene, både faglig og administrativt. I lys av dette, er det på det rene at norske veterinærer må opprettholde høye etiske standarder og er pålagt å holde dyrenes interesser i sentrum.

I Norge, som andre steder i Europa, er veterinærsektoren svært fragmentert, og det store flertallet av praksiser er uavhengig eid. Siden AniCura er Norges største eier av veterinærklinikker med 46 klinikker på landsbasis, er veterinærmarkedet i Norge derfor stort sett fremdeles fragmentert.

På bakgrunn av dette vil ikke AniCura ha en større markedsandel enn 10,2 % av praksisene i Norge. Basert på antall veterinærer er AniCuras andel av veterinærtjenester i Norge ██████%.¹¹ Basert på inntekter var AniCuras andel i Norge ██████% i 2017. Nærmere detaljer om markedsandeler er gitt i avsnitt 7.2 nedenfor.

7.2 Omsetning og markedsandeler

7.2.1 Innledning

Som nevnt ovenfor, gir ikke Transaksjonen opphav til noen konkurranseproblemer i Norge, fordi AniCuras moderate andel i nedstrømsmarkedet for veterinærtjenester, kombinert med tilstedeværelsen av flere konkurrenter i oppstrømsmarkedet for dyrefôr, ikke er noe som kan føre til utelukkelsesbekymringer av betydning.

Tabellene nedenfor angir den samme informasjonen som den som er inngitt til Kommisjonen i Form CO og i Mars' påfølgende tillegg til denne.

7.2.2 Markedsandeler i oppstrømsmarkedet for produksjon og salg av dyrefôr

Tabellene nedenfor viser andelene til Mars og de viktigste konkurrenter med hensyn til produksjon og salg av dyrefôr (det skilles mellom våtfôr og tørrfôr til hunder og våtfôr og tørrfôr til katter) i Norge.

Tabell 6.28 – Estimerte markedsandeler – dyrefôr i Norge (2015-2017)

	Mars		Nestle		Hill's		Other brands		Private label		Total
	Euro m	%	Euro m	%	Euro m	%	Euro m	%	Euro m	%	Euro m
2015											
Total											
Wet dog											
Dry dog											
Wet cat											
Dry cat											
2016											
Total											
Wet dog											
Dry dog											
Wet cat											
Dry cat											
2017											
Total											
Wet dog											
Dry dog											
Wet cat											
Dry cat											

¹¹ Denne figuren er basert på halvårstall for 2018, som er de siste tilgjengelige for Partene. Det utgjør en overdrivelse av AniCura's andel av veterinærer ettersom den tilskriver seg fullt ut til AniCura alle deltidsansatte og veterinærer som arbeider i mer enn en praksis (kun en av dem kan være en AniCura-praksis).

Kilde: Mars' estimater, basert på tilgjengelige tredjepartspaneldata og forskningsleverandører

Tabell 6.29 – Estimerte markedsandeler – dyrefôr i Norge, spesialforretninger (2015-2017)

	Mars		Nestle		Hill's		Other brands		Total
	Euro m	%	Euro m	%	Euro m	%	Euro m	%	Euro m
2015									
Total									
Wet dog									
Dry dog									
Wet cat									
Dry cat									
2016									
Total									
Wet dog									
Dry dog									
Wet cat									
Dry cat									
2017									
Total									
Wet dog									
Dry dog									
Wet cat									
Dry cat									

Kilde: Mars' estimater, basert på tilgjengelige tredjepartspaneldata og forskningsleverandører

Tabell 6.30 – Estimerte markedsandeler – dyrefôr i Norge, veterinærutsalg (2015-2017)

	Mars		Nestle		Hill's		Other brands		Total
	Euro m	%	Euro m	%	Euro m	%	Euro m	%	Euro m
2015									
Total									
Wet dog									
Dry dog									
Wet cat									
Dry cat									
2016									
Total									
Wet dog									
Dry dog									
Wet cat									
Dry cat									
2017									
Total									
Wet dog									
Dry dog									
Wet cat									
Dry cat									

Kilde: Mars-estimater, basert på tilgjengelige tredjepartspaneldata og forskningsleverandører

Under saksbehandlingen har Kommisjonen bedt om at markedsandelene splittes mellom terapeutiske og fysiologiske matvarer. Mars' beste estimat av andeler for terapeutisk mat er at de speiler andelene gitt for dyrefôr i veterinærkanalen ovenfor (siden terapeutisk mat representerer det betydelige flertallet av mat distribuert via veterinærpraksiser). Mars' beste estimater for fysiologiske matvarer er angitt nedenfor.

Tabell: 6.31 – Estimerte markedsandeler – fysiologisk dyrefôr (2016-2017)

%	Mars	Nestle	Hill's	Other brands
2016				
Total				
Wet dog				
Dry dog				
Wet cat				
Dry cat				
2017				
Total				
Wet dog				
Dry dog				
Wet cat				
Dry cat				

Kilde: Mars' beste estimater

7.2.3 Markedsandeler i nedstrømsmarkedet for levering av veterinærtjenester

Tabellene nedenfor viser markedsandeler med hensyn til levering av veterinærtjenester til hunder og katter i Norge. Markedsandelene er angitt på grunnlag av både et nasjonalt geografisk marked og, etter etterspørsel fra Kommisjonen, regionale geografiske markeder (segmentert per fylke). Nasjonale markedsandeler er kalkulert utfra tre beregninger: (i) antall klinikker eid av AniCura som andel av totalt antall klinikker i Norge; (ii) antall veterinærer som arbeider på AniCura-klinikker i Norge som en andel av det totale antall veterinærer i Norge; og (iii) inntekter generert av AniCura-klinikker som en andel av de totale veterinærinntektene i Norge. Regionale markedsandeler er beregnet på grunnlag av antall veterinærer som arbeider på AniCura-klinikker i hver region, som en andel av det totale antall veterinærer i den regionen.

For fullstendighet er også VetFamily-markedsandeler angitt i separate rader eller kolonner i tabellene under. Imidlertid, som påpekt i punkt 6.1 ovenfor, kan markedsandelene til de uavhengige veterinærklinikkene som er medlemmer av VetFamily, ikke tilskrives AniCura siden AniCura ikke har noen innflytelse på hvordan disse klinikkene driver sin virksomhet.

(i) Nasjonale markedsandeler

Basert på antall eide klinikker, hadde AniCura per 3. oktober 2018 en andel i Norge på bare 10,2 % ved utgangen av 2017 (46 klinikker av totalt 450 veterinærpraksiser).

Fra midten av 2018 anslås AniCuras andel av det norske veterinærmarkedet etter antall veterinærer til █%, men dette tallet overvurderer AniCuras markedsstilling gitt tilstedeværelse av deltidsansatte og kontraktsarbeidende veterinærer som dekker mer enn ett sted (se nærmere nedenfor).

Basert på veterinærtjenesteinntekter var AniCuras andel i Norge █% per 3. oktober 2018. AniCuras inntektsbaserte markedsandel er høyere enn markedsandelen basert på andre

målemetoder, slik som antall klinikker, fordi AniCura-klinikker har en tendens til å være større enn det norske gjennomsnittet.

Tabell 6.32 – Markedsandeler for AniCuras andel av tilbudte veterinærtjenester i Norge (2015-2017, basert på antall praksiser)

Norway	2015		2016		2017 (updated)	
	No. of practices	Share	No. of practices	Share	No. of practices	Share
AniCura	33	8.3%	42	10.5%	46	10.2%
Pipeline	n/a	n/a	n/a	n/a	0	0.0%
VetFamily	53	13.3%	145	36.3%	194	43.1%
Total	~400	100.0%	~400	100.0%	450	100.0%

Kilde: AniCura

*For fullstendighetens skyld inneholder denne kolonnen den prosjekterte andelen etter et ytterligere oppkjøp i Norge etter slutten av FY2017.

Tabell 6.33 – Markedsandeler for AniCuras andel av tilbudte veterinærtjenester i Norge (2015-2017, baser på omsetning)

Norway	2015		2016		2017 (updated)	
	Turnover (€m)	Share	Turnover (€m)	Share	Turnover (€m)	Share
AniCura						
Pipeline						
VetFamily						
Total						

Kilde: AniCura

*For fullstendighetens skyld inneholder denne kolonnen den prosjekterte andelen etter et ytterligere oppkjøp i Norge etter slutten av FY2017.

Tabell 6.34 – Markedsandeler for AniCuras andel av tilbudte veterinærtjenester i Norge (2018¹², basert på antall veterinærer)

Norway	2018	
	No. of vets	Share
AniCura		
VetFamily		
Other		
Total		

Kilde: AniCura

¹² Oppkjøp gjennomført av AniCura siden juli 2018 reflekteres ikke.

(ii) Regionale markedsandeler

Tabellene nedenfor angir markedsandeler etter antall veterinærer basert på fylke. Som forklart i punkt 6.3 ovenfor, bør den vertikale vurderingen av Transaksjonen utføres på nasjonalt nivå.

Tabell 6.35 – Markedsandeler for AniCuras andel av tilbudte veterinærtjenester i Norge per fylke (2018¹³, basert på antall veterinærer)

Norway: share by no. of vets	AniCura		VetFamily		Other		Total
	No. of vets	Share	No. of vets	Share	No. of vets	Share	No. of vets
Akershus							
Aust-Agder							
Buskerud							
Finnmark							
Hedmark							
Hordaland							
Møre og Romsdal							
Nordland							
Oppland							
Oslo							
Ostfold							
Rogaland							
Sogn og Fjordane							
Telemark							
Troms							
Trondelag							
Vest-Agder							
Vestfold							
Total							

7.3 Transaksjonens antatte virkninger for markedsstrukturen i de berørte markedene

7.3.1 Horisontale effekter

Det er ingen horisontale overlapp mellom partenes aktiviteter i Norge, og Transaksjonen vil dermed ikke gi opphav til noen horisontale konkurransemessige bekymringer.

7.3.2 Vertikale effekter

Transaksjonen gir opphav til en vertikal forbindelse mellom Mars' aktiviteter innen produksjon og salg av dyrefôr som blir solgt i bl.a. dyreklinikker i Norge (oppstrømsmarked) og AniCuras aktiviteter innen eie og drift av norske veterinærpraksiser, som selger dyrefôr som en tilleggsaktivitet (nedstrømsmarked). Siden Mars' markedsandel innen dyrefôr overstiger █% (i de fleste tenkelige markedssegmenter og salgskanaler), gir Transaksjonen opphav til et vertikalt forbundet marked.

¹³ Oppkjøp gjennomført av AniCura siden juli 2018 reflekteres ikke.

- c) **Påvirkning av etiske regler og atferd som driver veterinæryrket.** Som beskrevet i punkt 7.1.2 ovenfor, den første vurderingen for veterinærer må være dyrs helse og velvære (i motsetning til kommersiell vurdering). Derav, selv for de typer dyrefôr som baserer seg i tyngre grad på distribusjon gjennom veterinærklinikker, er det ingen trolig utelukkelsesbekymring. Spesielt:
- AniCura-veterinærer ville bryte deres overordnede etiske plikter dersom de tillot noen insentiver fra Mars for å påvirke dem til å anbefale et merke eller produkt som de ellers ikke ville anbefalt.
 - AniCuras veterinærer beskytter deres profesjonelle selvstendighet og er drevet av å gi riktige kliniske vurderinger ved anbefaling av terapeutisk fôr til dyr. Ethvert forsøk fra Mars på å presse AniCuras veterinærer til å anbefale Mars' merker ville møtt sterk motstand og ville risikere betydelig skade på omdømme.
 - Siden salg av terapeutisk fôr kun er en liten del av de samlede inntekter innen veterinærtjenester, kan ikke individuelle veterinærer bli stimulert til å risikere deres mest betydelige inntektsstrøm (behandling) grunnet tap i troverdighet for å kanalisere salg av terapeutisk fôr til Mars' produkter.
- d) **Betydelige alternative kanaler til kunder vil fortsette å eksistere etter Transaksjonen.** Selv om AniCura skulle gi spesialbehandling til Mars' produkter etter Transaksjonen, ville en strategi for kundeutelukkelse feile. AniCura eier 10,2% av veterinærpraksiser, som utgjør en andel på [REDACTED] % av veterinærene, og en andel på [REDACTED] % av veterinærinntekter, i Norge, som betyr at leverandører av konkurrerende merker fremdeles kan selge sine produkter i et betydelig flertall av norske veterinærpraksiser. Disse selvstendige klinikkene vil være fullstendig upåvirket av Transaksjonen og vil fortsette å lagere og fremme produkter som ikke er produsert av Mars.
- e) **Digitale kanaler er en stadig viktigere vei til markedet.** Digitale kanaler vokser i betydning og er forventet å bli en stadig viktigere distribusjonskanal for dyrefôr i Norge.
- f) **Andre faktorer.** Grunnet den myndighet og autonomi som er gitt AniCuras veterinærer til å drifte deres praksiser på en måte som samsvarer med deres selvstendige faglige vurdering, vil ethvert forsøk fra Mars på å "tvinge" AniCura-klinikker til å føre deres dyrefôrprodukter til utelukkelse av andre merker sannsynligvis bli møtt med motstand fra veterinærene, som ofte har etablerte leverandørforhold. Videre vil ethvert forsøk på å kun selge ett merke av dyrefôr redusere kundenes valgmuligheter og vil ikke nødvendigvis lede til betydelig høyere salg av Mars' dyrefôrmerker, i lys av forbrukernes andre leverandøralternativer. I tillegg kan ingen tenkelig utelukkelsesbekymring oppstå i forbindelse til selskaper som for tiden ikke leverer dyrefôr til AniCura, som [REDACTED]

Argumentene ovenfor er videre styrket av bevis som bekrefter at store volum av dyrefôr som ikke er produsert av Mars fortsetter å bli solgt av Mars-eide klinikker i Nord-Amerika selv om de har vært eiet av Mars i mange år.

Mars eier allerede veterinærklinikkkjeder og -sykehus i Nord-Amerika: det viktigste av disse er VCA (kjøpt opp i 2017) og Banfield (kjøpt opp i 2007), hvor hver av de driver over 1 000

veterinærpraksiser. Veterinærer ansatt av Mars står fritt til å anbefale det dyreforet som passer best for dyret in den konkrete situasjonen, basert på deres kliniske vurdering og profesjonelle erfaring, uavhengig av om det er et Mars-produkt eller ikke. På samme måte gir ikke Mars noe insentiv til sine veterinærer om å foretrekke Mars-produkter.

Banfied har vært eiet av Mars i over 10 år. I 2017 sto Hills produkter for █% av Banfields totale salg av dyrefor. Selv etter en lang periode av Mars-eierskap representerer konkurrerende dyrefor en stor del av salget, og tar også ny plass.

VCA er Mars' seneste oppkjøp innen veterinærhelsesegmentet i USA. Selv om omsetningen av dyrefor fra endringen i eierskap til Mars derfor kun kan spores over en kort periode, understreker tabell 6.8 at Mars ikke har drevet en policy om å øke salget av Mars-produkter for dyrefor på bekostning av andre produkter. Faktisk, etter oppkjøp til Mars av VCA:

- Hills produkter står for █% av salget av dyrefor i første del av 2018, sammenlignet med Mars' █%;
- Mens det har vært en nedgang i salget av både Hills produkter og Mars' Royal Canin-produkter, har Royal Canin gått ned mer enn Hills;
- både Royal Canin og Hill har mistet andeler til Nestles Purina-produkter, som har vokst med █% over samme periode.

Brand	Amount (\$ 000's)		Change	
	YTD Period 5 2018	YTD Period 5 2017	\$ 000's	%
Royal Canin				
Hill's				
Purina / Other				
Total				

Kilde: VCA

Samlet sett indikerer disse salgsdataene tydelig at det ikke har vært noen foretrukket behandling av Mars' produkter i Mars' veterinærpraksiser i Nord-Amerika. Mars' strategi er å ha samme tilnærming med AniCuras veterinærpraksis.

(ii) Ingen mulighet for "input foreclosure"

Som følge av Transaksjonen har Mars ingen planer om å endre sin levering av dyrefôrprodukter til veterinærpraksiser som konkurrerer med AniCura i Norge. Tvert imot forventer Mars at de fortsatt vil trenge å inngå leveringsavtaler med AniCura på samme måte som de håndterer andre veterinærpraksiser i Norge og i resten av EØS.

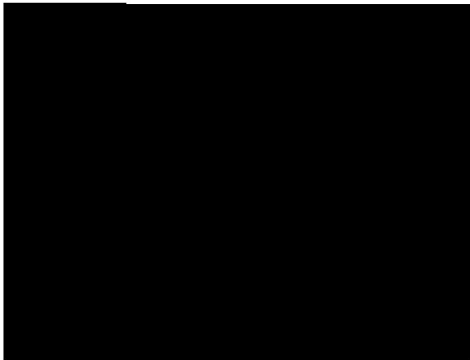
Som i andre europeiske land har ikke Mars insentiver for å ekskludere konkurrerende veterinærpraksiser og klinikker fra å ha tilgang til Mars' dyrefôrprodukter eller til å heve prisen på Mars' dyrefôr for klinikker som konkurrerer med AniCura. Dette er fordi prisen og tilgjengeligheten på dyrefôr hos en veterinærklinikk ikke er en relevant vurdering for forbrukere i deres valg av veterinærpraksis. Som i andre land er salget av dyrefôr hos veterinærklinikker et tillegg til deres hovedfunksjon med å gi veterinærfaglig helsepleie, og dyrefôr representerer kun en liten andel av veterinærklinikkers totale inntjening (■% i Norge). Dette betyr at å nekte forsyning eller heve prisen på forsyning av Mars' dyrefôrprodukter til konkurrerende veterinærpraksiser ganske enkelt ville medføre risiko for tap av dyrefôrsinntekter for Mars uten tilsvarende fordel til AniCuras veterinærpraksiser. En slik strategi ville være kommersiell irrasjonell og ikke ha noen meningsfull innvirkning på konkurransen mellom veterinærklinikker.

7.3.3 Konklusjon

Av grunnene angitt ovenfor vil ikke Transaksjonen gi opphav til noen horisontal eller vertikal bekymring innen markedet for salg av dyrefôr og markedet for veterinærtjenester i Norge eller i et hvilket som helst tenkelig segment eller delsegment.

8 DE VIKTIGSTE KONKURRENTENE, KUNDENE OG LEVERANDØRENE I DE BERØRTE MARKEDENE

8.1 Mars' viktigste konkurrenter for salg av dyrefôr til veterinærvirksomheter i Norge

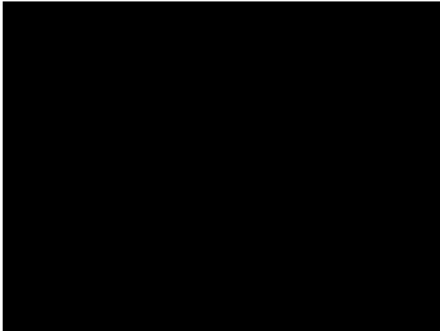


8.2 AniCuras viktigste konkurrenter i markedet for veterinærtjenester i Norge

I Norge er veterinærtjenestesektoren høyt fragmentert, med en betydelig majoritet praksiser som er selvstendig eid. Tilsvarende, mens AniCura er Norges største veterinærklinikkoperatør med 46 klinikker nasjonalt, forblir veterinærmarkedet i Norge i stor grad ukonsolidert. På bakgrunn av dette vil AniCura ha en andel på ikke mer enn 10,2 % av praksiser i Norge.

Navn	Antall klinikker	Markedsandel (basert på antall klinikker)
■	■	■
■	■	■
■	■	■
Total	541	100%

8.3 Mars' viktigste kunder i markedet for salg av dyrefôr til veterinærvirksomheter i Norge

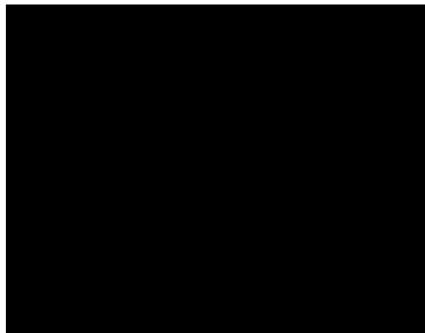


8.4 AniCuras viktigste kunder i markedet for veterinærtjenester i Norge

Kundene ved AniCuras klinikker er generelt enkeltpersoner, så det er ikke meningsfullt eller praktisk å identifisere de viktigste kundene.

8.5 De viktigste leverandørene i markedet for forsyning av dyrefôr til veterinærvirksomheter i Norge

Mars produserer ikke dyrefôr i Norge. Dyrefôret som selges er produsert av et bredt spekter av multinasjonale og lokale produsenter, både innen EØS og importert fra land rundt i verden. AniCura har rammeavtaler med følgende dyrefôrsleverandører relatert til Norge:



9 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

På dette stadiet vurderer Partene det slik at det ikke er nødvendig å gi informasjon om effektivitetsgevinster.

10 DE SISTE ÅRSRAPPORTENE OG ÅRSREGNSKAPENE

Mars publiserer ikke årsrapport eller regnskap. For tilleggsinformasjon om Mars, vennligst se firmaets nettside på www.mars.com. Vedlagt følger Mars Norge AS' seneste årsregnskap:

Bilag 3: Mars Norge AS Årsregnskap 2017

Årsregnskap for AniCura AS og AniCura Holding AS følger vedlagt:

Bilag 4: AniCura AS Årsregnskap 2017

Bilag 5: AniCura Holding AS Årsregnskap 2017

AniCuras seneste årsrapport følger også vedlagt:

Bilag 6: AniCura Årsrapport 2017

11 FORESLÅTTE AVHJELPENDE TILTAK

11.1 Oppsummering

For å proaktivt kunne løse alle konkurranserettslige bekymringer som Kommisjonen måtte ha, foreslo Mars og AniCura 8. oktober 2018 et sett med avhjelpende tiltak ("**Avhjelpende Tiltak**") til Kommisjonen med sikte på å få Fase 1-godkjenning for Transaksjonen etter EUs fusjonsforordning.

Det er vår forståelse at Konkurransetilsynet har mottatt en kopi av de Avhjelpende Tiltak fra Kommisjonen.

En offentlig versjon av Avhjelpende Tiltak er vedlagt:

Bilag 7: Offentlig versjon av Avhjelpende Tiltak

De Avhjelpende Tiltak kan oppsummeres som følger:

De Avhjelpende Tiltak inkluderer bl.a. en forpliktelse til å avhende hele VetFamily-virksomheten (VetFamily), inkludert aktivitetene til VetFamily i Norge. De Avhjelpende Tiltak gir informasjon om hvordan områdene der AniCura og VetFamilys aktiviteter er forbundet vil bli delt opp.

De Avhjelpende Tiltak vil fjerne Mars' eierskap i VetFamily og derfor tillate en uavhengig kjøpergruppe å fortsette å operere i de relevante markedene. De Avhjelpende Tiltak vil også fjerne potensialet for AniCura til ha adgang til informasjon relatert til VetFamilys leverandører og medlemmer. Mars inkluderer hele VetFamilys virksomhet i overdragelsen, inkludert anskaffelsesaktivitet for andre produkter enn dyrefôr og aktiviteter i alle VetFamilys land for nåværende eller planlagt virksomhet. De Avhjelpende Tiltak går derfor betydelig lenger enn de områder som Kommisjonen anser gir grunn til bekymring.

For videre detaljer henviser vi til full versjon av de Avhjelpende Tiltak.

Hvis EU-kommisjonen godkjenner Transaksjonen på de vilkårene som ble foreslått i de Avhjelpende Tiltak som ble sendt inn 8. oktober 2018, eller senere vilkår foreslått av Mars og akseptert av Kommisjonen, vil disse adressere også eventuelle konkurransebekymringer i Norge (slik at det ikke oppstår noe behov for et formelt tilbud om avhjelpende tiltak i Norge). Mars og AniCura bekrefter imidlertid at de vil respektere slike vilkår også med hensyn til Norge, uavhengig av om Kommisjonen har jurisdiksjon til å vurdere Transaksjonens virkninger i Norge. I denne forbindelse henviser vi til Konkurransetilsynets sak 95/500 Orkla/Fortos, hvor Konkurransetilsynet i brev datert 9. august 1995 foreslo en lignende løsning i en fusjonssak med delt jurisdiksjon mellom Konkurransetilsynet og Kommisjonen, og hvor det er vår forståelse at det i siste instans var Kommisjonen (og ikke Konkurransetilsynet) som fattet en formell beslutning om avhjelpende tiltak, ettersom Konkurransetilsynet ser ut til å ha avsluttet saken.

Skulle Konkurransetilsynet imidlertid anse det nødvendig at det formelt tilbys særskilte avhjelpende tiltak i forbindelse med fusjonskontrollprosessen i Norge, bekrefter Mars og AniCura at de Avhjelpende Tiltak som ble sendt Kommisjonen 8. oktober 2018 og andre senere vilkår foreslått av Mars og AniCura til Kommisjonen, skal anses å ha bli tilbudt også til Konkurransetilsynet med sikte på å bli tatt i betraktning i forbindelse med norsk fusjonskontroll knyttet til Transaksjonen (med den presisering at den norske prosessen nødvendigvis må koordineres med Kommisjonens saksbehandling, og ikke vil omfatte oppnevning av en egen norsk Monitoring Trustee eller Hold Separate Manager eller en separat norsk vurdering av kjøperens egnethet).

11.2 Egnethet til å fjerne konkurranseproblemer

Mars mener at Transaksjonen ikke gir noen konkurranserettslige bekymringer med hensyn til Mars' kontroll (etter at Transaksjonen er gjennomført) av innkjøps samarbeidet VetFamily i Sverige, Danmark og Norge. Likevel, med forbehold om denne oppfatningen, for å oppnå klarering av Transaksjonen i fase 1, har Mars tilbudt de Avhjelpende Tiltak, som fullt ut besvarte de bekymringene Kommisjonen hadde reist.

VetFamily-organisasjonen driver en kjøpegruppe som tilbyr felles innkjøp og andre tjenester til uavhengige veterinær virksomheter. Kommisjonen har opplyst at den er bekymret for Mars' potensielle eierskap av virksomheten som administrerer kjøpegruppen. I lys av det som har fremgått av dialog med Kommisjonen, forstår Mars at disse foreløpige bekymringene vedrører muligheten for utelukkelse av kunden i forhold til konkurrerende dyreforproducenter, i lys av antallet veterinærpraksiser som er VetFamily-medlemmer i Sverige, Norge og Danmark.

De foreslåtte Avhjelpende Tiltak vil fjerne Mars' eierskap i VetFamily og derfor tillate en uavhengig kjøpergruppe å fortsette å operere i de relevante markedene. De Avhjelpende Tiltak vil også fjerne potensialet for AniCura til ha adgang til informasjon relatert til VetFamilys leverandører og medlemmer. Mars inkluderer hele VetFamilys virksomhet i overdragelsen, inkludert anskaffelsesaktivitet for andre produkter enn dyrefôr og aktiviteter i alle VetFamilys land for nåværende eller planlagt virksomhet. De Avhjelpende Tiltak går derfor som nevnt betydelig lenger enn de områder som Kommisjonen anser gir grunn til bekymring og eliminerer grunnlaget for Kommisjonens bekymringer.

Mars og AniCura er sikre på at VetFamily vil tiltrekke seg interesse fra flere egnede potensielle kjøpere, inkludert oppkjøpsfond og andre finansielle investorer, især gitt investeringsindustriens sterke interesse i kjæledyromsorgssektoren de siste årene.

Mars og AniCura vil utnevne en forvalter, som må godkjennes av Kommisjonen, for å overse implementeringen av de avhjelpende tiltakene og gi en årlig rapport til Kommisjonen. I den grat Konkurransetilsynet vurderer det nødvendig, vil Mars sørge for at forvalteren også rapporterer til tilsynet.

Basert på det ovennevnte kan Konkurransetilsynet konkludere at Transaksjonen, gjennom implementeringen av de avhjelpende tiltakene, ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse.

11 FORRETNINGSHEMMEЛИGHETER

Den foreliggende meldingen (inkludert vedlegg) inneholder forretningshemmeligheter i henhold til konkurranseloven § 18 b, jf. offentleglova § 13 (1), jf. forvaltningsloven § 13 (1) nr. 2.

En foreslått offentlig versjon av meldingen er vedlagt, sammen med en forklaring på hvorfor den unntatte informasjonen må anses som forretningshemmeligheter.

I den foreslåtte offentlige versjonen av meldingen, er informasjon som anses konfidensiell for både Mars, AniCura og/eller Nordic Capital markert i grønt.

I tillegg inneholder meldingen med bilag informasjon som er konfidensiell også mellom partene. Denne informasjonen, som er tydelig identifisert, må ikke videreformidles verken til tredjeparter eller til den andre parten. I den vedlagte offentlige versjonen av meldingen er informasjon som er konfidensiell for Mars markert i blått, mens informasjon som er konfidensiell for AniCura og/eller Nordic Capital markert i rosa.

Bilag 8: Forslag til offentlig versjon av meldingen

Bilag 9: Begrunnelse for forretningshemmeligheter

12 AVSLUTTENDE BEMERKNINGER

På bakgrunn av ovenstående ber partene Konkurransetilsynet om å godkjenne transaksjonen.

Vi foreslår en samtale i løpet av de neste dagene for å avklare eventuelle spørsmål Konkurransetilsynet måtte ha, samt for å diskutere den videre saksbehandling.

Med vennlig hilsen
Advokatfirmaet Thommessen AS



Eivind J Vesterkjær
Advokat