

MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

MELLOM

BEWI ASA

OG

JACKON AS

17. februar 2022

***Informasjon markert i grønt er konfidensielt for Bewi
Informasjon markert i turkis er konfidensielt for Jackon
Andre forretningshemmeligheter er markert i gult***

1 INNLEDNING OG OPPSUMMERING

Saken gjelder Bewi ASA's ("Bewi") overtakelse av Jackon Holding AS ("Jackon"), sammen omtalt som "Partene". Denne meldingen inngis til Konkurransetilsynet i henhold til konkurranseloven § 18, jf. § 17 på vegne av Bewi som erverver enekontroll over Jackon gjennom foretakssammenslutningen beskrevet i kapittel 3 nedenfor.

Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, herunder vil den ikke skape eller styrke en dominerende stilling på noe mulig marked. Det er derfor ikke grunnlag for å gripe inn mot den planlagte foretakssammenslutningen, jf. konkurranseloven § 16.

Transaksjonen er utløst av at Bewi har identifisert betydelige synergier og effektivitetsgevinster som kan oppnås gjennom å kombinere de to virksomhetene, særlig siden selskapene i stor grad kompletterer hverandre og den sammenslåtte enheten vil derfor kunne gi kundene et bredere utvalg.



Partenes virksomhet gir opphav til horisontale overlapp innenfor følgende områder:

- **Ikke-berørt marked for salg av hvite EPS-perler (råvare):** Bewi og Jackon selger EPS-råvare som innsatsfaktor til produksjon av EPS-baserte produkter i Europa, herunder i Norge. Store deler av Partenes produksjon av EPS-råvarer selges til Partenes respektive egenproduksjon i ulike nedstrømsmarkeder, som innebærer at konkurranseflaten er noe begrenset før foretakssammenslutningen. Jackons posisjon på markedet er i alle tilfelle marginal og Partene vil uansett møte sterk konkurranse fra både norske og europeiske aktører.
- **Ikke-berørt marked for termisk isolasjon:** Partene har virksomhet innen produksjon og salg av termisk isolasjon, hvor overlappet konkret gjelder isolasjonsprodukter basert på plastmaterialene EPS og XPS. Uansett markedsavgrensning er Partenes samlede markedsandel begrenset og konsentrasjonsøkningen lav. Partene er heller ikke nære konkurrenter, særlig som følge av at de har ulikt geografisk fokus gitt fabrikkenes beliggenhet (produksjonen og størstedelen av Bewis salg skjer i [redacted] mens Jackon primært produserer og selger i [redacted]). Konkurransesflaten mellom Partene før Transaksjonen er dermed også begrenset.
- **Berørt marked for fiskekasser:** Partene produserer og selger kasser til bruk i oppdretts- og fiskeindustrien. Bewi selger EPS-fiskekasser samt andre pakke- og emballasjeprodukter, herunder i fiber og HDPE. Jackon selger kun EPS-fiskekasser. På et nasjonalt marked for fiskekasser vil Partene ha en samlet markedsandel på ca. [redacted]. Partene vil uansett disiplineres gjennom effektiv konkurranse fra en rekke andre aktører i et anbudslignende marked, hvor kundene selv også har mulighet til å starte egen, konkurrerende produksjon, som enkelte også har gjort. I den grad markedet blir avgrenset lokalt eller regionalt, vil Partene ha overlappende virksomhet i Troms og Finnmark. Det er imidlertid liten grad av lokal etterspørsel av fiskekasser, ettersom hoveddelen av produksjonen er bundet opp i eksisterende leverandøravtaler og konkurranseflaten lokalt er dermed begrenset.

Avhengig av markedsavgrensning, kan foretakssammenslutningen også gi opphav til et vertikalt berørt marked mellom Partenes virksomhet på oppstrømsmarkedet (råvareproduksjon) og virksomheten innenfor produksjon og salg av fiskekasser EPS. Det vil uansett foreligge et vertikalt overlapp mellom råvareproduksjonen og Partenes virksomhet innenfor isolasjon. Partene vil imidlertid verken ha evne eller insentiv til å utestenge sine konkurrenter verken oppstrøms eller nedstrøms i noe marked.

Transaksjonen vil på bakgrunn av dette ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i strid med konkurranselovens formål og det er derfor ikke grunnlag for å gripe inn mot den, jf. konkurranseloven § 16. Den planlagte foretakssammenslutningen vil derimot føre til skjerpet konkurranse ved at den sammenslåtte enheten kan [REDACTED]

[REDACTED] Dette vil komme både profesjonelle og private slutt kunder til gode.

1	INNLEDNING OG OPPSUMMERING	2
2	KONTAKTINFORMASJON	6
2.1	Melder	6
2.2	Målselskapet	6
3	BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	6
4	BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN	7
4.1	Bewi	7
4.2	Jackon	10
5	OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE SISTE REGNSKAPSÅR	11
6	OVERSIKT OVER OVERLAPPENDE VIRKSOMHET	11
7	RÅVARE	12
7.1	Innledning og beskrivelse av markedet	12
7.2	Markedsavgrensning	13
7.3	EPS-perler	14
8	ISOLASJON	18
8.1	Innledning og oversikt over overlappende virksomhet	18
8.2	Termisk isolasjon	18
8.3	Teknisk isolasjon	22
8.4	Markedsavgrensning	22
8.5	Teknisk isolasjon	25
8.6	Termisk isolasjon	26
8.7	Byggfolie	30
9	EMBALLASJE	32
9.1	Innledning og oversikt over overlapp	32
9.2	Beskrivelse av emballasjemarkedet	33
9.3	Særlig om fiskekasser	34
9.4	Markedsavgrensning	39
9.5	Salg av emballasje i Norge	42
9.6	Segment for emballasje til næringsmiddelindustrien	44
9.7	Segment for beskyttende emballasje for transport og lagring	45
9.8	Nasjonalt marked for fiskekasser	46
9.9	Lokale/regionale markeder for produksjon og salg av fiskekasser	54
10	KOMPONENTER	57
10.1	Innledning	57
10.2	Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører	58
11	VERTIKALE RELASJONER/OVERLAPP	59
11.1	Innledning	59
11.2	Ingen utestengning av konkurrenter i nedstrømsmarkedene	59
11.3	Ingen utestengning av konkurrenter i oppstrømsmarkedet	60
12	EFFEKTIVITESGEVINSTER	61
13	TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER	62

14	ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP	62
15	KONFIDENSIALITET	62
16	AVSLUTTENDE BEMERKNINGER	62

2 KONTAKTINFORMASJON

2.1 Melder

Navn: Bewi ASA
Organisasjonsnummer: 925 437 948

Kontaktperson(er) for melder: Advokatfirmaet Thommessen AS
v/advokat Eivind Sæveraas og advokatfullmektig Trine Siri Dahl
Adresse: Ruseløkkveien 38, 0251 Oslo
Postadresse: Postboks 1484 Vika, 0116 Oslo
Telefonnummer: 91 70 90 27 / 97 10 92 24
E-postadresse: eis@thommessen.no/tsd@thommessen.no

2.2 Målselskapet

Navn: Jackon Holding AS
Organisasjonsnummer: 989 987 177

Kontaktperson for målselskap: Advokatfirmaet Schjødt AS
v/advokat Mats Johnsson
Adresse: Hamngatan 27
Postadresse: Box 715, 101 33 Stockholm
Telefonnummer: + 46 73 070 30 68
E-postadresse: mats.johnsson@schjodt.com

3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Den planlagte foretakssammenslutningen innebærer at Bewi, gjennom Genevad Holding AB, i henhold til to separate avtaler om kjøp og salg av aksjer i Jackon inngått 13. oktober 2021 og 14. oktober 2021, på varig basis overtar enekontroll i Jackon gjennom erverv av totalt 100 % av aksjene i selskapet fra henholdsvis Haas AS og Solgaard-familien ("**Transaksjonen**").¹

Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale datert 13. oktober 2021 mellom Haas AS og Bewi ASA

Vedlegg 2: Aksjekjøpsavtale datert 14. oktober 2021 mellom Solgaard-familien og Bewi ASA

Partene har en samlet omsetning i Norge på over NOK 1 milliard og de har hver for seg en omsetning i Norge som overstiger terskelverdien på NOK 100 millioner. Foretakssammenslutningen er derfor meldepliktig etter konkurranseloven § 18, jf. § 17.

Gjennomføring av foretakssammenslutningen er betinget av godkjenning fra relevante konkurransemyndigheter og planlegges gjennomført straks nødvendige regulatoriske godkjenninger foreligger.

Den strategiske og økonomiske begrunnelsen for foretakssammenslutningen er at Transaksjonen vil bidra til å styrke og videreutvikle Bewis eksisterende virksomhet. [REDACTED]

¹ Hver av selgerkonstellasjonene eide før foretakssammenslutningen 3 750 aksjer i Jackon AS.

Se nærmere om effektivitetsgevinster som følge av Transaksjonen nedenfor i punkt 12.

4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

4.1 Bewi

4.1.1 Oversikt

Bewi ble grunnlagt i 1980 på Frøya i Norge og selskapet er notert på Oslo Børs (*ticker: BEWI*). Bewi er et industrikonsern med hovedkontor på Frøya i Trøndelag med virksomhet innenfor produksjon av råvarer (hovedsakelig EPS og EPP), isolasjon, emballasje og komponenter. Størstedelen av Bewis sluttprodukter er basert på EPS, XPS og EPP, men Bewi produserer også enkelte produkter i fiber (pappkartong og papir) og skum.

Bewi driver sin virksomhet gjennom datterselskaper i en rekke europeiske land, inkludert i Norge, Polen, Sverige, Portugal, Finland, Belgia, Tyskland, Island, Nederland, Danmark og Storbritannia. Selskapene har ulik innretning innenfor for eksempel råmaterialer, isolering, emballasje, komponenter og gjenvinning. Bewi har dessuten minoritetsandeler i datterselskaper i Tyskland, Polen, Frankrike og Tsjekkia. Bewi har i dag ca. 2 000 ansatte.

Gjennom sine datterselskaper (se konsernoversikt i Vedlegg 3 og beskrivelse av deres virksomhet i Vedlegg 4) er Bewi aktiv i hele næringskjeden, fra innkjøp av råvarer til produksjon av EPS-perler, til konvertering av produkter for emballasje og resirkulering og tilbakeføring til råvarene. Produktene distribueres til et bredt spekter av sluttmarkeder, hvor de viktigste markedene er isolasjon av bygninger, produkter relatert til laks og matemballasje, samt emballasje for produkter innenfor bilindustri, farmasi, fritid, bolig, næringsbygg og infrastruktur.

Vedlegg 3: Oversikt over selskaper i Bewi-konsernet per januar 2022²

Vedlegg 4: Konsernselskapenes virksomhet

Bewi kontrolleres av BEWI Invest AS (org. nr. 920 225 268), som eier 58 % av aksjene i Bewi.³ BEWI Invest AS kontrolleres av Bekken Invest AS (org. nr. 823 791 712), som i sin tur eies med 60 % av Bekken Investment AS (org. nr. 923 791 671) og respektive 13,3 % hver av Otem Invest AS (org. nr. 920 656 374), Marbek Invest AS (org. nr. 920 656 358) og Keb Invest AS (org. nr. 820 656 342).

² Oversikten er ikke helt korrekt. Holdingsselskapet Frøya Invest AS (org.nr. 920 219 969) (tidligere Kastor Invest AS), som kontrolleres av Bekken-familien, er ikke inkludert i oversikten.

³ En oversikt over aksjonærene i Bewi finnes på denne nettsiden: <https://bewi.com/investors/the-share/?lang=no>. Oversikten er imidlertid ikke helt oppdatert, ettersom Frøya Invest AS (org.nr. 919 381 310) og EBE Eiendom AS (org.nr. 923 475 451) står oppført som aksjonærer. Disse foretakene er innfusjonert i Bewi Invest AS, som per 1. februar 2022 er den største aksjonæren i Bewi.

Bekken Investment AS, Otem Invest AS, Marbek Invest AS og Keb Invest AS eies av privatpersoner.⁴

Bekken Invest AS kontrollerer ytterligere norske selskaper: BEWI Holding AS, BEWI Energy Holding AS, BEWI Energy AS, Frøya Invest AS (tidligere Kastor Invest AS), Frøya Investment AS, BE Form Holding AS, BE Aqua AS, Delprodukt AS, Bewi Energy Valve Reconditioning & Service AS ("Bewi Energy VR&S"), HV Plast AS og Biobe AS. Av disse var det kun BEWI Holding AS, BEWI Energy AS, Frøya Invest AS, Delprodukt AS, HV Plast AS og Biobe AS som genererte nettoomsättning i 2020.

4.1.2 Virksomhetsområder

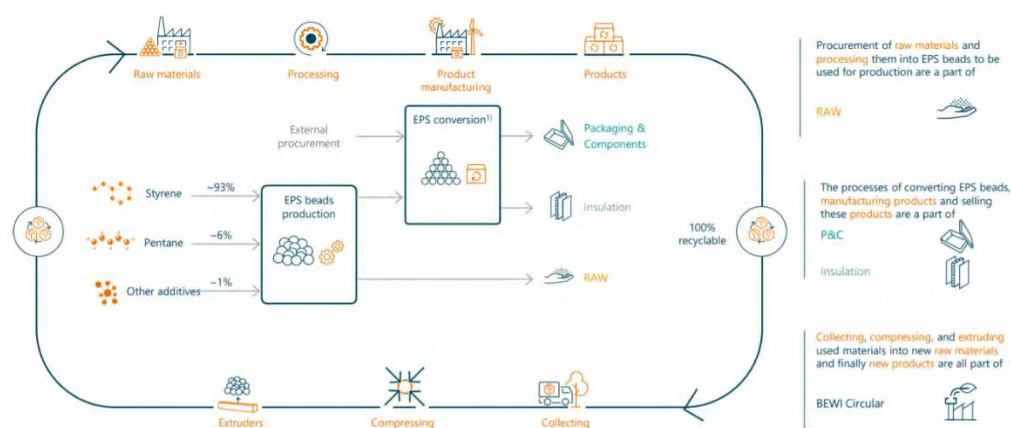
Selskapet er i dag en europeisk produsent av emballasje-, komponent- og isolasjonsløsninger. Bewi produserer også råvarer, hovedsakelig EPS og EPP, for intern bruk og eksternt salg.

Bewi produserer og selger produkter hovedsakelig laget av termoplast, herunder de termoplastiske materialene EPS, XPS og EPP. Termoplast kjennetegnes ved at det kan varmes opp og bli formet på nytt og dermed også gjenbrukes flere ganger. Til sammenlikning kan ikke herdeplast varmes og formes på nytt, ettersom de kjemiske strukturene blir ødelagt ved oppvarming av materialene. Fellesbetegnelsen for den ekspanderende plasttypen er celleplast, hvor både EPS, XPS og EPP er vanlige former. Bewis termoplastprodukter er hovedsakelig laget av materialer i perleform. Bewi tilbyr også enkelte sluttprodukter fremstilt av andre materialer, herunder papp og papir, Honeycomb samt organisk og syntetisk skum (Biofoam® og Fabricated foam).

Bewi har totalt 48 fabrikker i Europa, hvorav to produserer råmaterialer og 33 fabrikker produserer ferdige produkter. I tillegg har Bewi 13 fabrikker som har virksomhet innen gjenvinning, samt 17 delvis eide fabrikker (minoritetspost).⁵

Bewi har virksomhet i hele verdikjeden fra innkjøp av råmaterialer, til produksjon av råmaterialer og tilvirkning av ulike typer sluttkundeprodukter, og til gjenvinning av produkter til råmaterialer, se illustrasjon nedenfor. Bewis gjenvinningsvirksomhet ble opprettet i 2018, og Bewi har foreløpig ikke nevneverdig eksternt salg av gjenvunnet materiale i Norge.

Figur 1: Illustrasjon av verdikjeden



⁴ Bekken Investment AS eies av Sverre Bekken, Otem Invest AS eies av Christian Bekken, Marbek Invest AS eies av Marianne Bekken og Keb Invest AS eies av Karl Erik Bekken.

⁵ Dette omfatter ikke fabrikker som eies av foretak som Bekken Invest AS kontrollerer.

Nedenfor er en beskrivelse av Bewis virksomhet innenfor konsernets tre hovedvirksomhetsområder.

- **Råvare:** Innenfor råvaresegmentet produserer og selger Bewi EPS-perler som et råmateriale for produksjon av endelige produkter. Perlene selges både internt og eksternt (se nærmere om dette i punkt 7.3.1 nedenfor). Etter ekspansering og ekstrudering av perlene, kan materialet bli formet og prosessert til ulike sluttprodukter, herunder til støtdempende applikasjoner, isolasjon og emballasje mv. Bewis råvaresegment fokuserer på produksjon av celleplast, inkludert hvit og grå EPS, samt BioFoam®.

All produksjon skjer ved Bewis fabrikker i Nederland, Finland og Polen.⁶

Råvarene kjøpes både fra konserninterne foretak og fra andre produsenter.⁷

- **Isolasjon:** Bewi utvikler og produserer ulike isolasjonsprodukter og løsninger innenfor boligbygging, anleggsteknikk og infrastruktur, som for eksempel fyllmasse for veifyllinger, isolasjonselementer og ulike konstruksjonssystemer. Det produseres både enkle, standardiserte produkter og innovative systemer for grunnmurer, vegger og tak, samt materiale for veibygging. Bewi produserer isolasjon hovedsakelig basert på materialene av EPS og XPS. Videre har Bewi utviklet Xire®, et flammehemmende celleplastmateriale.

I tillegg produserer og selger Bewi byggfolie, som benyttes som dampsperre i bygg. Folien forhindrer fremvekst av mugg og sopp i bygninger, samtidig som den har isolerende effekt ved å holde luft, og dermed varmen, inne i bygget. Folien installeres i husveggene.

Bewi har to fabrikker som produserer isolasjonsprodukter i Norge; på Nordkjosbotn og Frøya. Bewi produserer dampsperre (byggfolie) ved sin fabrikk i Levanger og andre plastdetaljer som selges i tilknytning til byggesystemer på sin fabrikk i Stjørdal.⁸

- **Emballasje:** Emballasjevirkosomheten består av utvikling og produksjon av standardløsninger og tilpassede emballaseløsninger, herunder beskyttende emballasje for kunder i mange sektorer. Produktene er laget av EPS, EPP, Biofoam®, fabrikkert skum, Honeycomb og annet plastmateriale, men også av papp/papir og/eller i kombinasjon av plastbaserte materialer og papp/papir. EPS er vanligere i produkter til engangsbruk, mens EPP brukes i høypresisjonsprodukter. Segmentet består også av emballasje som brukes ifm. transport og lagring av ulike produkter, herunder næringsmidler mv.

Bewi leverer emballasjeprodukter innenfor flere ulike produktkategorier, herunder fiskekasser, matbokser og medisinske emballasjeprodukter.

⁶ Som nevnt over inkluderer dette ikke eventuelle fabrikker eiet av foretak som kontrolleres av Bekken Invest AS.

⁷ I 2020 kjøpte Bewi EPS-råvarer fra [REDACTED] I 2020 kjøpte Bewi Raw (på oppstrømsmarkedet som leverandør av EPS-perler [REDACTED] EPS-perler. I tillegg gjorde ulike Bewi-foretak som produserer EPS-produkter innkjøp av EPS-perler direkte fra eksterne produsenter på til sammen [REDACTED]

⁸ Som nevnt over inkluderer dette ikke eventuelle fabrikker eiet av foretak som kontrolleres av Bekken Invest AS.

I Norge har Bewi seks emballasjefabrikker i Norge; Hammerfest, Senja, Nordkjosbotn, Frøya, Levanger og Stjørdal.⁹

- **Komponenter:** Bewi produserer og selger tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter, herunder høypresisjonsprodukter som beskytter tekniske komponenter, som for eksempel hjelmer i syntetisk skum, bioskum og fiberkartong (honeycomb), industrielle og tekniske deler, samt til bilindustrien og VVS-sektoren. Videre produserer enkelte andre selskaper kontrollert av Bekken Invest komponenter, som nærmere beskrevet i punkt 10 nedenfor.

4.2 Jackson

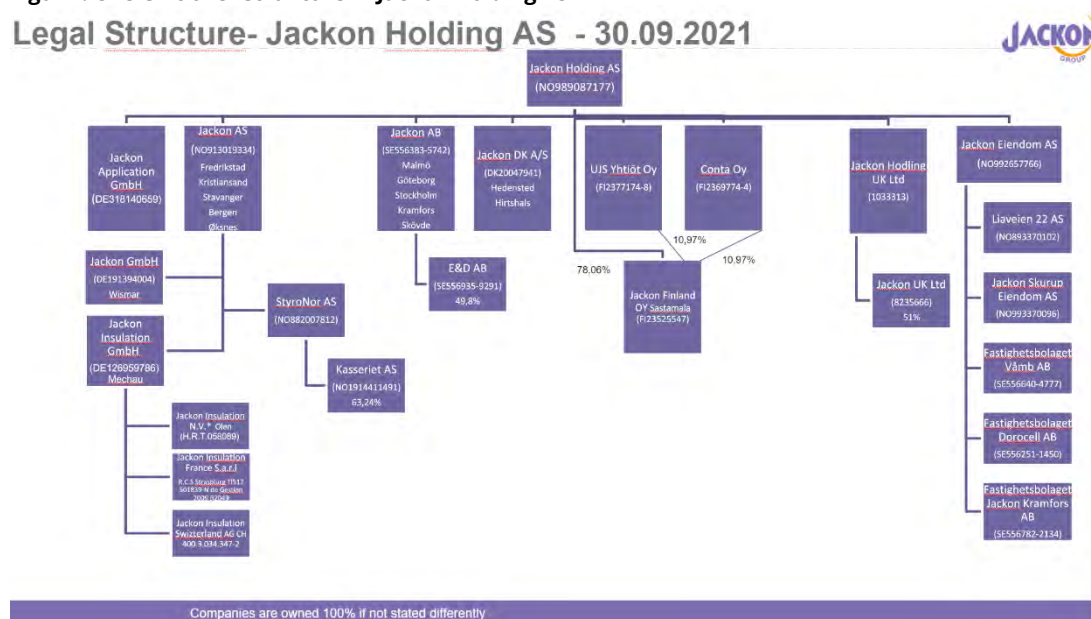
4.2.1 Oversikt

Jackson eies før den planlagte foretakssammenslutningen av Akselsen-familien (gjennom selskapet HAAS AS) med 50 % og Solgaard-familien med resterende 50 %. Jackson er et norsk industrikonsern med hovedkontor i Fredrikstad og virksomhet i Norge, Sverige, Finland, Danmark, Tyskland og Storbritannia, i tillegg til Norge. Selskapet har totalt ca. 900 ansatte og 21 fabrikker i Europa. Jackson er en ledende produsent av isolasjon, byggesystemer, samt spesialprodukter og emballasje til byggebransjen og annen industri. Jackson er medlem i bransjeforeningene EPS foreningen Norge, Byggevarerindustriens Forening og Takentreprenørenes Forening (TPF).

En nærmere beskrivelse av Jacksons virksomhet er inntatt i kapittel 4.2.2 nedenfor.

Figur 2: Oversikt over strukturen i Jackson Holding AS

Legal Structure- Jackson Holding AS - 30.09.2021



4.2.2 Virksomhetsområder

Jackson produserer og selger produkter innenfor råvare, isolasjon og emballasje. Virksomheten har hovedkontor i Fredrikstad.

⁹ Bewi hadde tidligere en fabrikk i Alta, men produksjonen var avsluttet per 31.12.2021. Bewi har også virksomhet på Hitra i form av innsamling av brukte fiskekasser fra Lerøy som komprimeres for salg blant annet til Inoplast med flere (ingen fabrikk på Hitra). Som nevnt over inkluderer dette ikke eventuelle fabrikker eiet av foretak som kontrolleres av Bekken Invest AS.

- **Råvare:** Innenfor råvaresegmentet produserer og selger Jackon hvite EPS-perler som et råmateriale for produksjon av sluttprodukter.¹⁰ Perlene forbrukes i det vesentlige internt, men deler av produksjonen selges også eksternt.
- **Isolasjon:** Jackon produserer isoleringsprodukter av EPS og XPS. I tillegg produserer og selger Jackon noe byggfolie. Produktene selges stort sett via distributører som selger de videre innenfor bygge-, og til en viss grad, industri sektoren. Distributørene er både små, mellomstore og store i nasjonal, nordisk og europeisk sammenheng. Jackons fabrikker med produksjon av isolasjon ligger i Fredrikstad, Bergen og Kristiansand.
- **Emballasje:** Jackon produserer og selger hovedsakelig emballasje av EPS og EPP. Produktene tilpasses den enkelte kundens behov. Salg av standardiserte produkter, utover fiskekasser, utgjør en mindre del av virksomheten. Produksjon av emballasje skjer ved Jackons fabrikker i Fredrikstad, Bergen, Alta, Stavanger, Øksnes, Tana og Gratangen.
- **Komponenter:** Jackon har noe virksomhet innen produksjon og salg av tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter, herunder til VA/VVS-sektoren.

5 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE SISTE REGNSKAPSÅR

Navn	Omsetning (i NOK)	Driftsresultat (i NOK)
Kjøper		N/A
Målselskapet		N/A

6 OVERSIKT OVER OVERLAPPENDE VIRKSOMHET

Partene har overlappende virksomhet innen produksjon og salg av:

- Hvite EPS-perler
- Termisk isolasjon
- Byggfolie/dampsperre
- Emballasje, herunder særlig fiskekasser
- Tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter

I tabellen nedenfor gis en oversikt over Partenes omsetning i Norge i 2020 fordelt på de overlappende virksomhetsområdene (oppgitt i NOK).

Tabell 1: Oversikt over norsk omsetning (2020)

	Hvite EPS-perler	Termisk isolasjon	Byggfolie	Emballasje ¹¹	Fiskekasser	Tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter

¹⁰ Jackons tyske foretak, Jackon GmbH, kjøpte tidligere grå EPS-perler for interne og eksterne videresalg. Dette gjøres imidlertid ikke lenger.

¹¹ Eksklusive fiskekasser.

Bewi	██████████ ¹²	██████████	██████████	██████████	██████████	██████████ ¹³
Jackon	██████████ ¹⁴	██████████	██████████	██████████	██████████	██████████

7 RÅVARE

7.1 Innledning og beskrivelse av markedet

Både Bewi og Jackon har virksomhet i et oppstrøms råvareproduksjonsmarked, hvor de produserer EPS-perler som brukes som innsatsfaktor i produksjon av forskjellige sluttprodukter til ulike formål, herunder isolasjons og emballasjeprodukter.

Bewi produserer og selger både hvite og grå EPS-perler, mens Jackon kun produserer og selger hvite. Grå EPS-perler lages ved at råmaterialet tilsettes grafitt, noe som reduserer varmeoverføringen og forbedrer isoleringsegenskapene. I tillegg produserer Bewi EPP-perler, men kun til intern bruk som råvare i produksjon av blant annet transportemballasje for kameraer, instrumenter, elektronikk og andre høypresisjonsprodukter og i komplekse løsninger for VVS-komponenter. Jackon produserer ikke EPP-perler.

EPS-perler er en type celleplast som er laget av polystyren (PS). Innsatsfaktoren er i hovedsak styren (vinylbenzen), som kjøpes fra aktører innenfor oljeindustrien, som Shell og INEOS. Perlene kan produseres ved bruk av to forskjellige teknologier; reaktorteknologi eller ekstruderteknologi. Reaktorteknologien har høy virkningsgrad og effektivitet, men den kan ikke styre størrelsen på perlene og den definerer ulike kvaliteter og kategorier av råvarer. Ekstruderteknologien klipper materialet, noe som fører til at alle perlene får lik størrelse. Teknologien har lav virkningsgrad og noe høyere materialkostnader enn reaktorteknologien, men den produserer perler i ønsket kvalitet. En produsent må imidlertid ha mange ekstrudere for å produsere samme volum som ved bruk av reaktor.

EPS-perlene kan formes og bearbeides videre til forskjellige sluttprodukter. EPS består av 98 % luft og isolerer effektivt mot varme, kulde og fuktighet, er vanntett, giftfritt og hygienisk. EPS-perlene er derfor velegnet til å lage emballasjeprodukter, for eksempel til ferskvarer som fisk, frukt og grønnsaker. Videre benyttes materialet som emballasje for å beskytte medisiner, elektroniske forbrukervarer og tekniske komponenter. Andre eksempler på bruksområder for EPS-perlene er sykkelhjelm, barneseter og som polstring i stoler. EPS-perler benyttes også i varmelisolerende materialer og i aggregater.

Det finnes andre råvarer som kan brukes til å lage sluttprodukter til samme formål, for eksempel XPS. I likhet med EPS, fremstilles også XPS av polystyren, men ekstruderes til plater i stedet for perler. Som følge av en lukket cellestruktur tåler materialet sterk kompresjon og varme, i tillegg til at det holder vann ute. Materialets egenskaper gjør at det ofte benyttes som isolasjon i prosjekter som stiller høye krav til styrke og vanndampdiffusjon.

Et annet eksempel på termoplast med en lukket cellestruktur er EPP. Produkttettheten kan tilpasses det enkelte formålet. Materialet har et svært høyt energiopptak, gode varmelisolerende egenskaper og høy motstandskraft. Disse egenskapene gjør at EPP kan gjenopprettes til materialets opprinnelige form etter

¹² I tillegg har Bewi interne salg til en verdi av ██████████

¹³ Bewi Energy AS har virksomhet innenfor tekniske komponenter og en totalomsetning på ca. NOK 5 millioner i 2020 hvor deler av omsetningen tilhører denne kategorien.

¹⁴ I tillegg har Jackon interne salg til en verdi av ██████████

sammenstøt. Materialet brukes derfor ofte for energiabsorbering i støtfangere, dørputer, sidekollisjonsbeskyttelse, nakkebeskyttelse og i dashbordet. I tillegg brukes EPP-løsninger i forbindelse med transportemballasje for kameraer, instrumenter, elektronikk og andre høypresisjonsprodukter og i komplekse løsninger for VVS-komponenter.

Videre dekker Biofoam® og fabrikkert skum deler av det samme bruksområdet som EPS-perler. Biofoam® er et biologisk nedbrytbart skum som likner på EPS og har mer eller mindre de samme egenskapene. Det er slitesterkt og egner seg godt for produkter som formes og kuttet. Materialet gir stor designfrihet når det gjelder tekniske produkter og emballaseløsninger.

Fabrikkert skum leveres i blokker fra produsentene og bearbeides deretter til kundespesifikke løsninger. Bewi bruker hovedsakelig skum laget av EPE og PUR, hvor EPE benyttes for å dempe støt og ved innpakning av tyngre industrielle produkter. PUR har en åpen cellestruktur, noe som innebærer at luft og vann kan trenge gjennom materialet, hvilket innebærer at materialet er egnet i møbler og madrasser, samt til innpakning av skjøre produkter. Begge materialene produseres i fargene sort, hvit og rosa.

En annen råvare som kan brukes til (delvis) samme formål som EPS-perler er Honeycomb. Det er et naturprodukt som er laget av fornybare ressurser, som for eksempel papir og papp. Kjernen og innpakningen limes sammen med vannbasert, biologisk og nedbrytbart lim. Materialet brukes for å dempe og beskytte pumper, ventiler, møbler, elektronikk, glass, flasker og andre skjøre produkter mot støt og transportkader.

Det europeiske markedet for EPS er kompetitivt. Det er vanlig at kundene har flere leverandører og at leveranseavtalene ikke er langvarige, slik at kundene enkelt kan bytte mellom leverandører og dermed utøve kjøpermakt ved å utnytte konkurransen mellom leverandørene gjennom forhandlinger. Som følge av transportkostnader og leveringstid er det imidlertid begrenset konkurranse fra aktører utenfor Europa.

Hovedutfordringen knyttet til etablering i markedet er kostnadene forbundet med etableringen av en fabrikk. Kostnadene utgjør etter Bewis beste estimat omtrent [REDACTED]

7.2 Markedsavgrensning

7.2.1 Produktmarkedet for EPS-perler

Kommisjonen har tidligere avgrenset ulike produktmarkeder for produksjon og salg av (i) EPS-perler (En. EPS beads), (ii) styrenmonomer og (iii) polystyren (PS).¹⁵ Kommisjonen har videre vurdert segmentering mellom grå og hvite EPS-perler som følge av varmeoverføringsegenskaper.¹⁶ Som Kommisjonen legger Partene til grunn at det ikke er behov for noen ytterligere segmentering av markedene for EPS-perler basert på størrelse eller lignende.¹⁷ Dette skyldes substitusjon både på tilbuds- og etterspørselssiden. Leverandørene kan på kort tid og uten vesentlige kostnader tilpasse sin produksjon til en annen kategori av perler ved behov. På samme måte anser kundene ulike størrelser som substituerbare.

Som råvare er EPS-perler egnet til en rekke ulike bruksformål og kan derfor i mange tilfeller også substitueres med andre materialer. Dette gjelder særlig andre former for celleplast som EPP og XPS, samt pappkartong, mineralull, skum mv. Som følge av utviklingen i markedet i form av økt etterspørsel etter andre miljøvennlige og bærekraftige alternativer, har Bewi videre utviklet alternative råmaterialer til celleplast, Bewi Biofoam®.

¹⁵ Se M.8015 – *Synthos/Ineos Styrenes*, avsnitt 10-30.

¹⁶ Se M.8015 – *Synthos/Ineos Styrenes*, avsnitt 12-17.

¹⁷ Se M.8015 – *Synthos/Ineos Styrenes*, avsnitt 19-20.

Bewi Biofoam® er et organisk og biologisk nedbrytbart skumprodukt produsert av kompost. Materialet har i all hovedsak samme egenskaper som EPS og kan brukes til produksjon av de fleste typer emballasje.

7.2.2 Geografisk marked for EPS-perler

Kommisjonen har ved flere anledninger lagt til grunn at det geografiske markedet for EPS-perler er EØS-området.¹⁸ Produsenter av EPS-perler tilbyr og leverer produktene over hele EØS-området og som følge av lave transportkostnader, pga. produktenes lave vekt, transporteres produktene over lange distanser. Prisen for råmaterialet kan imidlertid variere etter hvor langt perlene transporteres. EPS-perler er et homogent produkt og det er ingen regulatoriske barrierer mot handel på tvers av landegrensene. Handelen foregår faktisk også innenfor hele EØS-området uten nevneverdige prisforskjeller siden EPS-prisen er i stor grad basert på prisen for råvareprisen for styren som også handles på tvers av landegrensene i EØS-området. At konkurransen foregår over hele EØS bekreftes av at over [redacted] av Bewis salg fra fabrikken i Finland går til [redacted]

[redacted] Etter Partenes oppfatning transporteres EPS som råvare normalt [redacted] men transporteres i praksis effektivt og konkurransedyktig opptil [redacted]

7.2.3 Oppsummering

Basert på Kommisjonens tidligere markedsavgrensning legger Melder for denne meldingens formål til grunn at det relevante råvaremarkedet er salg av EPS-perler i EØS. For ordens skyld oppgis det likevel også markedsdata basert på en segmentering i henholdsvis grå og hvite EPS-perler. Videre kan EPS-perler ofte substitueres med andre materialer som beskrevet over, men siden foretakssammenslutningen uansett markedsavgrensning ikke vil føre til noen konkurransebegrensning på dette området er det likevel ikke nødvendig å ta endelig stilling til markedsavgrensningen.

7.3 EPS-perler

7.3.1 Totalmarked og markedsandeler

Partene vil etter Transaksjonen ha en samlet markedsandel på [redacted] et marked for EPS-perler i EØS og [redacted] i et EØS-marked for hvite EPS-perler.

Tabell 2: Markedsandeler EPS-perler (grå og hvite), EØS (verdi/EUR og volum/kilo)¹⁹

	Verdi (EUR)		Volum (kilo)	
Bewi	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Jackson	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Totalmarked	[redacted]	100 %	[redacted]	100 %
Partene	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

Tabell 3: Markedsandeler grå EPS-perler, EØS (verdi/EUR og volum/kilo)²⁰

	Verdi (EUR)		Volum (kilo)	
Bewi	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

¹⁸ M.8015 – Synthos/Ineos Styrenes og M.3578 – BP/Nova Chemicals/JV.

¹⁹ Omfatter kun eksternt salg. Markedsandeler er basert på Partenes salgsdata og Partenes beste estimat av totalmarkedet. Partene har basert det totale forbruket av EPS-perler i EØS (i tonn). Videre har Partene estimert hvor stort forbruk vertikalt integrerte EPS-produsenter har. Ved å trekke fra intern bruk fra estimatet for total bruk og allokere resterende salg til øvrige konkurrenter etter deres relative, estimerte produksjonskapasitet, har Partene estimert markedet for eksternt salg. Estimaten på totalmarkedet i verdi er basert på en forutsetning om at Bewis gjennomsnittspris utgjør markedspris.

²⁰ Se fotnote 19 ovenfor.

Jackon				
Totalmarked		100%		100 %
Partene				

Tabell 4: Markedsandeler hvite EPS-perler, EØS (verdi/EUR og volum/kilo)²¹

	Verdi (EUR)		Volum (kilo)	
Bewi				
Jackon				
Totalmarked		100 %		100 %
Partene				

For ordens skyld har Partene også inkludert markedsdata for produksjon og salg av EPS-perler i et hypotetisk nasjonalt marked, som ytterligere underbygger at foretakssammenslutningen ikke vil føre til noen vesentlig konkurransebegrensning i markedet for produksjon og salg av EPS-perler under noen mulig markedsavgrensning.

Tabell 5: Markedsandeler EPS-perler, Norge (verdi/EUR)²²

EPS-perler (grå og hvite)	EUR	%
Bewi		
Jackon		
Totalt		100 %
Grå EPS-perler	EUR	%
Bewi		
Jackon		
Totalt		100 %
Hvite EPS-perler	EUR	%
Bewi		
Jackon		
Totalt		100 %

Både Bewi og Jackon selger store deler av produksjonen av EPS-perler internt, som ikke er inkludert i estimatene ovenfor. Som det fremgår av tabell 6 nedenfor utgjør internt salg av hvite EPS-perler en betydelig andel av hver av Partenes produksjon. Særlig gjelder dette for Jackons produksjon i Norge, hvor hele [redacted] selges internt før foretakssammenslutningen. Jackons betydning for konkurransen på råvaremarkedet er dermed [redacted] før Transaksjonen og foretakssammenslutningen vil dermed i realiteten ikke redusere antallet tilbydere av hvite EPS-perler i Norge og kun en helt minimal aktør i EØS.

Tabell 6: Oversikt over internt og eksternt salg av grå og hvite EPS-perler

EØS	Eksternt salg (EUR)	Internt salg (EUR)	Andel interne salg (% av EUR)	Eksternt salg (kilo)	Internt salg (kilo)	Andel interne salg (% av kilo)
Bewi						
Jackon						
Norge	Eksternt salg (EUR)	Internt salg (EUR)	Andel interne salg (% av EUR)	Eksternt salg (kilo)	Internt salg (kilo)	Andel interne salg (% av kilo)
Bewi						

²¹ Se fotnote 19 ovenfor.

²² Se fotnote 19 ovenfor.

Jackon				23	24	25
--------	--	--	--	----	----	----

Tabell 7: Oversikt over internt og eksternt salg av hvite EPS-perler

EØS	Eksternt salg (EUR)	Internt salg (EUR)	Andel interne salg (% av EUR)	Eksternt salg (kilo)	Internt salg (kilo)	Andel interne salg (% av kilo)
Bewi						
Jackon						
Norge	Eksternt salg (EUR)	Internt salg (EUR)	Andel interne salg (% av EUR)	Eksternt salg (kilo)	Internt salg (kilo)	Andel interne salg (% av kilo)
Bewi						
Jackon				26	27	28

Konkurransetilsynet har bedt Partene legge frem markedsandeler hvor også intern omsetning er inkludert. EPS som brukes i intern produksjon kan ikke anses som del av et eksternt marked, men Partene har likevel beregnet hvor stor andel av hvite EPS-perler som brukes i henholdsvis EØS og Norge som produseres av hver av Partene. Samlet produserer Partene av hvite EPS-perler som brukes i EØS (Bewi og Jackon).²⁹ For Norge vil tilsvarende tall være samlet (Bewi og Jackon).³⁰ Etter Partenes oppfatning er en slik andelsberegning kunstig da begge Partene primært produserer råvarer til bruk i egen produksjon som medfører at (store) deler av produksjonen verken blir eller har vært tilbudt på markedet til andre aktører i nedstrømsmarkedet.

7.3.2 Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse innen markedet for produksjon og salg av hvite EPS-perler

Partene har en lav samlet markedsandel innen EØS-markedet for produksjon og salg av hvite EPS-perler og som følge av Jackons begrensede posisjon er også konsentrasjonsøkningen lav. Ved en snevrere geografisk avgrensning av markedet er den samlede markedsandelen høyere, men konsentrasjonsøkningen helt ubetydelig. Under enhver mulig markedsavgrensning blir uansett ikke konkurransen i markedet påvirket. Det kan særlig vises til at Partene møter sterk konkurranse i markedet. Det er flere store produsenter av EPS-perler i Europa, for eksempel de internasjonale foretakene BASF, Synthos, Sunpor og Ravago, samt andre store foretak som Sibur, Unipol og Total. Disse foretakene står for størstedelen av EPS-produksjonen i EØS-området og de er ikke vertikalt integrerte. Det finnes altså flere store konkurrenter i markedet som fortsatt vil konkurrere i markedet for produksjon og salg av EPS-perler. Videre møter de konkurranse fra leverandører av substituerbart materiale.

Det er Partenes oppfatning at kapasiteten i markedet vedrørende produksjon av EPS-perler ikke er fullt utnyttet. Partene er av den oppfatningen at etterspørselen etter EPS-perler er økende. Ved økt etterspørsel får aktørene økte incentiver til å investere i nye fabrikker. Videre er det mulig å øke produksjonen i løpet av 1 til 2 år. Synthos stengte for eksempel en fabrikk i Riebecour i Frankrike for ca. tre til fire år siden, noe som

23	
24	
25	
26	
27	
28	

²⁹ Totalmarkedet for hvite EPS-perler i EØS inkludert intern omsetning er estimert til

³⁰ Totalmarkedet for hvite EPS-perler i Norge inkludert intern omsetning er estimert til

resulterte i at ca. 60 000 tonn forsvant fra markedet. Synthos vil trolig fylle dette hullet ved deres fabrikk i Polen, som antas å være i drift i løpet av 2023.

Så vidt Partene vet, er det ikke vanlig med langvarige og eksklusive leveringsavtaler og mange kunder har et flertall ulike leverandører. Kundene i markedet er videre ofte store foretak som gjennomfører omfattende og konkurranseutsatte innkjøpsprosesser som gir kundene mulighet til å utøve sterk kjøpermakt. Kundene er som regel produsenter av EPS-produkter og ikke aktører som driver med videresalg av perlene.

Videre er EPS-perler et generisk produkt og det er enkelt for kundene å bytte mellom ulike leverandører og som nevnt er det vanlig at kundene har avtaler med flere leverandører samtidig. Det er begrensede fraktkostnader, noe som innebærer at det heller ikke er noen særskilte hindre knyttet til bytte til en leverandør med fabrikk i et annet land innen EØS enn tidligere leverandørs fabrikklokasjon.

Prisen for EPS-perler påvirkes i all hovedsak av oljeprisen (den viktigste råvaren for produksjon av perlene er styren). Ettersom styren er tilgjengelig på markedet, er det ingen særskilte begrensninger i markedet når det gjelder tilgangen til innsatsfaktorene.

Oppsummert vil ikke foretakssammenslutningen i betydelig grad hindre effektiv konkurranse innenfor markedet for produksjon og salg av hvite EPS-perler, uansett hvilken markedsavgrensning som legges til grunn.

7.3.3 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innenfor salg av hvite EPS-perler

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av hvite EPS-perler i EØS-området, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn	Estimert markedsandel	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

For ordens skyld nevner vi at Bewis fem viktigste eksterne kunder i Norge er [REDACTED]

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av hvite EPS-perler i EØS-området, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn	Estimert markedsandel	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

For ordens skyld nevner vi at Jackons viktigste eksterne kunder i Norge er

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører i et europeisk marked for salg av hvite EPS-perler.

8 ISOLASJON

8.1 Innledning og oversikt over overlappende virksomhet

Både Bewi og Jackon produserer og selger isolasjonsprodukter i EPS og XPS i Norge, men disse produktene kan enkelt substitueres med produkter som har samme egenskaper men som er fremstilt av andre materialer. Bewi produserer primært termisk isolasjon i EPS og XPS³¹, mens Jackon tilbyr termisk og teknisk isolasjon i EPS og XPS, i tillegg til systemprodukter (termisk isolasjon) basert på EPS og XPS. I Norge utgjør omtrent av Jackons salg av isolasjon termisk isolasjon i EPS og XPS, mens resterende knytter seg til salg av teknisk isolasjon.

Partene har dermed overlappende produkttilbud innen termisk isolasjon, som vil beskrives nærmere i det følgende.

Innledningsvis i punkt 8.2 vil det gis en oversikt over markedet for termisk isolasjon, herunder ulike materialer som brukes for å lage isolasjon i punkt 8.2.2, deretter gis det en kort oversikt over markedet for teknisk isolasjon i punkt 8.3. Gjennomgangen vil danne bakgrunn for markedsavgrensningen i punkt 8.4 og deretter behandlingen av isolasjonsmarkedene i punkt 8.5 og 8.6 nedenfor. Byggfolie er et produkt som ofte brukes i kombinasjon med isolasjon og dette beskrives og behandles i punkt 8.7.

8.2 Termisk isolasjon

8.2.1 Bruksområder og etterspørsel

Termisk isolasjon installeres i bygninger for å redusere energitap, herunder gjennom å redusere energiforbruket til bygninger og andre konstruksjoner og redusere varmeoverføring, samt for å ivareta et godt innneklima. Termisk isolasjon kan installeres direkte i bygningen, eller gjennom plater, ICF eller andre formstøpte isolasjonsprodukter. Ulike materialer kan brukes for å fremstille termisk isolasjon, herunder EPS, XPS, PIR/PUR og mineralull (glassull og steinull).

Etterspørselen etter termisk isolasjon kommer i all hovedsak fra byggentreprenører og håndverkere, som gjør sine innkjøp fra byggevaregrossister. Byggevaregrossistene avholder etter Melders erfaring regelmessig anbudskonkurranser og inngår (ramme)avtaler med 1-2 års varighet. Byttekostnadene er helt minimale og Bewi erfarer at grossistkundene bytter ved prisforskjeller. Dette henger sammen med at kundene i liten grad er opptatt av merkevare men heller i all hovedsak baserer innkjøp

³¹

er derfor også et viktig konkurranseparameter innenfor isolasjon.

Både teknisk og termisk isolasjon i EPS og XPS (og andre materialer) transporteres over lengre avstander og til dels på tvers av landegrensene avhengig av fabrikkens lokasjon. Siden XPS er mer kostbart enn EPS, transporteres XPS-baserte produkter ofte over lengre avstander enn EPS.

8.2.2 Termisk isolasjon fremstilles i en rekke ulike materialer

Isolasjonsmaterialer kan generelt beskrives som materialer som reduserer termisk og akustisk utveksling mellom ulike elementer i en konstruksjon. Isolasjonsmaterialer for bygningsapplikasjoner brukes normalt til å isolere vegger, gulv, tak, himlinger og kanaler, og produseres vanligvis enten fra skum, ekspandert polystyren (EPS), ekstrudert polystyren (XPS) og polyisocyanurate (PIR), polyuretan (PUR) eller mineralull (stein- eller glassull). Det er noe variasjoner mellom materialene når det gjelder termisk og akustisk ytelse, fyllingsegenskaper, fuktighets- og brannmotstand, strukturell stabilitet og kostnad/pris.

Nedenfor er en kort beskrivelse av ulike typer isolasjonsmateriale som oppfyller samme hovedformål, nemlig å isolere og redusere varmetapet.

- **EPS:** Som forklart ovenfor er EPS et celleplastmateriale basert på polystyren. EPS har en god isolasjonsevne med svært lav lambdaverdi. Videre har EPS en lukket cellestruktur, som gjør at svært små mengder vann kan absorberes. EPS opprettholder dermed en god isolasjonsevne selv om materialet er omgitt av en høy relativ fuktighetsgrad. EPS er lettantennlig og kan derfor tilsettes brannvernmidler.
- **XPS:** XPS produseres ved å smelte polystyrenkuler under høyt trykk med tilsetning av komprimert gass. XPS har en lukket cellestruktur, som gir god trykkfasthet og utestenging av vann. Derfor brukes XPS ofte som isolasjon i prosjekter med høye krav til styrke og som krever svært lav vannopptak under diffusjon.
- **PIR/PUR:** PUR finnes for eksempel i skum og plast med høy elastisitet. Både PUR og PIR er produsert ved bruk av isocyanat og polyol. Kort oppsummert kan det sies at PIR er en forbedret versjon av PUR og gir enda bedre isolasjonsevne. PIR beskytter bedre mot brann enn PUR og de fleste isolasjonsmaterialer. PIR er dermed egnet for leilighetsbygg. PIR har en av de laveste varmeledningsevnene blant alle klassiske isolasjonsmaterialer, dvs. PIR isolerer bedre med samme tykkelse. PIR og PUR opprettholder også en god isolasjonsevne selv om materialet er omgitt av høy relativ fuktighet.
- **Mineralull:** Mineralull kan bestå av stein- og glassull og produseres ved å spinne råstoffet glass eller stein til tråder som deretter veves sammen i produkter som tepper, plater eller løs ull.

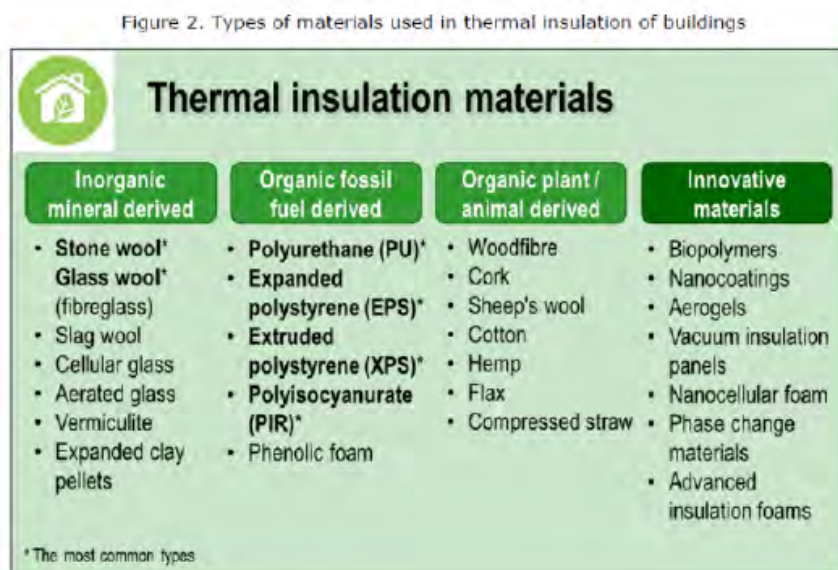
Steinull: Steinull lages ved å smelte stein (naturstein) ved 1 600 grader. Steinull er, fra et miljøsynspunkt, bærekraftig ettersom det er et naturprodukt. Steinull er relativt billig og lett å håndtere for produsenter. Steinull er et godt materiale for å dempe støy og beskytte mot brann. Steinull (i alle fall noen varianter) absorberer ikke fuktighet fra omgivelsene og holder seg tørr selv i fuktige omgivelser.

Glassull: Glassull lages ved å blande sand og glass ved 1 300-1 450 grader. Glassull har de samme termiske egenskapene som steinull. I likhet med steinull har glassull lav fuktighetsabsorpsjon.

- **Naturmaterialer:** I tillegg til de ovennevnte materialene har etterspørselen etter naturmaterialer den siste tiden økt betydelig, noe som betyr at materialer som bomull, cellulose og trefibre og hamp har blitt mer etterspurt.
- **Cellulært glass:** Cellulært glass er et lett, stabilt og slitesterkt isolasjonsmateriale som består av millioner av helt lukkede glassceller. Den har en kombinasjon av egenskaper som ikke-brennbarhet, trykkfasthet, vann- og diffusjonstetthet og langvarig varmeisolasjon.
- **Lettbetong:** Lettbetongplater egner seg i kjellervegger som vender mot utsiden av bygget og dermed eksponeres mot fukt. Lettbetong kan også brukes til baderomsvegger og limes i taket mellom etasjer.
- **Leca-blokker:** Leca-blokker (ekspanderte leireballastblokker) er laget av ekspandert leirgranulat som brennes ved høy temperatur. Ved forbrenningen utvides leirkornene betraktelig, noe som gjør blokkene lette og effektive i isolasjonssammenheng. Blokkene kan brukes i flere typer isolasjon, herunder isolasjon i grunnen.

Listen over materialer ovenfor er ikke uttømmende, og det finnes en rekke andre isoleringsmaterialer, som illustrert ved figur 3 nedenfor.

Figur 3: Materialtyper som brukes som termisk isolasjon i bygninger³²



Rapporten viser at det finnes et mangfold av isolasjonsmaterialer som i større og mindre grad er utskiftbare med hverandre og at det også er en sterk innovasjon i bransjen når det gjelder bruk av mer bærekraftige materialer. Dette bekreftes også av en rapport fra svenske konkurransemyndigheter, som slår fast at produsenter av mineralull, for å differensiere sine produkter, har investert i å utvikle produkter med mål om

³² Kilde: Pavel, C.C., Blagoeva, D. T., *Competitive landscape of the EU's insulation materials industry for energy-efficient buildings* (2018), side 5. Rapporten er innhentet på oppdrag fra Kommisjonen.

å redusere klimapåvirkningen.³³ Trenden mot bærekraftige alternativer gjør at Partene møter økt konkurranse. De siste tiårene har oppmerksomheten rundt energi- og miljøproblemer økt betraktelig. Byggesektoren, som står for ca. 40 % av det totale energiforbruket i Europa, har derfor fått en sentral rolle i utviklingen mot et mer bærekraftig samfunn.³⁴ Den termiske ytelsen til isolasjonsmaterialer er ikke lenger den eneste parameteren å ta hensyn til ved valg av materialer, men også egenskaper knyttet til lydisolasjon, brannsikkerhet, vanndampgjennomtrengelighet og påvirkning på miljø og menneskers helse. Markedet for miljøvennlige og bærekraftige isolasjonsmaterialer med lavt energinivå vokser derfor raskt.³⁵

Utviklingen mot bærekraftige materialer (ofte fiberbaserte alternativer) har ført til at kundene i større grad har erstattet celleplast (for eksempel EPS og XPS) med andre typer materialer. Den økte etterspørselen etter andre miljøvennlige og bærekraftige alternativer har dermed ført til økt konkurransepress fra andre isolasjonsmaterialer samt innovative merker og teknologier:

“Consumers are increasingly concerned about their carbon footprint, climate change and demand for greener products. As a consequence, the utilization of recycled materials in thermal insulation is increasing. Thus, there is a growing demand for thermal insulation of good quality and energy-efficient buildings per legislation and the consuming trend.”³⁶

Det er også en pågående utvikling mot enda mer innovative materialer som har meget god isolasjonsevne og som kombinerer tykkelse, letthet og lave varmeledningsevneverdier, men som per i dag har høyere priser enn de konvensjonelle løsningene.³⁷

Det følger av dette at det fra et etterspørselsperspektiv er klar substitusjon mellom et stort antall ulike isolasjonsprodukter og materialer som tjener samme formål – å isolere. Det er også en klart økt etterspørsel etter mer miljøvennlige og bærekraftige alternativer. Det er følgelig et betydelig konkurransepress mellom ulike typer isolasjonsmaterialer. Celleplast (EPS, XPS og PUR/PIR) konkurrerer for eksempel med mineralull (stein- og glassull).

8.2.3 Etablering

Det er visse etableringsbarrierer knyttet til produksjon av termiske og tekniske isolasjonsprodukter i form av investeringskostnader, samt kostnader knyttet til sertifiseringer for å imøtekomme kundenes kvalitetskrav. Nye produkter må blant annet testes og godkjennes før de kan benyttes til bygningsformål. Det følger av de regulatoriske kravene at isolasjonsprodukter skal være slitesterke og ha lydisolerende egenskaper, samt ha et lavt nivå av termisk ledeevne og ikke være egnet for dampgjennomtrenging. I tillegg bør de kunne være i kontakt med løsemidler og ikke være brannfarlige. Det er lettest å komme inn på markedet ved å produsere standard EPS-plater. Flere takentreprenører bygger egne fabrikker for forsyning av EPS. Et eksempel er Cellterm i Markaryd i Sverige.

³³ Rapport 2021:4, *Konkurrense i byggmaterialindustrien*, side 74.

³⁴ Kommisjonen, *Energy Efficiency Plan 2011*, side 6.

³⁵ Ibid. side 2.

³⁶ IC Market Forecast & Company Profiles, *Thermal Insulation in Europe*, side 5.

³⁷ Pavel, C. C., Blagoeva, D. T., *Competitive landscape of the EU's insulation materials industry for energy-efficient buildings*, side 5; Se også Schiavonia, F. D'Alessandro,

8.3 Teknisk isolasjon

Teknisk isolasjon reduserer termisk utveksling eller støy gjennom applikasjoner som påføres isolasjonen, og har således et annet bruksområde enn termisk isolasjon. Teknisk isolasjon brukes blant annet til isolering av veier, grunnen under jernbane, rør, garasjeporter og campingvogner. Teknisk isolasjon kan fremstilles i flere materialer, herunder i EPS og XPS, trestrukturer, mineralull (glassull og steinull), betongblokker og PIR/PUR. Hvilket materiale som velges vil som regel bero på tiltenkt bruk, herunder basert på pris og teknisk kvalitet.

Etterspørselen etter teknisk isolasjon kommer i all hovedsak fra VVS-industrien, bilprodusenter (*En automotive OEMs*), farmasøytiske laboratorier og mat- og næringsmiddelbransjen. Som for innkjøp av termisk isolasjon erfarer Partene at kundene inngår (ramme)avtaler på 1-2 år og at det ikke er særlig merkevarelojalitet, noe som innebærer at kundene vil bytte ved [REDACTED]

8.4 Markedsavgrensning

8.4.1 Produktmarked

Kommisjonen har i tidligere praksis funnet at isolasjonsprodukter utgjør et separat produktmarked fra andre byggevareprodukter.³⁸ Videre har Kommisjonen trukket et skille mellom tekniske isolasjonsprodukter og bygningsisolasjon (termisk isolasjon), ettersom blant annet kundegruppene og produktene er forskjellige.³⁹ Leverandørene og materialene som benyttes i produksjonen av både termisk og teknisk isolasjon er imidlertid de samme. Bygningsisolasjon omfatter isolasjonsmaterialer for bruk til bygg og byggeløsninger, herunder markisolasjon, isolasjon til bruk i vegger og tak mv. Teknisk isolasjon plasseres rundt kanaler og rør for å isolere tekniske installasjoner og produktene som produseres blir tilpasset de konkrete installasjonene. Termiske og tekniske isolasjonsprodukter utgjør derfor separate produktmarkeder.

Kommisjonen har i flere saker funnet at termisk isolasjon utgjør et produktmarked, uavhengig av hvilket materiale isolasjonen er basert på. Blant annet har Kommisjonen vurdert at mineralull og skum(plast)baserte isolasjonsprodukter anses som substituerbare fra et etterspørselsperspektiv i bygg- og anleggssektoren,⁴⁰ herunder at EPS og XPS tilhører samme marked som mineralullsprodukter.⁴¹ Kundene kan ofte velge mellom forskjellige materialer for ulike løsninger, som samlet sett tilfører de samme egenskapene. Selv om leverandører til en viss grad spesialiserer seg innenfor enkelte materialtyper, kan de tilpasse produksjonen og tilby andre produkter. Materialtypene er derfor også substituerbare på leverandørsiden. For fullstendighetens skyld nevnes det at Kommisjonen har vurdert å skille mellom isoleringsprodukter av skumplast og mineralull, men latt spørsmålet om en eventuell segmentering stå åpent.⁴² Som beskrevet i det foregående og som vil bli utdypet nedenfor er det uansett betydelig substitusjon på etterspørselssiden og kundene kan normalt velge mellom flere isolasjonsmaterialer for samme bruk, og i alle tilfelle mellom EPS, XPS, PIR/PUR, mineralull og cellulose.⁴³ Etter Partenes oppfatning er det derfor ikke nødvendig å segmentere markedet basert på hvilket materiale den termiske isolasjonen er fremstilt i.

Materialene som brukes for å lage termisk isolasjon passer i all hovedsak til de samme bruksformålene, men det er enkelte mindre forskjeller mellom materialene. Mineralull har for eksempel gode isolasjonsegenskaper, beskytter godt mot brann og er kompatibelt med vanlige konstruksjonsprodukter som

³⁸ M.3943 – *Saint Gobain/BPB*, avsnitt 29 og M.7457 – *CVC/Paroc*, avsnitt 14.

³⁹ M.3407 – *Saint Gobain/Dahl*, avsnitt 9 og M.3943 – *Saint-Gobain/BPB*, avsnitt 24-25.

⁴⁰ M.3943 – *Saint Gobain/BPB*, avsnitt 26 og M.7457 – *CVC/Paroc*, avsnitt 16.

⁴¹ M.3943 – *Saint Gobain/BPB*, avsnitt 85.

⁴² M.7457 – *CVC/Paroc*, avsnitt 17.

⁴³ EPS kan også brukes i kombinasjon med andre isoleringsmaterialer.

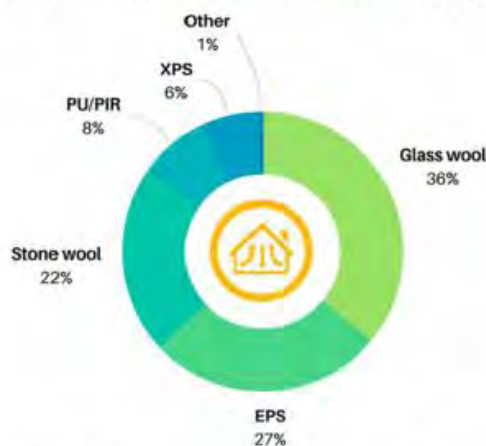
er utviklet for varmeisolering. EPS og XPS har gode prestasjonsevner og lav fuktighetsabsorpsjon i tillegg til isolerende egenskaper. PIR og PUR er tynnere materialer men med samme effekt som annen isolasjon og har også et lavt fuktoptak. Til tross for disse mindre ulikhetene er det etter Melders oppfatning ikke nødvendig å segmentere markedet basert på materiale og det er begrensede prisforskjeller mellom henholdsvis mineralull og EPS/XPS-plater.

Isolasjon i EPS møter også i praksis sterk konkurranse fra en rekke ulike materialer, ikke minst fra PIR på grunn av dens gode isoleringsegenskaper og dens brannsikkerhet, i tillegg til at det er et mindre klumpete materiale. Det er dermed mulig å isolere med samme lambaverdi, men med vesentlig mindre materiale. EPS har også blitt kritisert ut fra både miljømessige og brannsikkerhetsmessige perspektiver.

Forhandlere av isolasjonsmaterialer markedsfører ofte en stor mengde isolasjonsprodukter, slik at det er enkelt for kunder å sammenlikne priser på de ulike materialene og bytte mellom forskjellige materialer. Eventuelle prisforskjeller (inkludert kostnader for transport og montering) innebærer imidlertid ikke at produktene ikke er substituerbare. XPS er for eksempel noe dyrere enn EPS, men prisforskjellen kan til en viss grad begrunnes ut fra produktenes levetid, som er lengre for XPS-produkter. Prisforskjellen er ikke tilstrekkelig motiverende til å segmentere produktmarkedet basert på materialtype.

Figur 4: Oversikt over materialer brukt i termisk isolasjon i Europa

Figure 3. Thermal insulation market in Europe in 2014, by volume



Source: JRC representation with data from IAL, 2015.

Termiske isolasjonsprodukter kan i teorien kategoriseres ut fra bruksområdene tak, fasade (yttervegger), innendørs (innervegger og isolasjon på innsiden av bygget) og i grunnen (produkter som er i eller i kontakt med grunnen, for eksempel dreneringsprodukter). I praksis er imidlertid denne kategoriseringen kunstig og Partene anfører at det ikke er nødvendig å segmentere ut fra bruksområde.⁴⁴ Kommisjonen har derfor tidligere valgt ikke å segmentere markedet for termisk isolasjon i henhold til bruksområdene.⁴⁵ De involverte foretakene i kommisjonssaken tilbød isoleringsprodukter av både mineralull og EPS. Kommisjonen la vekt på at produktene i stor grad er standardiserte og har et stort bruksområde. En betydelig andel av produktene er standardprodukter som kan brukes til en rekke ulike applikasjoner. Produktene er dermed ofte

⁴⁴ Partene er heller ikke kjent med at Kommisjonen har vurdert en slik segmentering.

⁴⁵ M.3943 - Saint-Gobain/BPB, avsnitt 28 og M.8721 - Owens Corning/Paroc, avsnitt 10.

substituerbare i et etterspørselsperspektiv og kundene kan velge mellom et stort antall produkter uavhengig av den tiltenkte bruken.

Videre er det også substitusjon på leverandørsiden: Leverandørene produserer som oftest produkter til samtlige kategorier og skiller ikke mellom salg av produkter i de ulike kategoriene. I den grad leverandører ikke produserer produkter til samtlige kategorier, kan de enkelt legge om produksjonen slik at den inkluderer de forskjellige produktene.

Partene anfører derfor, i tråd med tidligere kommisjonspraksis, at det ikke er nødvendig å segmentere markedet basert på bruksområdet, særlig som følge av substitusjon på både etterspørsels- og tilbudssiden. For fullstendighetens skyld nevnes det at, ifølge en markedsundersøkelse fra 2018 omhandlende EØS-markedet, isolasjon i glass- og steinull representerer 48 % av markedet, mens EPS og PIR/PUR har respektive 27 % og 8 % av markedet.⁴⁶ Den høye markedsandelen til stein- og glassull skyldes materialenes gode isoleringsegenskaper, i tillegg til at det er brannsikkert og tilpasningsdyktig til andre isoleringsprodukter.⁴⁷

Markedet for teknisk isolasjon omfatter et bredt spekter av forskjellige bransjer og sluttbrukere. Produktene er ofte spesiallaget for det enkelte formålet. Tekniske isolasjonsprodukter må oppfylle strenge krav til temperaturmotstand.⁴⁸ Disse kravene vil variere ut fra hva som er formålet med produktet. Videre vil materialvalget avhenge av bruksområdet. Som følge av at tekniske isolasjonsprodukter omfatter svært mange ulike produkter, som må oppfylle forskjellige krav, er det vanskelig å estimere omfanget av det totale markedet. Disse forholdene tilsier at det er mest hensiktsmessig å anse de ulike bransjene/sektorene for egne produktmarkeder når det gjelder teknisk isolasjon.

8.4.2 Geografisk marked

Kommisjonen har i tidligere avgjørelser indikert at markedet for isolasjonsprodukter kan være regionalt, hvor for eksempel Norden utgjør ett geografisk marked.⁴⁹ I nyere saker har imidlertid Kommisjonen lagt til grunn at det geografiske markedet for isolasjon er nasjonalt.⁵⁰

Etter Melders oppfatning er det riktig å legge til grunn i alle fall et nasjonalt marked for salg av isolasjonsprodukter, men særlig i områder nært landegrensene (mot Finland og Sverige fra Norge) forekommer det også en del handel på tvers av grensene som kan tilsi et bredere geografisk marked.

På grunn av transportkostnader for EPS-baserte produkter selges slike produkter primært fra fabrikker i nærheten av kunden (som kan være i andre land). Jackson estimerer at [REDACTED] av kundene gjør sine innkjøp av EPS-basert isolasjon fra en fabrikk plassert [REDACTED] unna og Bewi estimerer at [REDACTED] gjør sine innkjøp av EPS-basert isolasjon innenfor en avstand på [REDACTED]. Siden alle aktørene i Norge tilbyr sine produkter over hele landet som følge av velutviklede logistikk- og distribusjonsordninger, er det likevel hensiktsmessig å vurdere konkurransen nasjonalt.

For XPS er det en betydelig grad av import, i tillegg til at Bewi transporterer XPS-baserte isolasjonsprodukter fra Finland og Sverige for salg i Norge. Tilsvarende observerer Bewi at Finnfoam, en finsk produsent,

⁴⁶ Pavel, C. C., Blagoeva, D. T., *Competitive landscape of the EU's insulation materials industry for energy-efficient buildings*, side 6.

⁴⁷ Se fotnote 31 over.

⁴⁸ M.3407 – *Saint Gobain/Dahl*, avsnitt 9 og M.3943 – *Saint-Gobain/BPB*, avsnitt 24.

⁴⁹ M.3407 – *Saint Gobain/Dahl*, avsnitt 18 og M.3407 – *Saint Gobain/Dahl*, avsnitt, 18.

⁵⁰ M.3943 – *Saint Gobain/BPB*, avsnitt 30 og COMP/M.7457 – *CVC/Paroc*, avsnitt 21.

importerer XPS-baserte isolasjonsprodukter fra Finland for salg i Norge. Av den grunn kan det heller ikke utelukkes at andre aktører i Norden vil gjøre det samme.

Partene opplever videre et økt konkurransepress fra utenlandske aktører. Koronapandemien førte til mangel på både EPS og XPS i Norden, noe som resulterte i at kunder i større utstrekning henvendte seg til aktører utenfor Norden. Eksempler på produsenter som har begynt å selge produkter i Norge er Technonicol (PUR og XPS), Ursa (XPS og mineralull) og Penoplex (XPS). Partene møter også konkurranse fra Synthos (EPS og XPS). Disse aktørene rekrutterer personell og utvikler miljøvennlige og billige alternativ i Norden for å øke konkurransekraften.

Selv om isolasjonsprodukter, og da særlig de XPS-baserte produktene, selges på tvers av landegrensene i større grad enn tidligere, er det for denne meldingens formål ikke nødvendig å ta stilling til om det geografiske markedet skal defineres videre enn nasjonalt.

8.4.3 Oppsummering

Basert på Kommisjonens tidligere markedsavgrensning legger Melder for denne meldingens formål til grunn at de relevante markedene innenfor isolasjon er:

- Nasjonalt marked for termisk isolasjon (EPS, XPS, PUR/PIR og mineralull).
- Nasjonalt marked for teknisk isolasjon, segmentert på bransjer.

Det er likevel ikke nødvendig å ta endelig stilling til markedsavgrensning, da Transaksjonen uansett markedsavgrensning ikke vil føre til noen konkurransebegrensning innenfor noe isolasjonsmarked.

8.5 Teknisk isolasjon

8.5.1 Innledning

Jackon produserer og selger tekniske isolasjonsprodukter i EPS til infrastruktur (jernbane og veier) og marin sektor (som flytebrygger). Bewi produserer og selger teknisk isolasjon til bruk i oppdrettsnæringen (EPS) og automotivindustrien (XPS). For begge parter er denne virksomheten svært begrenset. Bewi omsetter for ca. [REDACTED] til automotivindustrien og ca. [REDACTED] til oppdrettsnæringen, mens Jackon omsetter for ca. [REDACTED] totalt (altså innen både infrastruktur og marin sektor).

I den grad Konkurransetilsynet skulle mene at det er ett samlet marked for teknisk isolasjon eller foreligger et overlapp i et bredt segment for teknisk isolasjon til marin sektor (som inkluderer teknisk isolasjon til oppdrettsnæringen), anfører Partene at foretakssammenslutningen uansett ikke vil føre til noen vesentlig konkurransebegrensning i et slikt marked og at overlappet er helt neglisjerbart gitt Jackons svært lave omsetning. For ordens skyld oppgis Partenes konkurrenter, kunder og leverandører i et slikt marked nedenfor, jf. konkurranseloven § 18 a (1) bokstav d.

8.5.2 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innenfor teknisk isolasjon

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av teknisk isolasjon i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
--------------	--------	--------------

Navn	Navn ⁵¹	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av teknisk isolasjon i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører i et nasjonalt marked for salg av teknisk isolasjon.

8.6 Termisk isolasjon

8.6.1 Totalmarked og markedsandeler

Som vist i tabell 8 under, vil Partene få en samlet markedsandel i et norsk marked for termisk isolasjon på [REDACTED] og konsentrasjonsøkningen er minimal som følge av Bewis begrensende rolle på isolasjonsmarkedet.

Melder fastholder at isolasjonsmarkedet må vurderes samlet og uten segmentering basert på bruksområde siden produktene er standardiserte og passer flere formål. For ordens skyld er det likevel også inkludert estimater for Partenes posisjon basert på segmentering etter bruksområde.

Dersom markedet segmenteres basert på bruksområde (tak, fasade, innvendig isolasjon og grunnisolasjon), vil Partenes samlede markedsandel variere fra [REDACTED] til [REDACTED] i de ulike hypotetiske segmentene (tabell 8 nedenfor). Også her er konsentrasjonsøkningen begrenset.

⁵¹ [REDACTED] kunder av isoporstaver (teknisk isolasjon til bruk i oppdrettsnæringen) og [REDACTED] kunder av teknisk isolasjon til automotiveindustrien.

⁵² [REDACTED]

Tabell 8: Totalmarked og markedsandeler⁵³

Akteur	Termisk isolasjon (omsetning 2020)	
	NOK	%
Bewi	██████████	██████████
Jackon	██████████	██████████
Totalt	██████████	100 %

Tabell 9: Totalmarked og segmentandeler⁵⁴

Akteur	Alle bruksområder	Tak	Fasade	Innendørs	I grunnen
Bewi	██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
Jackon	██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
Partene	██████████	██████████	██████████	██████████	██████████

Som det vil fremgå nedenfor medfører ikke foretakssammenslutningen noen vesentlig konkurransebegrensning under noen mulig markedsavgrensning og det er derfor heller ikke grunnlag for å gripe inn mot den, jf. konkurranseloven § 16.

8.6.2 Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse innenfor salg av termisk isolasjon i Norge

Foretakssammenslutningen innebærer sammenslåing av to aktører med virksomhet innenfor plastbasert termisk isolasjon, hvorav en av Partene har en helt minimal rolle på markedet (markedsandel ██████████, herunder i samtlige potensielle undersegmenter, slik at konsentrasjonsøkningen i alle tilfelle er begrenset. Som beskrevet over i punkt 8.3.1 kan kundene velge mellom isolasjon fremstilt i ulike materialer som EPS, XPS, mineralull og PIR/PUR. Slike produkter tilbys av en rekke nasjonale og internasjonale/europeiske aktører og Partene vil møte et betydelig konkurransepress fra disse, noe som får betydning for prisingen av isolasjonsproduktene. Av sentrale aktører kan det særlig vises til ██████████

Isolasjonsproduktene er som nevnt over i punkt 8.3.1 ofte standardiserte og kan brukes til en rekke applikasjoner. Dette medfører også at det ikke er noen særlig merkevarelojalitet i markedet og gjør det også enkelt for kundene å bytte leverandør.

Bewi og Jackon kan ikke anses for å være nære konkurrenter innenfor salg av termisk isolasjon i Norge som følge av at de har ulike geografiske fokusområder. Dette underbygger ytterligere at foretakssammenslutningen ikke vil medføre noen vesentlig konkurransebegrensning.

Jackon produserer termiske isolasjonsprodukter i Fredrikstad, Kristiansand og Bergen. Fra Fredrikstad og Kristiansand selges mer enn ██████████ av produksjonen til ██████████⁵⁵ og fra Bergen over ██████████ til ██████████. Bewis fabrikk er lokalisert i Nordkjosbotn og på Frøya, og for salg til kunder i ██████████

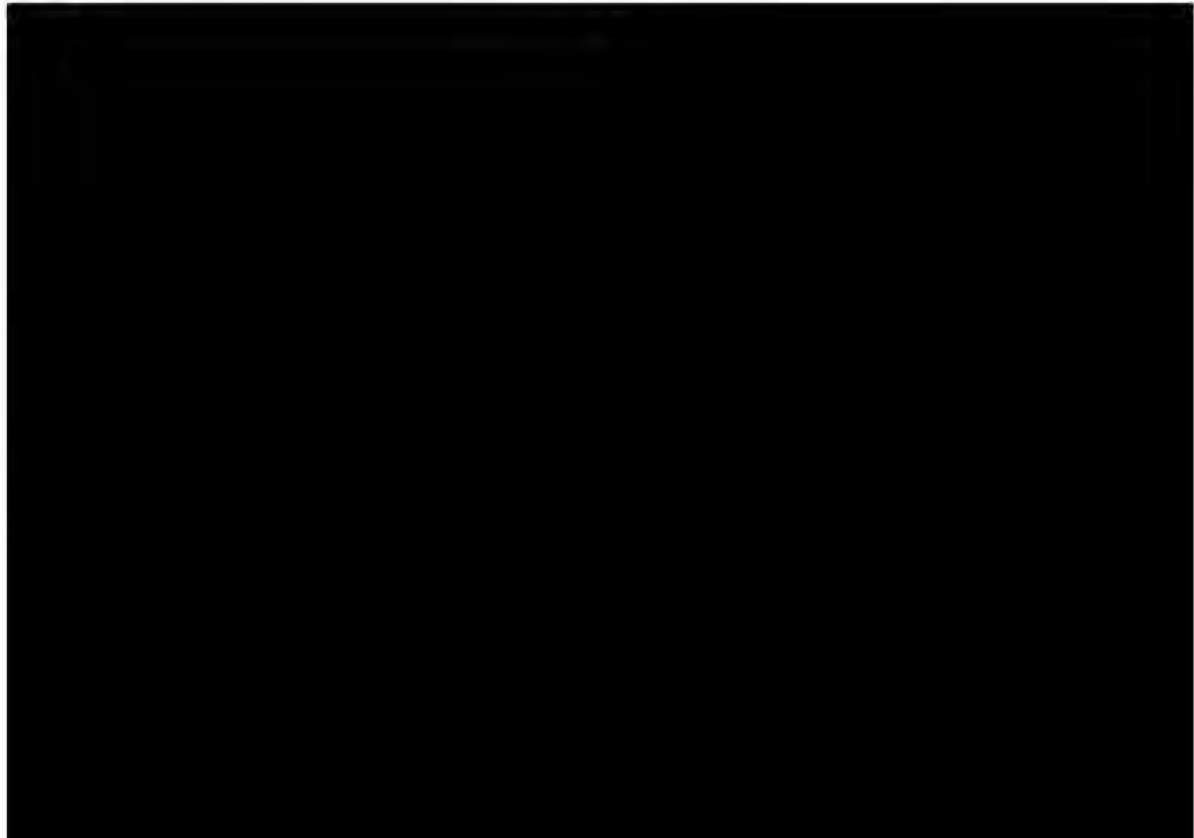
⁵³ Inkluderer termisk isolasjon fremstilt i EPS, XPS, PIR/PUR og mineralull. Beregningen av totalmarkedet er basert på statistikk fra Prognosesenteret som årlig legger frem data om bruk av ulike byggematerialer i byggindustrien. Opplysningene er basert på en kombinasjon av intervjuer og statistikk. For å beregne segmentandeler har Partene estimert hvor store deler som selges innenfor hvert enkelt segment. I Partenes salgsdata er det også inkludert transportkostnader og omsetning knyttet til tilbehør som verktøy og skruer, som ikke inngår i Prognosesenterets beregninger, slik at Partenes markedsandeler blir overestimert.

⁵⁴ Se fotnote over.

⁵⁵ Omfatter ██████████

Selv om begge Partene selger til kunder over hele landet, medfører fabrikklokasjonene visse naturlige fokusområder og kundene vil også normalt forholde seg til en relativt lokal leverandør for å oppnå laveste pris på grunn av transportkostnader. Dette underbygges av salgsdata fra Partene som illustrert i kartet i figur 5 nedenfor;

Figur 5:



Videre skjer av salget fra produsenter av termisk isolasjon til ulike forhandlere. Et flertall forhandlere av isolasjonsprodukter kjøper produkter fra flere leverandører, og dette gjelder for eksempel . Kundeavtalene inngås ofte for en periode på ett til tre år av gangen. er de viktigste konkurranseparameterne. Prisene reguleres vanligvis

Ettersom disse kundene allerede i dag kjøper isolasjonsprodukter fra en rekke produsenter kan de enkelt og uten ekstra kostnad bytte til en annen leverandør som vil forhindre enhver utøvelse av markedsrett etter Transaksjonen. Dette innebærer også at kundene i stor grad kan utøve kjøperrett som følge av sin størrelse og nærhet til markedet, som effektivt vil disiplinere Partene fordi byggevarehusene står for en av Partenes omsetning. Som følge av dette vil også sluttkundene ha valgmulighet mellom flere produsenter i tillegg til den sammenslåtte enheten, selv om kunden oppsøker sitt vanlige utsalgssted. Forhandlernes bredde i sortimentet medfører dermed kjøperrett for sluttkundene som vil motvirke eventuelle forsøk på prisøkninger fra den sammenslåtte enheten.

Etter Partenes oppfatning er det ikke noen større kostnader forbundet med økt produksjon. Det er flere store leverandører av EPS-perler, slik at de aktørene som ønsker det, enkelt kan øke produksjonen av EPS-

produkter. Økt produksjon kan blant annet muliggjøres ved å øke antall arbeidsskift. Selv om det har vært noe begrenset tilgang på råvarer den siste tiden, er denne trenden likevel forbigående. Ifølge Partenes foreløpige anslag vil råvaresituasjonen være tilbake til normalen etter sommeren 2022. I tillegg kommer den potensielle konkurransen fra utenlandske aktører som etablerer seg i landet på fast basis, samt konkurranse fra ikke-plastbaserte, mer miljøvennlige og bærekraftige materialer.

Oppsummert er det Melders oppfatning at foretakssammenslutningen ikke vil medføre noen konkurransebegrensning i et marked for termisk isolasjon. Partene vil få en lav samlet markedsandel og Partene fokuserer på forskjellige geografiske områder og møter sterk konkurranse fra en rekke konkurrenter i markedet.

Selv om markedet skulle segmenteres etter bruksområde vil ikke Partenes samlede markedsandel overstige [REDACTED] i noe segment og Transaksjonen vil dermed heller ikke hindre effektiv konkurranse selv under en slik segmentering. Som beskrevet ovenfor i punkt 8.3.1 er for det første en slik segmentering unødvendig all den tid produktene i stor grad er generiske og kan brukes til isolasjon av ulike deler av et bygg. For det andre vil Partene innenfor hvert segment møte sterk konkurranse fra et bredt spekter aktører som tilbyr substituerbare isolasjonsprodukter i ulike materialer, herunder [REDACTED] som importerer XPS for salg i Norge fra Finland.

Foruten innenfor termisk isolasjon til bruk i grunnen, vil Partenes markedsandeler være minimale også på segmentnivå. I et hypotetisk snevert segment for termisk isolasjon til bruk i grunnen vil Partene ha en markedsandel på [REDACTED]. Heller ikke i et slikt segment vil Transaksjonen medføre noen konkurransebegrensning. Som nevnt over er det ikke grunnlag for en slik segmentering særlig som følge av sterk tilbudssubstitusjon ettersom produsentene som regel tilbyr produkter til alle bruksområder og uansett enkelt kan tilpasse produksjonen til dette, i den utstrekning det ikke skjer i dag. Uansett vil ikke den sammenslåtte enheten med slike markedsandeler ha mulighet til å utøve noen form for markedsrett etter foretakssammenslutningen, men vil tvert imot disiplineres av konkurranse fra en rekke konkurrenter, herunder fra [REDACTED] som tilbyr plastbasert termisk isolasjon til bruk i grunnen (markisolasjon) og aktører som tilbyr produkter basert på andre materialer, som PIR/PUR, mineralull og Leca-blokker mv.

8.6.3 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innen salg av termisk isolasjon i Norge

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder termisk isolasjon, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn		Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Nedenfor gis en oversikt over Jacksons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder termisk isolasjon, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn		Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jacksons konkurrenter, kunder og leverandører i et norsk marked for termisk isolasjon.

8.7 Byggfolie

8.7.1 Innledning

Begge Parter produserer og selger byggfolie, også kalt fuktsperre/dampspærre.⁵⁶ Produktet installeres i bygg, og fungerer som en barriere som skal hindre fuktighet å trenge igjennom bygningen (diffusjon). Dampsperrer brukes for å stoppe spredning av fuktighet gjennom vegger, gulv og tak for å hindre at det kommer fuktighet inni bygningsmassen hvilket kan forårsake muggskader. Det er vanlig at fuktsperre/dampspærre er plastbasert.

Folien virker som en beskyttende hinne, slik at ikke regn og vann i luften trenger inn i materialene i konstruksjonen. Byggfolie forhindrer dermed fremvekst av sopp og råte. Folien har pustende egenskaper og slipper ut eventuell fukt fra treverk og isolasjon, uten at den slipper ut den varme luften som er generert i bygget. Byggfolie kan installeres bak vegg- og takpanel.

8.7.2 Markedsavgrensning

8.7.2.1 Produktmarkedet

Kommisjonen har tidligere vurdert at vindspærre (En.: breathable membranes for building applications) utgjør et eget produktmarked og vurderte en segmentering mellom slik folie til bruk i henholdsvis vegger og tak.⁵⁷ En vindspærre er diffusjonsåpen og beskytter varmeisolasjonen mot inntrenging av kaldluft og monteres normalt på utsiden av isolasjonen. Dette til forskjell fra dampsperrer, som er diffusjonstette og monteres på innsiden av isolasjonen og skal hindre damp og fuktighet fra å trenge inn i en isolert konstruksjon. Både vindsperrer og dampsperrer benyttes for å komplettere en isolert bygning og er normalt plastbaserte. Vindsperrer og dampsperrer har følgelig ulike funksjoner og bruksområder, og tilhører dermed naturlig ulike produktmarkeder.

⁵⁶ Se for eksempel produktdeklarasjon for Bewis hovedprodukt innen byggfolie her <https://bewi.com/wp-content/uploads/2021/02/Teknisk-godkjenning-dampspærre-2554g-Norsk-2019-2024.pdf>.

⁵⁷ COMP/M.7932 – Dow/DuPont, avsnitt 3775 til 3777.

8.7.2.2 Geografisk marked

Kommisjonen har tidligere lagt til grunn at markedet for byggfolie i hvert fall er regionalt, hvor de nordiske landene (Norge, Sverige, Danmark og Finland) utgjør det geografiske markedet.⁵⁸ Byggfolie for tak brukes i hele EØS-området. Byggfolie for vegger og i grunnen benyttes hovedsakelig i de nordiske landene, ettersom trehusbebyggelse er spesielt vanlig i regionen og folien er særlig egnet og nødvendig i slik bebyggelse i områder med varierende klimatiske forhold. Handel av byggfolie skjer på tvers av landegrensene i Norden og Melder legger derfor, i tråd med Kommisjonens tidligere praksis, til grunn et nordisk marked for byggfolie, herunder for dampsperre.

8.7.2.3 Oppsummering

For denne meldingens formål legger Melder til grunn at markedet for produksjon og salg av byggfolie omfatter byggfolie til både vegger og tak og at det geografiske markedet utgjør de nordiske landene.

8.7.3 Salg av byggfolie (dampsperre)

8.7.3.1 Totalmarked og markedsandeler

Partene har ikke informasjon om størrelsen på det nordiske markedet for byggfolie (dampsperre). Det er imidlertid en rekke store konkurrenter i Sverige og Finland, som [REDACTED] i Norge er Bewi en stor aktør og estimerer selv en markedsandel på ca. [REDACTED] Jackson har [REDACTED]

Derfor vil Jackons markedsandel selv i et norsk marked være [REDACTED]

Tabell 10: Markedsandeler i et hypotetisk nasjonalt marked for byggfolie (dampsperre)⁵⁹

Byggfolie	Norge	
	NOK	%
Bewi	[REDACTED]	[REDACTED]
Jackson	[REDACTED]	[REDACTED]
Totalt		100 %

8.7.3.2 Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innenfor salg av byggfolie

[REDACTED]

Nedenfor gis en oversikt over Bewis viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av byggfolie, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn	Estimert markedsandel	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

⁵⁸ COMP/M.7932 – Dow/DuPont, avsnitt 3779 og 3781.

⁵⁹ Markedsandeler er basert på Partenes salgsdata og egne estimater.

Nedenfor gis en oversikt over Jackons viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av byggfolie, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn	Estimert markedsandel	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører i et nordisk marked for salg av byggfolie.

9 EMBALLASJE

9.1 Innledning og oversikt over overlapp

Både Bewi og Jackson produserer og selger emballasje til et bredt spekter av kunder innenfor produksjonsindustri i Norge, herunder oppdretts- og fiskeindustrien, næringsmiddelindustrien og annen emballasje til beskyttelse ved transport og lagring.⁶⁰ I Norge selger Bewi emballasje laget i EPS, fiber (bølgepapp, kartong og massivpapp),⁶¹ PP, HDPE, PE og aluminium/metall.⁶² Jackson selger emballasje laget i EPS. Det er følgelig overlapp mellom Partene Innen produksjon og salg av emballasje fremstilt i EPS.⁶³

I tillegg til et utvalg av standardprodukter, produserer Partene emballasje basert på kundespesifikke krav. Hvilket materiale emballasjen produseres i kan variere med hvilke egenskaper emballasjen skal ha knyttet til kjøleeffekt, overflate osv.

For Jackson utgjør salg av fiskekasser i EPS ca. [redacted] av omsetningen relatert til emballasje. Også for Bewi utgjør fiskekasser, og annen emballasje til fiske- og oppdrettsindustrien en betydelig andel av den totale omsetningen innen emballasje – ca. [redacted]. I denne meldingen vil det følgelig fokuseres på et potensielt marked

⁶⁰ Jackson har i tillegg en omsetning på [redacted] knyttet til salg av emballasje til legemiddelindustrien. Bewi selger ikke emballasje til legemiddelindustrien og det foreligger dermed ikke overlapp i et slikt segment.

⁶¹ Fiberemballasjen Bewi selger i Norge er [redacted].

⁶² Omtrent [redacted] av Bewis omsetning knytter seg til salg hvor Bewi operer som grossist (mellomledd) mellom produsenter av ulike typer emballasje og sluttkunden. Dette omfatter et svært bredt spekter av produkter, typisk handelsvarer (En. *commodities*) som tilbys av en rekke andre aktører innenfor ulike sektorer.

⁶³ Jackons produkttilbud innen emballasje til fiskeindustrien består av kasser i EPS for pakking av fiskefilet, reker, villfangst mv. og også en variant som brukes for flyfrakt, samt rekebrett i EPS, se <https://www.jackson.no/fisk/fiskeemballasje/>. For Bewis tilbud se <https://bewi.com/solutions-industries/fish-seafood?lang=no>.

for fiskekasser. For ordens skyld vil det likevel innledningsvis i punkt 9.2 gis en generell redegjørelse for emballasjemarkedet mer overordnet, inkludert sentrale utviklingstrekk. En nærmere redegjørelse for fiskekasser gis i punkt 9.3. Sammen vil disse delene danne utgangspunkt for markedsavgrensningen i punkt 9.4. Emballasjemarkedet behandles i punkt 9.5, deretter behandles mulige segmenter med overlapp i punkt 9.6 og 9.7. Deretter redegjøres det for konkurransen i fiskekassemarkedet i punkt 9.8, samt mulige lokale markeder i 9.9.

9.2 Beskrivelse av emballasjemarkedet

Emballasjemarkedet omfatter flere typer emballasjeprodukter til en rekke bransjer, herunder både standardiserte og kundetilpassede produkter. Emballasje kan produseres av en rekke ulike materialer. Tradisjonelt har engangsemballasje blitt produsert i EPS, men ettersom både kunder og produsenter søker miljøvennlige alternativer, ser Partene en økning i produksjon av emballasje i fiber, skum (fabricated foam, Biofoam® og annen skum), Honeycomb og plastwell. EPS erstattes også til en viss grad av EPP, ettersom det er mer slitesterkt enn EPS og kan gjenvinnes. Andre substituerbare materialer er HDPE (hardplast) og metall.

Nedenfor gis det en oversikt over sentrale materialtyper:

- EPS (*ekspandert polystyren*) er et celleplastmateriale bestående av polystyren, som fremstilles gjennom bruk av reaktor- eller ekstruderteknologi som beskrevet over i kapittel 7.1. EPS kan formes etter ønske og behov og er dermed velegnet for produksjon av ulike typer emballasje.
- EPP (*ekspandert polypropylen*) er et termoplastskum med en lukket cellestruktur. Det har en produkttetthet som gjør at materialet kan tilpasses spesifikke formålet. EPP er slitesterkt og det absorberer støt og vibrasjoner effektivt, noe som gjør det egnet som emballasje i forbindelse med transport av både skjøre og tunge produkter. I tillegg har det gode isoleringsegenskaper.
- HDPE (*polyeten med høy tetthet*) er et allsidig, sterkt, lett, sikkert, slitesterkt og slagfast materiale som gjør at det er særlig egnet til emballering av tunge produkter og gjenbruk.
- Fiber (bølgepapp, kartong og massivpapp) kan fremstilles i ulike former, med ulik stivhet og egenskaper.
- Fabricated foam produseres ved å konvertere polymerskum, som deretter bearbeides til forskjellige former. Eksempler på materialer som brukes for å lage denne typen skum er EPE (ekspandert polytylen) og PUR. EPE benyttes ofte i emballasje som skal dempe mot støt og for å separere produkter, mens PUR er vanlig for emballasje med skjørt innhold.
- Biofoam® og annen biobasert skum likner på EPS og har mer eller mindre de samme egenskapene. Det brukes hovedsakelig i beskyttende emballasje for skjøre produkter.

Opplistingen over er ikke uttømmende, ettersom det også produseres emballasje i materialer som tre, papir, stål og metall, i tillegg til Honeycomb, wellpapp, plastwell, formet masse ("moulded pulp"), PP, kanalplast og LDPE.

Som allerede nevnt er det økende fokuset på bærekraft et sentralt utviklingstrekk. Kundene etterspør i større grad miljøvennlige og bærekraftige produkter, noe som får betydning for emballasjeproduksjonen. Videre er det et økende fokus på bærekraftige løsninger hos produsentene.

- Som eksempel kan det vises til at Bama vant en emballasjepris for sitt nye avokadobeger. I artikkelen fremgår det også at de samme egenskapene ivaretas også der emballasjen er kun fiberbasert, se <https://www.grontpunkt.no/nyhet/emballasjepris-til-avokadobeger/>.
- Stora Enso besluttet å investere 97 millioner Euro i økt produksjon av kartong, som ifølge foretaket vil øke kapasiteten til å produsere væske- og forbrukspapp.⁶⁴
- Ikea har annonsert at de skal fase ut all fossil plast innen 2028. I stedet skal de satse på emballasje av fornybare råvarer og resirkulerte materialer. I tillegg har de besluttet å fase ut all EPS fra transportemballasjen.⁶⁵

I tillegg har det nye EU-direktivet som forbyr visse typer engangsplast innvirkning på etterspørselen, og for eksempel har Tine i tillegg til å bytte ut plastskjeer med bambusskje også byttet emballasjen rundt skjeen fra plast til papir.⁶⁶ Samlet sett fører disse forholdene til at produsentene har tatt i bruk flere miljøvennlige materialtyper. I denne sammenhengen er det særlig aktuelt å erstatte engangsemballasje laget av celleplast med papirbaserte materialer.

9.3 Særlig om fiskekasser

9.3.1 Innledning og beskrivelse av markedet

Fiskeindustrien transporterer store mengder fisk i ulike former (fersk, fryst, saltet/tørket osv). Hvilken emballasje som benyttes til det enkelte produkt bestemmes i stor grad av typen produkt, men i de fleste tilfeller er flere ulike materialer velegnet til samme bruksformål. Emballasje til oppdretts- og fiskeindustrien, herunder fiskekasser, kan produseres med utgangspunkt i en rekke ulike materialer, særlig plastbaserte og fiberbaserte materialer. Avhengig av foredlingsgraden, destinasjon og fraktemåte, transporteres fisken i ulike former for emballasje til slutt kunder over hele verden.

- **Fersk fisk:** Transport av fersk fisk må skje på en måte som ivaretar kjølekjeden for å sikre produktets holdbarhet. Fersk fisk transporteres typisk i kasser fremstilt av EPS, HDPE eller fiber (pappkartong), ofte i kombinasjon med et kjøleelement. Innenfor dette kan det skilles mellom transport av sløyd fisk med hode ("**HOG**"),⁶⁷ som i dag står for hoveddelen av produksjonen på slakteriene, og transport av fersk filetert fisk. Førstnevnte transporteres som regel i EPS-kasser og sistnevnte i fiberbasert emballasje (pappkartong) eller HDPE-kasser i tillegg til i EPS-kasser.
- **Fryst fisk:** Ved transport av fryst fisk er fraktemåten viktigere enn selve emballasjen når det gjelder å ivareta temperaturkrav. Fryst fisk kan derfor pakkes i ulike former for emballasje, som kasser eller sekker, i fiber (massivpapp), plast eller i emballasje laget i en kombinasjon av fiber og plast.⁶⁸
- **Saltet/tørket fisk:** Saltet eller tørket fisk transporteres typisk i fiberbasert emballasje (pappkartong).

⁶⁴ <https://www.storaenso.com/sv-se/newsroom/regulatory-and-investor-releases/2021/10/stora-enso-investerar-i-utokad-kartongproduktion-i-skoghall-och-inleder-forstudie-om-konvertering-av-den-andra-linjen-i-uleaborg>.

⁶⁵ https://www.packnet.se/article/view/821490/ikea_fasar_ut_all_forpackningsplast.

⁶⁶ Se <https://www.grontpunkt.no/nyhet/fjerner-110-millioner-plastskjeer/>.

⁶⁷ Head on gutted.

⁶⁸ Som f.eks. "*Nordic Bag*", se <https://nordicbybewi.com/produkt/nordic-bag-50kg-borey-7012x127cm/>.

Fiskekasser produsert i EPS er lette, har isolerende effekt, tåler fuktighet og kan enkelt stables. Dette gjør slike kasser velegnet til transport av fersk mat, herunder fisk. Ved bruk av kjøleelementer, har fiskekasser i fiber (pappkartong) eller HDPE tilsvarende egenskaper. Kunder som kjøper fiskekasser i EPS eller fiber er lakseoppdrettere (slakteri) og fiskemottak som skal transportere fersk fisk for salg i og utenfor Norge. Kassene brukes til transport med lastebil, skip og fly. Bewi anslår at EPS-fiskekasser utgjør ca. [redacted] av den totale etterspørselen etter fiskekasser, mens fiber og HDPE utgjør henholdsvis [redacted] og [redacted].

9.3.2 Bærekraft og miljøhensyn er sentrale utviklingstrekk

Som nevnt over søker både kunder og produsenter bærekraftige alternativer til EPS, og dette er forventet å få stadig økt betydning fremover, også for fiske- og oppdrettsindustrien. Eksempler på utvikling av alternative produkter er Skala/Storaenso og Smurfit Kappa som begge har utviklet fiberbaserte fiskekasser og markedsfører disse som et mer bærekraftig alternativ til fiskekasser i plast (EPS).⁶⁹ DS Smith har også utviklet et plastfritt alternativ til EPS-fiskekasser.⁷⁰

Fiskekasser i EPS kan resirkuleres gjennom innsamling, komprimering og omsmelting til nytt råstoff, som brukes i produksjon av nye produkter. EPS-fiskekasser som ender opp på det norske markedet, håndteres av Grønt Punkt som organiserer innsamling og resirkulering av fiskekasser i EPS.⁷¹ [redacted]

9.3.3 Oversikt over tilbydere og etterspørselsstrukturen i markedet

I 2020 ble det produsert ca. [redacted] fiskekasser i EPS i Norge, fra ca. 24 ulike fabrikker lokalisert langs kysten av Norge fra Stavanger i sør til Hammerfest i nord.⁷² Etter Melders beste estimat utgjør total omsetning av fiskekasser til HOG og filet i EPS, HDPE og fiber ca. [redacted]. Melder er ikke kjent med at det importeres fiskekasser i EPS til Norge, og det er også veldig begrenset med eksport av fiskekasser i EPS for salg utenfor Norge.⁷³ Oppdrettsindustrien står for hoveddelen av etterspørselen etter fiskekasser i Norge, mens hvitfisk og villfangst bare utgjør [redacted] av den totale etterspørselen.

Fiskekasser tilbys av en rekke større industriaktører som produserer ulike former for emballasje. I tillegg til Bewi og Jackon, produseres og selges fiskekasser i EPS blant annet av Sunde (under varemerket Sundolitt),

⁶⁹ Se for eksempel <https://www.skala.no> › last-ned › ecofishbox og <https://www.smurfitkappa.com/no/newsroom/2021/paper-fish-boxes-replace-plastic-at-sea-se>, <https://www.smurfitkappa.com/no/sectors/meat-fish-and-poultry/fresh-fish-concept>, <https://www.storaenso.com/en/products/corrugated-packaging-solutions/ecofishbox> og <https://www.storaenso.com/sv-se/newsroom/regulatory-and-investor-releases/2021/10/stora-ensso-investerar-i-utokad-kartongproduktion-i-skoghall-och-inleder-forstudie-om-konvertering-av-den-andra-linjen-i-uleaborg>.

⁷⁰ Se <https://www.dssmith.com/greencoat/markets/seafood>.

⁷¹ <https://www.grontpunkt.no/glevinnning/eps/>.

⁷² Basert på innrapportering fra produsentene til Grønt Punkt. Jackon har også noe produksjon av fiskekasser ved sin fabrikk i Fredrikstad, men [redacted].

⁷³ Det har vært noe levering av EPS-fiskekasser til Russland og Sverige de siste årene, men neppe mer enn 100 tonn per år.

Vartdal Plast/Løvolds Industri,⁷⁴ Bra Kasser og Atlantic Styro. Fiskekasser i HDPE tilbys av en rekke emballasjeprodusenter, herunder Lycro og Bergen Plastics. Norsk Lastbærer Pool leier ut fiskekasser i HDPE.

Fiberbaserte fiskekasser tilbys blant annet av Skala/Storaenso og Smurfit Kappa, og DS Smith tilbyr en voksbasert fiskekasse.⁷⁵ Etter det Melder er kjent med, har Vartdal produsert et begrenset antall fossilfrie fiskekasser basert på EPS-råvarer som er godkjente som resirkulert etter massebalanseprinsipp,⁷⁶ men full kommersiell produksjon er så vidt Melder vet så langt ikke igangsatt.

Etter Partenes oppfatning er det lite som skiller fiskekasser produsert av ulike aktører fra hverandre og

På grunn av dette vil kundene derfor også

En oversikt over aktører og fabrikker med produksjon av fiskekasser i Norge finnes i Vedlegg 5.

Vedlegg 5:

Bewi estimerer at kun om lag av egen produksjonskapasitet utnyttes på ukesbasis (med produksjon fem dager i uken), mens Jackson estimerer en kapasitetsutnyttelse på ca. Produsert og solgt volum varierer veldig fra måned til måned (og uke til uke), noe som stiller store krav til produsentenes fleksibilitet, samt tilknyttet transport- og logistikkvirksomhet.

Partene forventer at produksjonen av fiberbaserte fiskekasser vil øke i tiden fremover og dermed utøve et stadig sterkere konkurransepress på produsenter av EPS-fiskekasser, herunder på Partenes virksomhet. Både Skala/Storaenso, DS Smith og Smurfit Kappa forsøker å selge inn sine produkter som mer bærekraftige alternativer til EPS-kassen som er plastbasert.

EPS-fiskekasser transporteres normalt opptil (en vei), men kan unntaksvis transporteres lengre (opptil). I praksis skjer salgene svært lokalt og hovedsakelig til kunder som ofte er lokalisert like ved fiskekassefabrikken. Den begrensede rekkevidden av transporten av fiskekassene skyldes at transportkostnadene for EPS-kasser er relativt høye. De tar stor plass og er fylt med luft, noe som begrenser antallet fiskekasser som kan transporteres per tur. Bewi bruker både kassebiler (som tar per tur, noe som tilsvarer en last på ca.) og semitrailere (som tar per tur). Ved bruk av ledige semitrailere betaler leverandøren bare for strekningen kassene transporteres, mens ved bruk av egne kassebiler kommer kostnadene for bilens retur i tillegg. Transportkostnadene avhenger dermed av typen bil som benyttes og antall kilometer som kjøres. Andre kostnadsdrivere er ventetid blant annet ved stengte veier, venting på ferge og kolonnekjøring og venting ved lasting og lossing. Bewi regner normalt en

⁷⁴ Vartdal Plast ervervet i 2018 en majoritetspost i Løvolds Industri AS, se <https://vartdalplast.no/no/nyheter/vartdal-plast-kjoper-aksjemajoriteten-i-lovold-industri-as-i-bodo>.

⁷⁵ Se <https://www.dssmith.com/greencoat/markets/seafood>. Se også Se <https://www.packaginginsights.com/news/fishy-business-stora-ensos-ecofishbox-arms-scandi-fish-farmers-with-carbon-reduced-packaging.html>.

⁷⁶ Se https://www.basf.com/global/documents/en/news-and-media/news-releases/2021/12/P399e_BASF_Vartdal_Bremnes_Styropor%20Cycled.pdf.

kilometerpris på ca [redacted] Transportkostnaden for EPS-fiskekasser utgjør dermed gjerne [redacted] av prisen for fiskekassene, som kan medføre lokale prisforskjeller avhengig av avstanden mellom produsenten og kunden.

Fiberbaserte fiskekasser (som pappkartong) og HDPE kan i større grad stables på en effektiv måte før de tas i bruk som fiskekasser. Fiberkassene transporteres i all hovedsak flatpakket og reises på stedet. Dette gjør at større volum kan transporteres per tur, noe som bidrar til lavere transportkostnader sammenliknet med fraktkostnadene for fiskekasser i EPS. Som beskrevet over er det noe import av fiskekasser i fiber til Norge, som underbygger at slike transporteres over betraktelig større avstander.

Fiskekasseleverandører (og/eller lakseoppdrettere selv) bygger ofte fabrikker for produksjon av EPS-fiskekasser nært eller i direkte tilknytning til lakseslakterier på grunn av de høye transportkostnadene for frakt av EPS-fiskekasser over lengre avstander. I høysesong, typisk i forbindelse med skreifiske, hvor behovet for kasser er særlig stort, er det likevel noe mer levering til fiskemottak plassert lenger unna fiskekassefabrikkene (og da nærmere [redacted]).

Større kunder, typisk lakseoppdrettere, sender regelmessig ut tilbudsinvitasjoner til leverandører av EPS-fiskekasser med sikte på å inngå en langvarig avtale om levering, se vedlegg 6, 7 og 8. Avtaler inngås gjerne med varighet på 2-5 år, i noen tilfeller lenger. Ofte er det i slike tilbudsinvitasjoner en opsjon på å bygge en ny fabrikk integrert i, eller tett på lakseslakteriet kassene skal leveres til. For kundene er det ikke forbundet med særlige kostnader å bytte leverandør, heller ikke dersom det oppføres ny fabrikk siden det er leverandøren som står for investeringene og kassene er videre av tilnærmet helt lik størrelse uavhengig av produsent.

Vedlegg 6:



Vedlegg 7:



Vedlegg 8:



Når det gjelder mindre kunder og hvit- og villfiskindustrien, gjør slike kunder normalt innkjøp under avtaler med 1-2 års varighet eller de foretar direktekjøp ved behov (spot).

Verken avtaler med større eller mindre kunder er etter Melders erfaring [redacted] Langvarige avtaler med større kunder kan imidlertid inneholde [redacted]

9.3.4 Kjøpermakt

Som beskrevet over kommer størstedelen av etterspørselen etter fiskekasser for transport av fersk fisk fra lakseoppdrettere. De store lakseoppdretterne har virksomhet flere steder i Norge, som gir disse kundene god oversikt over markedet og Melder erfarer at denne kunnskapen brukes i forhandlinger overfor tilbyderne av fiskekasser, uavhengig av lokasjon. Anlegg med betydelig produksjon av fersk fisk som etterspør store volum er særlig attraktive kunder og Melder erfarer at kasseprodusentene der strekker seg langt i pris i frykt for å tape kontrakter til andre. Som forklart i mer detalj nedenfor, er lønnsomheten til fiskekasseproduksjonen sterkt knyttet til avtaler med de store kundene.

I tillegg til den faktiske kjøpermakten som utnyttes basert på volum og markedskunnskap, kommer at de store lakseoppdretterne kan starte egen produksjon av fiskekasser, noe både Lerøy og Ellingsen Seafood (Lopack) har gjort. Dette tilspisser konkurransen om de større leveranseavtalene ytterligere og disiplinere de frittstående produsentene fra å utøve markedsrett.

9.3.5 Nyetablering og ekspansjon

Etter Melders oppfatning vokser laksenæringen hvert år, noe som tilsier et stadig økende behov for fiskekasser og en jevn ekspansjon i markedet. Det er Melders oppfatning at nye fabrikker først og fremst etableres i forbindelse med levering av fiskekasser som følge av en ny kontrakt. Ellers opprettes det sjeldent nye fiskekassefabrikker. Annen ekspansjon i markedet skyldes dermed påbygg av eksisterende fabrikker. Det er [redacted] for produsentene å utvide kapasiteten til eksisterende kassefabrikker på denne måten. Melder anslår (med en forsiktig tilnærming) at en kassefabrikk kan håndtere en kapasitetsøkning på [redacted] i løpet av en [redacted]. En slik økning kan håndteres [redacted].

Etter Melders oppfatning er de primære etableringshindringene i markedet relatert til investeringer som må gjøres for å starte produksjon av EPS-fiskekasser. Det er [redacted]. Investeringskostnadene vil avhenge av den kapasiteten det legges opp til, samt størrelsen på bufferlageret. Når det er [redacted].

[redacted] Bewi anslår at kostnadene relatert til bygging av industribygget ligger på ca. [redacted] per kvadratmeter. Det betyr at det koster [redacted] å bygge en fabrikk med [redacted] kvadratmeter. Kostnadene ved infrastruktur, maskiner, utstyr, automatisering og likende kommer i tillegg og avhenger av den nødvendige kapasiteten, men ligger gjerne et sted mellom [redacted]. Etter det Melder er kjent med forekommer det i liten grad at EPS-aktørene kjøper fabrikker fra hverandre ifm. leverandørskifte fra oppdrettersiden, men avhengig av maskineri kan det være mulig.

Utover investeringskostnadene er det få og lave etableringshindre. Etablering av en ny fabrikk krever tilgang på en tomt som er egnet for industriproduksjon. Dette er imidlertid uproblematisk i distriktene, ettersom fabrikkene medfører attraktiv verdiskapning for lokalsamfunnene. Videre er tilgang til infrastruktur som vei, vann, avløp og strøm normalt tilgjengelig. Ellers krever etablering av virksomhet kompetanse om EPS-produksjon og tilgang til råstoff, noe alle aktører enkelt kan skaffe seg. I tillegg opplever Melder at kundene ofte etterspør [redacted].

Høye investeringskostnadene rettfærdiggjøres imidlertid av kontrakter om levering av et visst volum over en lengre periode. I tilbudsinnbydelsen fra [redacted].

På den bakgrunn åpnet [redacted].

[REDACTED]

Kombinert med at markedet er preget av betydelige skalafordeler og effektivitetsgevinster ved større produksjon, opplever Melder at markedet er svært attraktivt for ekspansjon gjennom bygging av nye fabrikker for allerede etablerte aktører.

Etterspørselen etter fiskekasser følger produksjon og eksport av fersk fisk, som har vært i sterk vekst de siste årene⁷⁷ og Melder forventer at leverandørene i markedet vil fortsette å bygge nye produksjonsfasiliteter in-house eller integrert med lakseslakterier etter hvert som det bygges nye lakseslakterier. Etter Melders beste estimat vil etterspørselen etter fiskekasser øke med [REDACTED] i de kommende 3-5 årene i takt med veksten i lakseproduksjonen i Norge. Etter Melders oppfatning vil den utviklingen som i størst grad påvirker etterspørselen etter fiskekasser i EPS fremover være [REDACTED]

[REDACTED]

Store oppdrettsaktører kan også etablere egen produksjon av fiskekasser og utgjør en løpende trussel for de etablerte fiskekasseprodusentene. Et eksempel på dette er Lerøy, som etablerte fiskekassefabrikk i samme lokaler som fiskeslakteriet i Skjervøy utenfor Tromsø, etter Partenes beste kunnskap i 2017, og Ellingsen Seafood som gjennom selskapet Lopack leverte sine første fiskekasser i 2015.⁷⁸ Et annet eksempel er Nordlaks på Stokmarknes, [REDACTED] men som nå har annonsert at de bygger sin egen fiskekassefabrikk integrert på Stokmarknes.⁷⁹

Nedenfor er noen eksempler på nylige og planlagte nyetableringer:

- Jackson bygger en ny fabrikk for Grieg Seafood i Alta med produksjonsstart i januar 2022.
- Viplast/Sunde bygger en ny fabrikk for SingabergHansen i Rørvik med planlagt produksjonsstart første halvår 2022.
- Bewi har bygget en ny fabrikk for SalMar på Senja med produksjonsstart i november 2021.

Etter Melders oppfatning viser dette at det er lave ekspansjonsbarrierer for eksisterende aktører.

9.4 Markedsavgrensning

9.4.1 Produktmarked

Kommisjonen har tidligere vurdert oppstrømsmarkedet for EPS (ekspanderbar polystyren) og holdt det åpent om emballasje i EPS anses substituerbart med emballasje i andre materialer, som papp/papirkartong, papirmasse og treull.⁸⁰ Melder er ikke kjent med praksis som vurderer nedstrømsmarkedet, det vil si produksjon og salg av emballasje i EPS (eller andre materialer).

⁷⁷ Se for eksempel <https://seafood.no/aktuelt/nyheter/tidenes-storste-verdivekst-for-sjomateksporten/>.

⁷⁸ Se <https://ellingsenseafood.no/virksomhetsomrader/kasser/>.

⁷⁹ På ilaks.no 29. oktober 2021 fremgår det at Nordlaks har investert NOK 228 millioner i "kassefabrikk og lager".

⁸⁰ M.3578 - BP/Nova Chemicals/JV, avsnitt 18-24.

Etter Partenes oppfatning er det ikke nødvendig å avgrense separate markeder for emballasje segmentert etter hvilket materiale som er brukt. Dette gjelder også for plast. Som beskrevet ovenfor er det flere eksempler på at både kunder og produsenter har erstattet og/eller komplettert anvendelsen av plastmaterialer med fiberbasert emballasje, og at egenskapene til emballasjen i plast er ivarettatt også ved bruk av fiber. Dette viser at det er etterspørselssubstitusjon mellom materialene.

Det er videre Partenes oppfatning at emballasjemarkedet i utgangspunktet ikke skal segmenteres etter bruksområde. Produsentene benytter de samme materialene, know how og produksjonsteknikker ved produksjonen, uansett hvilket sluttmarked emballasjen skal benyttes i. Produsenter kan dermed produsere emballasje til samtlige sluttmarkeder uten å måtte legge om produksjonen. På etterspørselssiden er det et stort tilbud av materialer, former, størrelser og egenskaper som kan benyttes til samme formål. Hvilken emballaseløsning som til slutt velges beror på den konkrete situasjonen, hvor sentrale momenter er emballasjens egenskaper, verdien på produktet som skal beskyttes og kundens prioriteringer.

Melder fastholder at det overordnet sett ikke er nødvendig å avgrense emballasjemarkedet etter materialtype eller bruksområde. Siden Partenes virksomhet i all hovedsak overlapper innenfor fiskekasser (produsert i EPS), har Melder likevel gjort en nærmere vurdering av hvordan konkurransen for salg av fiskekasser skal vurderes:

Uavhengig av om fiskekassene er produsert i EPS eller fiber, har kassene egenskaper som gjør de velegnet til transport av fersk fisk, både som HOG og filet (se nærmere beskrivelse av ulike materialer i kapittel 9.2 over). Begge materialene ivaretar blant annet krav til fukt- og vannbestandighet og temperaturkontroll gjennom isolerende egenskaper. De har også tilsvarende egenskaper hva gjelder temperaturkontroll, hygienekrav, tetthet mv. Fra et etterspørselsperspektiv må kassene følgelig anses som substituerbare.⁸¹

I alle tilfelle brukes fiskekasser i fiber for pakking og transport av fileter. For transport av fileter kan også resirkulerbare kasser i HDPE brukes. Det er Melders erfaring at produksjonen ved lakseslakteriene i stadig større grad er fileter og Melder antar videre at denne andelen vil øke fremover. Enkelte store lakseslakterier har allerede en fileteringskapasitet på inntil [REDACTED]

Partene observerer et utviklingstrekk mot større fokus på å velge bort plast til fordel for fossilfrie råvarer. Til dels er også plastbasert emballasje forbudt både i EU og i USA.⁸² Flere store industriaktører har kommunisert sine ønsker om å erstatte plastbasert emballasje med fornybare ressurser.

For eksempel har Stora Enso markedsført flere eksempler som viser hvor selskap kan vokse gjennom å bruke fornybare materialer i stedet for plast i emballasje, herunder hva gjelder fiskekasser:⁸³

⁸¹ Se for eksempel nyhetsartikkel om en finsk kunde som byttet fra EPS til fiberbaserte fiskekasser, tilgjengelig her: <https://www.nspackaging.com/news/tuomaan-kalatukku-ecofishbox/>. Også sjømatprodusenten Domstein har testet ut EcoFishBox, se <https://www.domstein.no/om-oss/aktuelt/2018/domstein-sjomat-tester-ecofishbox>.

⁸² <https://www.europarl.europa.eu/news/sv/press-room/20190321IPR32111/parlamentet-godkanner-forbud-mot-slit-och-slangplast>; se Direktiv (EU) 2019/904 av 5. juni 2019 om reduksjon av miljøkonsekvensene av enkelte plastprodukter samt informasjon på Kommisjonens hemsida https://ec.europa.eu/environment/topics/plastics/single-use-plastics_sv#ecl-inpage-841; <https://epe.global/2021/06/16/laws-to-ban-eps-are-coming-are-you-ready/>.

⁸³ Se <https://www.storaenso.com/-/media/documents/download-center/documents/product-brochures/packaging-solutions/viewpoint-replacing-plastics-sv.pdf>.

"Fiskeindustrien har høye krav når det gjelder materialegenskaper, særskilt for de låder som anvendes for paketering og leverans. De må være hygieniske og sertifiserte for livsmedelsanvendning, vattentette og fettavstøtende samtidig som de må isolere godt. Tidligere har forpackningarna vanligvis tillverkats av expanderad polystyren, som sedan kasseras. Plaster, som EPS-plaster, är några av de största miljöbovarna när det gäller havsföroreningar och har identifierats som ett stort hot mot miljön.

Stora Enso's produktutvecklare antog utmaningen att hitta ett hållbart alternativ. Målet var att skapa en fisklåda med lika bra eller bättre prestanda i alla funktionsavseenden. Resultatet är den patenterade EcoFishBox™-lådan från Stora Enso.

Den här återvinningsbara lådan har en innovativ design. Den är både fett- och vattentät, och enkel å skölja av. Tack vare wellpapplådan's isolerande egenskaper förblir innehållets temperatur under 4 °C i mer än 64 timmar. Den smarta designen och materialets struktur gör att lådan kan transporteras säkert genom hela leveranskedjan. Med den här lösningen går det å ersätta plast utan å kompromissa med förpackningsprestanda.

Den stora anledningen till å använda EcoFishBoxlådor kanske inte är "ekodelen", utan kostnadsbesparingarna. Den vikta wellpapplådan är endast 1/7 av storleken på en traditionell låda. Det medför att fiskeindustrien dramatisk kan minska kostnaderna för lastbilstransporter och förvaring."

Videre kan det vises til at Coop Sverige i 2019 valgte å bytte ut EPS-fiskekasser til fordel for pappesker, for å redusere plastforbruket og Ikea har annonsert at de vil fase ut all fossil plast i emballasje innen 2028 for å satse på emballasje fremstilt av fornybare og gjenvunnede materialer. Dette vil omfatte utskifting av all EPS brukt i forbindelse med transport.⁸⁴ Denne utviklingen de senere årene har medført at kunder i stadig større grad etterspør alternative produkter som anses for å være miljøvennlige, varige og som kan gjenvinnes. Dette fører samtidig til at det er utviklet, og utvikles stadig flere fullgode alternativer til plastbasert emballasje.

9.4.2 Geografisk marked

Selv om oppstrømsmarkedet for flere råvarer, herunder EPS mv, omfatter hele EØS, er det Partenes oppfatning at konkurransen om salg av emballasje foregår nasjonalt.

Etter Melders oppfatning foregår også konkurransen om produksjon og salg av fiskekasser nasjonalt. Store deler av etterspørselen dekkes ved at lakseoppdretterne avholder anbudskonkurranser. Tilbudsforespørslene sendes normalt ut til samtlige aktører på markedet, uavhengig av hvor eventuelle fabrikker er lokalisert, ettersom inngåelse av en avtale om levering av fiskekasser ofte er betinget av at det bygges en fabrikk på leveringsstedet. Konkurransen om slike store avtaler er dermed nasjonal. Når fabrikken først er bygget, er det i utgangspunktet ikke konkurranse om å levere til den samme lakseoppdretteren i avtalens løpetid. Et eksempel på dette er konkurransen om levering av fiskekasser i Alta. Bewi stengte produksjonen ved sin fabrikk i Alta 31. desember 2021 ettersom Jackon vant en konkurranse om levering av fiskekasser i det området. Videre fremgår det av oversikten over samtlige fabrikker i Norge at ulike aktører har fabrikker i flere deler av landet, men at konkurrerende virksomheter ikke har etablert fabrikker i de

⁸⁴ Se https://www.packnet.se/article/view/821490/ikea_fasar_ut_all_forpackningsplast.

samme områdene, se vedlegg 5 [REDACTED] Dette underbygger at konkurransen om de store kundene er nasjonal.

For enkelte mindre lakseslakterier og for fiskemottak, gjøres innkjøp av fiskekasser i EPS normalt fra en eksisterende fabrikk i nærheten (innenfor [REDACTED] og opptil [REDACTED] i høysesong). Den begrensede rekkevidden skyldes høye inngående transportkostnader, ettersom fiskekasser i EPS er store i volum og fylt med luft og dermed har lav plassutnyttelse. For fiskekasser i fiber eller kartong vil de inngående transportkostnadene være betraktelig lavere og disse fraktes dermed også over lengre avstander og importeres også fra ulike leverandører i Europa, herunder fra Finland og Nederland.

Bewi estimerer at [REDACTED] av deres kunder gjør sine innkjøp av fiskekasser innenfor en radius på [REDACTED] fra produksjonsstedet og [REDACTED] fra innenfor [REDACTED]. For Jackson skjer [REDACTED] av salget innenfor en radius på [REDACTED] fra produksjonsstedet og [REDACTED] innenfor [REDACTED]. Samlet underbygger dette at hoveddelen av salget av fiskekasser skjer fra produksjonsfasiliteter nært kunden, typisk basert på langvarige leveranseavtaler med nærliggende fasiliteter, og kun en mindre andel transporteres over lengre distanser.

9.4.3 Konklusjon

Basert på informasjonen over er det Melders oppfatning at det er et marked for produksjon og salg av emballasje og at dette markedet er nasjonalt.

Det er i utgangspunktet ikke nødvendig å segmentere markedet etter materialtype eller sluttmarked/bruksområde, men anfører at det snevrest mulige markedet av relevans for denne meldingen er produksjon og salg av fiskekasser i Norge. I dag dekkes størstedelen av behovet for fiskekasser av fiskekasser i EPS, men Partene forventer at alternative materialer og da særlig fiber vil ha sterk utvikling i tiden fremover. Det kan særlig vises til alternative fiskekasser utviklet av Skala/Storaenso og Smurfit Kappa, som markedsføres som mer miljøvennlige alternativer til EPS-kassene.

Store leveringskontrakter inngås i stor grad uten hensyn til hvor produsentene har eksisterende produksjonsanlegg. Ettersom enkelte mindre oppdrettere og fiskemottak gjør mindre innkjøp utenom langvarige avtaler, har markedet likevel også en lokal eller regional dimensjon. Ettersom foretakssammenslutningen uansett ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, kan likevel markedsavgrensningen stå åpen. For ordens skyld har Partene inkludert markedsdata også under den snevreste mulige markedsavgrensningen, nemlig produksjon og salg av EPS-fiskekasser i lokale markeder med en radius på inntil 200 km.

Nedenfor i kapittel 9.5 flg vil vi vise at den planlagte foretakssammenslutningen ikke medfører konkurransemessige bekymringer uansett markedsavgrensning. For ordens skyld er det også inntatt informasjon om konkurransen i potensielle segmenter for emballasje til næringsmiddelindustrien og beskyttende emballasje til lagring og transport.

9.5 Salg av emballasje i Norge

9.5.1 Innledning og markedsandeler

Som redegjort for ovenfor, selges emballasje i en rekke ulike former og materialer til en rekke ulike kunder i ulike bransjer og industrier. Store deler av salget er kundetilpassede produkter. I et totalmarked for salg av

emballasje i Norge vil Partene ha en samlet markedsandel på ca. [REDACTED]⁸⁵ hvorav Bewis andel utgjør [REDACTED]⁸⁶ og Jackons [REDACTED]⁸⁷ Også dersom det avgrenses et marked for salg av plastbasert emballasje, vil Partene ha en enda lavere samlet markedsandel [REDACTED] Bewi [REDACTED] og Jackon [REDACTED].

Både i et totalmarked for emballasje og i et marked som kun omfatter plastbasert emballasje vil Partene etter foretakssammenslutningen disiplineres av sterk konkurranse fra en rekke aktører, herunder andre aktører som tilbyr plastbasert emballasje, samt aktører som tilbyr helt eller delvis tilbyr substituerbar emballasje i andre materialer, som Smurfit Kappa, Glomma Papp mv. Som vist over i punkt 9.2 og 9.2 etterspørres det i stadig større grad alternativer til emballasje i plast og Partene forventer derfor et stadig større konkurransepress fra emballasje i andre materialer.

9.5.2 Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innen emballasje

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av emballasje i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter ⁸⁸	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder salg av emballasje i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

⁸⁵ Markedsandeler er beregnet basert på et totalmarked på [REDACTED]

⁸⁶ Basert på Bewis totalt salg av emballasje på [REDACTED]

⁸⁷ Basert på Jackon totalt salg av emballasje på [REDACTED]

⁸⁸ [REDACTED]

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører i et nasjonalt marked for salg av emballasje.

9.6 Segment for emballasje til næringsmiddelindustrien

9.6.1 Innledning

I dette segmentet har Bewi en omsetning på ca. [REDACTED]⁸⁹ og Jackson [REDACTED] (ekskludert fiskekasser). Melder har estimert totalmarkedet for segmentet salg av emballasje til næringsmiddelindustrien til nesten [REDACTED]⁹⁰. Jackson vil som følge av sitt minimale salg i denne kategorien ha en markedsandel på [REDACTED] og Bewi ca. [REDACTED] og innenfor plast ca. [REDACTED].

Som det fremgår vil Partene ha en lav samlet markedsandel og transaksjonen leder ikke til noen konsentrasjonsøkning gitt Jackons minimale salg. For fullstendighetens skyld oppgis likevel Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et hypotetisk marked for salg av emballasje til næringsmiddelindustrien, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

9.6.2 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innenfor emballasje til næringsmiddelindustrien

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et segment for salg av emballasje til næringsmiddelindustrien i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter ⁹¹	Kunder		Leverandører ⁹²	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et segment for salg av emballasje til næringsmiddelindustrien i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

⁸⁹ Totalomsetning er Bewis beste estimat av eget salg til næringsmiddelindustrien og er ekskludert salg av fiskekasser i EPS.

⁹⁰ Melder har estimert at omtrent [REDACTED] av emballasjen i markedet er plastbasert.

⁹¹ [REDACTED]

⁹² Bewi definerer ikke sine virksomhetsområder i tråd med segmenteringen i meldingen og har derfor ikke tilgjengelig tall for andel av leveranser på segmentnivå.

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører i et segment for salg av emballasje til næringsmiddelindustrien i Norge.

9.7 Segment for beskyttende emballasje for transport og lagring

9.7.1 Innledning

I et segment for beskyttende emballasje for transport og lagring har Bewi en omsetning på ca. [redacted] og Jackon ca. [redacted] (ekskludert fiskekasser). Melder har estimert et totalmarked på ca. [redacted] hvorav nesten [redacted] er plastbasert emballasje (EPS, EPP og HDPE). Uansett vil Partene ha en samlet segmentandel under [redacted] hvorav Jackons posisjon er helt marginal [redacted] både totalt og plastbasert) og også Bewis rolle er svært liten ([redacted] innen bare plastbasert og [redacted] i totalmarkedet).

Som det fremgår vil Partene både hver for seg og samlet ha helt minimale segmentandeler, uavhengig av markedsavgrensning. For fullstendighetens skyld oppgis likevel Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et hypotetisk marked for salg av emballasje til beskyttende emballasje for transport og lagring, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

9.7.2 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innenfor beskyttende emballasje for transport og lagring

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et segment for salg av beskyttende emballasje for transport og lagring i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører ⁹⁴	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et segment for salg av beskyttende emballasje for transport og lagring i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

⁹³ [redacted]

⁹⁴ Bewi definerer ikke sine virksomhetsområder i tråd med segmenteringen i meldingen og har derfor ikke tilgjengelig tall for andel av leveranser på segmentnivå.

Nedenfor er en oversikt over fabrikker som produserer EPS-fiskekasser i Norge. Dersom det legges til grunn lokale markeder med en radius på 200 km, vil det være overlapp mellom Bewi og Jackons fiskekassefabrikker i Troms.

Tabell 11: Oversikt over fabrikker som produserer EPS-fiskekasser i Norge

Produsent	Fabrikk	Estimert produksjon 2018 (tonn)	Estimert produksjon 2019 (tonn)	Estimert produksjon 2020 (tonn)	Estimert kapasitet (tonn)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] ¹⁰⁰	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] ¹⁰¹	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] ¹⁰²	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] ¹⁰³	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] ¹⁰⁴	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] ¹⁰⁵	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] ¹⁰⁶	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED] ¹⁰⁷	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] ¹⁰⁸	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] ¹⁰⁹	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

¹⁰⁰ Produksjon stanset 31.12.2021.

¹⁰¹ Oppstart 2022.

¹⁰² Oppstart 2022.

¹⁰³ Oppstart 2017.

¹⁰⁴ Oppstart 2017.

¹⁰⁵ Oppstart 2022.

¹⁰⁶ Oppstart 2015.

¹⁰⁷ Oppstart 2018.

¹⁰⁸ Sunde Gruppen AS eier 49,5% i A/S Nesseplast.

¹⁰⁹ Sunde Gruppen AS eier 49,5% i A/S Nesseplast.

Totalt					

9.8.3 Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i et nasjonalt marked for fiskekasser

Foretakssammenslutningen innebærer en sammenslåing av to aktører som produserer og selger fiskekasser i Norge, og som samlet vil ha en markedsandel på ca. [REDACTED]. Uansett markedsavgrensning opplever Melder at det er sterk konkurranse i markedet i dag, slik at selv med slike markedsandeler vil Partene etter Transaksjonen fortsette å møte betydelig konkurranse fra en rekke aktører og dermed være forhindret fra å utøve enhver form for markedsrett.

(I) Partene møter sterk konkurranse fra en rekke konkurrenter

Det er en rekke sterke konkurrenter i det relevante markedet som utøver, og vil fortsette å utøve, et betydelig konkurransepress på den sammenslåtte enheten. Det kan særlig vises til:

- Vartdal Plastindustri (Løvold Industrier) ("**Vartdal**") er en stor norsk industriaktør etablert i Vartdal like utenfor Ålesund, med flere typer virksomhet basert på plastproduksjon. I 2018 kjøpte Vartdal majoriteten av aksjene i Løvold Industri og utvidet dermed sin virksomhet og sitt geografiske nedslagsfelt betydelig, herunder innenfor produksjon av emballasje i EPS for frakt av mat, herunder av fersk fisk og sjømat. Produktene tilbys i ulike størrelser under produktnavnene Vartdalskassen, Vartdalskassen Airbox og Vartdalskassen Loop.¹¹⁰ Vartdal tilbyr også emballasje spesifikt tilpasset flyfrakt, transport av ferske fiskefileter, absorbenter og kjøleelementer.¹¹¹
- Brødr. Sunde A/S ("**Sunde**") tilbyr et bredt utvalg av produkter i EPS og XPS og eier varemerkene Isopor og Sundolitt som brukes på EPS-produktene. Innenfor fiskekasser tilbyr Sunde fiskekasser i ulike størrelser for frakt av fersk fisk med fly, transport av ferske fiskefileter, absorbenter og kjøleelementer.¹¹²
- Lerøy Seafood Group ("**Lerøy**") er et internasjonalt sjømatsekskap som har sin hovedvirksomhet innen produksjon av ørret og laks, fangst av hvitfisk og videreforedling av fiskeprodukter, samt distribusjon og salg av de ulike sjømatproduktene. Lerøy har en fiskekassefabrikk tilknyttet oppdrettsanlegget Lerøy Aurora på Skjervøy utenfor Tromsø [REDACTED]. Lerøy kjøper fortsatt fiskekasser eksternt til sine lakseslakterier på Vestlandet og i Midt-Norge, samt til hvitfiskaktivitet i Nord-Norge, herunder fra [REDACTED].
- Bra Kasser er en av aktørene som har slått seg opp de siste årene og har nå to kassefabrikker som er integrerte med hvert sitt lakseslakteri på henholdsvis Herøy (Mowi) og Sør-Arnøy (Salten Aqua). Bra Kasser var foruten Lerøy den første aktøren som introduserte "inhouse" EPS-produksjon (dvs. fiskekasser produsert i en fabrikk integrert med lakseslakteriet).

¹¹⁰ Se <https://vartdalplast.no/no/kategori/mat/kasser>.

¹¹¹ Se <https://vartdalplast.no/no/mat-fiskefileter/>.

¹¹² Se <https://www.sundolitt.com/no/om-oss/sunpack-eps-emballasje/>.

I tillegg møter Partene i stadig økende grad konkurranse fra aktører som StoraEnso som tilbyr miljøvennlige alternativer til fiskekasser i EPS fremstilt i gjenvinnbare og bærekraftige materialer (som eco-box). Dette er også noe kundene også etterspør i økende grad og Melder forventer derfor at nye aktører og aktører som utvikler miljøvennlige alternativer til EPS-fiskekassene vil ta stadig større andeler av markedet fremover. Aktørbildet er dermed bredt og vil disiplinere Partene både mht. pris og kvalitet, herunder hva gjelder miljø- og bærekraft som stiller krav til nyutvikling.

(II) Den sammenslåtte enheten vil disiplineres av den konstante trusselen om leverandørbytte eller oppstart av egen produksjon fra oppdrettsaktørenes side

Som beskrevet ovenfor er [REDACTED] sentrale konkurranseparametere. Kunder som ikke er fornøyd med sin nåværende leverandør på disse punktene, kan enkelt og relativt raskt bytte leverandør gjennom en anbudskonkurranse eller ved direkte forhandlinger med potensielle leverandører. Det er ingen særlig merkevarelojalitet i markedet og det er leverandørene som tar kostnaden knyttet til nyinvesteringer dersom det er nødvendig.

Større kunder kan ofte løfte investeringene knyttet til etableringen av en fiskekassefabrikk alene og det er flere eksempler fra de siste årene på at dette har skjedd, herunder Lerøy og Ellingsen Seafood. Ved prisøkninger på fiskekasser kjøpt eksternt forventer Melder at flere lakseoppdrettere vil gjøre dette, og på flere lokasjoner. Foruten lakseoppdrettere som har etablert fiskekassevirksomhet, er ikke aktørene i markedet vertikalt integrert og de er derfor avhengig av å fortsette å forsyne eksterne kunder. Trusselen om nyetableringer vil dermed effektivt motvirke eventuelle prisøkninger.

(III) Kundene er i posisjon til å utøve betydelig kjøpermakt som effektivt vil motvirke enhver utøvelse av markedsrett

Kundenes betydelige kjøpermakt fremgår også ved å se nærmere på hvem de ulike fabrikkene selger til. Disse oversiktene viser at hoveddelen av omsetningen er knyttet til én, eller noen få, store kunder. Som nevnt ovenfor tilsier dette at markedet må avgrenses nasjonalt (det er bare ved betydelig salg til flere kunder at det kan oppstå spørsmål om lokale markeder).

En detaljert oversikt over Partenes salg er vedlagt i vedlegg 9. Vedlegg 10 og 11 angir koordinatene til henholdsvis Partenes fiskekassefabrikker og Partenes kunder.

Vedlegg 9: Oversikt over salg av fiskekasser fra Partenes fabrikker [REDACTED]

Vedlegg 10: Koordinatene til Partenes fiskekassefabrikker

Vedlegg 11: Koordinatene til Partenes kunder

Oversikten viser at Bewis totale omsetning av EPS-fiskekasser på ca. [REDACTED] som tilsvarer en andel på [REDACTED] av det totale salget av EPS-fiskekasser, fordelt seg slik på de fire fabrikkene i 2020:

Tabell 12: Oversikt over salg fra Bewis fiskekassefabrikker

Fabrikk	Andel av totalsalg EPS	Andel av fabrikkens salg til store kunder
Alta	[REDACTED]	[REDACTED]
Frøya	[REDACTED]	[REDACTED]
Hammerfest	[REDACTED]	[REDACTED]

Nordkjosbotn		
Senja		

Fabrikken i Alta er nedlagt fra 1. januar 2022 etter at Bewi tapte kontrakten med Grieg til Jackon. Uten denne omsetningen er det ikke regningssvarende for Bewi å opprettholde driften, og leveranser under kontrakten med [REDACTED] av omsetningen i Alta vil håndteres fra Bewis anlegg i Nordkjosbotn.

Nedleggelsen illustrerer uansett at lønnsomheten er sterkt knyttet opp til kontraktene med de store kundene, og understreker at det er konkurransen om disse kontraktene som langt på vei definerer markedet.

Man kan også notere seg at en stor andel av Bewis totale markedsandel er knyttet til fabrikken på Frøya, dvs. Bewis "hjemmemarked". I dette området har Bewi ingen lokal konkurranse. Det er imidlertid en pågående konkurranse om etablering av en ny fabrikk for levering av fiskekasser til [REDACTED]

[REDACTED] har informert Bewi om at det var [REDACTED] Dette illustrerer at konkurransen er både sterk og nasjonal i den forstand at eksisterende anlegg ikke er bestemmende for muligheten til å inngi tilbud i nye geografiske områder.

Jackons omsetning av EPS-fiskekasser er på ca. [REDACTED] som tilsvarer en andel på [REDACTED] av det totale salget av EPS-fiskekasser, fordelt seg slik på de seks fabrikkene i 2020:

Tabell 13: Oversikt over salg fra Jackons fiskekassefabrikker

Fabrikk	Andel av totalsalg EPS	Andel av fabrikkens salg til store kunder
Bergen	[REDACTED]	[REDACTED]
Fredrikstad	[REDACTED]	[REDACTED]
Kasseriet	[REDACTED]	[REDACTED]
Øksnes	[REDACTED]	[REDACTED]
Stavanger	[REDACTED]	[REDACTED]
Styro Nor	[REDACTED]	[REDACTED]

(IV) Partene vil møte sterk konkurranse om å vinne store kontrakter

Basert på offentlig tilgjengelig informasjon, har Melder forsøkt å kartlegge lakseslakteri i Norge samt estimert innkjøp av fiskekasser per år basert på estimert slaktevolum, samt en angivelse av hvilke leverandør som har levert og i dag leverer til de ulike anleggene. Oversikten er inkludert i vedlegg 12 til denne meldingen.

Vedlegg 12: Oversikt over fiskekassefabrikker i Norge og deres utnyttelsesgrad

[REDACTED]

Som oversikten viser har det i perioden 2018-2020 vært relativt få leverandørbytter, noe som henger sammen med at leverandøravtalene normalt løper over flere år. Ettersom kontraktene går over flere år, erfarer Melder at aktørene strekker seg langt for å vinne den enkelte kontrakt.

Anbudssituasjonen viser imidlertid at det ikke utpeker seg særlig nær konkurranse mellom Bewi og Jackon.

Anbudssituasjonen viser at Partene møter sterk konkurranse fra andre konkurrenter og det vises til to eksempler fra 2021:

- [REDACTED] avholdt konkurranse om kasselevering. Bewi innga tilbud på hovedproduksjon av standard- og charterkasser ved fabrikken på [REDACTED] som er ca. 60 kilometer unna oppdragsgiver, samt tilleggsleveranser av mindre kasser og spesialformat fra fabrikken på [REDACTED] som er 150 kilometer unna. Til tross for Bewis eksisterende fabrikk i nærheten av oppdragsgiver, [REDACTED] og kontrakten ble tildelt [REDACTED].
- [REDACTED] avholdt konkurranse om levering av fiskekasser til selskapets nye slakteri [REDACTED] men oppdragsgiver valgte å inngå avtale med en annen leverandør.¹¹⁴

Bewi leverer fiskekasser til [REDACTED] fra fabrikken i Nordkjosbotn. [REDACTED] initierte nylig en ny konkurranse om levering av EPS-fiskekasser. Den utlyste kontrakten har en varighet på to år, med opsjon på forlengelse i to ytterligere år. Bewi ble invitert til å delta i konkurransen og ble tildelt kontrakten. Det samme gjelder for levering av fiskekasser til [REDACTED] jf. ovenfor. Dette nye slakteriet [REDACTED] som Bewi leverer fiskekasser til. Kontrakten forutsetter bygging av en ny fiskekassefabrikk [REDACTED]. Det er ikke avgjort hvem som tildeles denne kontrakten, [REDACTED].

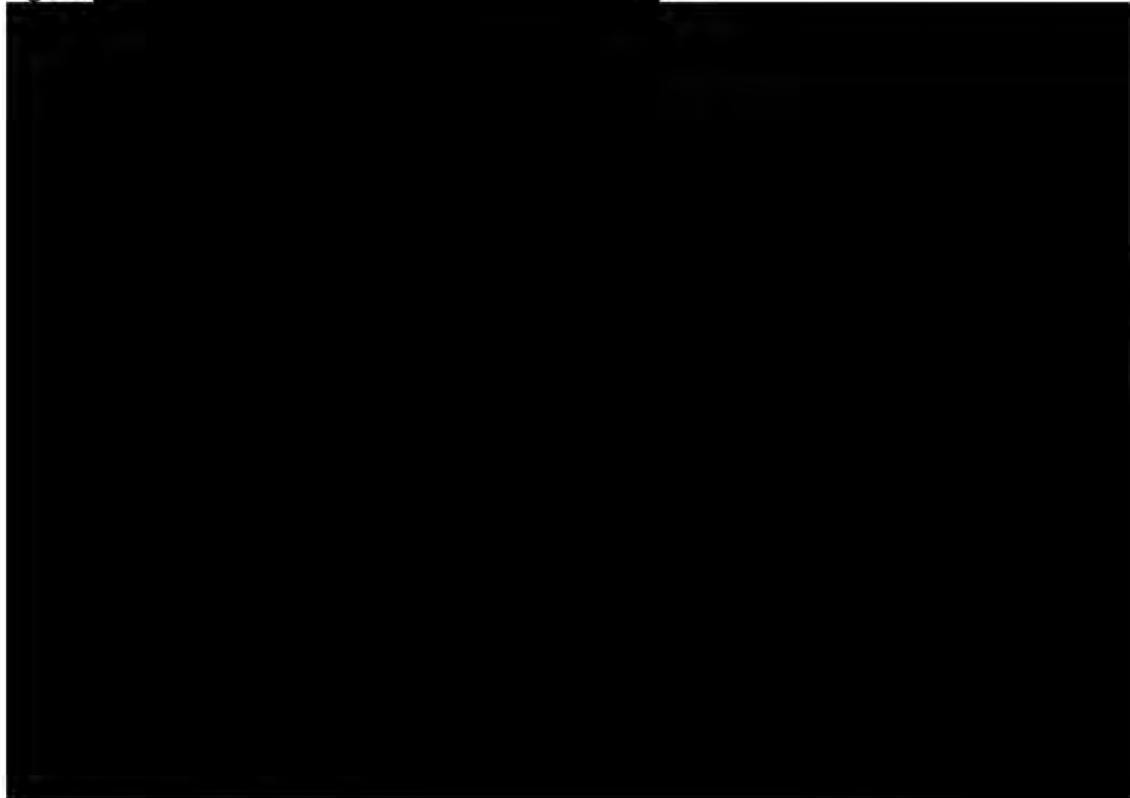
Melder opplever at når det nærmer seg utløp av en kontrakt, vil kunden normalt sondere markedet på ny gjennom en tilbudsforespørsel til aktørene i markedet, som også kan inneholde en opsjon på å bygge ny fiskekassefabrikk. Denne praksisen skaper sterk konkurranse mellom aktørene også i de tilfellene hvor det ikke skjer et leverandørbytte for eksempel fordi eksisterende leverandør strekker seg økonomisk for å beholde en kontrakt på grunn av konkurranse fra andre leverandører. [REDACTED]

(V) Partene har ulike primære geografiske nedslagsfelt og kan dermed ikke anses som spesielt nære konkurrenter

¹¹⁴ Oppdragsgiver oppga her to alternativer: Enten kasser produsert i eksisterende fabrikk, levert Langevåg med bil eller kasser produsert i egen fabrikk vegg i vegg med nytt slakteri (altså nybygg av fiskekassefabrikk). Her ønsket man tilbud om avtale med enten 7 års varighet eller 15 år.

Som en naturlig konsekvens av høye transportkostnader, skjer størstedelen av salget fra fiskekassefabrikkene til kunder relativt nært fabrikkene. Figur 6 nedenfor viser lokasjonene til Partenes fiskekassefabrikker samt kundens lokasjon i tillegg til en oversikt over konkurrentenes fabrikker. Som det fremgår av figuren er det i liten grad overlapp mellom Partenes fabrikker og dermed er også kundene i all hovedsak spredt på ulike, ikke overlappende, områder. I konkurransen om levering til mindre kunder som gjør direkteinnkjøp/handler spot, har det derfor formodningen mot seg at Partene vurderes som de næreste alternativene til hverandre.

Figur 6:



9.8.4 Partenes viktigste avtaler

En oversikt over partenes leverandøravtaler er inntatt nedenfor i tabell 14 og 15.

Tabell 14: Bewis viktigste avtaler

Kunde	Værlhet

Tabell 15: Jackons viktigste avtaler

Kunde	Værlhet

9.8.5 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et nasjonalt marked for fiskekasser

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av EPS-fiskekasser i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn	Estimert markedsandel	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av EPS-fiskekasser i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter		Kunder		Leverandører	
Navn	Estimert markedsandel	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører i et norsk marked for produksjon og salg av EPS-fiskekasser.

9.8.6 Oppsummering

Den sammenslåtte enheten vil etter foretakssammenslutningen fortsatt møte betydelig konkurranse fra en rekke andre aktører og disiplineres av den konstante trusselen om bygging av nye fabrikker. Foretakssammenslutningen vil følgelig ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse og det er dermed heller ikke grunnlag for å gripe inn mot den, jf. konkurranseloven § 16.

9.9 Lokale/regionale markeder for produksjon og salg av fiskekasser

9.9.1 Oversikt over potensielle lokale/regionale markeder

Melder fastholder at konkurransesituasjonen i markedet, som innebærer at det i all hovedsak er nye volumer det konkurreres om i form av etablering av nye fabrikker, medfører at konkurransen må vurderes på nasjonalt nivå. For ordens skyld redegjøres det likevel kort for konkurransesituasjonen i et hypotetisk lokalt/regionalt marked med en radius på 200-400 km fra produksjonsstedet nedenfor i kapittel 9.5.2. For redegjørelsen av markedsstrukturen og etableringsbarrierer vises det til kapittel 9.3 og 9.8 ovenfor.

Dersom det avgrenses lokale/regionale markeder basert på den avstanden som fiskekasser i EPS leveres, dvs. 200-400 km, vil det være et potensielt overlapp mellom Bewis fabrikk i Nordkjosbotn og Jackons fabrikk i Gratangen (Kasseriet). Det presiseres at hoveddelen av produksjonen ved Partenes fabrikker er bundet opp til eksisterende leverandøravtaler, som innebærer at det i svært liten grad er lokal etterspørsel av fiskekasser, foruten fra fiskerimottak i sesong (eksempelvis ved skreifiske). Nedenfor er en oversikt over fabrikker som produserer EPS-fiskekasser i Nord-Norge, med en angivelse av hvilke oppdrettsanlegg det leveres til fra de ulike fiskekassefabrikkene per i dag.

Figur 7:



Uansett hvordan de lokale markedene avgrenses, viser Partenes transaksjonsdata at det i liten grad er faktisk overlapp mellom kundene, som illustrert av oversikten over salg fra Partenes fiskekassefabrikker i figur 6 [redacted] ovenfor. Figuren viser området hvor kundene som handler fra de ulike fabrikkene befinner seg.

9.9.2 Potensielt lokalt overlapp mellom Bewis fabrikk i Nordkjosbotn og Jackons fabrikk i Gratangen

Som det fremgår av kartet i figur 7 [redacted] over har Bewi en fabrikk i Nordkjosbotn, som er ca. 148 km (2t 8min kjøretid) fra Jackons fabrikk i Gratangen (Kasseriet). Fra fabrikkene i Nordkjosbotn selger Bewi størstedelen av produksjonen til [redacted] mens resten selges til mindre

oppdrettsaktører. Jackon selger [redacted] av sin produksjon ved Kasseriet til [redacted] og [redacted] til [redacted]

For de mindre aktørene vil det uansett fremdeles finnes alternativer til Partene innenfor en radius på 400 km, herunder fra Sundes fabrikk ved Harstad (77 km/1t 16 min kjøretid fra Gratangen og 229 km/3 t 12 min fra Nordkjosbotn), Lopacks fabrikk i Osan ved Svolvær (199 km/3t kjøretid fra Gratangen og 351 km/4t 55 min kjøretid fra Nordkjosbotn) og Lerøys fabrikk på Skjervøy i Troms (320 km/4t 50 min fra Gratangen og 173 km/2t 46 min fra Nordkjosbotn). I tillegg er det planer om etablering av fiskekassefabrikker på Sortland (Eidsfjord Sjøfarm), 306 km/4t 23 min fra Nordkjosbotn og 154 km/2t 25 min fra Gratangen, samt på Stokmarknes (Nordlaks), 333 km/5t fra Nordkjosbotn og 181 km/2t 54 min fra Gratangen.

Partene har ikke hatt anledning til å beregne markedsandeler i hypotetiske lokale markeder. Selv om Partene kjenner sin egen omsetning innen gitte geografiske rammer, har ikke Partene oversikt over plasseringen til konkurrentenes kunder. Beregninger utelukkende basert på konkurrentenes plassering kan derfor også gi upresisere beregninger av markedsandeler. De næreste alternativene til Partene er beskrevet i teksten over.

9.9.3 Potensielt lokalt overlapp mellom Bewis fabrikk i Hammerfest og Jackons fabrikker i Tana og Alta

Som det fremgår av kartet i figur 7 [redacted] har Bewi en fabrikk i Hammerfest, som er ca. 325 km (4t 47min kjøretid) fra Jackons fabrikk i Tana (StyroNor). Fra fabrikk i Hammerfest selger Bewi [redacted] mens resten selges til andre mindre oppdrettsaktører. Fra fabrikk i Tana selger Jackon [redacted] Frem til årsslutt 2021 hadde Bewi også produksjon ved en fabrikk i Alta. Etter tapet av en stor kontrakt (med Grieg) til Jackon, har Bewi stengt produksjonen ved fabrikk i [redacted] og dette illustrerer at konkurransen foregår nasjonalt om de store kundene. At Jackon bygger en ny fabrikk viser videre også at aktører uten eksisterende produksjon der kunden ønsker levering kan vinne kontrakten.

Partene har ikke hatt anledning til å beregne markedsandeler i hypotetiske lokale markeder. Selv om Partene kjenner sin egen omsetning innen gitte geografiske rammer, har ikke Partene oversikt over plasseringen til konkurrentenes kunder. Beregninger utelukkende basert på konkurrentenes plassering kan derfor også gi upresisere beregninger av markedsandeler. Som det fremgår av teksten over, er nærmeste alternativ til Partene i nordligste delen av Norge Lerøy som har fabrikk på Skjervøy i Troms, 342 km (5t 13 min) kjøretid fra Hammerfest og 565 km (8t 19min) fra Tana.

9.9.4 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et hypotetisk lokalt marked for fiskekasser i Troms

Nedenfor gis en oversikt over Bewis viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av fiskekasser i Troms, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

15				

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av fiskekasser i Troms, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører innenfor produksjon og salg av fiskekasser i et hypotetisk lokalt marked i Troms.

9.9.5 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i et hypotetisk lokalt marked for fiskekasser i Finnmark

Nedenfor gis en oversikt over Bewis fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av fiskekasser i Finnmark, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)

Nedenfor gis en oversikt over Jackons fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av fiskekasser i Finnmark, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
--------------	--------	--------------

Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører innenfor produksjon og salg av fiskekasser i et hypotetisk lokalt marked i Finnmark.

10 KOMPONENTER

10.1 Innledning

Komponenter leveres til en rekke ulike bransjer og industrier. Begrepet komponenter omfatter en rekke produkter, som i stor grad er tilpasset kundens spesifikasjoner. Mange komponenter kan fremstilles i ulike materialer som gir samme egenskaper.

Bewi og Jackon produserer tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter i EPS og EPP. For Bewi utgjør dette en totalomsetning på i underkant av [REDACTED] i Norge, mens det for Jackon utgjør ca. [REDACTED] i Norge. Med en slik omsetning vil Bewis markedsandel uansett markedsavgrensning være helt marginal og gir ikke opphav til noe horisontalt overlappende marked som definert i konkurranseloven § 18 a bokstav e. For fullstendighetens skyld er det likevel tatt inn en oversikt over Partenes konkurrenter, kunder og leverandører nedenfor i punkt 10.2.

Videre opplyses det for ordens skyld om at enkelte andre selskaper på kjøpersiden,¹¹⁶ Delprodukter AS, HV Plast AS og Biobe AS, også produserer komponenter. Komponenter produsert av disse selskapene har imidlertid ikke noen konkurranseflate mot Jackons virksomhet, særlig ettersom de produserer og selger andre typer produkter enn Jackon, til dels i andre materialer og uansett at de retter sin virksomhet mot ulike markeder og kunde grupper:

- Delprodukter AS produserer detaljer i metaller til offshore, havbruk, olje og landbasert industri. Blant selskapets kunder kan det blant annet vises til [REDACTED]
[REDACTED] Virksomheten har ingen konkurranseflate mot Jackon.
- HV Plast AS og Biobe AS produserer teknologikomponenter blant annet til VVS-sektoren og annen industri. HV Plast AS' viktigste kunder er [REDACTED]
[REDACTED] Biobe AS' viktigste kunder er [REDACTED]
[REDACTED] Virksomheten har ingen konkurranseflate mot Jackon.

¹¹⁶ Eies av Bekken Invest AS, se kapittel 4.

Som beskrevet over produserer og selger Jackon tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter i EPS og EPP. Dette er noe annet enn detaljer i metall (Delprodukter AS) og teknologikomponenter (HV Plast AS og Biobe AS). Produktene har ulike bruksområder, fremstilles ved bruk av ulik kompetanse og av annen kvalitet. Virksomheten i disse selskapene gir følgelig ikke opphav til noe horisontalt overlapp i konkurranseovens forstand med Jackon i noe marked.

10.2 Partenes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Som nevnt ovenfor foreligger det etter Partenes oppfatning ikke noe horisontalt overlapp innenfor tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter, ettersom Bewi ikke har noen virksomhet på dette området. For ordens skyld oppgis likevel Partenes konkurrenter, kunder og leverandører.

Nedenfor gis en oversikt over Bewis viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter, jf. konkurranseoven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)

Nedenfor gis en oversikt over Jackons viktigste konkurrenter, kunder og leverandører hva gjelder produksjon og salg av tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter, jf. konkurranseoven § 18 a bokstav d.

Konkurrenter	Kunder		Leverandører	
Navn	Navn	Andel salg (%)	Navn	Leveranseandel (%)
117				

Foretakssammenslutningen antas ikke å få noen virkning for Bewis eller Jackons konkurrenter, kunder og leverandører i et hypotetisk nasjonalt marked for produksjon og salg av tekniske komponenter og høypresisjonsprodukter.

11 VERTIKALE RELASJONER/OVERLAPP

11.1 Innledning

Før den planlagte foretakssammenslutningen er både Bewi og Jackon vertikalt integrert med egen produksjon av EPS-perler (se kapittel 7 over) samt EPS-produkter hvor EPS-perler utgjør en innsatsfaktor (se kapittel 8, 9 og 10 over). Som det fremgår av tabell 6 og 7 ovenfor, selger Bewi ca. [REDACTED] av produksjonen av EPS-perler (av både grå og hvite) eksternt i EØS og i underkant av [REDACTED] (av både hvite og grå, og hvite) i Norge.¹¹⁸ Også Jackon selger eksternt, men i Norge utgjør dette [REDACTED] av produksjonen (og i underkant av [REDACTED] av produksjonen i EØS).

Dersom det relevante oppstrømsmarkedet, produksjon av EPS-perler (hvite og grå eller bare hvite), avgrenses til å omfatte hele EØS-området foreligger det et vertikalt overlapp mot Partenes virksomhet innen fiskekasser (kapittel 9), jf. konkurranseloven § 18 a bokstav f). I et oppstrømsmarked som omfatter hele EØS vil Partenes samlede markedsandel være under 20 %, som også i øvrige relevante nedstrømsmarkeder. Andre vertikale overlapp foreligger da heller ikke.

I den grad Konkurransetilsynet finner at markedet for produksjon av EPS-perler (hvite og grå eller bare hvite) bare omfatter Norge, vil Partene ha en samlet markedsandel på [REDACTED]¹¹⁹ på oppstrømsmarkedet. Dette vil gi et vertikalt berørt marked mellom oppstrømsvirksomheten og Partenes virksomhet innen fiskekasser (kapittel 9), jf. konkurranseloven § 18 a bokstav e). Videre vil det kunne foreligge et vertikalt overlapp i henhold til konkurranseloven § 18 a bokstav e) mot Partenes virksomhet innen plastbasert termisk isolasjon (kapittel 8).¹²⁰

Uavhengig av markedsavgrensning og hvordan de vertikale relasjonene vurderes, vil ikke den planlagte foretakssammenslutningen medføre utestengende virkninger eller på annen måte hindre effektiv konkurranse. Det er derfor heller ikke grunnlag for å gripe inn mot Transaksjonen på dette grunnlag, jf. konkurranseloven § 16. Nedenfor i kapittel 11.2 og 11.3 vil vi redegjøre nærmere for dette.

For en beskrivelse av de relevante markedene vises det til kapittel 7, 8, og 9 over. Disse vil også være relevante for de vertikale forbindelsene.

11.2 Ingen utestengning av konkurrenter i nedstrømsmarkedene

Partene selger EPS-perler internt og eksternt, til hverandre og andre konkurrenter. Som et eksempel kan det vises til at Bewi i 2020 solgte [REDACTED] råmateriale til [REDACTED]. Den planlagte foretakssammenslutningen vil ikke gi den sammenslåtte enheten mulighet eller insentiv til å hindre Partenes konkurrenter i nedstrømsmarkedene fra tilgang til EPS-perler.

¹¹⁸ Tilsvarende tall i Norge er i [REDACTED] for både grå og hvite.

¹¹⁹ Hvite og grå EPS-perler/hvite EPS-perler (grå EPS-perler).

¹²⁰ Som beskrevet over i kapittel 8.4.1 er det Partenes oppfatning at det ikke er nødvendig å definere separate markeder avhengig av bruksområde, men nevner at i et segment for termisk isolasjon til bruk i grunnen vil Partene ha en segmentandel på [REDACTED].

I et EØS-marked for produksjon av EPS-perler har Partene en lav markedsandel på [REDACTED]¹²¹, men høyere i et norsk marked [REDACTED]¹²². Selv med slike markedsandeler vil ikke den sammenslåtte enheten lykkes med en utestengingsstrategi.

For det første møter Partene sterk konkurranse fra en rekke andre råvareprodusenter, både i Norge, i Norden og i EØS. Som vist i kapittel 7.2.2 foregår salg av EPS-perler på tvers av hele EØS blant annet som følge av lave transportkostnader. EPS-perler er generiske produkter og kundene kan enkelt bytte mellom ulike leverandører og de har ofte avtale med flere leverandører samtidig. Ethvert forsøk på å avskjære tilgang til EPS-perler vil derfor raskt møtes av økt tilbud fra andre produsenter, herunder produsenter med fabrikker lokalisert utenfor Norge.

Videre er det flere andre aktører på nedstrømsmarkedene for EPS-baserte produkter vertikalt integrert med egen råvareproduksjon. Disse aktørene vil derfor fremdeles kunne tilby slike produkter. I alle tilfelle er det uansett substitusjon mellom de fleste produktene Partene tilbyr laget i EPS, med produkter med tilsvarende egenskaper og bruksområder laget basert på andre råmaterialer.

Det følger av dette at selv om Partene skulle avskjære konkurrenter på nedstrømsmarkedene fra tilgang til EPS-perler, vil det uansett være betydelig konkurranse som følge av tilbud fra en rekke konkurrerende råvareprodusenter, vertikale aktører samt tilbydere av alternative produkter fremstilt av andre råmaterialer.

For det andre er markedet prissensitivt. Når det gjelder hvite EPS-perler er det ikke store prisforskjeller mellom de ulike leverandørene. Videre er transportkostnadene lave, perlene selges ofte i hele Europa. Bewi og Jackon dekker bare en begrenset del av den totale etterspørselen av EPS-perler og Bewi selger i dag omtrent 50 % av all produksjon (i Norge) eksternt. Som råvareprodusent vil den sammenslåtte enheten ha insentiv til å selge et størst mulig volum av produkter, noe som innebærer salg til andre. Det er ingen grunn til at denne foretakssammenslutningen vil endre Partenes insentiver til å selge mest mulig. Den sammenslåtte enheten vil videre ha økonomiske insentiver til å fortsette eksternt salg da det ikke vil være mulig å kompensere en eventuell redusert mengde salg med høyere enhetspriser.

For det tredje selger Jackon før Transaksjonen [REDACTED] av sin produksjon av EPS-perler i Norge til eksterne kunder før Transaksjonen. Transaksjonen vil dermed uansett ikke innebære en reduksjon i volumet av EPS-perler som tilbys i markedet fra Jackon.

Det følger av dette at den sammenslåtte enheten verken vil ha evne eller insentiv til å avskjære konkurrenter i nedstrømsmarkedene fra tilgang til EPS-perler og Transaksjonen vil derfor heller ikke i vesentlig grad begrense konkurransen på dette grunnlag.

11.3 Ingen utestengning av konkurrenter i oppstrømsmarkedet

Den planlagte foretakssammenslutningen vil ikke gi Bewi mulighet eller insentiv til å utestenge Partenes konkurrenter i oppstrømsmarkedet.

¹²¹ EPS-perler (hvite EPS-perler).

¹²² Hvite og grå EPS-perler/hvite EPS-perler (grå EPS-perler).

For det første brukes EPS-perler som innsatsfaktor i en rekke produkter. Partenes markedsandeler på nedstrømsmarkedene varierer fra rundt [REDACTED] til [REDACTED] og det vil være en rekke andre aktører EPS-produzentene kan selge til.

For det andre har både Bewi¹²³ og Jackson¹²⁴ før Transaksjonen i all hovedsak kjøpt EPS-perler fra egen produksjon i henholdsvis Nederland og Finland, og Tyskland. Det er kun [REDACTED] [REDACTED] Av totalt innkjøp (i kilo) på [REDACTED] i Norge i 2020, var kun [REDACTED] [REDACTED] fra eksterne leverandører. Transaksjonen vil dermed ikke innebære bortfall av en stor eller viktig kunde for noen produsent av EPS-perler.

Det følger av dette at den sammenslåtte enheten verken vil ha evne eller insentiv til å utestenge konkurrerende produsenter av EPS-perler og Transaksjonen vil derfor heller ikke i vesentlig grad begrense konkurransen på dette grunnlag.

12 **EFFEKTIVITESGEVINSTER**

Det er forventet at foretakssammenslutningen vil medføre effektivitetsgevinster når det gjelder produksjon og salg av både EPS-perler og EPS-produkter. Partenes virksomhet har flere grensesnitt mot hverandre og Bewi anslår at Transaksjonen vil gi synergier tilsvarende [REDACTED] besparelsene skyldes lavere variable kostnader eller høyere produksjon.

Besparelsen i variable kostnader forventes oppnådd ved:

- **Lavere innkjøpspriser.** Ved gjennomføringen av foretakssammenslutningen vil Bewi overta kontraktene til Jackson. Foretakssammenslutningen gjør det derfor mulig for Bewi å kjøpe kjemiske produkter på best mulig vilkår. [REDACTED]

- **Reduserte logistikk- og transportkostnader.** [REDACTED]

- [REDACTED]

¹²³ I 2020 kjøpte Bewi Norge [REDACTED] av behovet for EPS-perler fra eksterne leverandører og [REDACTED] i 2021. [REDACTED]

[REDACTED] Etter Bewis erverv av virksomheten i Danmark i 2014, har de kjøpt råmaterialer for [REDACTED]

¹²⁴ I 2020 solgte Bewis fabrikk i Finland [REDACTED] EPS-perler til Jackson Finland Oy. [REDACTED]

Gjenvunnet materiale er rimeligere, slik at tilgangen på resirkulert materiale vil lede til lavere materialkostnader.

- **Kompetanseutveksling.**

Videre forventer Bewi at de faste kostnadene kan optimaliseres.

I tillegg til reduksjonen i kostnader, forventer Bewi at foretakssammenslutningen vil føre til

Effektivitetsgevinstene i form av synergier på rundt årlig, knytter seg altså både til reduserte variable kostnader og reduserte faste kostnader

13 TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Transaksjonen er eller vil bli meldt til konkurransemyndigheter i Sverige, Finland og Tyskland.

Transaksjonen krever ikke lisenser eller tillatelser etter norsk lov.

14 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

Vedlagt meldingen følger årsregnskap og årsrapporter for siste regnskapsår:

Vedlegg 13: Bewi ASA (2020)

Vedlegg 14: Jackon Holding AS (2020)

15 KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter, jf. konkurranseloven § 18 b. Forslag til offentlig versjon av meldingen og begrunnelse er vedlagt meldingen.

Vedlegg 15: Utkast til offentlig versjon av meldingen

Vedlegg 16: Begrunnelse for anmodning om unntak fra offentlighet

16 AVSLUTTENDE BEMERKNINGER

Vi ber om å bli kontaktet dersom det skulle være spørsmål til meldingen.

Dersom Konkurransetilsynet mottar innsynsbegjæringer i meldingen eller andre dokumenter i saken, ber vi om å bli underrettet.

Med vennlig hilsen
Advokatfirmaet Thommessen AS



Eivind Sæveraas
Advokat