
Melding av foretakssammenslutning

NG Kiwi Buskerud AS

ervert av kontroll over

Kiwi Mjøndalen (kjøp av aktiva)

10. september 2021

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMEIGHETER

1 KONTAKTINFORMASJON

1.1 Foretak som erverver kontroll

Navn: NG Kiwi Buskerud
Org.nr.: 941 673 651
Adresse: Boks 551, 3412 Lierstranda.

1.2 Representant

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS
Kontaktperson: Preben Milde Thorbjørnsen
Adresse: Postboks 1513 Vika, 0117 Oslo
Telefonnummer: +47 416 49 340
E-post: pmt@wr.no

1.3 Andre involverte foretak

Navn: Kiwi Mjøndalen (kjøp av aktiva)
Org.nr.: 852 311 392¹
Adresse: Arbeidergata 17 A, 3050 Mjøndalen

2 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Meldingen gjelder NG Kiwi Buskerud AS ("**NorgesGruppen**") sitt erverv av kontroll over dagligvarevirksomheten Kiwi Mjøndalen. Transaksjonen gjennomføres som innmatkjøp, hvor NorgesGruppen overtar varelager, kassabeholdning, innredning, inventar, utstyr og goodwill. I tillegg overtar NorgesGruppen arbeidsgiveransvaret for de ansatte i butikken. ("**Transaksjonen**") Når det gjelder leiekontrakten til lokalet, er det NorgesGruppen som er part i leieavtalen med utleier. Lokalet fremleies til Mjøndalen Mat AS, som er selskapet som kontrollerer dagligvarevirksomheten i dag. Fremleiekontrakten med Mjøndalen Mat AS termineres i og med gjennomføring av Transaksjonen.

Bilag 1: Utkast til kjøpekontrakt

Gjennom kjøp av de ovennevnte aktivaene, vil NorgesGruppen ved gjennomføring av Transaksjonen på varig grunnlag overta kontroll over dagligvarevirksomheten i Kiwi Mjøndalen, jf. konkurranseloven § 17.

¹ Transaksjonen gjelder innmatkjøp og ikke erverv av et AS. Dette er organisasjonsnummeret til selgende selskap, Mjøndalen Mat AS.

Gjennomføring av foretakssammenslutningen er betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet. Transaksjonen er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter. Transaksjonen er planlagt gjennomført 17 oktober 2021, gitt at godkjenning fra tilsynet foreligger på dette tidspunktet.

Bakgrunnen for ervervet er at franchisetakeren som driver Kiwi Mjøndalen i dag er blitt 72 år gammel og ønsker å selge virksomheten.

3 DE INVOLVERTE FORETAKENE

3.1 NG Kiwi Buskerud AS

NG Kiwi Buskerud AS er et 100 prosent eid datterselskap av Kiwi Butikkdrift AS, som igjen eies 100 prosent av NorgesGruppen ASA. NorgesGruppen ASA er morselskap i NorgesGruppen-konsernet.

NorgesGruppens kjernevirksomhet består av to virksomhetsområder; detalj og engros.

Detaljvirksomhetens hovedområder omfatter dagligvare og servicehandel.

Innenfor *dagligvare* har NorgesGruppen tre landsdekkende kjedekonsepter, samt et nærbutikk-konsept. MENY er profilkjeden for store supermarkeder. SPAR dekker supermarkedssegmentet, mens KIWI dekker lavprissegmentet. Nærbutikkkonseptet omfatter Joker og Nærmat. Per 31. desember 2020 inngikk om lag 1820 dagligvarebutikker i virksomheten, hvorav omtrent 52 prosent var kjøpmannseide. I 2020 kom ca. 31 prosent av butikkomsættningen fra kjøpmannseide kjedemedlemmer/franchisetakere, mens det øvrige kom fra egneide butikker.

Innenfor *servicehandel mv.* er det NorgesGruppen Servicehandel som utvikler og drifter konsepter som tilbyr lettvinde måltids- og drikkeløsninger. Virksomheten består hovedsakelig av følgende kjeder:

- MIX, med 110 kjøpmannseide kiosker og servicebutikker
- Deli de Luca, som er et franchisebasert konsept med totalt 29 butikker, samt 68 utsalgssteder på Esso-stasjoner
- Tiger med 120 utsalgssteder (68 av dem er Deli de Luca)
- Kaffebrenneriet, med 42 kaffebarer (NorgesGruppen eier 50 prosent)
- Big Horn Steak House, som er et franchisebasert konsept med 15 restauranter, samt 1 Burger House (NorgesGruppen eier 50 prosent)
- JaFs, med 54 gatekjøkken

Engrosvirksomheten håndteres i all hovedsak av ASKO, og omfatter leveranser til markedssegmentene dagligvaredetalj, servicehandel, storhusholdning og offshore. NorgesGruppen har også cash&carry-konseptet Storcash. Engrosvirksomheten har ansvaret for vare- og informasjonsstrømmen fra produsent til sisteleddet innenfor de ulike markedssegmentene.

NorgesGruppen eier i tillegg **produksjonsvirksomhetene** Bakehuset, Joh Johansson Kaffe AS og Matbørsen AS gjennom sitt heleide datterselskap NorgesGruppen Merkevarer AS, som også eier Unil AS (driver NorgesGruppens virksomhet innen egne merkevarer). Innen dagligvare selger produksjonsvirksomhetene utelukkende til ASKO.²

² Joh Johansson Kaffe og Matbørsen har, i tillegg til salg til dagligvare, noe begrenset salg til aktører som blant annet Staples.

NorgesGruppen sysselsetter over 43 800, når ansatte i kjøpmannseide butikker inkluderes.

En oversikt over selskaper i NorgesGruppen-konsernet følger som:

Bilag 2: Liste med selskapene i NorgesGruppen per august 2021

NorgesGruppen er medlem av Virke.

Ytterligere informasjon om NorgesGruppen finnes på www.norgesgruppen.no.

3.2 Kiwi Mjøndalen

NorgesGruppen erverver gjennom kjøp av aktivaene beskrevet i kapittel 2 ovenfor kontroll over dagligvarevirksomheten i Kiwi Mjøndalen som ligger i Arbeidergata 17 i Mjøndalen i Drammen kommune. Selger av butikken er Mjøndalen Mat AS. I selgerselskapet er det ingen annen virksomhet enn dagligvarevirksomheten. Mjøndalen Mat AS hadde per 1. september 2021 39 ansatte, som NorgesGruppen overtar arbeidsgiveransvaret for etter gjennomføring av Transaksjonen. Butikken omsatte i 2020 for 134,7 MNOK.

4 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE

Nedenfor følger en oversikt over partenes omsetning og driftsresultat i 2020:

Tabell 1: Partenes omsetning og driftsresultat i 2020.

Involverte foretak	Omsetning (MNOK)	Driftsresultat (MNOK)
NorgesGruppen	101 560	5 096
Kiwi Mjøndalen	134,7	2,1

5 RELEVANTE MARKEDER

5.1 Innledning

Den planlagte Transaksjonen innebærer at NorgesGruppen overtar kontroll over én dagligvarebutikk. Butikken drives allerede i dag under et av NorgesGruppens kjedekonsepter (som franchisedrevet butikk). Transaksjonen vil følgelig ikke føre til noen endring i markedsstrukturen, da den aktuelle butikken både før og etter Transaksjonen vil drives som en av NorgesGruppens butikker.

Vi viser også til at Konkurransetilsynet i sin praksis tilordner franchisedrevne butikker til dagligvarekjedene ved vurdering av deres markedsposisjon, både nasjonalt og lokalt. I tråd med tilsynets syn på dagligvaremarkedet legger vi således til grunn at markedsstrukturen ikke endres.

For ordens skyld gir vi for denne meldingen likevel informasjon basert på en forutsetning om at Kiwi Mjøndalen ikke skal anses for å inngå i NorgesGruppens markedsposisjon, slik at overtagelsen av Kiwi Mjøndalen innebærer en endring i NorgesGruppens markedsandel, og videre en vertikal integrasjon mellom NorgesGruppens grossistvirksomhet og Kiwi Mjøndalen. Heller ikke med en slik tilnærming vil Transaksjonen medføre konkurransemessige virkninger av betydning.

5.2 Dagligvare solgt gjennom dagligvarebutikker

I vedtak V2015-24 la Konkurransetilsynet til grunn at det relevante produktmarkedet i saken skulle defineres som "*dagligvarer solgt gjennom dagligvarebutikker, hvor alle segmenter inngår*". Om det relevante markedet var tilsynets vurdering at dette markedet både har en nasjonal og en lokal dimensjon.

I den nærmere vurderingen av transaksjonens innvirkning på konkurransesituasjonen ble det særlig lagt vekt på lokale markeder. Konkurransetilsynet undersøkte lokale markeder med utgangspunkt i kjøretider fra 5 minutter i de store byene og opptil 20 minutter i de minst sentrale strøkene. Tilsynet fant også indikasjoner på enda snevrere markeder i store byer (under 5 minutter), men så det ikke som nødvendig å ta endelig stilling til spørsmålet. Andre lokale faktorer som topografi, demografi og butikkenes relative beliggenhet, ble hensyntatt i de nærmere vurderingene av enkeltbutikkene.

For denne meldingen tar vi utgangspunkt i Konkurransetilsynets avgrensning av det relevante marked i nevnte vedtak.

5.3 Grossistmarked for dagligvarer

Konkurransetilsynet har tidligere konkludert med at det eksisterer et eget marked for fullsortimentsgrossister, og at dette markedet skiller seg fra både produsenter som leverer direkte til kundene og fra ulike spesialgrossister som bare leverer et begrenset antall varegrupper (typisk frukt & grønt, non-food, sjømat etc.).³ Fullsortimentsgrossistene skiller seg fra spesialgrossistene ved at de fungerer som hovedgrossist og at de leverer et langt videre spekter av produkter.

Etter Konkurransetilsynets praksis utgjør leveranser til dagligvare et eget marked atskilt fra leveranser til henholdsvis storhusholdning og servicehandel, blant annet som følge av ulike kundegrupper, leveringsfrekvens, forpakkingsstørrelse etc.

I tråd med tilsynets praksis legger NorgesGruppen for denne meldingen til grunn at det relevante markedet kan defineres som grossistleveranser til dagligvare, og at dette markedet er av nasjonal utstrekning. Kiwi Mjøndalen omsetter kun dagligvarer til forbrukere gjennom dagligvarebutikk. Følgelig er det ingen overlappende virksomhet knyttet til grossistomsetning av dagligvarer. NorgesGruppens grossistvirksomhet utgjør følgelig en vertikalt forbundet virksomhet i relasjon til Kiwi Mjøndalens virksomhet.

For fullstendighets skyld nevnes at NorgesGruppen også har enkelte produksjonsvirksomheter. Etter NorgesGruppens oppfatning vil imidlertid ikke de markedene som produksjonsvirksomhetene opererer i være vertikalt forbundne markeder i Transaksjonen, ettersom produksjonsvirksomhetene kun er leverandører til aktører i grossistmarkedet.

6 HORIZONTAL ASPEKTER

6.1 Nasjonalt marked for dagligvarer

NorgesGruppen hadde i 2020 en omsetning i dagligvaremarkedet på om lag 92 056 millioner kroner. Ifølge Dagligvarerapporten 2021 fra Nielsen ble det omsatt dagligvarer i dagligvarebutikker for om lag 208 805 millioner kroner i 2020. Dette medfører at NorgesGruppen hadde en markedsandel på om lag 44,1% prosent, såfremt kjøpmannseide (franchisedrevne) butikker inkluderes.

³ V2004-21 Joh-System AS/Engrospartner AS.

Kiwi Mjøndalen omsatte i 2020 dagligvarer for om lag 134,7 millioner kroner, som gir en nasjonal markedsandel på om lag 0,065 prosent. Selv om en skulle legge til grunn at Kiwi Mjøndalen ikke skal tilordnes NorgesGruppen, vil Transaksjonen uansett kun gi en helt ubetydelig økning i NorgesGruppens nasjonale markedsandel.⁴ Etter NorgesGruppens oppfatning krever imidlertid en slik betraktning at også de øvrige kjøpmanns-/franchisedrevne butikkene til NorgesGruppen må holdes utenfor i beregningen av markedsandel, noe som ville gitt en betydelig redusert markedsandel for NorgesGruppen.⁵

For fullstendighets skyld tar vi med en tabell som viser dagligvarekjedenes omsetning og markedsandel for 2020 (hvor franchisedrevne butikker er tilordnet kjedene).

Tabell 2: Omsetningstall og markedsandeler nasjonalt

Involverte foretak	Omsetning (MNOK)	Markedsandel
NorgesGruppen	92 056	44,09 %
Coop	61 238	29,33 %
Rema 1000	48 375	23,17 %
Bunnpris	7 135	3,42 %
Totalt	208 808	100 %

I følge Konkurransetilsynet er det visse begrensninger for nye aktørers etablering i dagligvaremarkedet slik som vertikal integrasjon mellom grossist- og detaljistledd, stordriftsfordeler, og importvernet.⁶ På grossistleddet vil i tillegg høye etableringskostnader og skalafordeler i innkjøp og distribusjon utgjøre betydelige etableringshindringer. Etter NorgesGruppens oppfatning vil ikke disse forholdene begrense etablerte aktørers etablerings- og ekspansjonsmuligheter.

I Coop/Ica-vedtaket peker tilsynet videre på at muligheten for ekspansjon til nye lokale markeder for eksisterende dagligvarekjeder begrenses av tilgang på gode lokaler, utforming og håndheving av plan- og bygningsloven samt manglende kundegrunnlag i små lokale markeder.⁷

NorgesGruppen er ikke uenige i relevansen av disse argumentene, men det er samtidig et faktum at det i relativt stor skala etableres nye dagligvarebutikker av samtlige av de etablerte aktørene i Norge hvert år. Dette er et forhold som åpenbart må tas med i betraktning ved vurderingen av konkurransesituasjonen, og altså i vektingen av de argumenter Konkurransetilsynet fremholder på dette punkt.

⁴ Med en markedsandel på 0,065 prosent, vil en tilordning av Kiwi Mjøndalens markedsandel til NorgesGruppen kun medføre en helt marginal endring i HHI i markedet. I henhold til Kommisjonens retningslinjer for horisontale fusjoner, er foretakssammenslutninger som medfører en endring i HHI på under 150 normalt uproblematisk, uavhengig av konsentrasjonsgraden ellers i markedet.

⁵ Dersom franchisedrevne butikker holdes utenfor beregningen, vil NorgesGruppen ha en nasjonal markedsandel på om lag 30,5 % prosent.

⁶ Disse etableringshindringene gjør seg gjeldende både på detaljist- og grossistleddet

⁷ Vedtak V2015-24.

Tabellen nedenfor viser antall nedlagte butikker og nyetableringer per dagligvarekjede i 2020. Tallene er hentet fra Nielsen.

Tabell 3: Nyetableringer 2020⁸

Aktør	Nedlagt	Ny
NG	■	■
Rema	■	■
Bunnpris	■	■
Coop	■	■
Andre	■	■
Totalt	■	■

Som det fremgår i tabellen, ble det i 2020, i henhold til Nielsen, etablert hele ■ nye butikker. Samtidig ble det lagt ned ■ butikker. Samlet viser dette at det er en betydelig dynamikk i dagligvaremarkedet, selv om det ikke er betydelige endringer i det totale antallet butikker.

Som det fremgår skjer det stadig nyetableringer, slik at det alltid vil være en mulighet for at det kommer en ny butikk i et bestemt lokalt marked. Sannsynligheten for dette det enkelte sted vil selvfølgelig bero på blant annet hvor attraktivt det anses å etablere butikker der, men også på konkurransesituasjonen lokalt, slik at det vil ha en disiplinerende effekt på de som allerede har butikker der.

Etter NorgesGruppens oppfatning er beskrivelsen av etableringshindringene ovenfor også dekkende for det lokale markedet som er berørt i saken. NorgesGruppen anser mulighetene for å etablere nye butikker i det lokale markedet for å være gode da det finnes en rekke aktuelle lokasjoner i Mjøndalen og omkringliggende områder. Etter NorgesGruppens syn vil hovedutfordringen for eventuell nyetablering av butikker være konkurransen fra butikkene som allerede er til stede i markedet. I perioden 2017-2020 ble det etablert 3 nye butikker innenfor en radius på 5 minutter fra Kiwi Mjøndalen.⁹ For øvrig vises det til beskrivelsen av markedsforholdene i markedet i punkt 5.2 nedenfor.

6.2 Lokalt marked for dagligvare solgt gjennom dagligvarebutikker

Med utgangspunkt i Konkurransetilsynets vedtak V2015-24 vil det også være relevant å undersøke konkurransesituasjonen på lokalt nivå.

Som nevnt har Konkurransetilsynet i sin praksis tilordnet franchisedrevne butikker til dagligvarekjedene ved vurdering av deres markedsposisjon. Foretakssammenslutningen vil følgelig

⁸ Nielsens rapport Butikkstruktur 2020 (pr Q4), ikke offisielle tall.

⁹ Hjemland Mat AS, Coop Extra Herstrøm og Rema Kalosjegata. I tillegg har ODA startet med levering til barnehager, skoler mv. i dette området.

ikke medføre noen endring i markedsstrukturen. Transaksjonen vil dermed ikke begrense konkurransen i strid med konkurranseloven § 16.

For fullstendighetens skyld vil NorgesGruppen i det følgende likevel gi en kortfattet beskrivelse av de lokale markedsforholdene. Også for tilfelle at Kiwi Mjøndalen ikke tilordnes NorgesGruppen, vil ikke transaksjonen hindre effektiv konkurranse.

Markedsandelsberegningene og markedsdata bygger på tilsynets metode for å undersøke markedskonsentrasjon, og er beregnet ut fra NorgesGruppens samlede omsetning fra alle butikkene som inngår i det lokale markedet i 2020 (eksklusive Kiwi Mjøndalen).¹⁰ NorgesGruppen har også oppgitt tilsvarende informasjon for konkurrentene for å gi et bilde av konkurransesituasjonen i det lokale markedet. Kilde for omsetningstall benyttet i denne meldingen fremgår av Bilag 3, side 6.

NorgesGruppen har tatt utgangspunkt i kjøretidsmatrisen i Konkurransetilsynets notat om kvantitative analyser av lokale markeder for å beregne den geografiske utstrekning av det lokale marked.¹¹ Det geografiske nedslagsfeltet til butikken som omfattes av Transaksjonen er dermed avgrenset ut fra kjøretid, som bestemmes både av type *tettsted* og *kommunesentralitet* i tråd med definisjoner fra Statistisk Sentralbyrå ("**SSB**"). Vi gjør Konkurransetilsynet oppmerksom på at SSB har utarbeidet en ny og mer finmasket definisjon av kommunesentralitet siden Coop/Ica-vedtaket, hvor SSB nå opererer med 5 nivåer av sentralitet.¹² Kiwi Mjøndalen ligger i tettstedet Drammen, som har et innbyggertall på 109 000 innbyggere¹³, i en kommune med sentralitet 2. For konkurranseanalysen har NorgesGruppen, i tråd med Konkurransetilsynets metode i Coop/Ica, derfor benyttet en kjøretid på 5 minutter.

Bilag 3: Markedsoversikt – 5 minutters kjøreavstand

NorgesGruppens markedsandel før foretakssammenslutningen er beregnet ut fra NorgesGruppens samlede omsetning fra alle butikkene som inngår i det lokale markedet, hvor det er gjort fratrukk for Kiwi Mjøndalen og andre kjøpmanns-/franchisedrevne butikker i markedet.

Ifølge det NorgesGruppens beregninger, ble det i 2020 omsatt dagligvarer for om lag [redacted] millioner kroner i dagligvarebutikkene som ligger innenfor en 5 minutters kjøreradius fra Kiwi Mjøndalen. Kiwi Mjøndalen omsatte i 2020 dagligvarer for [redacted] millioner kroner¹⁴, tilsvarende en markedsandel på [redacted] prosent. NorgesGruppens egneide butikker omsatte for om lag [redacted] millioner kroner, hvilket gir en markedsandel på om lag [redacted] prosent.

Tabellen nedenfor viser den lokale markedsstrukturen og endringen som følge av Transaksjonen, under forutsetning av at oppkjøpet i det hele tatt kan anses for å øke NorgesGruppens markedsandel.

¹⁰ Konkurransetilsynets notat om kvantitative analyser, punkt 2.2.4, side 6.

¹¹ Konkurransetilsynets notat om kvantitative analyser, punkt 2.2.3, tabell 2, side 6.

¹² <https://www.ssb.no/befolkning/artikler-og-publikasjoner/sentralitetsindeksen.oppdatering-med-2020-kommuner>

¹³ <https://snl.no/Drammen> -

[tettsted#:~:text=Tettstedet%20er%20if%C3%B8lge%20SSBs%20definisjon.0%2C5%20prosent%20i%20Holmestrand](https://snl.no/Drammen?text=Tettstedet%20er%20if%C3%B8lge%20SSBs%20definisjon.0%2C5%20prosent%20i%20Holmestrand).

¹⁴ Bakgrunnen for av vi her opererer med en omsetning på [redacted] MNOK, og ikke 134,7 MNOK som i tabell 1, er at tallmaterialet som ligger til grunn for lokalmarkedsanalysen er basert på en NGs vurderinger og det er derfor noe usikkerhet knyttet til tallene. For å gjøre tallene mest mulig sammenliknbare har vi i lokalmarkedsanalysen derfor benyttet tallene i Bilag 3

7 VERTIKALE ASPEKTER

7.1 Ingen vertikale effekter

I oppstrømsmarkedet for grossistleveranser til dagligvare kan NorgesGruppens markedsandel noe forenklet estimeres ved å legge sammen markedsandelene innen detaljistmarkedet for dagligvarer solgt gjennom dagligvarebutikker, selv om en slik tilnærming ikke tar høyde for at dagligvarebutikkene også mottar direkteleveranser fra andre grossister og leverandører.¹⁶ Som kjent har NorgesGruppen og Bunnpris hatt en avtale om grossistleveranser til Bunnpris siden 1. januar 2017.

Dersom en tar utgangspunkt i at alle dagligvarer som selges gjennom NorgesGruppens og Bunnpris' butikker leveres av NorgesGruppen, tilsier det at NorgesGruppens markedsandel i grossistmarkedet maksimalt er om lag 47,5 prosent (basert på omsetningstall for 2020). Coop og Rema 1000 vil ha markedsandeler på om lag 29,3 og 23,2 prosent i grossistmarkedet.¹⁷ Etableringshindringene i grossistmarkedet er høye, jf. redegjørelsen for etableringshindringer ovenfor i kapittel 6.1.

Dersom Konkurransetilsynet skulle legge til grunn at Transaksjonen innebærer en vertikal integrasjon mellom NorgesGruppens grossistvirksomhet og Kiwi Mjøndalen, vil Transaksjonen likevel ikke kunne gi noen vertikale effekter. Vi viser til at Kiwi Mjøndalens virksomhet er hel ubetydelig på landsbasis, og vertikale effekter må alene av den grunn anses som utelukket. Videre er NorgesGruppen allerede før Transaksjonen hovedgrossist for Kiwi Mjøndalen, og Transaksjonen vil ikke endre ved dette.

7.2 NorgesGruppens viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i grossistmarkedet

NorgesGruppens viktigste konkurrenter i grossistmarkedet er Coop og Reitan.

NorgesGruppens viktigste kunder i grossistmarkedet er Kiwi, Meny, Kjøpmannshuset, Bunnpris og CC Dagligvare.

NorgesGruppens viktigste leverandører i grossistmarkedet er

[REDACTED]

8 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Ettersom foretakssammenslutningen ikke vil kunne ha negative virkninger på konkurransen som effektivitetsgevinstene skal måles opp mot, gjøres det ikke nærmere rede for eventuelle effektivitetsgevinster.

¹⁶ Transaksjonen vil ikke ha noen virkning overfor direkteleverandørene, ettersom målbutikkene allerede i dag får leveranser fra de samme leverandørene som NorgesGruppen.

¹⁷ Dette inkluderer ikke Rema 1000s grossistleveranser til Oda, slik at Rema 1000s markedsandel er noe underestimert.

9 **ÅRSRAPPORTER**

Årsregnskap og årsberetning for NorgesGruppen ASA og Mjøndalen Mat AS for 2020 følger vedlagt som

Bilag 4: Årsrapport for NorgesGruppen ASA

Bilag 5: Årsberetning og årsregnskap for Mjøndalen Mat AS for 2020

10 **FORRETNINGSHEMMELIGHETER**

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter. Forslag til offentlig versjon av meldingen, samt en begrunnelse for forslaget, følger vedlagt som

Bilag 6: Begrunnelse for forslag til offentlig versjon

Bilag 7: Forslag til offentlig versjon av konkurransemelding

Oslo, 10. september 2021
WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS



Preben Milde Thorbjørnsen