
Melding av foretakssammenslutning

JOINT VENTURE

NSB AS / FJORD1 AS

OG ERVERV AV KONTROLL OVER

FJORD TOURS AS

3. mars 2019

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELIGHETER



WIKBORG | REIN

1 KONTAKTINFORMASJON

1.1 Melder 1

Navn: Norges Statsbaner AS
Org.nr.: 984 661 177
Postadresse: Schweigaards gate 23
0191 OSLO

1.2 Kontaktpersoner

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS
Kontaktperson: Advokat Mads Magnussen og advokat Preben Milde Thorbjørnsen
Postadresse: Postboks 1513 Vika
0117 OSLO
Telefon: 93 21 59 83 / 41 64 93 40
E-post: mma@wr.no / pmt@wr.no

1.3 Melder 2

Navn: Fjord 1 ASA
Org.nr.: 983 472 583
Postadresse: Strandavegen 15
6900 Florø

1.4 Kontaktpersoner

Navn: Advokatfirmaet Selmer AS
Kontaktperson: Advokat Ole-Andreas Torgersen
Postadresse: Postboks 1324 Vika
0112 OSLO
Telefon: 91 18 73 75
E-post: 0.torgersen@selmer.no

1.5 Øvrige involverte foretak

Navn: Fjord Tours as
Org.nr.: 931 735 357
Postadresse: Møllendalsveien 1A
5009 BERGEN

2 OPPSUMMERING OG KONKLUSJON

Saken gjelder etableringen av NSB Fjord1 Reiseliv som er et nasjonalt reiselivsselskap som er eiet 50/50 mellom NSB og Fjord1, samt overføringen av NSBs og Fjord1s eierandeler i Fjord Tours til NSB Fjord1 Reiseliv. NSBs og Fjord1s felles reiselivssatsing gjennom NSB Fjord1 Reiseliv vil bygge på den eksisterende virksomheten som ligger i Fjord Tours og virksomheten vil, i likhet med virksomheten i Fjord Tours, bestå i å utvikle, markedsføre og selge reiselivsprodukter/pakkereiser i hele Norge.

Markedet for pakketurer til turister i Norge er et mangfoldig marked, preget av sterk konkurranse og lave etableringsbarrierer. Reiselivsselskaper som Fjord Tours produserer ikke selv reiselivsopplevelsene som inngår i produktene selskapet tilbyr i markedet, men pakker/setter sammen helhetlige turistopplevelser ved å reservere/booke plasser hos tjenestetilbydere som NSB, Hurtigruten, tilbydere av fjordsafari mv.

Allerede før Transaksjonen er NSB og Fjord1 majoritetseiere i Fjord Tours, med en samlet aksjepost på 74 prosent. En konsolidering av partenes aksjeposter i det nyopprettede selskapet har ingen virkning på markedsstrukturen i markedet for pakketurer. Partenes videre satsing på og videreutvikling av virksomheten i Fjord Tours, dvs. utvikling av nye pakketurer i markedet, medfører heller ingen konsolidering av markedsandeler. Ettersom verken NSB eller Fjord1 har eierinteresser i selskaper som konkurrerer med Fjord Tours/NSB Fjord1 Reiseliv, gir Transaksjonen ikke opphav til horisontalt forbudne markeder.

Transporttjenestene som NSB og Fjord1 produserer, og som inngår i reiselivsprodukter, styres hovedsakelig av kontrakter og konsesjoner gitt av det offentlige og blir i stor grad også distribuert av tredjepartsaktører som Entur AS, Flåm AS. Videre finnes en rekke alternative aktører og transporttjenester som kan inngå i pakketurer. Partene vil derfor ikke ha mulighet til å utestenge andre reiselivsaktører NSBs og Fjord1s begrensede indirekte eierskap i Fjord Tours tilsier også partene ikke har økonomiske incentiver til en eventuell utestengelsesstrategi. Samlet sett innebærer foretakssammenslutningen derfor heller ikke risiko for vertikale konkurranseproblemer.

Oppsummert innebærer transaksjonen at to komplementære aktører innenfor transport og samferdsel samarbeider om en felles forsterket satsing på opplevelsesreiser i Norge og dermed fremmer Norge som reisemål i konkurranse med nasjonale og internasjonale reiselivsaktører. En slik felles reiselivssatsing er etter partenes syn klart nok ikke konkurranserettslig problematisk.

3 FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART

3.1 Oversikt over transaksjonene

Foretakssammenslutningen gjelder opprettelsen av reiselivsselskapet NSB Fjord 1 Reiseliv AS ("**NSB Fjord1 Reiseliv**"), et joint venture mellom Norges Statsbaner AS ("**NSB**") og Fjord1 ASA ("**Fjord1**"), samt NSB Fjord1 Reiselivs erverv av kontroll i Fjord Tours AS ("**Fjord Tours**") (samlet omtalt i det følgende omtalt som "**Transaksjonen**"). Overføringen av aksjene i Fjord Tours AS fra NSB og Fjord1 til NSB Fjord1 Reiseliv er beskrevet i etableringsavtalen for NSB Fjord 1 Reiseliv.

Etableringsavtale og aksjonæravtale for NSB Fjord1 Reiseliv følger som

Vedlegg 1: Avtale om etablering av NSB Fjord 1 Reiseliv AS

Vedlegg 2: Aksjonærvtale mellom Fjord 1 og NSB

Partene vil i henhold til etablerings- og aksjonærvtalen videreføre og utvikle selskapenes respektive reiselivssatsinger gjennom NSB Fjord1 Reiseliv.¹ Reiselivsselskapet etableres som et aksjeselskap hvor NSB og Fjord1 eier 50 prosent hver. Styret i det nye reiselivsselskapet vil bestå av fire aksjonærvalgte styremedlemmer, hvor Fjord1 og NSB utpeker to hver. Styreleder, som utgjør ett av fire styremedlemmer, skal ikke ha dobbeltstemme og styret er ikke vedtaksført med mindre samtlige aksjonærvalgte styremedlemmer er tilstede. Partene vil følgelig ha felleskontroll over NSB Fjord 1 Reiseliv.

Som ledd i Transaksjonen overføres NSBs og Fjord1s eierandeler i reiselivsselskapet Fjord Tours til NSB Fjord 1 Reiseliv.² Etter gjennomføringen av foretakssammenslutningen, vil NSB Fjord1 Reiseliv inneha 74,01 prosent av aksjene i Fjord Tours og følgelig ha enekontroll over selskapet.

Gjennomføringen av Transaksjonen er betinget Konkurransetilsynets godkjenning. Foretakssammenslutningen er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter.

3.2 NSB Fjord1 Reiseliv vil på varig grunnlag ivareta alle funksjoner om hører inn under en uavhengig økonomisk enhet

NSB Fjord1 Reiseliv skal utvikle, markedsføre og selge reiselivsprodukter for hele Norge etter samme modell som Fjord Tours tilbyr reiselivsprodukter i markedet i dag. Reiselivsproduktene vil tilbys i markedet enten direkte av NSB Fjord1 Reiseliv eller gjennom datterselskaper, som for eksempel Fjord Tours. I tillegg vil selskapet delta i lokal destinasjonsutvikling. Produktene Fjord Tours tilbyr i markedet i dag vil også etter gjennomføringen av Transaksjonen tilbys gjennom Fjord Tours.

Fjord Tours er et reiselivsselskap som selv ikke produserer reiselivsopplevelsene som inngår i produktene selskapet tilbyr i markedet. Selskapet hovedvirksomhet er å pakke eksisterende turistopplevelser som for eksempel Flåmsbanen, fjordcruise, hoteller, Hurtigruten mv. i pakketurer. Kjente turer er blant annet "Norge i et notteskall" og "Sognefjorden i et notteskall".

På lik linje som Fjord Tours, vil i utgangspunktet ikke NSB Fjord1 Reiseliv selv produsere reiselivstjenestene, men vil pakke eksisterende reiselivsprodukter som tog, buss, båt, hotell, opplevelser mv. til attraktive og helhetlige reiselivsopplevelser - og markedsføre og distribuere disse. Innholdet i reiselivspakkene vil dels bestå av transporttjenester og opplevelser fra morselskapene, men også tjenester produsert av tredjepartsaktører. Kjøp fra morselskapene vil skje på armlengdes avstand og på alminnelige kommersielle vilkår.

Hva gjelder reiselivspakkene Fjord Tours selger i markedet i dag, består pakketurene hovedsakelig av transporttjenester og cruiseopplevelser levert av NSB, Nettbuss, Flåm Utvikling (Flåmsbana), The

¹ Med unntak av reiselivsvirksomhet som allerede ligger i selskaper NSB og Fjord1 er investert i.

² Før gjennomføring av Transaksjonen eier NSB 43,375 prosent av aksjene i Fjord Tours, mens Fjord1 eier 30,625 prosent.

Fjords og Hurtigruten.³ I tillegg opptrer Fjord Tours som distributør for aktører som tilbyr opplevelser som brevandring, rafting, sykkelturner, fotturer, fjordsafari mv., samt aktører som tilbyr overnatting.

Selskapet skal i oppstartsfasen ha en daglig ledelse som består av ressurser fra eierne. Så snart som mulig, og senest innen 12 måneder, skal styret ha ansatt en daglig leder. Selskapet skal ha egne ansatte, herunder en egen organisasjon for salgs- og markedsaktiviteter, nasjonalt og internasjonalt. Virksomheten i NSB Fjord1 Reiseliv skal i størst mulig grad ta utgangspunkt i og bygge videre på den eksisterende virksomheten i Fjord Tours. NSB Fjord1 Reiseliv vil videre ha tilstrekkelige finansielle ressurser til å operere i markedet uavhengig av morselskapene.

For en nærmere beskrivelse av virksomheten i NSB Fjord1 Reiseliv, vises det til etableringsavtalen og aksjonæravtalen.

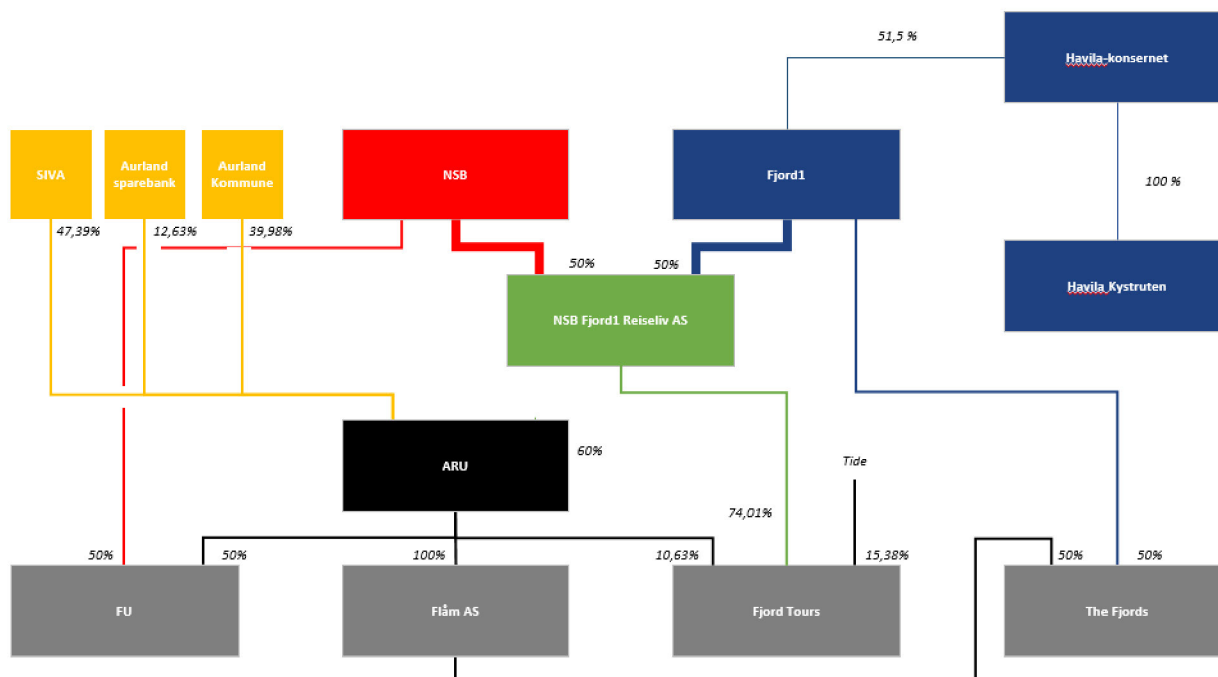
Etter dette legges det til grunn at NSB Fjord1 Reiseliv på varig grunnlag vil ivareta alle funksjoner som hører inn under en uavhengig økonomisk enhet og at selskapet følgelig utgjør et selvstendig fungerende fellesforetak, jf. konkurranseloven § 17 (2). Overføringen av aksjene i Fjord Tours til NSB Fjord1 Reiseliv vil også utgjøre en foretakssammenslutning etter konkurranseloven § 17 (1).

3.3 I hvilken grad NSB og Fjord1 fortsatt skal drive virksomhet på samme eller tilgrensende markeder som fellesforetaket

NSB og Fjord1 vil også etter gjennomføringen av Transaksjonen fortsette eksisterende reiselivsvirksomhet gjennom Flåm Utvikling (50 prosent eiet av NSB), The Fjords (50 prosent eiet av Fjord1) og Havila Kyststruten, samt andre selskaper selskapene har minoritetsseierskap i. Disse virksomhetene fokuserer imidlertid på produksjon av reiselivsaktiviteter, mens formålet med partenes satsing gjennom Fjord Tours og NSB Fjord1 reiseliv er pakketering og distribusjon av reiselivsopplevelser. Som nevnt under punkt 4.2 eier også Fjord1 av historiske grunner et lite reisebyrå under HRG-nettverket. Dette reisebyrået fokuserer imidlertid på andre markeder enn Fjord Tours og NSB Fjord1 Reiseliv.

Figur 1: Oversikt over selskapsstruktur og kontrollerende eierinteresser i virksomheter som opererer i tilgrensende markeder

³ Flåm Utvikling og The Fjords er felleskontrollert med henholdsvis Aurland Ressursutvikling og Flåm AS (som er eid av Aurland Ressursutvikling), slik at NSB og Fjord1 ikke har direkte innflytelse over de kommersielle vilkårene i avtaler med Fjord Tours.



Forholdet mellom NSB Fjord1 Reiselivs virksomhet og morselskapenes øvrige reiselivsvirksomhet er nærmere beskrevet under kapittel 6 og 7 nedenfor.

3.4 Rasjonale for Transaksjonen

NSB og Fjord1 er store aktører innenfor ulike områder av transportsektoren i Norge, med grensesnitt mot reiseliv og Norge som turistmål. Med utgangspunkt i eierskapet i Fjord Tours og partenes respektive kjernevirksomheter, vil partene gjennom NSB Fjord1 reiseliv nyttiggjøre sin komplementære kompetanse og infrastruktur til en felles satsing mot reiseliv i Norge. Satsingen på reiseliv skal være en selvstendig lønnsom satsing og i tillegg støtte opp under partenes respektive kjernevirksomheter

4 FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDER

4.1 NSB AS

NSB er et norsk transportkonsern. Selskapets formål er å drive jernbanetransport og annen transportvirksomhet, samt virksomhet som står i naturlig sammenheng med dette.

NSB AS eies av staten ved Samferdselsdepartementet. Konsernets hovedkontor er i Oslo, mens virksomheten er spredt over det meste av Norge og i deler av Sverige. NSB-konsernets omsetning i 2017 var på 15 milliarder NOK. Konsernet hadde ved årsskiftet 2017/2018 rundt 10 900 ansatte.

Konsernet har virksomhet innen følgende virksomhetsområder: Persontog, buss, gods, elbilutleie og reiseliv.

Virksomhetsområdet persontog består av NSB AS med datterselskapene NSB Gjøvikbanen AS, NSB Anbud AS og Svenska Tågkompaniet AB. Eierskapet til Norske Tog AS og Entur AS som ble etablert som konsekvens av jernbanereformen, hhv. for å ivareta eierskap av persontogmateriell og eierskap og drift av salg- og billetteringssystemer, ble ved inngangen til 2017 overført til Samferdselsdepartementet. De selskapsrettslige prosessene ble sluttført 24. april 2017.

I forbindelse med jernbanereformen har regjeringen iverksatt/varslet konkurranse om tre persontogpakker, hhv. trafikkpakke Sør, trafikkpakke Nord og trafikkpakke Vest, med oppstart i hhv. desember 2019, juni 2020 og desember 2020. I tillegg planlegges det å iverksette ytterligere konkurranser, herunder for det sentrale Østlandsområdet. NSB tapte som kjent konkurransen om trafikkpakke Sør mot det britiske selskapet Go Ahead. Hvem som tildeles pakke Nord (Dovrebanen, Raumabanen, Rørosbanen, Trønderbanen, Meråkerbanen, Nordlandsbanen og Saltenpendelen) avgjøres sommeren 2019, mens Pakke Vest (Bergensbanen og Vossebanen) avgjøres i desember 2019. Flåmsbana, som i dag kjøres av NSB i samarbeid med Flåm Utvikling, er foreløpig unntatt konkurranseutsetting. Trafikkeringsretten for Flåmsbana ligger hos NSB.

Persontogvirksomheten gjennomfører et større endringsprogram for å forberede seg for disse konkurransene, og både organisering og bemanning er under tilpassing til endrede rammebetingelser og ny markedssituasjon.

Innenfor virksomhetsområdet "Buss" tilbyr det heleide Nettbuss-konsernet persontransport med buss, samt spesialtransporter. Kjernevirksomheten er rutekjøring på kontrakt med fylkeskommuner, turkjøring og ekspressbusskjøring. I Norge har Nettbuss-konsernet transportaktivitet i nær alle fylkene i Sør- og Midt-Norge. Konsernet består av morselskapet Nettbuss AS og 54 andre hel- og deleide datterdatterselskaper.

Virksomhetsområdet "Gods" består av det heleide datterselskapet CargoNet AS' godstransportvirksomhet i Norge og Sverige, med kjernevirksomhet innen kombinerte transport. Den største delen av godsvirksomheten er leveranse av pendeltog for transport av containere og andre intermodal lastbærere, og drift av terminaler i tilknytning til dette.

Utleie av elbiler er et nytt virksomhetsområde i NSB og er et resultat av konsernets nysatsing på mobilitet og dør til dør-tjenester. Satsingen, som er et samarbeid med Green Mobility, er foreløpig geografisk avgrenset til Oslo, hvor kundene har tilgang til 250 elbiler gjennom appen GreenMobility Din Bybil.

Virksomhetsområdet reiseliv selger fjord-, fjell- og kulturopplevelser til norske kunder, turister og internasjonale turoperatører. Hoveddelene av aktiviteten drives gjennom de deleide selskapene Flåm Utvikling (50 prosent eierandel) og Fjord Tours (43,38 prosent eierandel).

Flåm Utvikling driver med salg, markedsføring og produktutvikling av Flåmsbana. NSB er ansvarlig for selve togdriften, mens distribusjonen skjer hovedsakelig gjennom tredjepartsaktører. Omtrent 70 prosent av salget skjer gjennom Flåm AS (100 prosent eiet av Aurland Ressursutvikling) som drifter nettsiden www.visitflam.no. Flåm AS selger billetter til reiselivsselskaper som blant annet Active

Norway og privatpersoner. Resterende distribusjon skjer gjennom Fjord Tours, NSB, Oslo og Bergen turistinfo, Tumlare og Entur. Om lag 10 prosent av salget skjer gjennom NSB. Fjord Tours sine pakketurer Norge i et Nøtteskall og Sognefjorden i et Nøtteskall utgjorde også ca. 10 prosent av salget. Fjord Tours reserverer plasser på Flåmsbanen for sine pakketurer gjennom Flåm AS.

En fullstendig oversikt over hel- og deleide selskaper i NSB-konsernet fremgår av:

Vedlegg 3: Oversikt over selskaper i NSB-konsernet per desember 2018

NSB er medlem av bransjeorganisasjonene Spekter, NHO-transport, HSMAI, Norsk Reiseliv og Sikkerhetsforeningen.

Mer informasjon om NSB finnes på www.nsb.no.

4.2 Fjord1 ASA

Fjord1s kjernevirksomhet er fergetransport. Selskapet driver også aktivitet innen passasjerbåttransport i Sogn og Fjordane, catering og fjordbasert reiseliv.

Fjord 1 er det ledende ferjeselskapet i Norge og operer en rekke av de største sambandene i Norge. Ferjedrift omfatter drift av ferjesamband der det er inngått kontrakt om drift med offentlig myndighet. Ved utgangen av 2018 hadde selskapet 70 ferjer, og 16 under bygging. Alle fartøyene skal inn i produksjon fra 2020.

Innen virksomhetsområdet passasjerbåter driver Fjord1 lokale passasjerbåtruter i Sogn og Fjordane. Fjord1 eier 4 passasjer- og kombibåter selv og leier inn 10 passasjer og kombibåter fra underleverandører. Fjord1 er også engasjert i passasjerbåtdriften mellom Kristiansund og Trondheim med Fosen Namsos Sjø AS, gjennom selskapet Kystekspresen ANS, med en eierandel på 49 prosent.

Virksomhetsområdet catering drives gjennom konseptet Ferdamat. Ferdamat satser på nylaget mat av høy kvalitet, laget av lokale råvarer. Ferdamats cateringvirksomhet er avgrenset til levering av mat til Fjord1s ferger.

Gjennom forretningsområdet reiseliv, er Fjord1 engasjert i ulike reiselivsselskaper med reiseopplevelser på fjorden som fokusområde. Selskapet har eierinteresser i Geiranger Fjordservice (30,18 prosent eierandel), The Fjords (50 prosent eierandel) og Fjord Tours (30,6 prosent eierandel).

The Fjords er et felleskontrollert selskap med Flåm AS som igjen er 100 prosent eid av Aurland Ressursutvikling. Flåm AS driver med tilrettelegging og reiselivsopplevelser i Flåm og omkringliggende områder. The Fjords tilbyr fjordcruise på Nærøyfjorden, Geirangerfjorden, Lysefjorden og Hjørundfjorden. I vintersesongen 2018/2019 tilbyr The Fjords også sightseeing på Oslofjorden. Selskapet eier et fartøy selv, leier 5 fartøy fra Fjord1, samt 2 fartøy som er felleseiet mellom Fjord1 og Aurland Ressursutvikling. I likhet med hva som er tilfelle for Flåm Utvikling og Flåmsbana, selger ikke selger ikke The Fjords billetter selv i markedet, men distribusjon skjer gjennom tredjeparter. The Fjords har en distribusjonsavtale med Flåm AS, som eier 50 prosent av The Fjords, og som også videreselger billetter til Fjord Tours via andre plattformer.

Fjord1 er kontrollert 51,5 prosent av Havilafjord AS, som inngår i Havila-konsernet hvor Havila Holding AS er morselskap for annet [Havila Shipping](#) og [Havyard Group](#). Utover eierskapet i Fjord1 har Havila-konsernet i dag ikke virksomhet innen virksomhetsområder som berøres av foretakssammenslutningen. Det nevnes for øvrig at konsernselskapet Havila Kystruten har vunnet 4 av 11 avganger på kystruten mellom Bergen og Kirkenes. Strekningen trafikkeres i dag av Hurtigruten og oppstart for Havila Kystruten er 1. januar 2021.⁴ For fullstendighetens skyld nevnes at Havila Holding gjennom Havila Hotels har eierskap til Hotell Ivar Aasen i Ørsta og Hotell Räftevold i Hornindal.⁵ Havilas markedsandel innen hotell i Norge er marginal og gir ikke opphav til noe vertikalt marked som behandles nærmere i denne meldingen.

Fjord1 eier av historiske årsaker reisebyrået Måløy Reisebyrå AS. Byrået drives som en franchise av HRG og fokuserer hovedsakelig på business segmentet, herunder teambuilding og andre gruppereiser, samt i noen grad ferieturer, men i all hovedsak til utlandet. Mer informasjon om Måløy Reisebyrås virksomhet finnes på www.bennettferie.no/om-oss-i-maloy.

En oversikt over hel- og deleide selskaper i Fjord1 fremgår av Fjord1s årsrapport, note 4. Årsrapporten følger vedlagt som vedlegg 5.

Fjord1 er medlem av bransjeorganisasjonene NHO Servicepartner, Maritim Forening Sogn og Fjordane, Maritim Battery Forum og Energigass Norge.

Mer informasjon om Fjord1 finnes på www.fjord1.no.

Mer informasjon om øvrige virksomhetsområder i Havila-konsernet finnes på <https://www.havyard.com/>
<https://www.havila.no/company>

4.3 Fjord Tours

Fjord Tours AS ble etablert i 1982, og selskapet tilbyr ferdigpakkede turer i hele Norge, både til det nasjonale og internasjonale markedet. Selskapet har individuelle reisende som sin primære målgruppe, og har utviklet nettsiden www.fjordtours.com som sin hovedkanal for salg og markedsføring. Fjord Tours er lokalisert i Bergen, men selger reiselivsprodukter i hele Norge.

Fjord Tours hovedvirksomhet består som beskrevet ovenfor i å pakke og distribuere rundreiser bestående av tredjepartaktørers transportnettverk. Selskapets rundreiser går med offentlig transport som tog, båt og buss. Selskapet produserer ikke transporttjenester selv, men pakker turistopplevelser blant annet bestående av turer og transport fra tilbydere som Flåm Utvikling (Flåmsbanen), NSB (bl.a. Bergensbanen og Raumabanen), Fjord Tours og Hurtigruten.

Foruten ferdigpakkede rundreiser, er Fjord Tours distributør av opplevelsesbaserte aktiviteter som blant annet, Rib-safari, rafting, midnattsolssafari, guidede fotturer, sykling, breføring mv. Slike produkter markedsføres både mot turister som deltar på Fjord Tours pakketurer, men også som

⁴ <https://www.tu.no/artikler/kystruten-bergen-kirkenes-splittes-pa-to-rederier/433516>

⁵ Havila Holding eier også 45 prosent av Fosnavåg Vekst, som eier Thon Hotel Fosnavåg.

enkeltstående aktiviteter. I likhet med pakketurene, produserer ikke Fjord Tours slike aktiviteter selv, men selger billetter hos tredjepartstilbydere av slike tjenester.

En fullstendig oversikt over tilbudet til Fjord Tours finnes på www.fjordtours.com.

Fjord Tours er eid av NSB (43,38 prosent), Fjord1 AS (30,63 prosent), Tide ASA (15,38 prosent) og Aurland Ressursutvikling (10,63 prosent).

Fjord Tours er medlem av bransjeorganisasjonene Virke, Fjord Norge og Bergen Reiselivslag.

5 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE 2017

Nedenfor følger en oversikt over de involverte foretakenes omsetning og driftsresultat i Norge i 2017. I tallene for Fjord1 inngår omsetningstall for hele Havila-konsernet.

Tabell 1: Omsetning og driftsresultat 2017 (i MNOK)

Selskap	Omsetning	Driftsresultat
NSB AS	14 990	772
Fjord 1 ASA konsern	2 794	733
Havila Holding konsern ⁶	5 296	670
Fjord Tours AS	72	31

6 RELEVANTE MARKEDER

6.1 Introduksjon – ingen horisontal overlapp

6.1.1 De involverte foretakene er ikke konkurrenter innen persontransport

Både NSB og Fjord1 tilbyr tjenester innen persontransport. I tillegg eier NSB 50 prosent i Flåm Utvikling som sammen med NSB drifter Flåmsbana, og Fjord1 eier 50 prosent av The Fjords som tilbyr fjordcruise i Nærøyfjorden, Geirangerfjorden, Lysefjorden, Hjørundfjorden og Oslofjorden. Fra januar 2021, vil Fjord1s majoritetseier, Havila, tilby turister kystcruise i konkurranse med Hurtigruten. Hurtigruten er blant leverandørene av cruise-reiser i noen av reiselivspakkene Fjord Tours tilbyr i markedet i dag.

⁶ Hentet fra Proff.no

Tabell 2: Oversikt over partenes persontransporttjenester

Selskap	Tjenester	Geografisk område	Del av Fjord Tours tilbud i dag
NSB	Togtransport	Hele landet, med unntak av Troms og Finnmark	Ja
Flåm Utvikling (NSB 50 prosent eierandel)	Drift av Flåmsbanen	Myrdal-Flåm	Ja
Nettbuss	Rutebuss	Agder, Buskerud, Hedmark, Hordaland, Møre og Romsdal, Oppland, Oslo og Akershus, Rogaland, Sogn og Fjordane, Telemark, Trøndelag, Vestfold og Østfold	Nei
Nettbuss	Ekspressbuss	Sør-Norge	Ja
Fjord1	Ferge	Sør- og Midt-Norge	Nei
Fjord 1	Passasjerbåt (hurtigbåt)	Sogn og Fjordane	Nei
Havila	Kystruten (fra 2021)	Bergen-Kirkenes	Ja*
The Fjords (Fjord1 50 prosent eierandel)	Fjordcruise. Flåm AS distribuerer produktene	Nærøyfjorden, Geirangerfjorden, Lysefjorden, Hjørundfjorden og Oslofjorden	Ja

*De aktuelle rutene betjenes av Hurtigruten frem til 2021

Selv om det på et generelt grunnlag kan tenkes å eksistere en viss konkurranseflate mellom tog, rutegående busstransport og rutegående båttransport, vil ikke NSB og Fjord 1 være konkurrenter i relasjon til de tjenester som vil tilbys turistene gjennom NSB Fjord1 Reiseliv.

For det første har NSBs tog og Nettbuss' busstransport liten grad av overlapp på punkt-til-punkt transport med Fjord1s båttransport, som er det som normalt vil være relevant når en vurderer om to

transporttilbud konkurrerer med hverandre.⁷ Dersom man vurderer ulike transportmidler til ulike destinasjoner som kan inngå i pakker for opplevelsesreiser til ulike destinasjoner, så vil det i teorien være en viss konkurranseflate mellom partenes transporttilbud. Etter partenes oppfatning vil det imidlertid ikke være relevant å vurdere dette som et horisontalt forhold i tilknytning til foreliggende transaksjon:

- For det første vil det for et slikt marked være vanskelig å trekke noe fornuftig avgrensning av ulike transporttilbud og strekninger. Dersom man vurderer ulike transportmidler som substitutter, vil partene uansett ha moderate markedsandeler og partenes ulike transporttilbud ikke er nære konkurrenter.
- For det andre opererer partene hovedsakelig som operatør på ruter på vegne av det offentlige, ved fylkeskommunene og Statens Vegvesen. Det er det offentlig selv som står for tilbudet av de relevante transporttjenestene og verken Fjord1 eller Nettbuss kan påvirke rutetilbud, billettpriser, andre vilkår eller til hvem billettene selges til, herunder hvorvidt konkurrerende reiselivsaktører får tilgang til transportstrukturen. Når det gjelder NSBs togvirksomhet, er denne regulert gjennom trafikkavtalen med Jernbanedirektoratet og distribusjons av billetter skjer hovedsakelig gjennom det statlige selskapet Entur AS ("**Entur**"). NSB har begrenset innflytelse over billettpriser og konkurrenter av Fjord Tours er ikke avhengig av å kjøpe billetter gjennom NSB, da hele NSBs varelager også distribueres av Entur. Det er i det alt vesentlige det offentlige som ut fra samferdselspolitiske og andre politiske hensyn regulerer det totale rutetilbudet, og dermed konkurransen mellom partenes ulike infrastruktur, og Transaksjonen vil ikke påvirke dette.

6.1.2 *De involverte foretakene er ikke konkurrenter innen tilbud av reiselivsprodukter*

Innledningsvis minnes det om at Fjord1 og NSB allerede før Transaksjonen eier til sammen 74 prosent av aksjene i Fjord Tours. En konsolidering av selskapenes aksjeposter i NSB Fjord1 Reiseliv vil i seg selv ikke påvirke markedsstrukturen i markedet for pakketurer.

Når det gjelder Fjord Tours reiselivsvirksomhet konkurrerer ikke denne med NSBs og Fjord1s øvrige reiselivsopplevelser tilbudt gjennom selskapene The Fjords, Flåm Utvikling (Flåmsbanen) og Måløy Reisebyrå. Havila (Kyststruten) vil, når selskapet i 2021 overtar fire av rutene fra Hurtigruten, heller ikke konkurrere med Fjord Tours. Som tidligere nevnt tilbyr ikke Fjord Tours selv tjenester i markedet, men pakker og markedsfører turistopplevelser basert på eksisterende turistselskapers tjenestetilbud. Produkter som The Fjords, Flåm Utvikling og Havila (fra 2021) tilbyr er reiseopplevelser som inngår i de reiselivsproduktene Fjord Tours tilbyr i markedet som distributør. Forholdet mellom Fjord Tours på den ene siden og The Fjords, Flåm Utvikling og Havila på den annen, er følgelig et vertikalt forhold.

Fjord Tours opererer videre som distributør av opplevelser som rib-safari, brevandring, sykkelturner, hotellovernattinger mv. gjennom sine nettsider. På Geirangerfjorden distribuerer Fjord Tours fjordcruise på vegne av Geiranger Fjordservice AS. Geiranger Fjordservice er en direkte konkurrent til The Fjords. Transaksjonen gir likevel ikke opphav til horisontalt berørte markeder, da The Fjords kun opererer båtene på Geirangerfjorden, mens alt salg, markedsføring og distribusjon skjer gjennom Flåm AS. Flåm AS er som tidligere nevnt selskapet som eier The Fjords sammen med Fjord1. Forholdet

⁷ Se blant annet sak Comp/M.5855 DB/Arriva, avsnitt 15.

mellom The Fjords (båtooperator) og Fjord Tours (distributør) er derfor også et vertikalt forhold. For øvrig understrekes det at Fjord Tours er en liten aktør innen distribusjon av turistopplevelser – et marked som domineres av aktører som Visit Bergen, Visit Flåm, Fjord-Norge mv. Også nettsider som Visit Norway benyttes som markedsføringskanal for aktører som konkurrer med Fjord Tours.

Hva gjelder Fjord Tours' og NSBs distribusjon av billetter til Flåmsbanen kan dette heller ikke etter partenes syn anses for å være et marked hvor partene har horisontalt overlappende virksomhet. Fjord Tours opererer i et marked for distribusjon av reiselivsaktiviteter, se kapittel 6.5 og selskapet selger utelukkende turer med Flåmsbanen gjennom selskapets pakketurer. NSB på den annen side, er ikke del av et slikt marked i Norge, da selskapet her kun selger togbilletter til strekninger NSB selv opererer.

Endelig har som nevnt Fjord1 av historiske grunner et lite reisebyrå på Måløy. Dette reisebyrået drives som en franchise av HRG og fokuserer på business segmentet, herunder teambuilding og andre gruppereiser, samt i noen grad ferieturer, men i all hovedsak til utlandet. Selskapet hadde i 2017 en omsetning på om lag 5 millioner kroner. Dette er et helt annet konsept enn Fjord Tours og virksomheten anses ikke å konkurrere mot Fjord Tours eller partenes påtenkte satsing gjennom NSB Fjord1 Reiseliv. Til turister i Norge selger Måløy Reisebyrå kun billetter til Hurtigruten som kan sammenliknes med opplevelser som selges gjennom Fjord Tours, og selskaper selger ikke pakketurer som Fjord Tours. I den grad Konkurransetilsynet skulle vurdere at Måløy Reisebyrå likevel opererer i samme marked som Fjord Tours grunnet tilbudssubstitusjon, se kapittel 6.3.1 nedenfor, har partene for ordens skyld i kapittel 8 opplyst om Måløy Reisebyrås 5 viktigste kunder, konkurrenter og leverandører. Som det vil redegjøres for nærmere i konkurranseanalysen i kapittel 7 nedenfor, har ikke Fjord Tours og Måløy Reisebyrå markedsandeler som samlet overstiger 1 prosent i noe marked disse opererer i, slik at Transaksjonen ikke vil gi opphav til vertikalt berørte markeder.

Etter dette legges det til grunn at Transaksjonen kun gir opphav til vertikalt forbudne markeder.

6.2 Praksis fra konkurransemyndigheter

Etter det partene kjenner til, foreligger det ikke relevant praksis fra verken Konkurransetilsynet eller Kommisjonen som direkte behandler markedene som berøres Transaksjonen.

Konkurransetilsynet har, så vidt partene er bekjent, ikke tidligere analysert reiselivsmarkedene i Norge og den praksis som foreligger om persontransportmarkedene knytter seg til rutegående busstransport ut mot sluttbrukere. Tilsynet har ikke vurdert innkjøpsmarkedet/-markedene for transporttjenester mv. som inngår i pakkede reiselivsopplevelser.⁸ Konkurransetilsynets praksis vedrørende horisontale foretakssammenslutninger i fergemarkedet og hurtigbåtmarkedet gjelder deltakelse i anbudsmarkedene til det offentlige og er etter partenes oppfatning heller ikke av relevans for vurderingen av foreliggende Transaksjon.⁹

En viss veiledning finnes likevel i Kommisjonens praksis knyttet til den vertikale relasjonen mellom flyselskaper og reiselivsselskaper som tilbyr charterturer mv., hvor Kommisjonen har fremholdt at det

⁸ Se for eksempel V2007-9 *Tide Reiser AS – Veolia Transport Sør*

⁹ Eksempelvis V2016-5 *Sogn og Fjordane fylkeskommune – Torghatten ASA*

eksisterer et eget marked for engrossalg av flybilletter til reiselivsselskaper.¹⁰ Flyselskaper selger seter, reserverer seter eller hele fly til reiselivsselskaper som integrerer flyreisen i pakkereiser.

I likhet med praksisen fra Kommisjonen, er partene av den oppfatning at den relevante relasjonen for å vurdere eventuelle konkurransemessige virkninger av Transaksjonen er salg av transporttjenester og andre aktiviteter til reiselivsselskaper som inngår i reiselivsselskapenes pakketurer. Ettersom Transaksjonen kun gir opphav til vertikalt forbudne markeder, er det salg/kjøp-relasjonen mellom produsenter av reiselivsopplevelser og transporttjenester (oppstrømsaktører) på den ene siden og reiselivsselskaper (nedstrømsaktører) på den annen side som er relevant å analysere for å vurdere de konkurransemessige virkningene av etableringen av NSB Fjord1 Reiseliv og overtakelsen av enekontroll i Fjord Tours.

Ettersom Fjord Tours også har virksomhet innen distribusjon av opplevelser/aktiviteter som blant annet fjordcruise, RIB-safari, kajakturer, sykkelturner, breturer mv. må det også vurderes om Transaksjonen kan ha negative virkninger på konkurransen i et marked for distribusjon av slike reiselivsopplevelser.

6.3 Markedet for pakketurer

6.3.1 Produktmarked

NSB Fjord1 Reiselivs og Fjord Tours' forretningsmodell er å tilby turister pakkereiser/rundreiser bestående blant annet tog, buss og båt, med utgangspunkt i byer som Oslo, Bergen, Stavanger og Tromsø.

Fra et sluttbrukerståsted, kan det stilles spørsmål ved om det eksisterer en relevant konkurranseflate mellom slike pakketurer og forbrukernes mulighet til å pakke reiser selv eller benytte bil og kjøpe enkeltopplevelser på veien. Ettersom foretakene som er involverte i Transaksjonen ikke har overlappende virksomhet, og Transaksjonen ikke begrenser konkurranse i markedene for salg og innkjøp av opplevelser som inngår i pakketurer, er det imidlertid ikke nødvendig å endelig stilling til hvorvidt pakketurer og egenpakking inngår i samme marked. Videre er det ikke nødvendig å trekke et skille mellom pakketurer med fokus på lokale destinasjoner og opplevelser knyttet til norsk kystnatur, slik Fjord Tours fokuserer på, og andre typer pakketurer.

Det som kjennetegner reiselivsselskaper som Fjord Tours' og konkurrenter av Fjord Tours' pakketurer er at disse tar utgangspunkt i større byer som Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim mv. og reiselivsselskapene tilbyr forbrukerne dagsturer eller turer over flere dager hvor turistene får oppleve en hel region/et større område, uten å være avhengig av bil eller bestille transport på egenhånd. Fjord Tours tilbyr både dagsturer, samt turer som går over flere dager som inkluderer Vestlandsfjorder og nordlyssafari i Tromsø. Turene selges både til norske og utenlandske turister. Fjord Tours selger i hovedsak til individuelle turister, men har også en egen agentinnlogging på nettsidene hvor de selger til agenter, turoperatører, cruiseoperatører mv (B2B-kunder). En fullstendig oversikt over Fjord Tours turtilbud finnes på selskapets nettsider <https://www.norwaynutshell.com/no/vaare-turer-kart/>.

¹⁰ Se blant annet sak Comp/M. 5867 *Thomas Cook/Öger Tours*

Det finnes en rekke norske og internasjonale aktører i markedet som tilbyr pakketurer i konkurranse med Fjord Tours. Av aktører som tilbyr liknende pakketurer som Fjord Tours gjennom en digital plattform kan det blant annet vises til:

- Tumlare er et internasjonalt reiselivsselskap med kontorer i Norge som er en reisearrangør som setter sammen/pakker reiselivsprodukter til videresalg til utenlandske reisearrangører. Selskapet setter sammen nasjonale pakketurer bestående av transport, overnatting, måltider og opplevelser til en ferdig pakket reise. Tumlare selger både til grupper og til individuelle turister. Selskapet hadde en omsetning i Norge i 2017 på 62,5 MNOK.¹¹
- Tripadvisor er et nettsted for hoteller og reiselivsopplevelser. Tripadvisor er et nettsted for hoteller, transport og reiselivsopplevelser. Selskapet gir tilgang til sammenlikning av pris og vurderinger av alternativer for overnatting, transport og aktiviteter, og gir også tilgang til direkte booking slik at kunden kan sette sammen egne reiser. Selskapet videreformidler/distribuerer også pakketurer over hele Norge – alt fra turer som varer noen timer til turer som varer i flere dager.¹² Partene har ikke informasjon om hvor mye TripAdvisor omsetter for i Norge.
- Flåm AS (www.visitflam.com) er et reiselivsselskap basert i Flåm i Sogn. Selskapet er i likhet med Fjord Tours både distributør av enkeltopplevelser og av pakketurer til både individuelle turister og B2B-kunder. Flåm AS har eksklusiv distribusjonsrett til billetter med The Fjords og distribuerer om lag 70 prosent av billettene til Flåmsbana.
- Nordic Visitor er et Islandsk reiselivsselskap med filial i Norge. Selskapet fokuserer på større pakketurer som varer i flere dager. Partene har ikke kjennskap til selskapets omsetning i Norge.
- Go Fjords er et nyoppstartet reiselivsselskap som er eid av Tide. Selskapets pakketurer har i likhet med Fjord Tours' turer fokus på fjordene på Vestlandet. Ettersom selskapet er nyoppstartet i 2018 har ikke partene tilgang til selskapets omsetningstall. Go Fjord har imidlertid en sterk eier som har en betydelig markedstilstedeværelse innen Ferje, hurtigbåt og buss og partene forventer at Go Fjords vil bli en betydelig konkurrent til Fjord Tours.
- Norway Active er et Bergensbaser reiselivsselskap som tilbyr pakketurer på Vestlandet med utgangspunkt i Bergen. Selskapet hadde en omsetning i 2017 på 4,3 millioner kroner.
- Hurtigruten tilbyr pakketurer gjennom sine nettsider: www.hurtigruten.no/land-adventures/
- Up! Norway tilbyr pakketurer i konkurranse med Fjord Tours via nettsiden upnorway.com.

Markedet for pakketurer til norske og utenlandske turister er uoversiktlig og består av både selskaper med et globalt fokus, selskaper med et regionalt/nasjonalt fokus, samt av lokale reiselivsselskaper. Den sentrale innsatsfaktoren for å operere i markedet er en nettside hvor pakketurene kan formidles til et tilstrekkelig stort antall kunder. For dette leddet i verdikjeden, hvor The Fjords og NSB Fjordl Reiseliv vil operere, er etableringsbarrierene dermed svært lave.

Gjennom nettsider som Visitbergen.com, Visitålesund.com, regionstavanger-ryfylke.com, visittromsø.no mv. selges pakketurer som konkurrerer med Fjord Tours. Slike nettsider, som blant annet er driftet av turistkontorer mv. produserer i liten utstrekning turer selv, men utgjør en velegnet distribusjonskanal for både små og store pakketurselskaper. Gjennom slike nettsider vil selv små reiselivsselskaper utgjøre et viktig konkurransekorrektiv for aktører som Fjord Tours og partene anser pakketurer solgt gjennom slike nettsider som direkte konkurrenter til Fjord Tours virksomhet, på lik

¹¹ Omsetningstall fra www.proff.no

¹² Tripadvisor's turer i Norge finnes på <https://www.tripadvisor.com/Attractions-g190455-Activities-c42-Norway.html>

linje som turer solgt av eksempelvis Go Fjords. I tillegg fungerer nettsider som Visitnorway.com som en viktig markedsføringskanal og som et kontaktpunkt mot turistene for samtlige aktører som opererer i markedet.

Når en skal vurdere de konkurransemessige virkningene av Transaksjonen, er det etter partenes syn derfor riktig å inkludere også nettsider som distribuerer/selger pakketurer til turister i markedet. Turister som ønsker å oppleve Norge vil søke etter turer ved hjelp av søkemotorer eller ved å kontakte turistkontorer. Et søk på google etter turer i norske fjorder gir turister et stort antall ulike bookingsider, hvor det enten er mulig å kjøpe pakketurer direkte, eller hvor turistene blir rerutet direkte til reiselselskapet som tilbyr pakken sine nettsider.

I tillegg vil også tradisjonelle reisebyråer i utlandet utgjøre konkurrenter til Fjord Tours virksomhet for utenlandske turister.¹³

Produktene som Fjord Tours og konkurrenter til Fjord Tours tilbyr i markedet er til dels differensierte. Fra forbrukernes ståsted vil imidlertid rundreisene som tilbys, etter partenes syn, være substituerbare og forbrukerne vil gjøre sitt valg ut fra parametere som innhold, varighet, pris mv. Alternativet vil være å anse hvert enkelt produkt som tilbys i markedet som egne markedet, hvilket etter partenes syn åpenbart ikke er tilfelle.

I den grad Konkurransetilsynet skulle mene at produktene tilbyrderne i markedet tilbyr er så differensierte at produktene ikke er substituerbare sett fra forbrukernes ståsted, vil tilbudssubstitusjon uansett medføre at markedet må defineres vidt. Aktører som Fjord Tours produserer i utgangspunktet ingen tjenester selv og turene Fjord Tours tilbyr i markedet består i all hovedsak av tjenester utført av tredjepartsaktører. Enhver aktør som tilbyr turistopplevelser i markedet i dag, vil kunne pakke tilsvarende turer som Fjord Tours, gjennom å inngå kontrakter med aktører som leverer tjenestene eller tilsvarende tjenester som inngår i Fjord Tours rundreiser. Aktører som allerede i dag er tilbydere av pakkereiser vil kunne lansere nye produkter svært raskt og uten nevneverdige kostnader.

Etter dette, og for denne meldingen, legges det derfor til grunn at det relevante nedstrøms produktmarkedet som partene anser som det snevreste mulige markedet; markedet for pakketurer med fokus på opplevelser og natur.

6.3.2 Geografisk marked

Fra et sluttbrukerperspektiv kan det stilles spørsmål ved om Norge som destinasjon konkurrerer med for eksempel Sverige og Island og om ulike destinasjoner i Norge er substituerbare med hverandre. Etter partenes syn vil dette variere fra kunde til kunde. Enkelte kunder ønsker å spesifikt å oppleve Norske fjorder, mens for andre kunder kan Lofoten, Island eller Svensk villmark, skjærgård og innsjøer utgjøre aktuelle substitutter.

Turister kommer til Bergen, Oslo, Stavanger, Trondheim mv. og etterspør aktiviteter og rundreiser for å oppleve regionen. I kjøpstidspunktet vil ulike tilbyrdes tilbud til ulike destinasjoner være i konkurranse med hverandre, hvor forhold som tid, kostnad, innhold mv. vil være avgjørende for forbrukernes valg. Selv om enkelte kunder har et spesifikt ønske om å se Geirangerfjorden, vil det

¹³ <https://www.menon.no/wp-content/uploads/06kartlegging-av-markedet-for-opplevelsesturisme.pdf>

faktum at hoveddelen av kundene vil vurdere ulike områder som innbyrdes substituerbare medføre at ulike destinasjoner vil utøve et konkurransepress på hverandre. Etterspørselssubstitusjon tilsier etter partenes syn derfor at markedene for pakketurer/rundreiser fra et etterspørselsperspektiv minst er regionalt og dekker for eksempel Nord-Norge eller Vestlandet. Konkurransen mellom ulike regioner er imidlertid betydelig og etter partenes syn er det ikke naturlig å vurdere etterspørselssubstitusjon i et så snevert geografisk perspektiv. Fjord Tours tilbyr eksempelvis turer bestående av opplevelser på Vestlandet og i Nord-Norge i én og samme tur.¹⁴ En nøyaktig avgrensning av markedet basert på forbrukernes etterspørselsmønstre er imidlertid ikke avgjørende i denne saken.

Ettersom tilbydere av pakkereiser/rundreiser ikke yter tjenestene som inngår i pakketurene, men virksomheten består i å tilby produkter ytet av tredjeparter i helhetlige reiseopplevelser, primært over internett, er ikke tilbydere av pakkereiser avhengig av lokal tilstedeværelse – og det er i realiteten svært enkelt å utvide tilbudet til å dekke nye områder i Norge. Illustrerende i så måte er at NSB Fjordl Reiseliv skal tilby reiselivsprodukter i hele Norge fra sine kontorer i Bergen. På lik linje tilbyr Fjord Tours reiser i Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal med utgangspunkt i Bergen, Oslo, Stavanger, Trondheim og Ålesund, selv om Fjord Tours er et Bergensbasert reiselivsselskap. Innen distribusjon av reiselivsopplevelser tilbyr Fjord Tours også aktiviteter i Nord-Norge, hvilket tilsier at konkurransen skjer nasjonalt.

Konkurransen mellom reiselivsselskaper handler om å utvikle og tilby interessante produkter og treffe nye kundegrupper og denne konkurransen skjer i stor grad på et nasjonalt nivå. Etter partenes syn er følgelig den mest hensiktsmessig geografiske avgrensningen av markedet for salg av pakke-/rundreiser til turister i Norge nasjonalt.¹⁵

Ettersom Fjord Tours i dag kun tilbyr rundreiser på Vestlandet, og Transaksjonen heller ikke vil begrense konkurransen i et så snevert marked, vil partene i konkurranseanalysen likevel også belyse konkurransen i et potensielt marked for pakkereiser avgrenset til Vestlandet.

6.4 Markedene for salg av reiser og opplevelser til reiselivsselskaper

6.4.1 Produktmarked

Markedet for salg av reiser og opplevelser som inngår reiselivsselskapers pakketurer er mangfoldig og uoversiktlig. I prinsippet kan alt fra klatring til fjordcruise og restaurantbesøk inngå i slike pakketurer. For eksempel tilbyr Fjord Tours' konkurrent Norway Active en pakketur bestående av:

- Tog fra Bergen til Myrdal
- Flåmsbanen til Berekvam Stasjon
- Sykling fra Berekvam til Flåm
- Fjordsafari i Nærøyfjorden
- Buss Gudvangen til Voss.

¹⁴ <https://www.norwaynutshell.com/northern-lights-norway-in-a-nutshell/>

¹⁵ Ref. bl.a. EU kommisjonens vedtak M.8862 – GBT/HRG para 46:

"In its prior decisional practice, the Commission has generally considered that the market for travel agency services is national in scope, but has mainly reached that conclusion in respect of leisure travel agency services."

- Tog til Bergen

I Norway Actives utvidede pakker inngår blant annet rafting og vindtunnelen på Voss.¹⁶

Det vil være opp til hver enkelt reiselivsselskap å bestemme hvilke destinasjoner og innhold man ønsker å fylle pakkaturene med. For reiselivsselskapene handler konkurransen om å tilby helhetlige og attraktive opplevelsprodukt for turistene. Etter partenes syn tilsier dette at markedene for transporttjenester og opplevelser som inngår i pakkaturer må defineres vidt.

Som tidligere nevnt leverer partene ulike transporttjenester som kan inngå i reiselivspakker. For reiselivsselskapene vil en busstur til en destinasjon for eksempel kunne utgjøre et substitutt til en togtur til samme destinasjon. Reiser til ulike destinasjoner vil også utgjøre substitutter ettersom sluttkundene innenfor opplevelsessegmentet i stor grad vil vurdere pakker til ulike destinasjoner opp mot hverandre, basert på en helhetsvurdering av innhold. Dette betyr i prinsippet at en flytur til Lofoten kombinert med buss, kan utgjøre et substitutt til en kombinasjon av tog, buss og ferge til en destinasjon på Vestlandet.

På samme måte vil ulike opplevelser på destinasjonene være substitutter; en fjordsafari med guide vil utgjøre et substitutt til et fjordcruise, rafting, kajakkstur, eller en sykkelstur.

I konkurranseanalysen, og for denne Transaksjonen, mener partene det er hensiktsmessig å ta utgangspunkt i følgende potensielle produktmarkeder for salg av ulike transporttjenester til pakketursselskaper som fokuserer på destinasjoner i Norge, herunder:

- Togtransport
- Ekspressbuss
- Ferge- og hurtigbåt
- Kystcruise

Hva gjelder opplevelser, typisk aktiviteter som tilbys på ulike destinasjoner er dette som nevnt et mangfoldig og uoversiktlig marked. Enkelte typer aktiviteter som fjordcruise og Flåmsbana forutsetter tilgang til relativt kostbar eller unik infrastruktur, men generelt kan det sies at etableringsbarrierene for å tilby opplevelser er lave. Partenes tilstedeværelse innenfor opplevelser som inngår i pakkaturer er dessuten svært lave. De vertikale relasjonene mellom Fjord Tours og The Fjords, samt forholdet mellom Fjord Tours og Flåm Utvikling (Flåmsbana) analyseres etter partenes mest naturlig i markedene for distribusjon av reiselivsopplevelser, jf. kapittel 6.5 nedenfor, fordi turer med Flåmsbana og fjord cruise i relasjon til pakkaturer kan substitueres med en rekke alternative opplevelser som blant annet RIB-safari eller sykkelsturer. Som nevnt tidligere handler konkurransen mellom reiselivsselskapene å sette sammen helhetlige reiselivsprodukter bestående av både transport og naturbaserte opplevelser som leveres av tredjeparter.

For øvrig påpekes det at det er Flåm AS som er distributører av billetter til Flåmsbana og The Fjords' fjord cruise til reiselivsselskaper. NSB og Fjord1 har ingen direkte påvirkningskraft med tanke på hvilke priser som settes i markedet og hvilke aktører som får tilgang til disse turene. Illustrerende i så måte er at Flåm AS i dag selger billetter til Flåmsbana til konkurrenter av Fjord Tours, selv om NSB har en eierandel på 43 prosent i Fjord Tours. Etter gjennomføringen av Transaksjonen, vil NSBs

¹⁶ <http://www.norwayactive.no/>

(indirekte) eierandel i selskapet synke til 37 prosent. I den grad Konkurransetilsynet skulle være av den oppfatning at NSB har mulighet til å styre Flåm Utviklings markedsatferd med det formål å begrense konkurrenter av Fjord Tours tilgang til Flåmsbana, vil NSBs insentiver til å stenge konkurrenter ute reduseres som følge av Transaksjonen ettersom NSBs eiersats i Fjord Tours reduseres, og dermed også den potensielle gevinsten ved å drive slik utestenging.

6.4.2 Geografisk marked

6.4.2.1 Innledning

Persontransport som inngår i pakketurer tilbudt av aktører som Fjord Tours er punkt-til-punkt transport. Pakketurene er satt sammen av ulike transportmidler og buss og tog benyttes i dag kun på helt korte strekninger, for eksempel strekningene Bergen-Myrdal, Myrdal-Flåm og Gudvangen-Voss. Når NSB Fjord1 Reiseliv skal satse på pakketurer over hele Norge, gir dermed Transaksjonen grunnlag for flere hundre potensielle markeder, spesielt innenfor busstransport, hvor Nettbuss er tilstede over store deler av Sør-Norge.

Ettersom ulike transporttilbud til ulike destinasjoner kan inngå i pakker som konkurrerer mot hverandre, mener partene prinsipalt at den mest hensiktsmessige markedsavgrensningen i den foreliggende foretakssammenslutning er persontransport i Norge. Det er vanskelig å estimere det totale omfanget av dette markedet, men det vil i et nasjonalt perspektiv uansett være en rekke substitutter til partenes transporttilbud som kan inngå i ulike opplevelsesreiser.

Innenfor de ulike transportmidler hvor partene er aktive, vil det likevel i det følgende gis en nærmere beskrivelse basert på partenes infrastruktur og geografiske tilstedeværelse. For å gi et best mulig grunnlag for konkurransetilsynets vurdering, har partene i konkurranseanalysen valgt å gi informasjon om de vertikale forbundene markedene tilsvarende den informasjon som normalt gis for vertikalt berørte markeder.

Fordi det er usikkert i hvilke områder og hvilke type turer NSB Fjord1 Reiseliv vil lansere i markedet, herunder hvorvidt det er aktuelt å benytte Nettbuss Ekspresbusstilbud, vil det i konkurranseanalysen i kapittel 7 også fokuseres på de enkelte reisestrekningene som inngår Fjord Tours pakker i dag. Partene anser det imidlertid ikke for å være hensiktsmessig å analysere samtlige strekninger som potensielt kan inngå i produkter NSB Fjord1 Reiseliv kan tenkes å lansere i fremtiden.

6.4.2.2 Tog

I relasjon til innkjøpsmarkedet for togbilletter som inngår i rundreiser reiselivsselskaper tilbyr, vil ikke de ulike banene NSB opererer utgjøre direkte substitutter til hverandre, hvilket tilsier at hver enkelt bane utgjør separate geografiske markeder.

Ettersom NSB per i dag, med unntak av tilbringertjenesten til Oslo Lufthavn, har enerett til nasjonal togtransport er det imidlertid ikke nødvendig å ta stilling til den geografiske utrekningen av togmarkedene. Konkurransesituasjonen er den samme i samtlige markeder NSB opererer i, gitt at togtransport anses som et separat produktmarked.

Som tidligere nevnt skal persontransporttjenester på jernbane over tid konkurranseutsettes. Den første trafikpakken er tildelt Go-Ahead og omfatter Sørlandsbanen, Arendalsbanen og Jærbanen, med oppstart desember 2019.

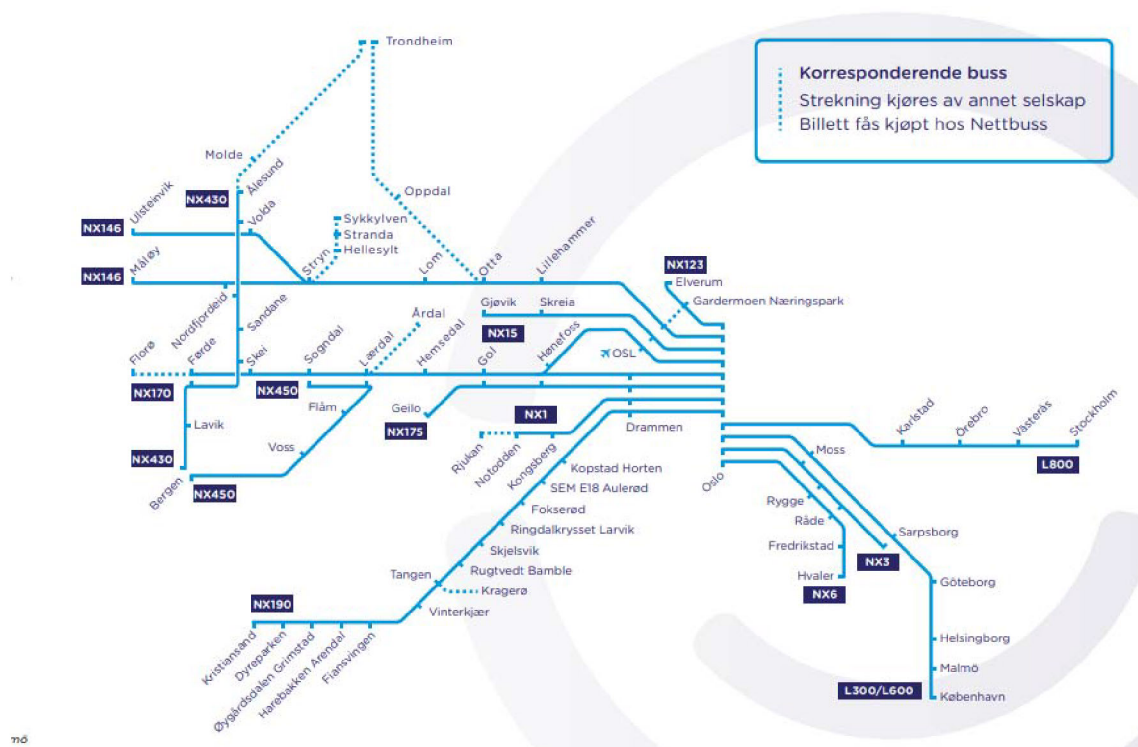
Det gjentas for ordens skyld at NSB ikke står for salg og distribusjon av billetter til Flåmsbanen til reiselivsselskaper, slik at denne strekningen ikke vil stå i et vertikalt forhold til Fjord Tours' pakketurvvirksomhet.¹⁷

6.4.2.3 Ekspressbuss

Som tidligere nevnt er det kun ekspressbusstilbudet til Nettbuss som inngår i Fjord Tours reiselivsprodukter. Nettbuss' lokalbussvirksomhet styres kommersielt av fylkeskommunene og Nettbuss har ingen innflytelse over hvilke priser som settes i markedet og øvrige kommersielle forhold.

Nettbuss ekspressbussenes brukes i liten grad i de produkter Fjord Tours tilbyr i markedet, og inngår i dag kun i "Norge i et notteskall" på strekningen Voss til Gudvangen. Som nevnt ovenfor anser ikke partene det som hensiktsmessig å analysere samtlige strekninger som potensielt kan inngå i produkter NSB Fjord1 Reiseliv kan tenkes å lansere i fremtiden. I konkurranseanalysen vil partene derfor fokusere på konkurransen på strekningen Voss-Gudvangen. Nettbuss møter for øvrig konkurranse fra aktører som Norway Buss-Ekspress og lokale rutebilselskaper i samtlige områder Nettbuss opererer i, slik at det uansett ikke vil oppstå risiko for utestengende virkninger. I tillegg vil fylkeskommunenes rutebussenes kunne benyttes lokalt hvor dette er hensiktsmessig.

¹⁷ NSB selger billetter til Flåmsbana til privatpersoner gjennom nsb.no og NSB-appen.

Figur 2: Nettbuss Ekspress rutekart

6.4.2.4 Ferge- og hurtigbåt

Fjord1 konkurrerer om å betjene ferge og hurtigbåtsamband i Norge. Fjord1s tilbud av ferge og hurtigbåt til reisende reflekterer som nevnt hvilke samband selskapet betjener etter å ha vunnet anbudskonkurranser utlyst av fylkeskommunene. Fjord1 har etter offentlig anbudskonkurranse monopol på betjening av det enkelte fergesamband, som kan inngå i et marked for alternative transporttjenester til bestemte destinasjoner.

For den aktuelle foretakssammenslutningen er imidlertid den relevante vurderingstema som sagt at sambandene utgjør en transporttjeneste som kan inngå i ulike pakkereiseopplevelser i Norge, hvor alternative destinasjoner også vil være relevante.

6.4.2.5 Kystruten

Fjord Tours benytter Hurtigruten på sine "Norge i et nøtteskall"-turer på strekningene Trondheim-Bergen og Ålesund-Bergen. Fra januar 2021 vil Havila Kystruten drifte 4 av totalt 11 ruter på kystruten. Da konkurransesituasjonen er den samme på begge disse strekningene, er det i konkurranseanalysen ikke nødvendig å skille mellom de to.

6.5 Distribusjonsmarkedet for turistaktiviteter

I tillegg til pakketurvirsomheten, opererer Fjord Tours som distributør av turistaktiviteter. Gjennom www.fjordtours.no tilbyr Fjord Tours mer enn 130 ulike aktiviteter over hele Norge. Fjord Tours konkurrerer med aktører som Visit Bergen, Visit Flåm, Fjord-Norge, Go Fjords mv. Disse selskapene er nærmere beskrevet i kapittel 6.3.1 ovenfor.

Som tidligere nevnt distribuerer Fjord Tours blant annet fjordcruise på Geirangerfjorden på vegne av Geiranger Fjordservice, samt billetter til Flåmsbana. Da aktørene som er aktive innen distribusjon av turistaktiviteter distribuerer en rekke produkter, er det etter partenes syn ikke naturlig å segmentere markedet for salg av billetter til distribusjonsselskaper ut i fra enkeltprodukter. Ingen distributør vil være avhengig av å ha turer med Flåmsbana eller fjordcruise i sitt sortiment for å kunne konkurrere i distribusjonsmarkedet. For eksempel selger Fjord Tours Rib-Safari i Flåm fremfor fjord-cruise tilbudt av The Fjords.

I tillegg til å booke gjennom reiselivsselskaper, kan turister enkelt bestille turer direkte hos leverandøren av tjenester via nettsider som www.visitnorway.no. Etter partenes syn tilsier sistnevnte at direktdistribusjon er i sterk konkurranse med distribusjon gjennom tredjepartsdistributører og at direktdistribusjon må inkluderes i markedet. Nettsider som www.fjordnorway.com og www.visitnorway.no, www.tripadvisor.com, www.visitbergen.com mv. er direkte substituerbare med Fjord Tours nettsider sett fra forbrukernes ståsted. At det ikke er mulig å booke direkte via disse nettsidene, men at kunder blir rerutet til tjenesteyters nettside for booking, endrer ikke på dette utgangspunktet.

De fleste aktører som opererer i markedet tilbyr en rekke opplevelser og aktiviteter og det er etter partenes syn ikke naturlig å segmentere markedet ytterligere etter hvilken type opplevelser den enkelte distributør selger i markedet.

Ettersom det meste av salget skjer gjennom internett og man ikke er avhengig av lokal tilstedeværelse for å operere i markedet, er markedet er partenes syn nasjonalt i utstrekning.

For ordens skyld nevnes det at Fjord Tours også selger fjord safari med RIB-båter i Geiranger, Flåm og i Lysefjorden. Grunnet betydelige prisforskjeller er partene av den oppfatning av RIB-båter ikke er i direkte konkurranse med fjord cruise hva gjelder direktesalg til sluttbrukerne. I den utstrekning Konkurransetilsynet skulle være av en annen oppfatning, opplyses det om at det er et betydelig antall tilbydere av fjord cruise og RIB-safari på samtlige av disse fjordene, slik at konkurransen uansett ikke vil bli begrenset.

7 KONKURRANSEANALYSE

7.1 Innledning

Som allerede påpekt flere ganger i denne meldingen, har ikke de involverte foretak overlappende virksomhet av relevans i noe marked og transaksjonen gir kun opphav til vertikalt forbundne markeder.

Hovedbekymringen ved vertikale foretakssammenslutninger er utestengelse av konkurrenters tilgang til innsatsfaktorer ("input-utestengelse") eller markeder ("kundeutestengelse").¹⁸ Ettersom de involverte foretakene ikke har overlappende virksomhet, er koordinerte virkninger ikke sannsynlig.

Markedene de involverte foretakene opererer i er segmenterte og det finnes etter partenes kunnskap ikke tilgjengelige markedsdata som gjør det mulig å beregne markedsandeler med noen grad av presisjon. Partene mener imidlertid at de klart ikke har over 30 prosent markedsandel i det aktuelle markedet hvor Fjord Tours operer og at det dermed heller ikke foreligger vertikalt berørte markeder i medhold av konkurranseloven § 18a. For å gi et best mulig grunnlag for konkurransetilsynets vurdering, vil partene likevel i konkurranseanalysen i kapittel 7 gi informasjon om relevante vertikale forbindelser som i praksis samsvarer med den informasjon som normalt oppgis for vertikalt berørte markeder.

7.2 Markedene knyttet til transporttjenester for pakketurer

7.2.1 Input-utestengelse

7.2.1.1 Utgangspunkt

Input-utestengelse kan oppstå dersom det fusjonerte selskapet, her; henholdsvis NSB og Fjord1 hver for seg, har tilstrekkelig markedsrett oppstrøms til å kunne velge å ikke tilby produktene/tjeneste til konkurrenter nedstrøms, eventuelt til en høyere pris. Dette kan ha som konsekvens at konkurransen nedstrøms begrenses og det er mulig å ta en høyere pris til kundene i nedstrømsmarkedet.

Selv om det fusjonerte selskapet skulle ha muligheter til å utestenge, er det imidlertid ikke gitt at det har tilstrekkelige økonomiske insentiver til å gjøre det. Hvorvidt det er lønnsomt eller ikke å utestenge vil være avhengig av en "trade off" mellom tapt salg oppstrøms og mulighetene til å gjenvinne dette ved en høyere pris nedstrøms.

I det følgende vil vi belyse hvorfor det ikke vil oppstå risiko for input-utestengelse i tilknytning til de oppstrøms transporttjenestene hvor partene er aktive. Generelt kan det pekes på at partenes mulighet til utestengelse er høyst begrenset fordi partene i all hovedsak betjener transporttjenester på vegne av det offentlige. Videre medfører partenes deleierskap i Fjord Tours og NSB Fjord1 Reiseliv at partene har begrensede incentiver til å gjennomføre en teoretisk utestengelse av de felleseide selskaperes konkurrenter fra sin heleide virksomhet.

7.2.1.2 Tog

Som tidligere nevnt har NSB med unntak av tilbringertjenesten til OSL inntil videre monopol på de nasjonale strekningene selskapet trafikkerer i dag.

NSB kan for de togproduktene som er omfattet av Trafikkavtalen med staten for perioden 2019-2022, fastsette takstene på togbilletter innfor de rammene som følger av Trafikkavtalen. Reguleringen av takstene skal ikke overstige prognose for KPI-JAE avtaleåret i rapport per juni foregående år, hentet fra nettsiden <http://www.ssb.no/kt/arkiv/>, + 1 prosentpoeng i gjennomsnitt. Unntaksvis kan taksten for

¹⁸ Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings (Kommisjonens retningslinjer for ikke-horisontale fusjoner), avsnitt 29.

enkelte relasjoner økes med noe mer enn gjennomsnittet. Taksten for en enkelt relasjon kan uansett ikke økes årlig med mer enn 6 prosentpoeng utover gjennomsnittlig økning.

NSB har etter Trafikkavtalen med staten for perioden 2019-2022, en plikt til å gi det statlige billetteringsselskapet Entur AS mulighet til å distribuere samtlige togbilletter, inkludert tilleggsprodukter som er omfattet av Trafikkavtalen. Entur har til enhver tid tilgang til hele NSBs varelager av billetter og har en ubetinget rett til å selge disse billettene til privatpersoner og til reiselivsselskaper. Fjord Tours kjøper for øvrig sine togbilletter gjennom Proff, som er billettsystemet til Entur og ikke gjennom NSB. At billetter til reiselivsselskaper også selges gjennom Entur, medfører at NSB ikke har mulighet til å nekte konkurrenter av Fjord Tours tilgang til NSB-billetter.

Reiselivsselskaper som ønsker å reservere plasser mer enn 90 dager på forhånd, må reservere plassene hos NSB. Slik sett kan det tenkes at NSB har en teoretisk mulighet til å vanskeliggjøre reiselivsselskapenes tilgang til NSB-avganger ved å nekte å reservere plasser for konkurrenter av Fjord Tours. Denne muligheten er imidlertid kun teoretisk og det er sannsynlig at Entur og Samferdselsdepartementet vil endre systemet for forhåndsreservasjoner, dersom NSB skulle forsøke forfordle egen reiselivsvirksomhet. Bakgrunnen for etableringen av Entur var nettopp at billettsalg, herunder hvem som får kjøpe togbilletter, skulle styres av en uavhengig tredjepart og ikke være avhengig av togoperatørens kommersielle interesser på den aktuelle togstrekningen.

Uavhengig av kravene i Trafikkavtalen 2019-2022 og det faktum at Entur også distribuerer billetter, vil NSB uansett ikke ha insentiver til å nekte andre aktører tilgang på billetter eller på annen måte vanskeliggjøre konkurrenter av Fjord Tours virksomhet i nedstrømsmarkedet. NSB trafikkerer strekningene som inngår i Fjord Tours produkter flere ganger daglig. Marginalkostnaden for NSB til å selge ytterligere billetter til kunder er tilnærmet null (NSB har nærmest utelukkende faste kostnader), hvilket medfører at NSB har insentiver til å fylle togene på hver eneste strekning. Ettersom NSB, etter gjennomføringen av transaksjonen kun vil (indirekte) eie 37 prosent av Fjord Tours, vil også en eventuell omsetningsøkning for Fjord Tours i liten grad komme NSB til gode og vil ikke kunne oppveie for tapet NSB lider ved å ikke få solgt togbilletter til konkurrenter av Fjord Tours.

Snarere enn å styrke NSBs insentiver til å stenge konkurrenter ute, vil NSBs insentiver til slik markedsatferd svekkes av transaksjonen. NSB eier i dag 43 prosent av Fjord Tours, mens selskapet vil indirekte eie 37 prosent av selskapet etter foretakssammenslutningen. NSB vil følgelig få en mindre andel av et eventuelt mersalg i Fjord Tours enn selskapet får i dag. Vurderingen av hvorvidt det er sannsynlig med input-utestengelse avhenger som tidligere nevnt av hvorvidt tapt salgs oppstrøms som kan gjenvinnes gjennom en høyere pris nedstrøms. Som allerede påpekt ovenfor gir NSB i dag tilgang til Fjord Tours konkurrenter blant annet på Bergensbanen.

Konkurrenter av Fjord Tours er heller ikke avhengig av å benytte NSBs rutetilbud, hvilket gjør konsekvensene av en eventuell strategi om å stenge konkurrenter ute svært usikker. Aktørene i nedstrømsmarkedet er differensierte og togturene som inngår i Fjord Tours' produkter i dag utgjør kun en del av produktet som tilbys. Graden av differensiering, prisforskjeller mellom de ulike pakkene som tilbys i markedet, samt muligheten for å benytte alternative transportmetoder, gjør det lite sannsynlig at NSB gjennom forretningsnektelser vil kunne påvirke konkurransen i nedstrømsmarkedet.

For øvrig understrekes det at NSBs ruter i svært begrenset grad benyttes av Fjord Tours konkurrenter i dag, hvilket underbygger at tilgang til NSBs transportvirksomhet uansett ikke er nødvendig for å operere i markedet for pakketurer.

Det påpekes for øvrig at det ikke er sannsynlighetsovervekt for at NSB vil operere samtlige av de togrutene de opererer i dag lenger enn til utløpet av 2020. Etter gjennomføringen av tog-reformen hvor eierskap til togmateriell ble overført til Norske tog AS er etableringshindringene for utenlandske togselskaper mer eller mindre eliminert og NSB vil ikke ha noen konkurransefordel inn mot konkurransen og de ulike trafikkpakkene i 2019.¹⁹ Utenlandske togselskaper har allerede de nødvendige ressurser og den nødvendige knowhow for å konkurrere med NSB i anbudskonkurranser i Norge. En rekke land i Europa har allerede konkurranseutsatt togtransportmarkedene og aktører som Deutsche Bahn, Arriva, Go-Ahead har betydelig erfaring med å delta i slike anbudskonkurranser. NSB tapte som kjent konkurransen om Sørlandsbanen i konkurranse med det britiske togselskapet Go-Ahead.

Etter dette legges det til grunn at det ikke er sannsynlig at konkurrenter av Fjord Tours vil stenges ute av nedstrømsmarkedet som følge av den vertikale bindingen mellom NSB og Fjord Tours.

7.2.1.3 Buss

I ekspressbussmarkedene har ikke Nettbuss en tilstrekkelig grad av markedsrett til å ha mulighet til å stenge konkurrenter ute fra markedet nedstrøms, da selskapet møter sterk konkurranse fra aktører som Nor-way Bussekspress og Lavprisekspressen i markedene Nettbuss opererer i. På strekningen Gudvangen-Voss, som er den eneste strekningen hvor Nettbuss' ekspressbusser inngår som en del av reisen, møter Nettbuss konkurranse både fra Nor-way Bussekspress og fra Tide. I den grad Nettbuss skulle nekte å kontrahere med nedstrømsaktørene eller forsøke å øke prisene, vil konkurrenter av Fjord Tours dermed kunne benytte andre leverandører.

For det tilfelle at Konkurransetilsynet skulle mene at Nettbuss vil være i en posisjon til å stenge konkurrenter i nedstrømsmarkedet ute, vil Nettbuss imidlertid, og av samme grunner som NSB, ikke ha insentiver til å nekte å levere til konkurrenter av Fjord Tours. Det vises i denne sammenheng til beskrivelsen av NSBs manglende insentiver til å drive utestenging i kapittel 7.2.1.2

Etter dette legges det til grunn at det ikke er sannsynlig at konkurrenter av Fjord Tours vil stenges ute av nedstrømsmarkedet som følge av den vertikale bindingen mellom Nettbuss og Fjord Tours.

For ordens skyld påpekes det at det er lite sannsynlig med nyetablering i ekspressbussmarkedene de kommende årene. Markedet er et marked preget av liten vekst og eventuelle nye aktører som ønsker innpass i markedet vil møtes av veletablerte aktører med velkjente navn og høy grad av kundetilfredshet. Videre må eventuelle nye aktører ta over ruter til de eksisterende aktørene, grunnet manglende kundegrunnlag for helt nye ruter. Konkurransen mellom de eksisterende ekspressbusselskapene er imidlertid god og konkurrenter av NSB Fjord1 Reiseliv/Fjord Tours vil også kunne benytte fylkeskommunenes rutebusstilbud i pakketurer. I tillegg vil også turbusser i mange tilfeller utgjøre et aktuelt substitutt.

¹⁹ <https://www.regjeringen.no/no/dep/sd/org/tilknyttede-virksomheter/norske-tog-as/id2550760/>

7.2.1.4 Ferge- og hurtigbåt

Båttransport inngår som nevnt i det brede tilfanget av ulike transporttjenester som kan inngå i pakkereiseopplevelser i Norge. Fjord1s tilbud av ferge og hurtigbåt til reisende reflekterer som nevnt hvilke samband selskapet betjener etter å ha vunnet anbudskonkurranser utlyst av fylkeskommunene og Statens Vegvesen. Konkurransen på dette anbudsmarkedet er grundig vurdert av Konkurransetilsynet og påvirkes ikke av foreliggende transaksjon.

Som påpekt styres tilbudene til de reisende av det offentlige, som gjennom takstregulativet også bestemmer billettpris. Dagens portefølje av fergekontrakter består av en blanding av såkalte netto- og bruttokontrakter, hvor henholdsvis operatør og oppdragsgiver har risiko for antall solgte billetter. Alle nye kontrakter er imidlertid brutto-kontrakter, hvor billettinntektene i sin helhet tilfaller oppdragsgiver. Fjord1 har dermed ikke mulighet til å diskriminere mellom reisende. Per i dag har Fjord1 et økonomisk incentiv til å trekke reisende for å selge flest mulig billetter, hvilket også understøtter satsingen på reiseliv i tilknytning til sambandene selskapet driver.

Hva gjelder vertikal relasjoner til pakkereiser, følger det av Fjord1s svært begrensede mulighet til faktisk å påvirke tilbudet, at Transaksjonen ikke vil ha noen negative virkninger i dette nedstrømsmarkedet. Videre kommer at Fjord1 under gjeldene kontrakter har et incentiv til å selge billetter på sine fartøy, uavhengig av hvilke øvrige reislivsopplevelser passasjerene eventuelt benytter. Marginalkostnaden for Fjord1 til å selge ytterligere billetter til kunder er tilnærmet null, hvilket medfører at Fjord1 har insentiver til å fylle fergene på hver eneste strekning. Det vises i denne sammenheng til beskrivelsen av NSBs manglende insentiver til å drive utestenging i kapittel 7.2.1.2 Konkurransetilsynet har vurdert etableringsbarrierer i oppstrøms markedet for ferger i V2016-5 *Sogn og Fjordane fylkeskommune – Torghatten*. For foreliggende foretakssammenslutning er imidlertid det sentrale at ferge og rutebåter ikke utgjør en sentral innsatsfaktor for å operere i nedstrømsmarkedet for salg av pakketurer.

Oppsummeringsvis er Fjord1s posisjon som tilbyder av sjø-transporttjenester med ferge og hurtigbåt en motivasjon for Transaksjonen, men selskapets posisjon i disse oppstrømsmarkedene er kun egnet til å bringe ny kapasitet til reiselivsmarkedet i form av et økt tilbud av transportalternativer.

7.2.1.5 Kystruten

Som innhold i pakkereise for opplevelsesturer i Norge, utgjør Kystruten også et transportelement, men med betydelig større innslag av opplevelsesverdi enn partenes transporttjenester omtalt ovenfor.

I likhet med Nettbuss' ekspressbusstilbud, vil ikke Havila Kystruten ha tilstrekkelig markedsrett oppstrøms til å kunne påvirke konkurransen i nedstrømsmarkedet negativt, ved å eksempelvis nekte tilgang til selskapets avganger.

For det første utgjør ikke kystruten en sentral innsatsfaktor for å operere i nedstrømsmarkedet for salg av pakketurer. I områdene Fjord Tours tilbyr turer i dag, er Fjord Tours eneste aktør som kombinerer selskapets rundreiser med et cruise på Hurtigruten. Tilgang til Hurtigruten er dermed ikke en sentral innsatsfaktor for å tilby konkurransedyktige pakketurer til turister.

Videre vil ikke Havila Kystruten ha mulighet til å påvirke konkurransen i nedstrømsmarkedet ved å nekte å levere til konkurrenter av Fjord Tours, da Fjord Tours konkurrenter vil kunne benytte Hurtigruten i stedet.

Selv for tilfelle at Konkurransetilsynet skulle være av den oppfatning at Havila Kystruten skulle være i en posisjon til å kunne påvirke konkurransen nedstrøms gjennom en forretningsnektelse, vil ikke selskapet ha incentiver til å nekte slik tilgang da Havilas indirekte eierposisjon i Fjord Tours er kun 19 prosent²⁰. Tap i omsetning på Havila Kystrutens avganger, vil dermed ikke kunne kompenseres av eventuelt økt omsetning i Fjord Tours.

Det opplyses for ordens skyld om at kontraktene Havila Kystruten og Hurtigruten er blitt tildelt vil løpe fra 2021 til 2030, slik at det er lite sannsynlig at nyetablering vil skje i denne perioden. Aktører som seiler kystruten er helt avhengig av statlige tilskudd for å kunne oppnå lønnsomhet i driften.

Etter dette legges det til grunn at det ikke er sannsynlig at konkurrenter av Fjord Tours vil stenges ute av nedstrømsmarkedet som følge av den vertikale bindingen mellom Havila Kystruten og Fjord Tours.

7.2.2 Kundeutestengning

Kundeutestengelse vil kunne oppstå dersom partene etter gjennomføringen av Transaksjonen kun velger å gjøre sine innkjøp fra egen oppstrømsvirksomhet. Andre ikke-vertikalt integrerte aktører kan på denne måten miste en viktig kunde. For de enkelte transporttjenestene partene tilbyr er dette ikke en reell problemstilling:

- For togtransport er ikke kundeutestengelse relevant, da det kun er én operatør på hver jernbanestrekning i Norge. I den grad Fjord Tours ønsker å tilby togtransport i sine reiser, finnes det kun en tilbyder Fjord Tours kan kjøpe billetter fra.
- Hva gjelder busstransport vil heller ikke slik utestengelse være mulig, da pakketurister utgjør en svært begrenset del av kundegrunnlaget til rutegående busstrafikk. Fjord Tours benytter i dag utelukkende Nettbuss på sine turer, hvilket underbygger at konkurransen i bussmarkene ikke vil påvirkes negativt som følge av Transaksjonen. På samme måte som for input-utestengelse vil heller ikke partenes incentiver til å drive kundeutestenging endres som følge av Transaksjonen.
- Når det gjelder Havila Kystrutens tilbud, vil heller ikke kundeutestengelse være mulig. Havila og Hurtigruten har monopol på de dager den enkelte aktør har fått tildelt fra Samferdselsdepartementet. Fjord Tours vil dermed ikke ha noe annet valg enn å kjøpe fra begge aktører.
- Hva gjelder ferge- og hurtigbåt vil Fjord1s tilbud være begrenset til de samband selskapet betjener og hvor selskapet vil ha monopol. Noen utestengelse av andre leverandører på disse strekningene er dermed heller ikke aktuelt.

²⁰ Havila eier 51,5 prosent i Fjord1. Fjord1 eier 50 prosent i NSB Fjord1 Reiseliv, som igjen eier 74 prosent av Fjord Tours.

Uavhengig av situasjonen innenfor de enkelte transporttilbud, kan NSB Fjord1 Reiseliv velge å prioritere nettopp de strekninger og transportmidler som eierne tilbyr. Satt på spissen kan man for eksempel si at en togreise med NSB til en destinasjon på Vestlandet prioriteres istedenfor en flytur med en tredjepart. Dette er en funksjon av at partenes felles satsing nettopp er ment å støtte opp om deres kjernevirksomhet.

Dette er imidlertid ikke noen konkurransemessig problemstilling da Fjord Tours fra et markedsperspektiv er en ubetydelig salgskanal for transporttjenester generelt og på markedet for opplevelsesturer. Som tidligere nevnt er markedet for pakketurer variert og uoversiktlig. I henhold til tall fra SSB utgjorde samlet turistkonsum i Norge i 2016 109 milliarder kroner, hvorav reisebyrå- og reisearrangørtjenester utgjorde 18,5 milliarder kroner.²¹ Mens pakkereiser utgjør den største delen av konsumet for utenlandske turister, er overnatting Skandinaviens største utgiftspost. Reisebyrå- og reisearrangørtjenester vil omfatte både pakkereiser og enkeltprodukter og det finnes etter det partene kjenner til ikke statistikk som konkret behandler pakkereiser. Pakkereiser er videre et diversifisert marked, slik at det uansett vil være vanskelig å trekke klare grenser mellom turistopplevelser og pakkereiser. Basert på at Fjord Tours hadde en omsetning i 2017 på kun 72 millioner kroner synes det imidlertid være klart at Fjord Tours har en svært lav markedsandel i dette markedet og sannsynligvis under 1 prosent.

For øvrig utgjorde transporttjenester solgt til turister totalt 37 milliarder kroner, inklusive fly,²² Fjord Tours er derfor på ingen måte noen viktig salgskanal for transportselskaper som opererer i Norge.

Partene har for øvrig heller ingen strategi om å utelukke alternative transporttilbud.

7.3 Markedene for distribusjon av turistaktiviteter

7.3.1 Innledning

Som tidligere nevnt står The Fjords fjordcruisevirksomhet i et vertikalt forhold til Fjord Tours virksomhet som distributør av opplevelser/aktiviteter til turister i Norge gjennom at Fjord Tours distribuerer fjordcruise og Rib-safari tilbudt av konkurrenter av The Fjords. I tillegg inngår fjordcruise tilbudt av The Fjords og Flåmsbana tilbudt av Flåm Utvikling i Fjord Tours pakketurer.

7.3.2 Input-utestenging

Fordi distribusjon av billetter til The Fjords' og Flåmsbanas turer hovedsakelig distribueres gjennom Flåm AS (www.visitflam.com), vil verken Fjord1 eller NSB være i en posisjon til å kunne nekte konkurrenter av Fjord Tours tilgang til The Fjords og Flåmsbana. Flåm AS har felleskontroll over Flåm Utvikling og Flåm AS' morselskap, Aurland Ressursutvikling, har felles kontroll over The Fjords. Grunnet avtalene som ligger til grunn for drift i Flåm Utvikling og The Fjords, samt at partene ikke har en tilstrekkelig grad av kontroll over nevnte selskapene til å kunne tvinge gjennom at salg skal skje gjennom NSB og Fjord1, vil NSB og Fjord1 følgelig ikke kunne komme i en posisjon til å kunne nekte konkurrenter av Fjord Tours tilgang til The Fjords og Flåmsbanas turer.

²¹ <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/statistikker/turismesat/aar>, tabell 1

²² <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/statistikker/turismesat/aar>, tabell 1

Videre påpekes det at The Fjords har som nevnt en distribusjonsavtale med Flåm AS, som igjen selger over tredjepartsplattformer, og Flåm Utvikling vil ikke ha insentiver til å kun benytte én distribusjonskanal for distribusjon av selskapenes produkter. Som tidligere nevnt benytter Flåm AS og Flåm Utvikling i dag en rekke distributører for å nå ut til så mange turister som mulig.

Sist, men ikke minst, er konkurransen innen tilbud av fjordcruise i fjordene The Fjords opererer i god, hvilket vil gjøre det umulig for The Fjords å påvirke konkurransen i distribusjonsmarkedet negativt ved å nekte å gi tilgang. I Geiranger, som er den eneste fjorden hvor Fjord Tours tilbyr fjordcruise, moter The Fjords blant annet konkurranse fra Geiranger Fjord Service og Hurtigruten vil også utgjøre et aktuelt substitutt for en rekke kunder. I tillegg utgjør fjordcruise en svært begrenset andel av produktene distributører distribuerer. Fjordcruise er kun 1 av over 130 produkter Fjord Tours selger.

Partene har som tidligere nevnt ikke tilgang til markedsdata som gjør det mulig å beregne markedsandeler presist. Basert på at salg av billetter til Flåmsbanen og til The Fjords kun utgjør om lag 30 prosent av Fjord Tours omsetning og Fjord Tours omsetter over 130 ulike produkter, samt at det omsettes reisebyrå- og reisearrangørtjenester for over 18 milliarder kroner, synes det imidlertid klart at The Fjords og Flåmsbanen har markedsandeler på langt under 1 prosent i det nasjonale markedet for turistopplevelser. Det totale turistmarkedet i Norge er på over 100 milliarder kroner og Fjord Tours er i denne sammenheng en veldig liten aktør.

7.3.3 *Kundeutestenging*

Som allerede nevnt utgjør fjordcruise og billetter til Flåmsbanen en svært begrenset andel av produkter distributører av turistopplevelser selger. Det vil følgelig ikke være mulig for Fjord Tours å påvirke konkurransen blant tilbyderne av slike turistopplevelser ved å kun kjøpe tjenester fra The Fjords og Flåm Utvikling. At Fjord Tours kun distribuerer ett av produktene til The Fjords i dag, underbygger at Fjord Tours ikke er en viktig nok salgskanal til at manglende innpass hos denne aktøren vil medføre at det blir vanskelig for aktører oppstrøms å markedsføre og distribuere produktene til turister.

Det påpekes for øvrig at Fjord Tours er en liten aktør i et stort marked som omfatter aktører som Visit Norway, Visitfjords, Visit Flåm mv. og partene legger derfor til grunn at Fjord Tours har en marginal posisjon i distribusjonsmarkedet og sannsynligvis under 1 prosent. Det finnes et enormt antall slike bookingsider som konkurrerer med Fjord Tours.

Markedet for turistaktiviteter og markedet for distribusjon av slike aktiviteter er følgelig ikke vertikalt berørte markeder.

8 DE INVOLTERE FORETAKENES VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER I VERTIKALT BERØRTE MARKEDER

8.1.1 NSBs 5 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder innen salg av togbilletter til reiselivsselskaper

Rolle	Selskap
Konkurrent	[REDACTED]
Leverandør	[REDACTED]
Kunde	[REDACTED]

8.1.2 Nettbuss' 5 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder innen salg av bussbilletter til reiselivsselskaper strekningen Sogndal – Bergen (Voss-Gudvangen)²³

Rolle	Selskap
Konkurrent ²⁴	[REDACTED]
Leverandør	[REDACTED]
Kunde	[REDACTED]

²³ Billettsalget på denne ruten, inkludert hele strekningen Sogndal – Bergen, er i all hovedsak direktesalg (enten via nettsidene eller direkte på bussen). Det er dermed ikke registrert hvilke kunder dette salget knytter seg til, men Nettbuss anslår at salg direkte til reisebyråer er lite.

²⁴ [REDACTED]

8.1.3 *Fjord Tours 5 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder i markedet for reiselivspakker²⁵*

Rolle	Selskap
Konkurrent	[REDACTED]
Leverandør	[REDACTED]
Kunde	[REDACTED]

8.1.4 *Måløy Reisebyrås 5 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder*

Rolle	Selskap
Konkurrent	[REDACTED]
Leverandør	[REDACTED]
Kunde	[REDACTED]

8.1.5 *Fjord1s 5 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder i fergemarkedet*

²⁵ I tabellen over beskrives største konkurrenter slik konkurrentbildet er i dag. I [REDACTED]

Rolle	Selskap
Konkurrent	[REDACTED]
Leverandører ²⁶	[REDACTED]
Kunde	[REDACTED]

8.1.6 Fjords 5 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder i hurtigbåtmarkedet

Rolle	Selskap
Konkurrent	[REDACTED]
Leverandører	[REDACTED]
Kunde	[REDACTED]

For øvrig gjentas det at Fjord Tours har en helt begrenset distribusjon av billetter til Flåmsbana og av billetter til fjord cruise og RIB-safari. Fjord Tours er imidlertid en liten aktør i distribusjonsmarkedet for turistaktiviteter og Flåmsbana og The Fjords har en ubetydelig markedsandel innen turistaktiviteter. Partene har ikke markedsandeler som overstiger 30 prosent i noen av disse markedene. For ordens skyld opplyses det likevel om selskapenes 3 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder. Etter partenes syn kan ikke Flåmsbana og fjord cruise tilbuds gjennom The Fjords anses for å utgjøre substitutter, slik at The Fjords og Flåmsbana ikke har horisontal overlapp.

²⁶ Største leverandører knyttet til drift. I tillegg kommer nybygg av fartøy hvor særlig [REDACTED] og [REDACTED] er viktige leverandører.

8.1.7 *Fjord Tours 3 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder i distribusjonsmarkedet for turistopplevelser/aktiviteter*

Rolle	Selskap
Konkurrent ²⁷	[Redacted]
Leverandør	[Redacted]
Kunde	[Redacted]

8.1.8 *The Fjords 3 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder innen fjordcruise*

Rolle	Selskap
Konkurrent	[Redacted]
Leverandør	[Redacted]
Kunde	[Redacted]

8.1.9 *Flåmsbanas (driftes av NSB og Flåm Utvikling i fellesskap) 3 viktigste konkurrenter, leverandører og kunder*

Rolle	Selskap
Konkurrent	[Redacted]
Leverandør	[Redacted]
Kunde	[Redacted]

²⁷ Som nevnt i kapittel 6 finnes det en rekke internettsider som konkurrer direkte med Fjord Tours i dette markedet, som for eksempel tripadvisor.com, fjordnorway.com og visitnorway.com.

9 **EFFEKTIVITETSGEVINSTER**

Som påpekt ovenfor vil partene ved gjennomføringen av Transaksjonen realisere sine komplementære resurser i en felles forsterket satsing på opplevelsesreiser i Norge. Partene mener at den felles reiselivssatsingen vil bidra til å øke konkurransen i reiselivsmarkedet i Norge og vil være positivt for utviklingen Norge som reisemål. Ettersom Transaksjonen ikke innebærer noen form for integrering av partenes virksomheter er det partenes vurdering at det er lite sannsynlig at transaksjonen ikke vil gi opphav til samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster, utover at Transaksjonen er positiv i samfunnsøkonomisk forstand som følge av økt konkurranse i reiselivsmarkedet. Partene har derfor ikke kvantifisert relevante effektivitetsgevinster som Konkurransetilsynet skal vurdere opp mot eventuelle konkurransebegrensninger.

10 **ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP**

Årsrapporter for NSB og Fjord1 følger vedlagt som

- Vedlegg 4:** Årsrapport 2017 for NSB
- Vedlegg 5:** Årsrapport 2017 for Fjord1
- Vedlegg 6:** Årsberetning og årsregnskap 2017 for Fjord Tours

11 **OFFENTLIGHET**

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter. Et forslag til offentlig versjon av meldingen følger vedlagt som:

- Vedlegg 7:** Forslag til offentlig versjon av meldingen
- Vedlegg 8:** Begrunnelse for unntak av forretningshemmeligheter

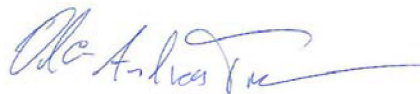
Oslo, 3. mars 2019

WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS



Preben Milde Thorbjørnsen

ADVOKATFIRMAET SELMER AS



Ole-Andreas Torgersen