

FORENKLET MELDING OM FORETAKSSAMMENSLUTNING

Oslo, 15. september 2021
Ref: M11185848/1/140080-004/sj41
Ansvarlig advokat: Håkon Cosma Størdal

Melder: Tellus Caravan & Fritid v/Anders Gadsbøll
Org.nr. 926 015 680
Lienga 6, 1414 Trollåsen
+47 93093404
anders.gadsboll@tellus.no

Melders representant: Advokatfirmaet Wiersholm AS v/
advokat Håkon Cosma Størdal og
advokatfullmektig Kari Myklebust Ferstad
Postboks 1400 Vika, 0115 Oslo
+47 210 210 00
hcst@wierholm.no / kafe@wiersholm.no

Målselskap 1: Cabo AS v/Bjørn Lutdal
Org.nr. 956 896 363
Morten Petersenveien 9, 7712 Steinkjer
+47 99091310
bjorn@cabo.no

Målselskap 2: Cabo Fritid Trondheim v/Bjørn Lutdal
Org.nr. 918 755 632
Morten Petersenveien 9, 7712 Steinkjer
+47 99091310
bjorn@cabo.no

Målselskap 3: Cabo Fritid AS v/Bjørn Lutdal
Org.nr. 913 343 271
Morten Petersenveien 9, 7712 Steinkjer
+ 47 99091310
bjorn@cabo.no

1. INNLEDNING

- (1) Meldingen gjelder Tellus Caravan & Fritid ("**Tellus**") sitt erverv av enekontroll i Cabo AS, Cabo Fritid Trondheim AS og Cabo Fritid AS (heretter samlet omtalt som "**Cabo**" eller "**Caboselskapene**").

2. FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART

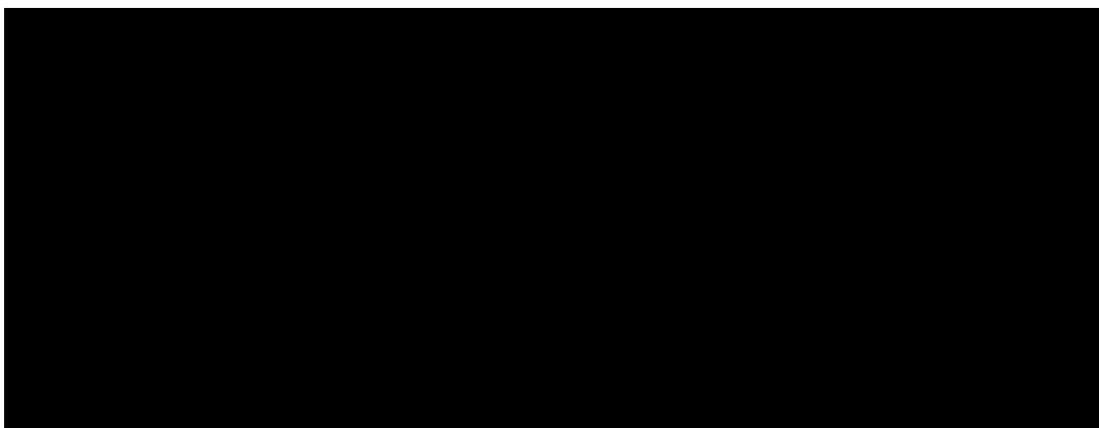
- (2) Cabo består i dag av tre selskaper som kontrolleres av Trondheim Bilsenter Avd. Steinkjer AS ("**TBS**").
- (3) I henhold til transaksjonsavtalen 23. august 2021 skal Tellus erverve 100% av aksjene i samtlige av Caboselskapene. Etter avtalens punkt 5 forplikter TBS å reinvestere i totalt 537 022 nye klasse A aksjer og 142 051 klasse B aksjer i Tellus Partners AS, men dette vil ikke få betydning for kontrollsituasjonen i Tellus.

Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtalen (konfidensiell)

- (4) Ettersom Tellus erverver kontroll i Caboselskapene fra TBS foreligger en "foretakssammenslutning", jf. konkurranseloven § 17 første avsnitt bokstav b.

3. BAKGRUNNEN FOR ERVERVET

(5)



(6)



4. OM PARTENE

4.1 Tellus og andre selskap i samme foretak

4.1.1 Juridisk og organisatorisk struktur

- (7) Tellus ble etablert i første halvdel av 2021 etter sammenslåingen av campingkjedene Autosentrum, Namsen Auto, Juro Caravan, Perry & Williams, Mohagen og Twin Caravans.¹

¹ Denne transaksjonen ble meldt til Konkurransetilsynet 26. mars 2021, og godkjent 9. april 2021.

- (8) Tellus eies av Tellus Partners AS ("**TPA**"), som gjennom flere mellomliggende selskaper er kontrollert av Credo Partners AS ("**Credo**"). Credo er konsernspissen i private-equity foretaket Credo Partners.
- (9) Credo er eid av Langodden AS (21,6 %), Mango Holding AS (21,6 %), KMIR AS (21,6 %) og Holmvin AS (21,6 %) (alle holdingselskaper), samt fem mindre aksjonærer.

4.1.2 Tellus sine virksomhetsområder

- (10) Tellus er en landsdekkende caravankjede som består av 9 salgs- og serviceenheter rundt om i Norge. Enhetene tilbyr salg av nye og brukte bobiler, campingvogner og biler, i tillegg til utleievirksomhet, servicetjenester og salg av caravanutstyr. Tre av enhetene er beliggende i trondheimsregionen og to er beliggende i Møre og Romsdal. De øvrige enhetene ligger på Østlandet.

4.1.3 Oversikt over virksomhetsområdene til Credo

- (11) Credo er et rådgivnings- og investeringselskap lokalisert i Oslo som investerer i mellomstore bedrifter innenfor ulike sektorer. Gjennom eierskap og rådgivning tar selskapet en aktiv rolle i profesjonalisering og videreutvikling av slike bedrifter. Selskapets modell er basert på langsiktig og nær samhandling mellom ledelse, styret og eiere for å tilrettelegge for kontinuitet og forpliktelse til felles ambisjoner gjennom transformasjonsfasen. Som en del av investeringsvirksomheten etablerer og forvalter selskapet også alternative investeringsfond.
- (12) Credo forvalter sine investeringer gjennom ulike alternative investeringsfond som kontrollerer ett porteføljeselskap hver. Per i dag kontrollerer Credo, i tillegg til Tellus, ti selskaper:
- **Frisk Utvikling AS** er en sammenslåing mellom Din Utvikling og Oppfølgingsenheten Frisk. Frisk Utvikling arrangerer arbeidsmarkedstiltak og er leverandør av tjenester til NAV (kontrolleres gjennom investeringsfondet Credo Invest Nr 14 AS). Ytterligere opplysninger om Frisk utvikling kan finnes på www.friskutvikling.no.
 - **Villa Paradiso AS** er en restaurantkjede som tilbyr italiensk mat gjennom fire restauranter i Oslo og én i Fredrikstad (kontrolleres gjennom investeringsfondet Credo Invest Nr 13 AS). Ytterligere opplysninger om Villa Paradiso kan finnes på www.villaparadiso.no.
 - **Globus Wine DK** ble etablert i Danmark i 2006, og tilbyr vin på flaske og i pose til danske supermarkeder (kontrolleres gjennom investeringsfondet Credo Invest Nr 11 AS). Ytterligere opplysninger om Globus Wine kan finnes på www.globuswine.dk.
 - **Sysco AS** er en IT-leverandør som leverer tjenester i Norge, Sverige og Danmark (kontrolleres gjennom investeringsfondet Credo Invest Nr 10 AS). Ytterligere opplysninger om Sysco kan finnes på www.sysco.no.
 - **Made for Movement AS** tilbyr produkter og løsninger som hjelper barn og unge med nedsatt fysisk funksjonsevne med å komme i bevegelse

(kontrolleres gjennom investeringsfondet Credo Invest Nr 8 AS). Ytterligere opplysninger om Made for Movement kan finnes på www.madeformovement.com/no.

- **Varier AS** er et Oslo-basert møbelmerke (kontrolleres gjennom investeringsfondet Credo Invest Nr 1 AS). Ytterligere opplysninger om Varier kan finnes på www.varierfurniture.com/en_no/about-varier.
- **Konstel AS** eier, driver og utvikler selskaper innenfor elektrobransjen (kontrolleres gjennom investeringsfondet Credo Invest Nr 15 AS). Se mer på <https://konstel.no/>.
- **Mill Heat AS** utvikler, designer og produserer elektriske varmeovner ment for privatbruk. Se mer på <https://www.millheat.com/#millheat-app>.
- **MMC First Process AS** tilbyr løsninger for transport av levende fisk og sjømat til fiskerier og akvakulturindustrien. Se mer på <https://www.mmcfirstprocess.com/>
- **Aimbot AS** er et IT-tjenesteselskap som leverer skreddersydde løsninger og tjenester i Norge gjennom datterselskapene Pilaro AS og eSeven AS. Se med på <https://pilaro.no/> og <https://eseven.no/>.

(13) Ytterligere opplysninger om Credo kan finnes på www.credopartners.no

4.2 Cabo

- (14) Cabo AS og Cabo Fritid AS er i dag heleid av Trondheim Bilsenter Avd. Steinkjer AS, mens Cabo Fritid Trondheim AS eies av Trondheim Bilsenter Avd. Steinkjer AS (76%) og Liviu Marian Fatu (24%).
- (15) Cabo driver salg og utleie av nye og brukte bobiler og campingvogner, salg av bruktbiler samt verkstedtjenester. Selskapets utsalgssteder er beliggende i Øysand i Melhus og i Steinkjer i trondheimsregionen.
- (16) Caboselskapene fører bobiler fra merkene Itineo, Rapido, Sunlight, Dethleffs, Carthago, Knaus, Dreamer, Westfalia og Weinsberg. Innen campingvogner tilbyr de merkene Dethleffs, Knaus, Tabbert og Weinsberg.
- (17) Cabo har i dag totalt 25 ansatte, herunder har Cabo AS 5 ansatte, Cabo Fritid Trondheim AS har 10 ansatte og Cabo Fritid AS har 10 ansatte.

5. MARKEDSAVGRENSNING

5.1 Innledning

- (18) Konkurransetilsynet godkjente tidligere i år Tellus Partners AS sitt oppkjøp av Tellus Caravan og Fritid AS, samt Ferda Gruppen AS og Pioneer Retail Properties sitt oppkjøp av Askjem Camping Center AS, Askjem Eiendom AS og Ås Næring AS. Begge disse transaksjonene berører de samme markedene som denne Foretakssammenslutningen.

- (19) Denne meldingen vil ta utgangspunkt i markedsavgrensningen som ble lagt til grunn i meldingen fra Tellus Partners AS² (omtales som "**Tellus-meldingen**"), ettersom Tellus mener at den tidligere avgrensningen fortsatt er riktig.
- (20) I Tellus-meldingen ble det identifisert flere ulike markeder innen caravan og camping:
- Markedet for salg av nye campingvogner og bobiler
 - Markedet for salg av brukte campingvogner og bobiler
 - Markedet for utleie av campingvogner og bobiler
 - Markedet for salg av campingutstyr og verkstedtjenester
- (21) Disse markedene og potensielle ytterligere segmenteringer drøftes nærmere nedenfor.

5.2 Markedet for salg av nye campingvogner og bobiler

5.2.1 Produktmarked

- (22) Partene kjenner ikke til tidligere praksis som tar stilling til hvordan markedene for salg av nye bruktbiler og campingvogner skal avgrenses. I Tellus-meldingen ble det argumentert for at salg av henholdsvis campingvogner og bobiler utgjør ett felles marked ettersom det er stor grad av etterspørsel- og tilbudssubstitusjon.
- (23) Partene står ved denne vurderingen, med samme begrunnelse som før. Den eneste reelle forskjellen mellom campingvogner og bobiler er at sistnevnte kan kjøres uten bruk av et eget kjøretøy; ellers dekker bobiler og campingvogner det samme behovet fra et kundeperspektiv. Det er også slik at nesten alle campingforhandlere selger både bobiler og campingvogner. At campingvogner og bobiler er i samme marked reflekteres også på produsentnivå ettersom det er mange av de samme merkene som tilbyr både campingvogner og bobiler. Dette tilsier etter partenes mening at det er unaturlig å skille mellom salg av nye campingvogner og bobiler.
- (24) Partene legger dermed til grunn at det er et felles marked for salg av nye campingvogner og bobiler. For fullstendighetens skyld vil imidlertid Partene også oppgi separate tall for salg av henholdsvis nye campingvogner og nye bobiler.

5.2.2 Geografisk marked

- (25) Partene legger også til grunn at markedet for salg av nye og brukte campingvogner/bobiler er nasjonalt, tilsvarende som i Tellus-meldingen.
- (26) Campingvogner og bobiler er dyre objekter som kundene generelt planlegger å kjøpe over lengre tid. Partene opplever at kundene er kunnskapsrike og sammenligner priser fra forhandlere over hele landet, og at flere også kjøper bobiler og campingvogner i utlandet (særlig fra Sverige, Danmark og Tyskland). Dette tilsier i seg selv at markedet i det minste må avgrenses nasjonalt.

² Melding 26. mars 2021

- (27) Campingvogner og bobiler er også i sin natur mobile. Det er enkelt for en kunde å kjøpe campingvogn i en annen landsdel og frakte den tilbake til hjemstedet selv. Det er derfor ikke grunnlag for eller mulig med arbitrasjehandel innad i Norge mellom ulike regioner. Dette reflekteres av at prisnivået på sammenlignbare nye campingvogner og bobiler er nokså like over hele landet, og samsvarer med Partenes opplevelse av at de konkurrerer på et nasjonalt marked.
- (28) Partene vil også påpeke at man må skille mellom nysalg og ettermarkedstjenester (typisk reparasjoner), som muligens har mer regionale trekk. Nye campingvogner og bobiler er underlagt en garantiperiode som er fastsatt av merkene selv, og garantiarbeid utføres av alle verksteder som er sertifisert for det spesifikke merket. Dersom en kunde kjøper bobil i en annen landsdel enn de selv bor i, kan de dermed få utført garantiarbeid og andre verkstedtjenester på et verksted som er nærmere hjemstedet.

5.3 Markedet for salg av brukte campingvogner og bobiler

- (29) Videre er Partene fortsatt av samme oppfatning som i Tellus-meldingen at salg av brukte campingvogner og bobiler muligens utgjør et separat marked *vis-à-vis* nymarkedet.
- (30) Partene mener i utgangspunktet at det er gode holdepunkter for at salg av brukte og nye campingvogner inngår i det samme marked: Kundene er i stor grad de samme og de kjøper tilnærmet det samme produktet.
- (31) På den andre siden vil ikke kunder i bruktmarkedet ha samme mulighet til å konfigurere enhetene på samme måte som ved kjøp av fabrikknye vogner og biler. Brukte enheter er generelt sett også billigere og eldre uten nyeste teknologi og finesser. Dette kan tilsi at det bør skilles mellom salg av henholdsvis brukte og nye campingvogner/bobiler.
- (32) For også denne meldingens formål vil dermed Partene avgrense et eget produktmarked for salg av brukte bobiler og campingvogner. På samme måte som for nysalg vil partene også oppgi separate tall for salg av brukte campingvogner på den ene siden og brukte bobiler på den andre.
- (33) Partene mener også at markedet for salg av brukte bobiler og campingvogner har nasjonal utstrekning, på samme bakgrunn som for nysalg.
- (34) Det legges dermed til grunn at det finnes et nasjonalt marked for salg av brukte bobiler og campingvogner.

5.4 Markedet for utleie av campingvogner og bobiler

- (35) Partene mener at det er et eget marked for utleie av campingvogner og bobiler som skiller seg fra salg. Kundene som leier bobiler har et annet behov enn de som ønsker å kjøpe, og prisforskjellene er vesentlige.
- (36) Det er utfordrende å avgrense markedet for utleie av bobiler geografisk. En stor andel av kundene er utenlandske turister som leier av internasjonale selskaper som har tilstedeværelse i Norge, hvor bobilen/campingvognen hentes ved adkomst. Generelt sett leier kunder normalt bobiler/campingvogner i forbindelse med ferie og ønsker

som oftest å starte ferien fra avgangsstedet. Dette tilsier imidlertid etter partenes oppfatning at det finnes regionale eller lokale markeder etter hvor selskapene leverer ut bobiler/campingvogner.

- (37) Partene legger dermed til grunn at det finnes regionale eller lokale markeder for utleie av bobiler og campingvogner.

5.5 Markedet for salg av campingutstyr og verkstedtjenester

5.5.1 Produktmarked

- (38) Både Tellus og Cabo driver verksted og butikk i tilknytning til salgs- og utleievirksomheten. Denne virksomheten omfatter både estetiske reparasjoner av karosseri og inventar samt reparasjon av mekaniske komponenter.
- (39) Det er imidlertid ikke naturlig å skille mellom estetiske og mekaniske reparasjoner på campingvogner/bobiler ettersom kundene i stor grad har et samlet behov når de kommer til verkstedet, som i realiteten fungerer som en "one-stop-shop" for service av mekaniske deler samt mindre reparasjoner på karosseri og inventar. Partene mener derfor det ikke er grunnlag for å segmentere mellom disse to delene av verkstedvirksomheten.
- (40) Utenom verkstedvirksomheten selger partene utstyr med tilknytning til campinglivet, som kan omfatte alt fra fortelt, hydrauliske jekker og kjøkkenutstyr. Denne virksomheten er noe spesialisert, men slike produkter tilbys også i stor grad av sports-, fritids og hagebutikker (både fysiske butikker og på nett). Partene er derfor av den oppfatning at markedet for salg av campingutstyr i utgangspunktet er en del av et større friluftsmarked.

5.5.2 Geografisk marked

- (41) Partene mener, som i Tellus-meldingen, at markedene for verkstedtjenester er regionale eller lokale i utstrekning. Reparasjoner gjøres normalt hos et verksted i nærheten av der kunden bor, og det er i begrenset grad hvor langt man reiser for å reparere en bil eller campingvogn. Tilsvarende er lagt til grunn i markedene for bilskadevirksomhet.³ For denne meldingens formål vil partene legge til grunn at markedene for verkstedtjenester er regionale eller lokale i utstrekning.
- (42) Når det kommer til salg av campingutstyr er det noe mer utfordrende å fastsette den geografiske avgrensingen. Partene faller imidlertid tilbake til samme oppfatning som i Tellus-meldingen om at de fysiske campingbutikkene konkurrerer på et lokalt nivå med andre fysiske butikker, men at netthandel gjør at markedet får noe nasjonale trekk. p

5.6 Markedet for bilverkstedstjenester

- (43) Partene tilbyr også skadeverkstedstjenester og mekaniske verkstedtjenester til personbiler.

³ Se melding til Konkurransetilsynet 13. November 2020 Bertel O. Steen Bil AS sitt erverv av enekontroll i Intakt AS, punkt 5.3

- (44) Partene kjenner ikke til praksis hvor Konkurransetilsynet har tatt direkte stilling til hvordan markedene for bilverkstedtjenester skal avgrenses. Tilsynet vurderte imidlertid en transaksjon i bilskademarkedet i november 2020 for Bertel O. Steen Bil AS sitt erverv av Intakt AS.⁴ I den aktuelle meldingen ble det lagt til grunn at det finnes egne produktmarkeder for bilskadeverksted på den ene siden og mekaniske verksted på den andre. Det ble uttrykt usikkerhet om disse markedene kunne segmenteres ytterligere til bilmerke.
- (45) Partene er enige i at det kan segmenteres ulike markeder for skadereparasjon og mekaniske verkstedtjenester. Det er imidlertid ikke nødvendig å vurdere om disse markedene skal segmenteres ytterligere etter bilmerke ettersom Foretakssammenslutningen uansett ikke vil påvirke disse markedene uavhengig av hvordan de avgrenses.
- (46) I meldingen fra 2020 vedrørende Bertel O. Steen Bil AS sitt erverv av Intakt AS, ble det lagt til grunn at markedet for bilskade skal avgrenses lokalt på bakgrunn av forsikringsselskapers praksis og at kostnaden forbundet med transport av biler som skal repareres er såpass stor at kundene normalt alltid vil velge det verkstedet som er nærmest.
- (47) Partene deler denne oppfatningen, og legger til grunn at markedet for skadeverksted og mekaniske verkstedtjenester er lokale.

5.7 Markedet for salg av bruktbil

- (48) EU Kommisjonen gav i *TDR/BCA* uttrykk for at det kan avgrenses et eget marked for salg av brukte biler med nasjonal utstrekning, men lot den endelige avgrensingen stå åpen.⁵ Det ble ikke tatt stilling til om dette markedet kunne segmenteres ytterligere etter bilmerke eller –type.
- (49) For denne meldingens formål er det imidlertid ikke nødvendig å foreta en endelig avgrensing av markedet for salg av bruktbiler ettersom partenes omsetning i dette markedet er marginal og det horisontale overlappet er minimalt uavhengig av hvordan markedet segmenteres.

6. VIKTIGSTE KUNDER, KONKURRENTER OG LEVERANDØRER

- (50) En oversikt over partenes fem viktigste kunder, konkurrenter og leverandører er vedlagt meldingen.

Vedlegg 2: Tellus' viktigste kunder, konkurrenter og leverandører (konfidensiell)

Vedlegg 3: Cabos viktigste kunder, konkurrenter og leverandører (konfidensiell)

7. PARTENES OMSETNING I SISTE REGNSKAPSÅR

- (51) Tellus Caravan og Fritid AS sin samlede omsetning i 2020 var på totalt 1 629 768 780 kroner som følge av ervervet av Autosentrum, Namsen Auto, Juro Caravan, Perry &

⁴ Ibid.

⁵ COMP/M.9475 TDR/BCA, punkt 4.2.2

Williams, Mohagen og Twin Caravans på våren 2021. Det samlede driftsresultatet var på 45 019 582 kroner.

- (52) Cabo AS hadde omsetning på 124 166 612 kroner og et driftsresultat på 4 141 101 kroner.
- (53) Cabo Fritid Trondheim AS hadde omsetning på 49 604 528 kroner og et driftsresultat på 3 725 547 kroner.
- (54) Cabo Fritid AS hadde omsetning på 39 808 268 kroner og et driftsresultat på -6 736 455 kroner.

8. KONKURRANSEANALYSE

8.1 Innledning

- (55) Partene har et horisontalt overlapp innen markedene salg av nye campingvogner/bobiler, brukte campingvogner/bobiler, verkstedtjenester for campingvogn og bobiler, salg av campingutstyr, skadeverksted og mekaniske verksted for personbiler.
- (56) Foretakssammenslutningens virkninger på hvert av disse markedene beskrives separat nedenfor.

8.2 Markedet for salg av nye campingvogner og bobiler

- (57) Partene har beregnet markedsandelene for salg av nye campingvogner og bobiler på grunnlag av antall solgte enheter. Bakgrunnen for dette er at de ikke har oversikt over den totale omsetningen i markedet, mens antall solgte enheter fremgår av offentlig statistikk fra Statens Vegvesen.
- (58) Videre mener partene at antall solgte enheter er et bedre mål på markedsposisjonen ettersom salg av eksempelvis én dyr enhet kan gi en omsetning som tilsier salg av flere billigere campingvogner eller bobiler. Det er dermed antall enheter som selges som best reflekter partenens markedsposisjon.
- (59) I 2020 ble det solgt totalt 6 193 nye campingvogner og bobiler i Norge. I dette markedet vil Partene få en beskjeden felles markedsandel på [REDACTED] prosent etter Foretakssammenslutningen.
- (60) Dersom man mot formodning skal skille mellom salg av henholdsvis nye bobiler og campingvogner vil også markedsandelene forbli lave, se vedlagte tabell som viser markedsandeler.

Vedlegg 4: Partenes markedsandeler i berørte markeder (konfidensiell)

- (61) De beskjedene markedsandelene tilsier i seg selv at konkurransen ikke påvirkes nevneverdig som følge av Foretakssammenslutningen.
- (62) Utover dette påpeker partene at markedet for salg av campingvogner og bobiler er særdeles fragmentert, med et stort antall tilbydere over hele landet. Kundene kan derfor velge mellom en rekke tilbydere som vil opprettholde det sterke konkurransetrykket i markedet også etter at Foretakssammenslutningen er

gjennomført. I tillegg er det stor konkurranse fra tilbydere i utlandet (særlig Sverige, Danmark og Tyskland).

- (63) Det er heller ikke særlige etableringshindringer av betydning i markedet. For å etablere seg som distributør av campingvogner og bobiler trenger man en avtale med en distributør og tilgang til et salgslokale. På denne måten er det gode muligheter for nye aktører til å etablere seg på markedet.
- (64) Partene mener derfor at Foretakssammenslutningen ikke vil ha negative virkninger på markedet for salg av nye campingvogner og bobiler.

8.3 Markedet for salg av brukte campingvogner og bobiler

- (65) I likhet med ny-markedet, har partene beregnet markedsandeler i bruktmarkedet på bakgrunn av antall solgte enheter. Som det fremgår av tabellene nedenfor, vil partene ha en liten markedsandel på ■■■ prosent i et totalmarked for brukte campingvogner og bobiler etter Foretakssammenslutningen. Dersom markedet segmenteres mellom bobiler og campingvogner, viser ovennevnte tabelloversikt at partene vil ha en markedsandel på cirka ■■■ prosent innen campingvogner og cirka ■■■ prosent innen bobiler, se vedlegg 4.
- (66) Disse markedsandelene tilsier i seg selv at Foretakssammenslutningen ikke påvirker konkurransen.
- (67) Utover dette er også bruktmarkedet særdeles fragmentert og etableringshindringene er enda lavere enn i ny-markedet: Det stilles ikke særlige krav til profesjonelle selgere av brukte campingvogner eller bobiler utenom å inneha en brukthandelbevilling,⁶ og privatpersoner kan selge bobiler og campingvogner fritt. Utover dette kreves det ikke tilgang til verksted eller avtale med leverandør.
- (68) Partene opplever at konkurransen i bruktmarkedet er hard, og dette vil fortsette også etter at Foretakssammenslutningen er gjennomført.

8.4 Markedet for utleie av campingvogner og bobiler

- (69) Som påpekt ovenfor vurderer partene at markedene for utleie av campingvogner er lokale i utstrekning. Partene sin oppfatning er derfor at det ikke foreligger et geografisk overlapp innen markedet for utleievirksomhet.
- (70) Selskapene er ikke til stede på det samme geografiske markedet. Tellus driver utleie kun fra Holmestrand, mens Caboselskapenes utleievirksomhet er knyttet til butikkene i Øysand og Steinkjer. Det foreligger dermed ikke et geografisk overlapp mellom partene.
- (71) Markedsandelene og inkrementet er uansett begrenset uavhengig av hvordan markedet nøyaktig avgrenses. I 2020 hadde Tellus samlet omsetning på totalt ■■■ ■■■■■■■■ innen utleievirksomhet fra butikken i Holmestrand. Cabo driver utleievirksomhet i en noe større utstrekning, men det utgjør likevel en beskjedne del

⁶ Se Lov om handelsverksemd med brukte og kasserte ting (brukthandellova) § 2.

av markedet. I 2020 omsatte selskapet for [REDACTED] innen utleievirksomhet, men da i et annet geografisk område enn Tellus.

- (72) Utleiemarkedet er fragmentert, hvor partene ikke bare konkurrerer med andre profesjonelle utleiery, men også privatpersoner. Det er heller ingen etableringshindringer av betydning i dette markedet. Samlet sett tilsier dette at markedet for utleie av campingvogner ikke kan påvirkes av Foretakssammenslutningen.

8.5 Markedet for salg av verkstedtjenester og campingutstyr

- (73) Som påpekt ovenfor vurderer partene at markedene for verkstedtjenester og campingutstyr er lokale i utstrekning. Partene er begge til stede med verkstedtjenester i Øysand i Trondheimsregionen. I 2020 hadde Tellus en samlet omsetning på totalt [REDACTED] innen verkstedtjenester fra verkstedet Namsen Auto Trondheim, og Cabo Fritid Trondheim AS omsatte for [REDACTED] innen verkstedtjenester.
- (74) Partenes verkstedtjenester er imidlertid ikke nære konkurrenter i dette markedet ettersom de fører ulike merker. Tellus fører her merkene Adria, Carado, Eriba, Hymer, Kabe, Laika, LMC, Niesmann+Bischoff og Sunliving, mens Cabo fører merkene Itineo, Rapido, Sunlight, Dethleffs, Carthago, Knaus, Dreamer, Westfalia, Weinsberg og Tabbert.
- (75) Ulike merker gjør at verkstedene i utgangspunktet tjener ulike kundegrupper, ettersom kundene ofte drar til verksteder som fører kjøretøyets merke. Tellus Trondheim, på sin side, reparerer ikke biler eller vogner av merkene som føres av Cabo. Dette skyldes blant annet at originaldeler bare kan skaffes gjennom merkeforhandler samt at verksteder generelt har bedre erfaring og ekspertise på egne merker.
- (76) Dette tilsier at markedet for verkstedtjenester ikke påvirkes av Foretakssammenslutningen.
- (77) [REDACTED]
[REDACTED] Avtaler med forsikringsselskapene fra bilverkstedene skjer individuelt og er i all hovedsak ikke eksklusive. Forsikringsselskapene er store aktører med stor innkjøps- og markedskraft i markedet for verkstedtjenester. Det stilles høye krav til verkstedene hva gjelder pris og kvalitet, og det er av den grunn avgjørende for verkstedenes kundetilgang at de n r opp til kravene som stilles av forsikringsselskapene på pris, kvalitet og reparasjonstid. Hvilke merker verkstedene fører vil her da få betydning ettersom det viser ekspertise innenfor den type reparasjoner.
- (78) Den store kj permakten til forsikringsselskapene forhindrer enhver utøvelse av markedsrett fra bilskadeverkstedenes side og viser at foretakssammenslutningen av den grunn uansett ikke vil påvirke konkurransesituasjonen. Samlet sett tilsier dette at markedet for verkstedtjenester ikke påvirkes av Foretakssammenslutningen.
- (79) Dersom man skulle vurdere at campingutstyr inngår i et nasjonalt marked vil selskapene ha en samlet omsetning på cirka [REDACTED] kroner i dette markedet. Det er utfordrende for partene å beregne markedsandeler basert på dette ettersom det er meget usikkert hvor stort markedet kan være i og med et slik marked består av en

rekke ulike typer aktører. Partene anslår imidlertid at markedsandelen vil være meget beskjeden, og godt under 20 prosent.

8.6 Markedet for bilverkstedstjenester

- (80) Som påpekt ovenfor er det Partenes oppfatning at markedet for bilverkstedstjenester er lokalt i utstrekning. Partene er begge til stede med verkstedtjenester i Øysand, men som nevnt ovenfor er de ikke nære konkurrenter i dette markedet.
- (81) Selskapene driver uansett i helt begrenset utstrekning med bilverkstedstjenester og er små aktører i det store bildet. [REDACTED]
[REDACTED]. Det viser at foretakssammenslutningen i helt begrenset utstrekning vil påvirke markedet for bilverkstedstjenester.

8.7 Markedet for salg av bruktbil

- (82) I 2020 solgte partene totalt 273 bruktbiler.⁷ Det utgjør en helt marginal andel av det totale bruktbilmarkedet, hvor det i 2020 ble registrert over 500 000 eierskifter.⁸ Partene mener at dette viser at foretakssammenslutningen ikke vil ha noen påvirkning på bruktbilmarkedet.

9. VERTIKALT FORBUNDNE MARKEDER

- (83) Partene kjøper og selger i en helt marginal utstrekning originaldeler i forbindelse med verkstedsvirksomheten til og fra hverandre.
- (84) Partene estimerer at dette utgjør omtrent 100.000 kroner per år, og er kun knyttet til om de ikke får tak i varer fra originalprodusenten. Parten vurderer dermed at de ikke er et vertikalt overlapp siden foretakssammenslutningen ikke kan føre til utestengende virkninger.

10. PARTENES ÅRSREGNSKAP

- (85) Årsregnskap til partene er vedlagt meldingen:

Vedlegg 5: Credo årsregnskap 2020

Vedlegg 6: Cabo AS årsregnskap 2020

Vedlegg 7: Cabo Fritid Trondheim AS årsregnskap 2020

Vedlegg 8: Cabo Fritid AS årsregnskap 2020

11. PROSESSUELLE FORHOLD OG KONFEDENSIALITET

11.1 Vilåårene for inngivelse av forenklet melding er oppfylt

- (86) Som det fremgår av punkt 7 ovenfor, vil ikke Partene ha en felles markedsandel som overstiger 20% i noe marked etter transaksjonen. Det foreligger heller ingen vertikalt forbundne markeder hvor partene enkeltvis eller samlet har en markedsandel som

⁷ Tellus solgte totalt 268 bruktbiler, Cabo solgte totalt 5 bruktbiler

⁸ Se <https://ofv.no/bilsalget/bilsalget-i-desember-2020>

overstiger 30 %. Vilkårene for forenklet melding dermed oppfylt, jf. Forskrift om melding av foretakssammenslutninger § 3 nr. 3 (a).

11.2 Konfidensialitet

- (87) Denne meldingen samt Vedleggene merket "konfidensiell", inneholder opplysninger som det er av konkurransemessig betydning å hemmeligholde. Disse opplysningene må behandles strengt konfidensielt og unntas offentlighet i sin helhet, jf. forvaltningsloven § 13 (1) nr. 2. I meldingen er de aktuelle opplysningene markert med dobbel understreking.
- (88) En nærmere begrunnelse for hvorfor de aktuelle opplysningene må unntas offentligheten er vedlagt meldingen.

Vedlegg 9: Begrunnelse for hemmelighold

* * *

Oslo, 15. september 2021

Kari Myklebust Ferstad

Kari Myklebust Ferstad
Advokatfullmektig