

Melding om foretakssammenslutning

-

Norli AS

og

Utvalgte Tanumbutikker

25. FEBRUAR 2020

 **RÆDER**

Innhold

1	Innledning.....	4
2	Melder.....	5
2.1	MELDER	5
2.2	KONTAKTPERSON/REPRESENTANT	5
3	Øvrige involverte foretak.....	5
4	Beskrivelse av foretakssammenslutningen	5
4.1	BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN OG HVORDAN DEN KOM I STAND	5
4.2	BESKRIVELSE AV FAKTISKE OG JURIDISKE FORHOLD SOM ER AV BETYDNING FOR MULIGHETEN TIL Å UTØVE AVGJØRENDE OG VARIG INNFLYTELSE (KONTROLL) OVER FORETAKETS VIRKSOMHET	5
4.3	BESKRIVELSE AV DET STRATEGISKE OG ØKONOMISKE RASJONALE BAK FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN.....	5
4.4	AVTALE OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN MED BILAG	6
5	Beskrivelse av de involverte foretak og foretak i samme konsern	6
5.1	BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENES JURIDISKE OG ORGANISATORISKE STRUKTUR, OG DERES VIRKSOMHETSOMRÅDER	6
5.1.1	Norli AS	6
5.1.2	Tanum	7
5.1.3	Målbutikkene.....	7
5.2	OVERSIKT OVER EIERINTERESSER DE INVOLVERTE FORETAKENE HAR UTENFOR KONSERNET, MEN INNENFOR DE VIRKSOMHETSOMRÅDER SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	7
5.3	HVER AV DE INVOLVERTE FORETAKENES OMSETNING I NORGE SISTE REGNSKAPSÅR	7
5.4	BRANSJEORGANISASJONER DE INVOLVERTE FORETAKENE EVENTUELT ER MEDLEM AV	8
6	Generelt om markedene som berøres av foretakssammenslutningen	8
6.1	INNLEDNING OG OVERSIKT OVER BERØRTE MARKEDER.....	8
6.2	OVERSIKT OVER VERDIKJEDEN I BOKMARKEDET	8
6.3	BOKAVTALEN.....	8
6.4	DET RELEVANTE PRODUKTMARKEDET	9
6.4.1	Innledning	9
6.4.2	Avgiftspliktige varer.....	9
6.4.3	Markedsinndeling etter ledd i verdikjeden.....	9
6.4.4	Markedsinndeling etter boktype.....	9
6.4.5	Markedsinndeling etter salgskanaler.....	10
6.5	DET RELEVANTE GEOGRAFISKE MARKEDET	11
6.5.1	Nasjonalt marked og lokale markeder	11
6.5.2	Nærmere om avgrensningen av lokale markeder.....	12
7	Nærmere om de berørte markedene, herunder markedsstruktur og markedsandeler	13
7.1	OVERSIKT OVER DET NORSKE MARKEDET	13
7.2	NÆRMERE OM BOKHANDLERMARKEDET I OSLO SENTRUM.....	14
7.2.1	Oversikt over markedet	14
7.2.2	Beregning av markedsandeler	15
7.2.3	Transaksjonen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i Oslo sentrum	16

7.2.4	Nærmere om de lokale konkurranseforholdene for hver av Butikkene	16
7.3	NÆRMERE OM BUTIKKEN PÅ CC VEST.....	18
7.4	OPPSUMMERING	18
8	Salgskanaler, samarbeidsavtaler, tilbuds- og etterspørselsstruktur i markedet mv.	18
8.1	AKTØRENES SAMLEDE OMSETNING	18
8.2	DE VANLIGSTE SALGSKANALENE I DE BERØRTE MARKEDENE	18
8.3	DE VIKTIGSTE SAMARBEIDSAVTALENE I DE BERØRTE MARKEDENE.....	18
8.4	ETTERSPØRSELSSTRUKTUREN I DE BERØRTE MARKEDENE	18
8.5	BETYDNINGEN AV FORSKNING OG UTVIKLING FOR PRODUKTUTVIKLINGEN I DE BERØRTE MARKEDENE	19
8.6	HVILKE VIRKNINGER FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN ANTAS Å HA FOR MARKEDSSTRUKTUREN I DE BERØRTE MARKEDENE.....	19
9	De involverte foretakenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører	19
9.1	KONKURRENTER	19
9.2	KUNDER	19
9.3	LEVERANDØRER.....	19
10	Etablering og ekspansjon i de berørte markedene	19
11	Vertikalt forbundne markeder hvor partene har en markedsandel som overstiger 30 % på ett av markedene 20	
12	Effektivitetsgevinster.....	20
13	Opplysninger om foretakssammenslutningen er underlagt tilsyn fra andre konkurransemyndigheter ...	20
14	De involverte foretakenes siste årsberegning og årsregnskap	20

1 INNLEDNING

Foretakssammenslutningen gjelder Norli AS' erverv av fem Tanumbutikker fra Cappelen Damm AS i Oslo. Samlet omsetning for butikkene som overtas er 97,1 MNOK. Norli AS har en omsetning på ca. 1,1 milliarder kroner. I tillegg kommer til sammen [REDACTED] i omsetning hos forhandlereide medlemmer av Norli-kjeden.

Bakgrunnen for transaksjonen er en strategisk beslutning i Tanum om å gå ut av det tradisjonelle bokhandlermarkedet. Bokhandlermarkedet har over flere år vist en svak utvikling. Uten tilstrekkelige skalafordeler har Tanum hatt vanskelige betingelser for å oppnå lønnsom drift. På grunn av store faste kostnader vil det ikke være mulig å skape grunnlag for lønnsom, langsiktig drift av Tanums butikker, eller foreta de investeringer i utvikling, effektivisering og konsolidering i salgsleddet som vil være nødvendig. Tanum vil allikevel beholde sitt flaggskip på Karl Johan i Oslo, som sammen med nettbutikk kan drives uten en egen kjedeadministrasjon. Det er viktig for Cappelen Damm å ta vare på det tradisjonsrike varemerket Tanum, som butikken på Karl Johan og nettbutikken vil drives under.

For Norli er formålet først og fremst å utnytte skalafordeler i form av lavere innkjøpspriser, effektiv administrasjon og distribusjon. Videre ønsker Norli å styrke sin tilstedeværelse i Oslo, hvor kjeden tradisjonelt ikke har hatt mange utsalg.

Ervervet vil ikke medføre negative virkninger på konkurransen – verken nasjonalt eller lokalt.

- Lokalt vil det være små endringer i konkurransebildet. Det skyldes for det første at Oslo-markedet sett under ett preges av et bredt nettverk av bokhandlere, hvor forbrukerne har mange valgmuligheter og relativt stor mobilitet innad i byen. For det andre befinner de fem butikkene seg i stor grad i områder av byen der et eierskifte vil få begrenset innvirkning på Norlis markedsandel. Norli kan for en stor del heller ikke regnes blant de aktuelle Tanumbutikkenes nærmeste konkurrenter. Hovedkonkurrenten ARK har 25 butikker i Oslo mens Norli har 13.
- Det er også snakk om en meget beskjeden økning i nasjonal markedsandel (noe i underkant av [REDACTED] %), slik at påvirkning på en eventuell nasjonal konkurranse er svært begrenset. Derimot vil ervervet bidra til en mer effektiv kjededrift, som igjen gir mulighet for å konkurrere hardere.
- En stadig større del av salget av fysiske bøker går over nettbutikker, samtidig som forbrukerne i økende grad foretrekker e-bøker og strømmetjenester fremfor fysiske bøker. Dette reduserer muligheten for misbruk av ev. markedsrett i lokale markeder.
- Bokhandlerbransjen skiller seg ut fra andre bransjer ved at det er begrensninger på priskonkurransen på sisteleddet. Bransjeavtalen med tilhørende unntak fra konkurranseloven tillater kun 12,5 % rabatt i den utsalgsprisen som er satt av forlaget i fastprisperioden. Salg av bøker med fastpris utgjør ca. [REDACTED] % av inntektene til bokhandlerne, og for denne delen av omsetningen er det følgelig begrenset priskonkurranse uavhengig av konsentrasjonen i markedet.

- Salg av fysiske bøker gjennom bokhandlere har falt dramatisk de siste fem årene. Rasjonalisering og effektivisering av kjededriften vil være helt avgjørende for at det skal kunne opprettholdes et bredt nettverk av bokhandlere i hele landet.
- Endelig vil nye aktører lett kunne etablere seg dersom eksisterende aktører ikke tilbyr gode nok produkter. Nedleggelser og konkurser i retailbransjen gjør at det er god tilgang på lokaler, og forlagenes leveringsplikt (etter bokavtalen) gjør det uproblematisk å få tilgang på varer.

2 MELDER

2.1 Melder

Navn: Norli AS («**Norli**»)
 Org.nr.: 913 820 509
 Adresse: Postboks 4624 Nydalen, 0405 Oslo

2.2 Kontaktperson/representant

Navn: Advokatfirma Ræder AS v/advokat Fredrik Ottesen
 Adresse: Postboks 2944 Solli, 0230 Oslo
 Tlf: 23 27 27 20
 Mob: 93 60 14 17
 E-post: fot@raeder.no

3 ØVRIGE INVOLVERTE FORETAK

Navn: Cappelen Damm AS
 Org.nr: 948 061 937

4 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

4.1 Beskrivelse av foretakssammenslutningen og hvordan den kom i stand

Etter avtale om overdragelse av virksomhet datert 7. februar 2020 mellom Norli og Cappelen Damm, skal Norli overta fem bokhandelutsalg fra Cappelen Damm. Norli overtar leieavtaler, arbeidsavtaler, varelager, driftsmidler osv., slik at virksomheten kan drives videre under konseptet til Norli. Hver slik virksomhet omtales heretter som «**Butikk**» og sammen «**Butikkene**». Overdragelsen av Butikkene benevnes heretter «**Transaksjonen**».

4.2 Beskrivelse av faktiske og juridiske forhold som er av betydning for muligheten til å utøve avgjørende og varig innflytelse (kontroll) over foretakets virksomhet

Forut for Transaksjonen er Butikkene kontrollert av Cappelen Damm. Etter Transaksjonen vil Butikkene være heleid og dermed kontrollert av Norli. Det foreligger følgelig en varig endring av kontroll over Butikkene.

4.3 Beskrivelse av det strategiske og økonomiske rasjonale bak foretakssammenslutningen

Bakgrunnen for transaksjonen er som nevnt over en strategisk beslutning i Tanum / Cappelen Damm om å gå ut av det tradisjonelle bokhandlermarkedet, og heller konsentrere virksomheten om nettbutikken og flaggskipbutikken på Karl Johan i Oslo, som sammen kan drives uten en egen kjedeadministrasjon.

For Norli er formålet først og fremst skalafordeler i form av lavere innkjøpspriser og mer effektiv administrasjon og distribusjon. Videre ønsker Norli å styrke sin tilstedeværelse i Oslo, hvor kjeden tradisjonelt har ikke hatt mange utvalg.

4.4 Avtale om foretakssammenslutningen med bilag

Avtale om kjøp av Butikkene vedlegges som:

Bilag 1 Avtale om overdragelse av virksomhet, av 7. februar 2020

Bilag 2 Tillegg til avtale om overdragelse av virksomhet, av 7. februar 2020

5 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

5.1 Beskrivelse av de involverte foretakenes juridiske og organisatoriske struktur, og deres virksomhetsområder

5.1.1 Norli AS

Norli er en norsk bokhandelkjede som også eier bokhandelkjedene Libris og Kontorspar. I 2019 ble 40 av 55 Libris-butikker omprofilert til Norli-butikker. Norli-kjeden består etter dette av 180 butikker, hvorav de 40 tidligere Libris-butikkene fortsatt eies og drives av lokale kjøpmenn, mens øvrige butikker eies av Norli direkte. Gjenværende Libris-butikker har et innkjøpssamarbeid med Norli. Flere av disse er fortsatt profilert som Libris, men Libris-kjeden har ikke felles markedssamarbeid. Butikkene under Norli- og Libris-kjedene selger bøker, kontorrekvisita og lignende tilbehør. Salg av bøker utgjør hoveddelen av omsetningen. Kontorspar-kjeden består av 27 selvstendige forhandlere av kontor, data, hygiene og kantineprodukter. Norli eier også nettbutikken www.norli.no.

Norli er 100 % eier av datterselskapene Danke AS og Kontorspar AS, og har en eierinteresse på 10,66 % i Bokbasen AS. Danke AS driver innkjøps- og distribusjonstjeneste for kjedene Norli, Kontorspar og Libris. Bokbasen AS driver metadatabasen bokdatabasen, samt flere andre søke-, navigasjons- og bestillingstjenester.

Norli eies ca. 49 % av H Aschehoug & Co W Nygaard AS («**Aschehoug**»), og med 47 % av NorgesGruppen ASA («**NorgesGruppen**»). Resterende aksjer eies av daglig leder. De to største aksjonærene har felles kontroll over selskapet på bakgrunn av en aksjonæravtale.

Aschehoug er morselskapet i et forlagskonsern som eies av 99 aksjonærer. William Nygaard er største eier med 10 % av aksjene. Aschehoug utgir et bredt spekter av skjønnlitteratur, generell litteratur, billigbøker, fagbøker og læremidler, gjennom forlagene Aschehoug, Universitetsforlaget, Oktober og Spektrum.

NorgesGruppen er et ikke-børsnotert handelsselskap som driver handel innenfor en rekke områder, hvorav de to hovedområdene er detaljhandel og engroshandel. Joh Johansson AS er største eier med 64,71 % av aksjene. NorgesGruppen er morselskap i et konsern med en rekke heleide datterselskaper. NorgesGruppen har ikke aktivitet innenfor bokhandelmarkedet utover eierskapet i Norli, samt et begrenset salg av bøker i massemarkedet (gjennom sin dagligvare- og KBS-virksomhet)

5.1.2 Tanum

Tanum er en bokhandelkjede med virksomhet hovedsakelig på Østlandet. Tanum har i dag 190 ansatte og 13 butikker. Av disse befinner seks butikker seg i Oslo-området, mens de øvrige er fordelt mellom Oslo lufthavn og flyplassene Flesland og Værnes. I tillegg eier Tanum nettbutikken www.tanum.no. Salg av bøker utgjør hoveddelen av omsetningen for alle butikkene.

Tanum ble i 2015 fusjonert med Cappelen Damm AS og er nå et eget forretningsområde i Cappelen Damm AS. Cappelen Damm AS eies 100 % av Cappelen Damm Holding AS, som igjen eies med 50 % hver av henholdsvis Egmont AS (DK) og Bonnier Holding AS.

5.1.3 Målbutikkene

Norli skal som nevnt kjøpe fem av Tanums butikker beliggende i Oslo. Nedenfor er en oversikt over hvilke butikker som er omfattet av kjøpet. Nærmere informasjon om Butikkene finnes under omtalen av de enkelte lokale markeder.

- Bogstadveien
- Byporten
- Oslo City
- Litteraturhuset
- CC Vest

5.2 Oversikt over eierinteresser de involverte foretakene har utenfor konsernet, men innenfor de virksomhetsområder som berøres av foretakssammenslutningen

Norli har som nevnt en eierandel på 10,66 % i Bokbasen AS. Bokbasen AS driver metadatabasen bokdatabasen, samt flere andre søke-, navigasjons- og bestillingstjenester.

5.3 Hver av de involverte foretakenes omsetning i Norge siste regnskapsår

	Omsetning 2018
Norli AS (kons.)	MNOK 1146,4 ¹²
Målbutikker	MNOK 97,10

Norli AS ervervet i mars 2019 fire av Tanums bokhandelsutsalgssteder; på Storo Storsenter, Bryn Senter, Colosseum Senter og Kolbotn Torg, med en samlet omsetning på 41,16 MNOK. Det følger av krrl. § 18 fjerde ledd at dersom det innenfor et tidsrom på to år gjennomføres to foretakssammenslutninger mellom de samme partene, skal ervervene bedømmes under ett, med hensyn til beregning av omsetning og vurdering av meldeplikt. Samlet har de to transaksjonene en omsetning på 138,26 MNOK. Den nye transaksjonen er dermed undergitt meldeplikt i henhold til krrl. § 18 (4).

¹ Da Norli er felleskontrollert av NorgesGruppen og Aschehoug skal omsetningen til disse selskapene også medregnes iht. meldepliktsforskriften § 5 annet ledd. NorgesGruppen hadde i 2018 en omsetning i Norge på over 87 milliarder kroner, mens Aschehoug i samme periode omsatte for ca. 340 millioner kroner.

² Konsolidert Norli-omsetning omfatter 66,4 millioner kroner i omsetning fra Norli-grossist Thanke AS til medlemmer i Norli AS og Nordic Toy Team AS, hovedsakelig andre varer enn bok.

5.4 Bransjeorganisasjoner de involverte foretakene eventuelt er medlem av

Både Norli og Tanum / Cappelen Damm er medlemmer av Den Norske Bokhandlerforening («**Bokhandlerforeningen**») og Virke.

6 GENERELT OM MARKEDENE SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

6.1 Innledning og oversikt over berørte markeder

Både Norli og Tanum driver bokhandelsvirksomhet i Norge. Salg av bøker utgjør hoveddelen av omsetningen hos begge parter, men partene selger også kontorrekvisita, kort, tegnesaker og spill mv. Både Norli og Tanum har også nettbutikker.

Norli og de aktuelle butikkene har begge virksomhet i Oslo. Det redegjøres nærmere for hvert enkelt marked nedenfor i avsnitt 7.3 flg.

6.2 Oversikt over verdikjeden i bokmarkedet

Som også lagt til grunn av tilsynet i vedtak V2011-5, kan verdikjeden i bokmarkedet deles inn i fire ledd; (i) forlagenes erverv av forfatterrettigheter, (ii) produksjon av salgbare produkter (bøker) og salg til forhandler, (iii) distribusjon/logistikk og (iv) salg fra forhandler til sluttbruker. Partene har kun overlappende virksomhet på forhandlerleddet.

På forhandlernivået finnes bokhandlene (fysiske og nettbaserte), dagligvarehandel, kiosk og bensinstasjoner (det såkalte massemarkedet) og enkelte andre forhandlere (f.eks. selges det noen kokebøker i kjøkkenutstysbutikker og barnebøker i leketøysbutikker). Det skjer også direktesalg fra forlagene til større sluttkunder. Bokklubbene trykker i det vesentligste selv sine utgaver på lisens, og er dermed både oppstrøms- og nedstrømsaktører. En økende andel av boksalget skjer via nettbutikker, jf. nærmere om dette nedenfor.

6.3 Bokavtalen

Bokavtalen er en bransjeavtale inngått mellom Bokhandlerforeningen og Den norske Forleggerforening («**Forleggerforeningen**»). Avtalen trådte i kraft 1. januar 2017 og løper i sin nåværende form til ny forskrift om unntak fra konkurranse-loven § 10 er fastsatt. Bokavtalen setter rammevilkår for salg av bøker i Norge, og gjelder for samtlige forlag og bokhandlere som er medlemmer av Bokhandlerforeningen og Forleggerforeningen. Videre gjelder avtalen salg uavhengig av bokformat eller salgskanal.

I henhold til Bokavtalen § 2.1 skal det utgivende forlaget fastsette en fast utsalgspris på sine nye bøker, og denne prisen skal gjelde fra utgivelsesåret til 30. april året etter. Konkurransetilsynet har uttalt følgende om Bokavtalen av 2011 § 2.1, som Bokavtalen bygger på:

Forhandlere som er bundet av Bokavtalen er forpliktet til å selge bøker til den prisen som er fastsatt av forlaget, jf. Bokavtalen § 2.1. Den vertikale prisbindingen vil kunne begrense graden av priskonkurranse mellom bokhandlene.

Fastprisordningen er tidsbegrenset. Bokgruppe 2, fagbøker, selges til fastpris i utgivelsesåret og påfølgende år. Øvrige bokgrupper selges til fastpris i utgivelsesåret og frem til og med 30. april året etter. Bokgruppe 1, skolebøker, er ikke omfattet av bokavtalen. Utenfor fastprisperioden kan forhandlerne konkurrere fritt på pris.

Bokavtalen åpner i § 2.2 for at norsk bokhandel og enhver annen salgskanal kan gi inntil 12,5 prosent rabatt på bøker i bokgruppene 3-4 og 8-9. I fastprisperioden vil det således være adgang til å gi rabatter på sakprosa, skjønnlitteratur, lydbøker og ebøker, mens det ikke vil være adgang til å gi rabatter på billigbøker (pocketbøker) i fastprisperioden.³

Bokavtalen forutsettes kjent for tilsynet og omtales ikke nærmere.

6.4 Det relevante produktmarkedet

6.4.1 Innledning

Bokmarkedet kan tenkes inndelt i ulike relevante markeder etter ulike kriterier:

- Ledd i verdikjeden
- Boktype
- Salgskanal

Det redegjøres nærmere for disse kriteriene i avsnitt 6.4.3 til 6.4.5.

6.4.2 Avgiftspliktige varer

De fleste bokhandlere selger en kombinasjon av bøker og såkalte «avgiftspliktige varer», f.eks. kontorrekvisita, kort, tegnesaker og spill mv. Transaksjonen innebærer overlapp også innenfor ulike kategorier avgiftspliktige varer. I sin tidligere praksis, jf. bl.a. vedtak V2011-5, synes Konkurransetilsynet å legge til grunn at disse varene utgjør separate markeder, adskilt fra markedet for salg av bøker.

Det er vanskelig å beregne markedsandeler per varegruppe. Innenfor varegrupper som kontorrekvisita, kort, tegnesaker og spill mv. er det imidlertid klart at partene også møter betydelig konkurranse fra en rekke andre typer forhandlere enn bokhandlere. Melder legger derfor til grunn at i den grad slike produkter utgjør egne markeder, så vil disse ikke være berørte markeder. Partene vil derfor i det følgende fokusere på markedet for salg av bøker.

6.4.3 Markedsinndeling etter ledd i verdikjeden

Med utgangspunkt i verdikjeden beskrevet over, kan bokmarkedet tenkes inndelt i følgende relevante markeder:

- i. Marked(er) for kjøp av forlagsrettigheter
- ii. Marked(er) for salg fra forlag til forhandler
- iii. Marked(er) for bokdistribusjon/logistikk
- iv. Marked(er) for salg til slutt kunder (direktesalg fra forlag, bokklubb, salg fra forhandler (fysiske og nettbaserte)

Melder og Butikkene har kun overlappende virksomhet innenfor salg til slutt kunder, og det vil i den videre fremstillingen fokuseres på markedet for salg til slutt kunder.

6.4.4 Markedsinndeling etter boktype

Bokmarkedet deles gjerne inn i tre hovedsegmenter:

- i. Skolebokmarkedet (skolebøker til grunn- og videregående skole, bokgruppe 1)

³ Konkurransetilsynets vedtak V2011-5- Norli Gruppen AS /NorgesGruppen Bok og Papir AS – konkurranse-loven § 16, jf. § 20 – inngrep mot foretakssammenslutning av 17. mars 2017 («Vedtak V2011-5»), s. 7

- ii. Fagbokmarkedet (universitets-, høgskole- og profesjonslitteratur, bokgruppe 2)
- iii. Allmennmarkedet (sakprosa og skjønnlitteratur, allmenne oppslagsverk, bokgruppene 3-9)

I tillegg til de tre bokmarkedene kommer de såkalte «ikke-kategoriserte bøker», som i 2018 sto for ca. 12 % av de totale inntektene fra salg av litteratur i Norge. Dette omfatter i hovedsak bøker som er importert direkte til norske forhandlere og videresolgt til forbrukere i Norge, eller som er importert direkte av forbrukere i Norge fra utenlandske nettbokhandlere (som for eksempel Amazon), og som ikke er kategorisert etter det norske bokgruppesystemet. Omsetningen av ikke-kategoriserte bøker har hatt en betydelig vekst de siste årene.

Konkurransen på tvers av de tre bokmarkedene er liten. Det er liten, om noen, etterspørselssubstitusjon mellom bøkene i de ulike delmarkedene. Delmarkedene skiller seg også fra hverandre blant annet ved at planleggingshorisonter, investeringsnivåer, rettighetsakkvisisjon, markedsføringsmetoder, kundegrupper og rutiner for ordrehåndtering til dels vil være svært forskjellige.

Norli og Tanum driver hovedsakelig virksomhet innenfor allmennmarkedet. Allmennmarkedet er det klart største delmarkedet, og utgjorde i 2018 65 % av det samlede bokmarkedet i Norge.⁴ Vi anser derfor allmennmarkedet for å være det berørte marked. I dette markedet var samlet omsetning (alle salgskanaler) i 2018 på ca. 3,78 milliarder kroner.⁵

Innenfor allmennmarkedet kan det videre skilles mellom flere bokgrupper; sakprosa, skjønnlitteratur for voksen og barnebøker. Konkurransetilsynet har imidlertid i sin praksis ikke skilt mellom ulike boktyper innenfor allmennmarkedet, jf. bl.a. V2011-5.

6.4.5 Markedsinndeling etter salgskanaler

Bøker distribueres gjennom fysiske og digitale salgskanaler som bokhandlere, «massemarkedet», bokklubber og direkte fra forlagene. I tillegg distribueres bøker direkte til norske forbrukere fra utenlandske nettbokhandlere (privat direkteimport). I 2018 utgjorde salg gjennom bokhandlere (fysiske og nettbaserte) 58 % av omsetningen i det norske markedet.⁶

Konkurransetilsynet la i vedtak V2011-5 til grunn at salg via «massemarkedet» ikke inngår i det samme markedet som salg via bokhandlere. Det samme gjaldt salg via digitale salgskanaler.

Partene viser imidlertid til at en inndeling basert på omsetningskanal ble avvist av Europakommisjonen i Egmont/Bonnier allerede i 2007, hvor det uttales:

«Furthermore, the market investigation did not bring forward any element on the basis of which a distinct “distant sale” market, including book clubs, mail orders and sales via the Internet, could be identified within the overall market for the sale of books to final customers. Rather, some replies indicated that, in Denmark, different sales channels, in which also the sales through supermarkets should be included, can be considered as part of one single market for sale of books to final consumers.»⁷

⁴ «Kunst i tall 2018 – inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst», Sjøvold m.fl.

⁵ «Kunst i tall 2018 – inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst», Sjøvold m.fl.

⁶ «Kunst i tall 2018 – inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst», Sjøvold m.fl.

⁷ Sak COMP/M.4611 Egmont/Bonnier

Kommisjonssaken er fra 2007, mens tilsynets vedtak er fra 2011. Det har de senere årene skjedd en ytterligere utvikling hva gjelder salg over Internett. Mens 28 % av omsetningen gjennom bokhandlere, massemarkedet, privat direkteimport og direktesalg gikk gjennom digitale utsalgssteder i 2013, er andelen økt til 45 % i 2018, hvilket tilsvarer en økning på 17 prosentpoeng, og en omsetning på 1,7 milliarder kroner.⁸⁹ Etter partenes oppfatning er det helt utvilsomt at netthandel utøver et betydelig og økende konkurransepress på fysiske bokhandlere. I tillegg har inntektene fra salg av digitale produkter gjennomsnittlig økt med 23 % årlig siden 2013, samtidig som inntektene fra salg av fysiske bøker har sunket med 4 % årlig. Gjennom løsninger som klikk og hent, utviskes også i noen grad skillet mellom fysiske og digitale kanaler.

Selv om massemarkedet preges av en etterspørsel etter få titler med høyt volum, og dermed har en etterspørselsstruktur som skiller seg noe fra salg gjennom bokhandlere, mener melder at også salg i massemarkedet utøver et visst konkurransepress på salg i ordinære bokhandlere.

Partene mener derfor det relevante markedet utgjør salg til sluttkunde av bøker i allmennmarkedet (uansett salgskanal). I omtalen av de fem butikkene nedenfor, har vi av praktiske årsaker brukt tall for salg gjennom fysiske bokhandlere. Boksalg i massemarkedet i de aktuelle områdene er det svært vanskelig å finne gode tall for, og det samme gjelder naturligvis faktisk nettsalg. Etter melder oppfatning er det her tilstrekkelig å vise til det store antall nettaktører (bl.a. Haugen bok, Adlibris, Bokkilden og en rekke utenlandske aktører) som (etter sin natur) er tilgjengelige og gode alternativer for sluttkundene i de aktuelle områdene.

6.5 Det relevante geografiske markedet

6.5.1 Nasjonalt marked og lokale markeder

I vedtak V2011-5 la Konkurransetilsynet til grunn følgende når det gjelder det geografiske markedet for salg av allmennlitteratur fra fysiske bokhandlere:

Etter Konkurransetilsynets vurdering vil markedet for fysiske allmennbokhandler som utgangspunkt, sett fra etterspørernes ståsted, ha en lokal avgrensning. Jo lengre distanse kundene må reise for å kjøpe øker, jo høyere blir transportkostnadene forbundet med handelen. Bokhandler lokalisert langt unna kunden vil således generelt være et dårlig substitutt til bokhandler lokalisert nært kunden.

Aktørene i det norske markedet for fysiske allmennbokhandler er imidlertid i betydelig grad tilknyttet nasjonale kjeder. Pris, utvalg og service fastsettes dels av kjeden sentralt, dels av den lokale bokhandelen. Graden av sentralstyring varierer mellom de ulike kjedene.

Samspeillet mellom konkurranse på lokalt og nasjonalt nivå taler for at det norske markedet for fysiske bokhandler må vurderes både nasjonalt og lokalt. Et moment som trekker i samme retning er at kjedene til enhver tid vil kunne endre graden av nasjonal og lokal prissetting ut i fra de konkrete markedsforholdene.¹⁰

Partene mener denne vurderingen fortsatt må ha gyldighet, men at nettsalg må anses som et klart substitutt til bokhandler lokalisert nær kunden. Inkluderingen av salg over Internett i det relevante markedet øker

⁸ «Kunst i tall 2018 – inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst», Sjøvold m.fl.

⁹ Disse tallene omfatter ikke salg av bøker gjennom markedsføringskanaler som FINN.no, Scchpock og Tise, der antallet bokannonser har vært økende. Digitaliseringen av bokbransjen må derfor antas å være enda mer omfattende enn det tallene viser.

¹⁰ Vedtak V2011-5 s. 11

markedets nasjonale dimensjon. Økningen i salg av bøker over internett medfører dermed etter melderens syn at avgrensningen av det geografiske markedet ikke får like avgjørende betydning som tidligere, blant annet fordi det er en glidende overgang mellom markedene.

Økt globalisering og digitalisering er bakgrunnen for at Kommisjonens «Market Definition Notice» nå skal gjennomgås og oppdateres. I den forbindelse har Margrethe Vestager understreket at geografisk markedsavgrensning er et nyttig hjelpemiddel, men kan ikke være et mål i seg selv, og bør ikke utelukke at også konkurranse fra utenfor det geografiske markedet hensyntas i vurderingen av en foretakssammenslutnings konkurransemessige virkninger.¹¹

Som et nylig eksempel på at sistnevnte prinsipp følges av EU-kommisjonen, nevnes Tata Steel/Thyssenkrupp (M. 8713) fra 2019.¹² I denne saken avgrenset Kommisjonen det geografiske markedet til det europeiske økonomiske samarbeidsområdet, men foretok likevel en grundig vurdering av om import utenfra, blant annet fra Kina, utøvet et konkurransepress på partene.¹³

Det sentrale må være om det finnes en grad av substituerbarhet – om noen av bokhandlenes kunder vil gå over til å kjøpe fra en nettbutikk dersom prisen skulle gå opp, eller kvaliteten på tilbudet til de fysiske bokhandlene skulle gå ned. Hvis svaret på dette er ja, utøver netthandelen et konkurransepress på de fysiske bokhandlene som skal hensyntas i virkningsvurderingen. Melder anfører at dette er tilfellet, og viser i den sammenheng til de siste årenes økning i nettsalg sammenholdt med en tilsvarende nedgang i salget av fysiske bøker fra butikk.

6.5.2 Nærmere om avgrensningen av lokale markeder

Konkurransetilsynet har uttalt følgende om utstrekningen av lokale markeder:

Tilsynet avgrenser som nevnt det geografiske markedet med utgangspunkt i etterspørernes substitusjonsmuligheter. Handelsmønsteret vil variere på grunn av forskjeller i lokale forhold, og det vil derfor være vanskelig å fastslå utstrekningen av de lokale markedene ved en gitt standardisert metode (for eksempel en gitt avstand fra partenes bokhandler). Tilsynet har derfor foretatt en konkret vurdering av utstrekningen for hvert av de lokale markedene. Her redegjøres det nærmere for den metoden Konkurransetilsynet har lagt til grunn for vurderingen.

Utgangspunktet for utstrekningen av det lokale markedet vil etter tilsynets vurdering være det enkelte handleområdet. I de fleste norske byer og tettsteder vil hele byens/tettstedets sentrum utgjøre ett handleområde. Tilsynet har derfor ved avgrensningen av det geografiske markedet tatt utgangspunkt i sentrum av den aktuelle by/tettsted der partene har overlappende virksomhet. [...]

[...] Konkurransetilsynet har foretatt en konkret vurdering av utstrekningen av de lokale markeder med det enkelte handleområde som utgangspunkt. I denne vurderingen har tilsynet blant annet lagt vekt på hvor befolkningen er lokalisert. Dersom befolkningen i stort omfang er lokalisert mellom to

¹¹ Tale holdt på Chillin' Competition Conference i Brussel, 9. desember 2019.

¹² Se også Friesland/Campina, Refresco/Pride og Chicita/Fyffes, hvor Kommisjonen kom til at kundene ville ha tilstrekkelig med alternativer utenfor det snevert avgrensede geografiske markedet til å motvirke risikoen for en betydelig hindring av effektiv konkurranse.

¹³ Se også Amelia Fletcher og Bruce Lyons: «Geographic Market Definition in European Commission Merger Control» (2016), s. 48-58.

handlesentrum eller et handlesentrum og et kjøpesenter, vil dette tale for at de to handelsdestinasjonene tilhører samme marked. Bakgrunnen for dette er at det blir mindre forskjeller når det gjelder reisetid, og de to handelsdestinasjonene fremstår derfor som mer likeverdige sett fra kundens ståsted.

Kjøpesenterets størrelse vil også ha betydning. Dersom kjøpesenteret er av en slik størrelse at det må betegnes som en handelsdestinasjon i seg selv, vil dette tale for at bokhandler som er lokalisert på kjøpesenteret må inkluderes i markedet. Kjøpesenteret og bokhandelens relative størrelse i forhold til byen/tettstedets handelssentrum og bokhandler vil også ha betydning. Kundene vil trolig i større grad være villige til å reise lenger for å kjøpe bøker, dersom handelsdestinasjonen og bokhandelen fremstår som et bedre handlealternativ generelt og i forhold til bøker spesielt.¹⁴

Bortsett fra at forbrukerne i større grad kjøper bøker over nettet og en økt bruk av «klikk og hent»-tjenester, er ikke melder kjent med andre endringer i forbrukernes handlevaner som skulle tilsi en endret vurdering av markedets geografiske utstrekning. Det legges derfor til grunn at det skal foretas en konkret vurdering av utstrekningen av det lokale marked.

7 NÆRMERE OM DE BERØRTE MARKEDENE, HERUNDER MARKEDSSTRUKTUR OG MARKEDSANDELER

7.1 Oversikt over det norske markedet

Det norske bokmarkedet omfatter salg av norske og utenlandske bøker i Norge. I 2018 var omsetningen i det norske allmennbokmarkedet som nevnt på ca. 3,78 milliarder kroner.

Som redegjort for i avsnitt 6.5 over, vil konkurransemessige virkninger bli drøftet med utgangspunkt i ulike lokale markeder for salg av allmennbøker fra fysiske bokhandlere til sluttbrukere i Norge. Dette markedet preges av kjedene Norli, ARK og Tanum. Videre er ca. 70 bokhandlerutsalg tilsluttet Fri Bokhandel. Dette er en sammenslutning av små og mellomstore bokhandlere spredt over hele landet.

Markedsandeler er beregnet på grunnlag av bokhandelens totale omsetning. Som nevnt selger de fleste bokhandlere i tillegg til bøker også enkelte andre varer, som for eksempel kontorrekvisita, kort, tegnesaker og spill mv. Det varierer mellom bokhandelene hvor stor del av omsetningen som består av andre varer enn bøker. I 2018 var omsetningen av andre varer enn bøker på [redacted] hos Norli og [redacted] hos Tanum. Kontorrekvisita, kort, tegnesaker og spill mv. er varer som tilbys av en rekke aktører, og melder legger derfor til grunn at det for disse varene ikke er noen berørte markeder, jf. over i punkt 6.4.2.

Med en omsetning på ca. [redacted] i det norske allmennbokmarkedet, har Norli en nasjonal markedsandel på ca. [redacted] før Transaksjonen. Med en samlet omsetning på ca. [redacted] i allmennbokmarkedet har Butikkene en nasjonal markedsandel på [redacted]

Foretakssammenslutningen medfører en redusert grad av vertikal integrering i markedet, ved at Butikkene ikke lenger vil være 100 % eid av et forlag.

Omsetningstallene som benyttes ved vurderingen av de lokale markedene nedenfor er tall for 2018. Tall for konkurrerende virksomhet er basert på melders beste anslag – dersom ikke annet er oppgitt.

¹⁴ Vedtak V2011-5 s. 11-12

7.2 Nærmere om bokhandlermarkedet i Oslo sentrum

7.2.1 Oversikt over markedet

Alle Butikkene ligger i Oslo kommune. Innbyggertallet i Oslo kommune var per tredje kvartal 2019 på 690 335.¹⁵ Bokhandelomsetningen i Oslo kommune anslås til ca. 670 millioner kroner i 2018. Av dette antas allmennbøker i bokgruppe 3-5 å stå for ca. 380 millioner kroner.

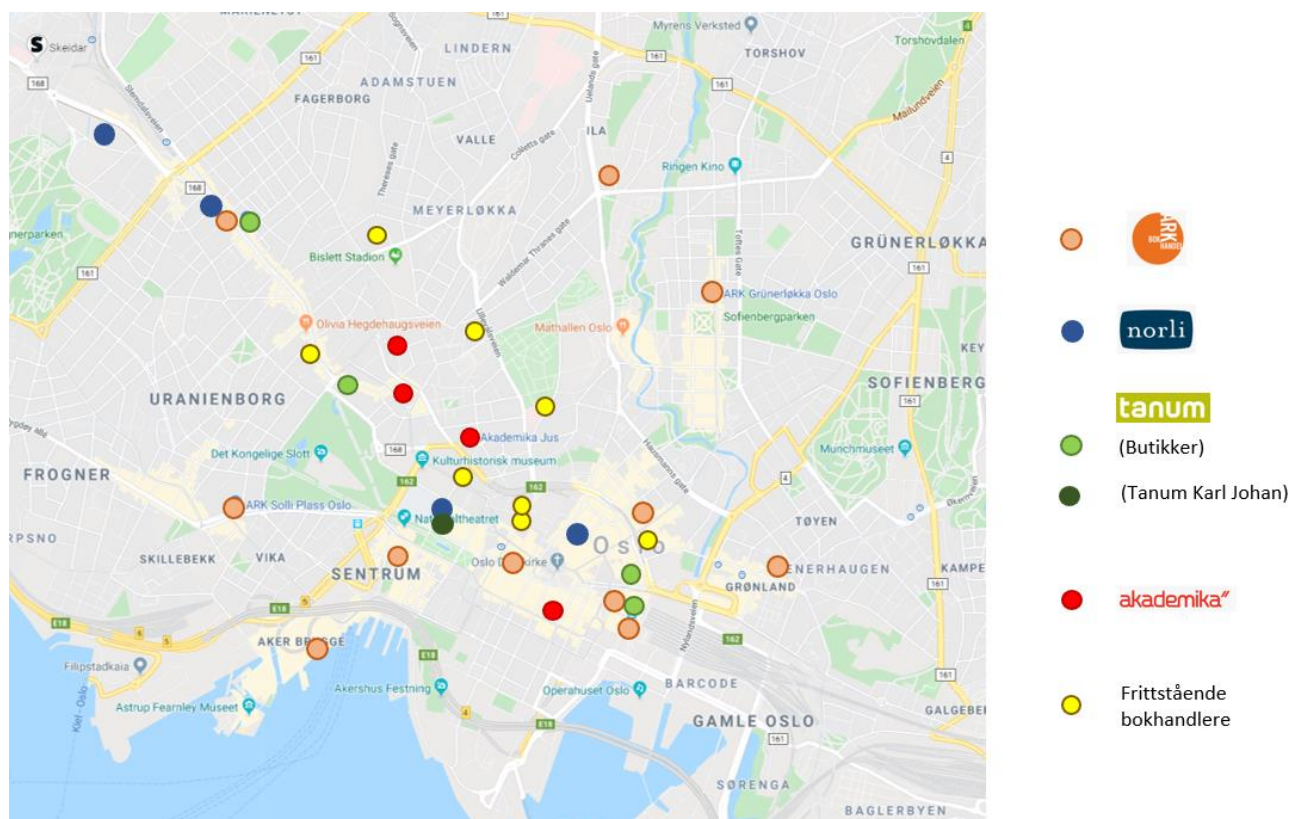
Med unntak av Butikken på CC Vest, ligger samtlige Butikker i Oslo sentrum. Butikken på CC Vest er omtalt i avsnitt 7.3 nedenfor.

Det er stor grad av geografisk overlapp mellom de fire Butikkene i Oslo sentrum. Melder anser det derfor naturlig å først gi en samlet fremstilling av konkurranseforholdene i dette området.

Bokhandelomsetningen i Oslo sentrum (grovt sett innenfor Ring 2 – se kart nedenfor) utgjorde totalt ca. 405 millioner kroner, hvorav allmennbøker i bokgruppe 3-5 antas å stå for ca. 245 millioner kroner.

I Oslo sentrum ligger følgende bokhandelutsalg:

- 4 Butikker (Bogstadveien, Oslo City, Byporten og Litteraturhuset)
- 1 gjenværende Tanum-butikk (Karl Johan)
- 11 Arkbutikker (Aker Brygge, Bogstadveien, Byporten, Egertorget, Grünerløkka, Grønland, Kiellands Hus, Klingenberggata, Oslo S, Solli Plass og Storgata)
- 4 Norlibutikker (Colosseum, Bogstadveien, Universitetsgata og Eldorado)
- 4 Akademikabutikker (Frydenlund, Pilestredet, Jus og Høyskolen Kristiania)

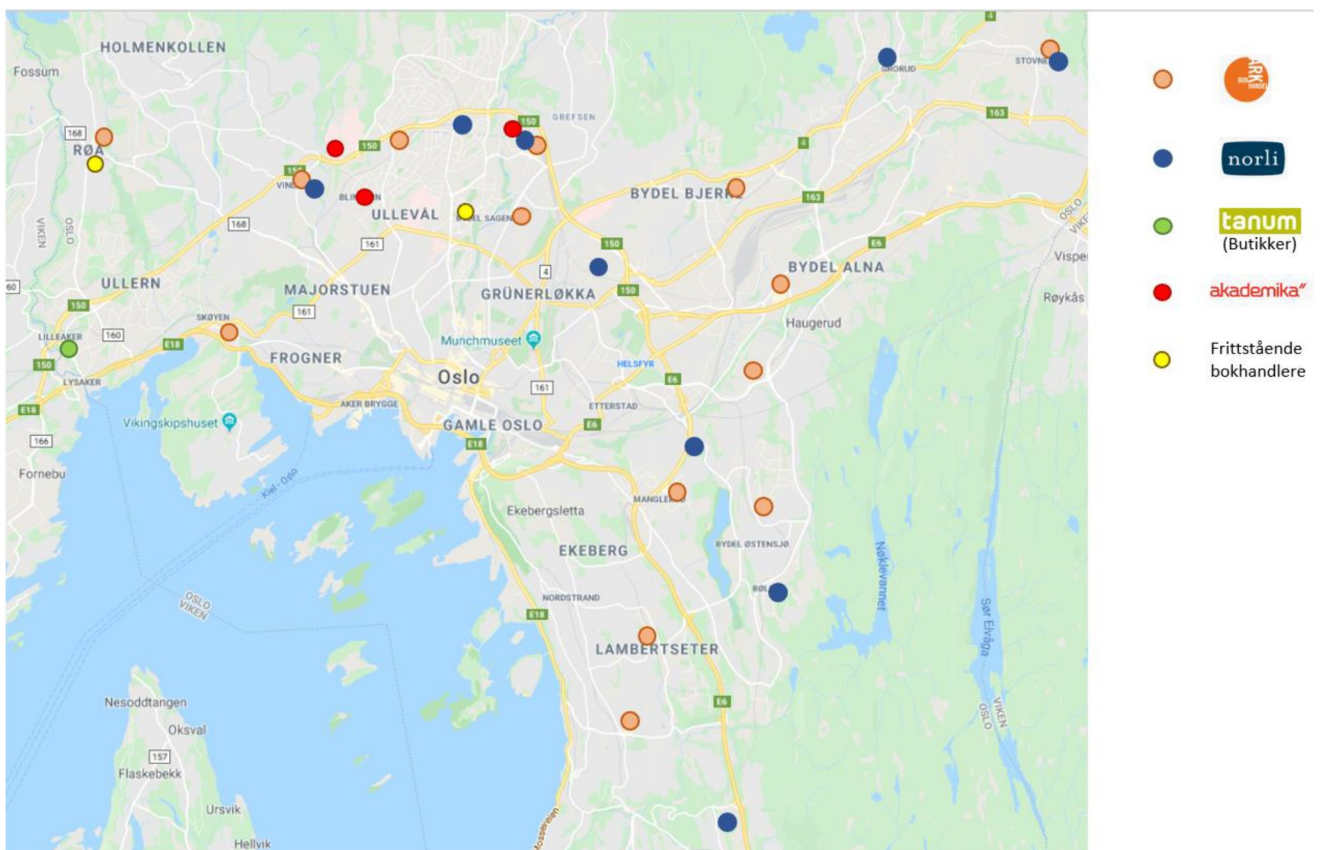


¹⁵ SSB, Kommunefakta, Oslo – 0301 (Oslo)

- 8 frittstående bokhandlere (Tronsmo AS, Bislett Bok AS, Per Magnussen AS, St. Olav Bokhandel, Notabene Gunerius, Boklageret Bogstad, Bok og Media AS og Halvbroren Cappelen Damm).

Følgende bokhandelsutsalg i Oslo har melder ansett for å være utenfor Oslo sentrum:

- 1 Butikk (CC Vest)
- 14 Arkbutikker (Alna, Lambertseter, Linderud, Manglerud, Oppsal, Røa, Sandaker, Skøyen, Storo, Stovner, Sæter Torg, Tveita, Ullevål Stadion og Vinderen)
- 9 Norlibutikker (Bryn, Bøler, Grorud, Løren Torg, Mortensrud, Storo, Stovner, Tåsen og Vinderen).
- 3 Akademikabutikker (Blindern, Nydalen og Medisin (Blindern)).
- 2 frittstående bokhandlere (Sagene Bokhandel AS og Røa Bok & Leker AS)



7.2.2 Beregning av markedsandeler

Basert på melderers anslag over omsetning, fordeler markedsandelene seg som følger i Oslo sentrum:

	Ark	Norli	Butikkene	Tanum KJ	Akademika	Frittstående	Totalt
Totalomsetn.							100 %
Bøker gr. 3-5							100 %

7.2.3 Transaksjonen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i Oslo sentrum

Etter Transaksjonen får dermed Norli en markedsandel på [REDACTED] ([REDACTED] om en kun ser på allmennbøker gruppe 3-5). Norli vil i Oslo sentrum fortsatt møte konkurranse fra de 11 Ark-butikkene, Tanum Karl Johan, 4 Akademikabutikker og åtte frittstående bokhandlere.

Partenes samlede tilstedeværelse, samt tilstedeværelse av flere konkurrenter, tilsier at Transaksjonen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse.

I tillegg kommer at salg av bøker fra massemarkedet og fra nettbutikker vil utøve et konkurransepress på de fysiske allmennbokhandlene i Oslo sentrum. Særlig vises til at nettsalg gradvis har overtatt deler av omsetningen fra de fysiske bokhandlene. Dette er en utvikling det er grunn til å anta at vil fortsette. Vi minner også om den stadige utviskingen av skillet mellom tradisjonelle bokhandlere og nettbutikker.

Melder er av den oppfatning at tilstedeværelsen av et bredt nettverk av fysiske bokhandler i bybildet er en verdi i seg selv. Med dagens utvikling kreves det imidlertid et visst omfang av virksomheten for at dette skal være mulig. Transaksjonen vil dermed kunne bidra til å sikre byens innbyggere et tilfredsstillende tilbud av fysiske bokhandlere, og gjøre Butikkene bedre rustet til å konkurrere. Oslomarkedet preges i dag i stor grad av Ark-kjeden, som har nesten dobbelt så mange butikker som Norli og fire ganger så mange som Tanum. Transaksjonen vil dermed kunne bidra til å balansere dette bildet.

Bokavtalen vil også få betydning for vurderingen av Transaksjonens virkninger, fordi den innebærer begrenset konkurranse på pris. Andre konkurranseparametre vil derfor spille en større rolle, slik som tilgjengelighet og vareutvalg. Opprettholdelse og drift av et bredt nettverk av bokhandlere i hele Oslo, er følgelig viktigere for forbrukeren, i alle fall når det gjelder bøker omfattet av fastprisen. Videre utfordres bøker utenfor fastprissystemet av strømmetjenester, som vokser på bekostning av bl.a. salg av pocket.

Forbrukerne i Oslo har mange valgmuligheter og relativt stor mobilitet innad i byen. Dette vil, etter melderens oppfatning, legge begrensninger på større aktørers mulighet til ensidig å øke priser eller på andre måter forringe sitt tilbud til kundene uten at det gir seg utslag i tapt omsetning.

Oppsummert mener melder at Transaksjonen ikke i betydelig grad vil hindre konkurransen i Oslo sentrum.

7.2.4 Nærmere om de lokale konkurranseforholdene for hver av Butikkene

7.2.4.1 Innledning

For det tilfellet at Konkurransetilsynet mener markedet i Oslo sentrum må avgrenses ytterligere, gis her en redegjørelse for konkurranseforholdene knyttet til de fire Butikkene i Oslo sentrum. Vurderingen tar utgangspunkt i en 1,5 kilometer radius fra den aktuelle Butikken.

7.2.4.2 Bogstadveien

Bogstadveien er en handlegate i Oslo vest med et bredt utvalg av butikker, og hvor kundene beveger seg mellom de ulike butikkene hovedsakelig til fots.

I Bogstadveien finnes det tre allmennbokhandlere; Tanum Bogstadveien, ARK Bogstadveien og Norli Bogstadveien. Andre bokhandlere i nærheten er Norli Colosseum, Bislet Bok, Tanum Litteraturhuset, ARK Solli plass og Tronsmo Bokhandel, alle under 1,5 km unna.

Etter transaksjonen vil det fremdeles være fem aktører med fysiske butikker i dette området, og i tillegg kommer konkurransepress fra salg i massemarkedet og fra nettaktører. Transaksjonen vil derfor ikke medføre at effektiv konkurranse hindres i det aktuelle området.

7.2.4.3 Litteraturhuset

Innenfor 1,5 km avstand fra Tanum Litteraturhuset ligger Norli Bogstadveien, ARK Bogstadveien, Tanum Bogstadveien, Bislet Bok, ARK Solli plass, Tronsmo Bokhandel, Norli Universitetsgaten, Tanum Karl Johans gate, ARK Egertorget, ARK Aker Brygge, ARK Klingenberg, Norli Torggata og Norli Eldorado.

Norlis kjøp av Tanum Litteraturhuset vil dermed få begrenset innvirkning på markedsandelene, og det vil fortsatt være mange gjenværende aktører i markedet.

Tanum Litteraturhuset skiller seg også noe fra øvrige bokhandlere både med hensyn til utvalg, profilering og geografisk plassering. Etter melderens vurdering fremstår butikken som såpass integrert med Litteraturhuset og cafeen der, at den umiddelbart skiller seg fra de andre bokhandlerne i området. Etter melderens vurdering tilsier dette at virkningene av Norlis overtakelse av Tanum Litteraturhuset er svært begrensede.

7.2.4.4 Byporten

Innenfor en radius på 1,5 km fra Tanum Byporten finnes følgende allmennbokhandlere:

- Tanum Oslo City
- Tanum Karl Johan
- Norli: Norli Eldorado og Norli Universitetsgaten
- ARK: ARK Klingenberg, ARK Storgata, ARK Egertorget, ARK Aker Brygge, ARK Byporten og ARK Oslo S
- Frittstående: Tronsmo Bokhandel og Notabene Gunerius.

Transaksjonen vil dermed få begrenset innvirkning på Norlis markedsandel og det vil fortsatt være mange gjenværende aktører i markedet.

Melder antar at Tanum Oslo City, ARK Byporten og ARK Oslo S er Tanum Byportens nærmeste konkurrenter. Norli er i dag verken til stede på Oslo S, Byporten eller Oslo City og Transaksjonens virkning på konkurransen blir derfor svært begrenset.

7.2.4.5 Oslo City

Innenfor en radius på 1,5 km fra Tanum Oslo City finnes følgende allmennbokhandlere:

- Tanum Karl Johan
- Tanum Byporten
- Norli: Norli Eldorado og Norli Universitetsgaten
- ARK: ARK Klingenberg, ARK Storgata, ARK Egertorget, ARK Aker Brygge, ARK Byporten og ARK Oslo S
- Frittstående: Tronsmo Bokhandel og Notabene Gunerius

Transaksjonen vil dermed få begrenset innvirkning på Norlis markedsandel og det vil fortsatt være mange gjenværende aktører i markedet.

Melder antar at Tanum Byporten og ARK Oslo S er Tanum Oslo Citys nærmeste konkurrenter. Norli er, som nevnt over, verken til stede på Oslo S, Byporten eller Oslo City. Som for Tanum Byporten blir dermed Transaksjonens virkning på konkurransen svært begrenset.

7.3 Nærmere om Butikken på CC Vest

Tanum CC Vest er den eneste bokhandelen på kjøpesenteret CC Vest, ved Lilleaker vest for Oslo. Det er heller ingen andre allmennbokhandlere innenfor en 1,5 km radius. Butikken skiller seg også ut fra de øvrige Butikkene ved at den befinner seg på et kjøpesenter et stykke utenfor Oslo sentrum, og ved at det ikke er noe overlapp med markedene for de øvrige butikkene beregnet etter gangavstand. CC Vest fremstår som en destinasjon i seg selv, og ettersom det ikke finnes noen Norli-bokhandel der i dag, vil virkningen på konkurransen være svært begrenset.

Nærmeste bokhandlerutsalg til Tanum CC Vest er ARK Fornebu S, Norli Bekkestua, ARK Bekkestua og ARK Skøyen og ARK Røa, som alle befinner seg mellom 2 og 3,5 km unna Butikken. Melder ser det som lite naturlig å inkludere disse butikken i samme marked, men selv med en slik markedsavgrensning er det liten grad av overlapp og Transaksjonen vil kun i begrenset grad påvirke Norlis markedsandel. Transaksjonens virkning på konkurransen blir derfor svært begrenset.

7.4 Oppsummering

Uavhengig av hvordan markedet avgrenses vil Transaksjonen få begrenset innvirkning på konkurransen. Dette underbygges av det stadig økende konkurransepresset som salg gjennom digitale salgskanaler utøver på aktørene, og den resulterende nedgangen i salget av bøker fra fysiske bokhandler. Bokavtalen medfører dessuten at andre konkurranseparametre enn pris får større vekt enn i andre markeder, slik som utvalg, service, geografisk plassering av butikken og tilstedeværelse i markedet. Bortfall av én aktør innenfor et område vil derfor ha begrenset virkning.

8 SALGSKANALER, SAMARBEIDSAVTALER, TILBUDS- OG ETTERSPØRSELSSTRUKTUR I MARKEDET MV.

8.1 Aktørenes samlede omsetning

Som det fremgår over, var den samlede omsetningen i det norske allmennbokmarkedet i 2018 på om lag 3,78 milliarder kroner, hvilket er omtrent 65 % av det samlede bokmarkedet i Norge.

8.2 De vanligste salgskanalene i de berørte markedene

Transaksjonen berører detaljhandelsmarkedet med salg direkte til forbruker. De viktigste salgskanalene er bokhandlere (fysiske og nettbaserte) og massemarkedet, samt noe salg fra bokklubber, direkte fra forhandler og direkteimport.

8.3 De viktigste samarbeidsavtalene i de berørte markedene

Den viktigste samarbeidsavtalen i de berørte markedene er Bokavtalen, omtalt over. Melder kjenner ikke til andre samarbeidsavtaler av betydning.

8.4 Etterspørselsstrukturen i de berørte markedene

Bokmarkedet anses å være et modent marked.

Bokhandlene fører i stor grad det samme vareutvalget, slik at merkevarelojalitet og produkt differensiering synes å ha begrenset betydning. Kundelojaliteten i markedet er generelt lav, noe som underbygges av en høy grad av kundemobilitet. Byttekostnadene er nærmest ikke-eksisterende. Bruk av ulike lojalitetssystemer som kundekort osv. antas å ha en begrenset effekt.

Kundene i allmennbokmarkedet er forbrukere. Disse antas i alminnelighet ikke å ha kjøpermakt.

8.5 Betydningen av forskning og utvikling for produktutviklingen i de berørte markedene

Bokmarkedet er generelt ikke et marked preget av mye forskning og utvikling. Det har imidlertid de senere årene skjedd en utvikling i form av økt grad av netthandel og fremvekst av digitale produkter som e-bøker etc. Denne utviklingen antas å fortsette.

8.6 Hvilke virkninger foretakssammenslutningen antas å ha for markedsstrukturen i de berørte markedene

I alle markedene hvor foretakene har overlappende virksomhet utøver andre bokhandlere og nettaktører et sterkt konkurransepress på partene. Det er lave etableringshindre i markedet. På etterspørselssiden er det slik at kundene enkelt kan velge mellom ulike bokhandler i den enkelte kjøpsituasjon. For en mer detaljert redegjørelse for virkningene av foretakssammenslutningen i de enkelte markedene hvor partene har overlappende virksomhet vises til avsnitt 7 over.

9 DE INVOLVERTE FORETAKENES VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

9.1 Konkurrenter

Oversikt over partenes viktigste konkurrenter er gitt over. Som omtalt, vil foretakssammenslutningen ikke ha negative virkninger for konkurransen i markedet.

9.2 Kunder

Partenes kunder er primært enkeltpersoner. Det er således ikke mulig å angi partenes fem viktigste kunder.

Som omtalt, vil foretakssammenslutningen ikke ha negative virkninger for konkurransen i markedet, herunder vil den ikke ha negative virkninger for partenes kunder.

9.3 Leverandører

For den enkelte butikk er de største kostnadspostene husleie og varekjøp. Innkjøp av bøker forhandles sentralt mellom de ulike kjedene på den ene side, og de enkelte forlag på den andre siden. De største forlagshusene (Cappelen Damm, Aschehoug og Gyldendal) er normalt de største leverandørene, men dette kan variere noe fra år til år.

Som omtalt, vil foretakssammenslutningen ikke ha negative virkninger for konkurransen i markedet, herunder vil den ikke ha negative virkninger for partenes leverandører.

10 ETABLERING OG EKSPANSJON I DE BERØRTE MARKEDENE

Det har ikke vært store bevegelser i markedsandeler de siste årene. Foruten lokale nyetableringer (til dels omtalt under hvert enkelt lokale marked), har Boklageret de siste årene etablert seg med 19 butikker i

Norge, men har i dag kun 3 av disse. I tillegg ble det åpnet konkurs i Notabene-kjeden i 2019. På tidspunktet for konkursåpningen hadde kjeden redusert antall butikker til ca. 40.

11 VERTIKALT FORBUNDNE MARKEDER HVOR PARTENE HAR EN MARKEDSANDEL SOM OVERSTIGER 30 % PÅ ETT AV MARKEDENE

I den grad man mener forlagsbransjen er et vertikalt overlappende marked (jf. konkurranseloven § 18a bokstav f) på grunn av Aschehougs eierandel i Norli og Tanums stilling som eget forretningsområde under Cappelen Damm, anses den pålagte minimumsinformasjon avgitt andre steder i denne meldingen.

12 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

For en oversikt over effektivitetsgevinster som følge av Transaksjonen, se avsnitt 4.3. De der nevnte skalafordeler vil ikke være betydelige, og de er ikke søkt nærmere kvantifisert.

13 OPPLYSNINGER OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN ER UNDERLAGT TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Transaksjonen er ikke underlagt tilsyn fra andre konkurransemyndigheter.

14 DE INVOLVERTE FORETAKENES SISTE ÅRSBEREGNING OG ÅRSREGNSKAP

Norlis årsberetning og årsregnskap for 2018 vedlegges som:

Bilag 3 Norlis konsernregnskap og årsberetning 2018

Cappelen Damms årsberetning og årsregnskap for 2018 vedlegges som:

Bilag 4 Cappelen Damms årsregnskap og årsberetning 2018