

## MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

I HENHOLD TIL KONKURRANSELOVEN § 18

---

Av foretakssammenslutningen mellom

**Nortura SA**

og

**Steinsland & Co AS**

2. februar 2022



## INNHALDSFORTEGNELSE

<b>1</b>	<b>SAMMENDRAG .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>KONTAKTINFORMASJON .....</b>	<b>4</b>
2.1	MELDER (KJØPER).....	4
2.2	ANNET INVOLVERT FORETAK (MÅSELSKAP) .....	5
<b>3</b>	<b>BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN.....</b>	<b>5</b>
3.1	BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN .....	5
3.2	STRATEGISK OG ØKONOMISK BEGRUNNELSE FOR FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN .....	6
3.3	TIDSPLAN FOR GJENNOMFØRING .....	6
<b>4</b>	<b>BESKRIVELSE AV INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN.....</b>	<b>7</b>
4.1	NORTURA.....	7
4.1.1	Innledning.....	7
4.1.2	Virksomhetsområder.....	7
4.1.3	Foretak i samme konsern.....	8
4.1.4	Omsetning og driftsresultat i Norge siste regnskapsår .....	9
4.1.5	Bransjeorganisasjoner.....	9
4.2	STEINSLAND & CO AS .....	10
4.2.1	Innledning.....	10
4.2.1	Juridisk og organisatorisk struktur .....	10
4.2.2	Virksomhetsområder.....	10
4.2.3	Distribusjonsnett .....	10
4.2.4	Omsetning og driftsresultat.....	11
4.2.5	Bransjeorganisasjoner.....	11
<b>5</b>	<b>BESKRIVELSE AV VERTIKALT FORBUNDNE MARKEDER.....</b>	<b>12</b>
5.1	INNLEDNING .....	12
5.2	VERDIKJEDEN FOR VERPEHØNS OG EGGPRODUKSJON .....	12
5.2.1	Import-, rugeri- og oppdrettsleddet.....	12
5.2.2	Konsumeggproduksjonsleddet.....	14
5.2.3	Eggpakkerileddet.....	14
5.3	RELEVANTE MARKEDER .....	14
5.3.1	Generelt om markedsavgrensningen .....	14
5.3.2	Avgrensning av det relevante markedet .....	15
5.3.2.1	Relevant produktmarked.....	15
5.3.2.2	Relevant geografisk marked.....	16



5.4	DET NASJONALE MARKEDET FOR SALG AV DAGGAMLE KYLLINGER .....	19
5.4.1	Totalmarkedet .....	19
5.4.2	Beskrivelse av markedsstrukturen .....	19
5.4.3	Redegjørelse for etableringshindringer.....	20
5.4.4	Beskrivelse av de involverte foretakenes konkurrenter, kunder og leverandører .....	21
5.5	DET NASJONALE MARKEDET FOR SALG AV VERPEHØNS .....	22
5.5.1	Totalmarkedet .....	22
5.5.2	Beskrivelse av markedsstrukturen .....	22
5.5.2.1	Konsumeggproduksjonsleddet.....	22
5.5.2.2	Pakkerileddet.....	24
5.5.2.3	Dagligvaremarkedet.....	25
5.5.3	Redegjørelse for etableringshindringer.....	26
5.5.3.1	Oppdrett.....	26
5.5.3.2	Eggproduksjon.....	26
5.5.4	Beskrivelse av de involverte foretakenes konkurrenter, kunder og leverandører .....	27
5.6	BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS VIRKNINGER.....	28
5.6.1	Innledning.....	28
5.6.2	Overordnet om ikke-horisontale fusjoner .....	29
5.6.3	Generelt om utestenging.....	29
5.6.4	Ingen mulighet for utestengende atferd i markedet for salg av verpeklare høns fra oppdretterne til konsumeggprodusentene.....	30
5.6.5	Samtlige av oppdretterne vil fortsatt ha tilgang på Lohmann-høner fra Steinsland .....	30
5.6.6	Nortura kan ikke stille krav til sine medlemmer om å kjøpe verpehøns fra bestemte oppdrettere .....	31
5.6.7	Alternativsituasjonen .....	32
5.6.7.1	Innledning.....	32
5.6.7.2	Markedsstrukturen endres ikke av Foretakssammenslutningen .....	32
5.6.8	Oppsummering .....	33
6	<b>EFFEKTIVITETSGEVINSTER VED FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN.....</b>	<b>33</b>
7	<b>TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER.....</b>	<b>33</b>
8	<b>ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP.....</b>	<b>33</b>
9	<b>OFFENTLIGHET OG KONFIDENSIALITET.....</b>	<b>33</b>
10	<b>AVSLUTTENDE BEMERKNINGER .....</b>	<b>34</b>



## 1 SAMMENDRAG

Foretakssammenslutningen gjelder Nortura SA (heretter benevnt som «Nortura» eller «Melder») sitt indirekte erverv av konkurranserettslig enekontroll i Steinsland & Co AS (heretter benevnt som «Steinsland» eller «Målselskapet»).

Foretakssammenslutningen er ikke meldepliktig, da omsetningen til Steinsland ikke overstiger 100 millioner kroner i 2020, jf. konkurranseloven § 18 annet ledd bokstav b. Nortura har ikke virksomhet som konkurrerer med Steinsland og Partene har ingen horisontalt overlappende virksomhet.

Etter Melders vurdering er oppstrømsmarkedene for hhv. (i) salg av daggamle kyllinger fra rugeri til oppdrettere og (ii) salg av verpeklare unghøner (konsumeggghøner) fra oppdrettere til konsumeggprodusenter vertikalt forbundet med markedet for konsumeggproduksjon, og det foreligger således en vertikal overlapp mellom Steinsland og medlemmene til Nortura. Begge parter har betydelige markedsandeler i sine respektive vertikalt relaterte markeder, og ønsker å inngi frivillig melding i henhold til konkurranseloven § 18 sjette ledd.

Nortura-konsernet er et samvirkeforetak som eies av ca. 17 300 egg- og kjøttprodusenter som leverer sine råvarer og er aktive eiere med rettigheter. Norturas kjernevirksomheter omfatter slakting, skjæring, foredling, eggpakking, salg, markedsføring, omsetning av rugeegg, livdyromsetning, ullomsetning og rådgivningstjenester til sine medlemmer.

Steinslands virksomhet omfatter import av daggamle besteforeldredyr, oppal og rugeeggproduksjon av besteforeldredyr, ruging og klekking av foreldredyr, oppal og rugeeggproduksjon av foreldredyr, ruging og klekking og salg av daggamle verpehøns, samt oppdrett og salg av verpeklare unghøner, alt i verdikjeden for konsumegg. Steinsland er aktive på leverandørmarkedet av dyremateriale til konsumeggghøner både når det gjelder (i) salg av daggamle kyllinger til oppdrettere (inkludert sin egen oppdrettsvirksomhet), og (ii) salg av verpeklare høns til konsumeggprodusenter.

Det er Melders vurdering at Foretakssammenslutningen ikke vil hindre effektiv konkurranse eller få noen negative virkninger for konkurrenter, kunder eller leverandører i markeder hvor Nortura og Steinsland opererer, uavhengig av hvordan markedene nærmere avgrenses.

## 2 KONTAKTINFORMASJON

### 2.1 Melder (kjøper)

Navn:	Nortura SA
Organisasjonsnummer:	938 752 648
Forretningsadresse:	Lørenveien 37 0585 Oslo
Postadresse:	Postboks 360, Økern, 0513 Oslo

### Melders representant

Navn:	Arntzen de Besche Advokatfirma AS
Kontaktperson:	Advokat Stein Ove Solberg
Postadresse:	Postboks 2734 Solli, 0204 Oslo
E-postadresse:	<a href="mailto:sos@adeb.no">sos@adeb.no</a>



Telefonnummer: 98294589

Vi ber om at all kontakt vedrørende Konkurransetilsynets behandling av Foretakssammenslutningen foregår gjennom Arntzen de Besche Advokatfirma AS.

## 2.2 Annet involvert foretak (målselskap)

Navn: Steinsland & Co AS  
Organisasjonsnummer: 989 093 657  
Postadresse: Hauglandsvegen 204  
4346 Bryne

## 3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

### 3.1 Beskrivelse av Foretakssammenslutningen

Foretakssammenslutningen struktureres gjennom etablering av en holdingstruktur, hvor det er opprettet et holdingselskap, [REDACTED]

Melder finner det klart at Foretakssammenslutningen utgjør erverv av enekontroll over en virksomhet med markedstilværelse som det kan knyttes en klart påviselig markedsomsetning til, jf. konkurranse-loven § 17 (3) bokstav a).

Som det fremgår av transaksjonsavtalen er Partene enige om at Foretakssammenslutningen gjennomføres forutsatt at nødvendige godkjenninger fra konkurransemyndigheter foreligger. Avtale om Foretakssammenslutningen er inntatt som:

**Vedlegg 1:** Transaksjonsavtale med bilag

Etter oppkjøpet vil derfor eierstrukturen se slik ut:

### 3.2 Strategisk og økonomisk begrunnelse for Foretakssammenslutningen

Norturas hovedformål med oppkjøpet er å etablere kontroll over hvordan produksjonen foregår i de første leddene av verdikjeden for konsumegg, særlig med tanke på dyrevelferd og bærekraft.

For Steinsland er den strategiske og økonomiske begrunnelsen for Foretakssammenslutningen et ønske om å beholde mest mulig av verdiskapningen i verdikjeden i Norge og i landbruket. Steinsland er opptatt av at det fortsatt er bonden som beholder kontrollen over norsk eggnering, og da er Nortura den mest attraktive samarbeidspartneren for å sikre deres fremtidige markedsposisjon.

### 3.3 Tidsplan for gjennomføring

Partene tar sikte på å gjennomføre Foretakssammenslutningen i overensstemmelse med vilkårene i Transaksjonsavtalen innen [redacted] etter at den er godkjent av Konkurransetilsynet.



## **4 BESKRIVELSE AV INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN**

### **4.1 Nortura**

#### **4.1.1 Innledning**

Nortura er Norges største merkevarehus innen kjøtt- og eggprodukter og en av Norges største matprodusenter.

Konsernet Nortura SA er et samvirkeforetak som eies av ca. 17 300 egg- og kjøttprodusenter som leverer sine råvarer og er aktive eiere med rettigheter. Blant disse er det ca. 9000 storfeprodusenter, 1500 svinprodusenter, 7000 småfeprodusenter (sau og geit), 300 kyllingprodusenter og 400 eggprodusenter.

Omsetning i 2020 for Nortura SA var på 19 milliarder NOK. Nortura har cirka 5000 ansatte.

Ytterligere informasjon om Nortura er tilgjengelig på [www.nortura.no](http://www.nortura.no).

#### **4.1.2 Virksomhetsområder**

Norturas kjernevirksomheter omfatter slakting, skjæring, foredling, eggpakking, salg, markedsføring, omsetning av rugeegg, livdyromsetning, rådgivningstjenester til sine medlemmer, omsetning av ull, huder og skinn, dyrefôr, og andre ikke-spiselige biprodukter («plussprodukter»).

Slakting, skjæring, videreforedling og pakking for distribusjon er kjernen i det som skjer i Norturas produksjonssteder som er lokalisert over hele landet. Nortura har 31 produksjonsanlegg som slakter og foredler Norturas råvarer til ferdige produkter.

I tillegg foretar Nortura pakking av egg og videreforedling av egg til eggprodukter. Nortura har tre eggpakkerier i Norge. Fabrikkene er lokalisert på Heimdal i Trøndelag, i Rakkestad i Østfold (nå i Viken) og på Hå i Rogaland.

Nortura er leverandør til andre matvareprodusenter, hoteller, restauranter og storkjøkken, og en stor leverandør av forbrukerpakkede produkter til dagligvarehandelen, kiosker og bensinstasjoner. Gilde og Prior er Nortura sine mest kjente merkevarer. Gilde har eksistert siden 1964 og er en merkevare for produkter av svin, storfe, og lam/sau. Prior ble etablert i 1977 og er en merkevare for produkter av kylling, kalkun og egg.

Det som ikke egner seg til menneskemat går inn i Norturas sirkulære foredlingsøkonomi og blir til blant annet legemidler, proteintilskudd (høyverdi), energi eller dyrefôr. Nortura produserer om lag 250 millioner tonn mat til den norske befolkningen hvert år.

#### **Dagligvare**

I tillegg til Norturas merkevarer produserer Nortura produkter for flere dagligvarekjedenes egne merkevarer (EMV). Norturas største kunder er Norgesgruppen, Coop og Rema 1000.

#### **Storkjøkken**

Nortura Proff, leverandør av kjøtt og egg til storkjøkkenmarkedet, selger Norturas merkevarer og en rekke spesialprodukter til hoteller, restauranter og kantiner over hele landet, blant annet til Nordic Choice Hotels, Thon Hoteller, ESSO Deli de Luca og ISS sine kantiner.

#### **Industri**



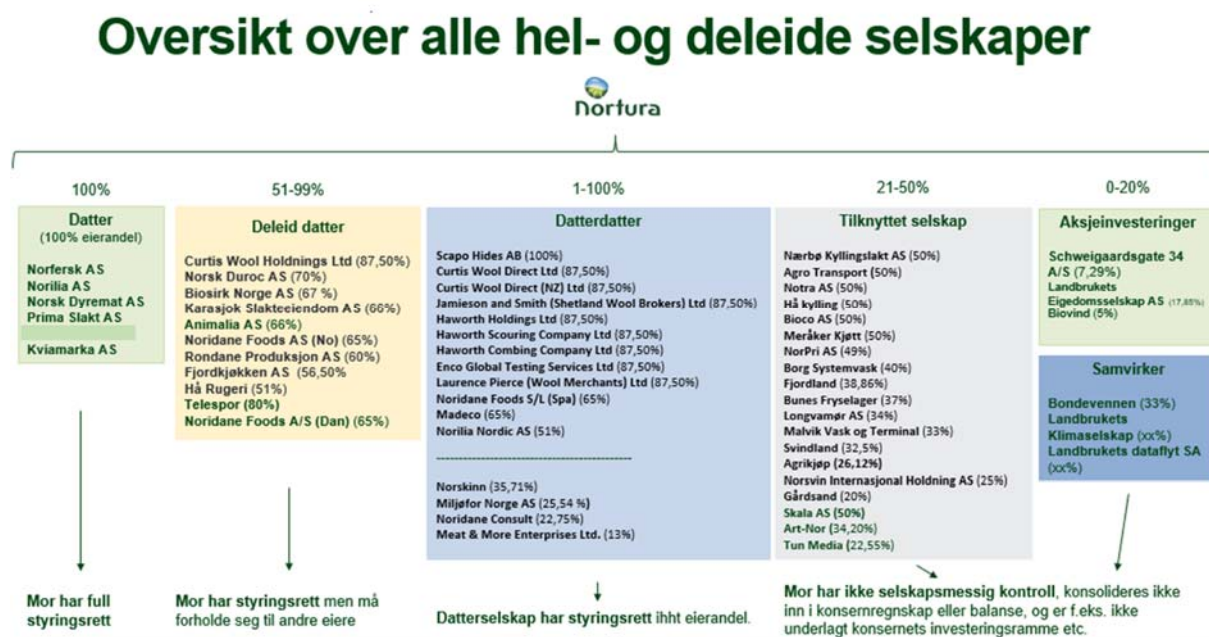
Til Industrimarkedet selger Nortura i hovedsak råvarer, som videreforedles av deres kunder på vei til sluttmarkedene.

## Forsyningsplikt

Forsyningsplikten innebærer at Nortura som markedsregulator har ansvar for å gi alle aktører i bransjen samme dekningsgrad av norsk reguleringsvare (helt slakt og usorterte egg), basert på aktørenes ordre. Salg gjennom denne salgskanalen skjer til fastsatte priser (engrospris) og bygger på likebehandling av kjøperne.

### 4.1.3 Foretak i samme konsern

Under følger en oversikt over alle hel- og deleide selskaper i Nortura-konsernet:



**Norfærsk AS** er en heleid datterbedrift av Nortura utviklet av Nortura og NorgesGruppen for eksklusivt å betjene Meny, Spar, Kiwi, Joker og Nærbutikken med produkter av storfe, svin og lam.

**Norilia AS** er et heleid datterselskap av Nortura som har som formål å ta vare på og utnytte plussproduktene fra kjøtt- og eggindustrien for å bidra til et lønnsomt og bærekraftig landbruk. Norilia videreforedler og selger restråvarene til egne kunder eller til de andre datterselskapene til Nortura for å oppnå best mulig ressursutnyttelse og verdiskaping.

**Curtis Wool Direct Ltd.** er et selskap som driver vasking, foredling og internasjonal handel med ull. Hovedkontoret ligger i Bingley, UK.

**NordiDane Foods AS** driver internasjonal handel med kjøttvarer. Hovedkontoret er i København, med avdelingskontorer i Oslo, Polen og Ungarn.

**Hå Rugeri** er et kyllingrugereri, lokalisert i Hå kommune på Jæren som leverer kyllinger til slaktekyllingprodusenter.

**Biosirk Norge AS** videreforedler restråstoff som ikke kan anvendes til mat eller dyrefôr til kjøttbeinmel og animalsk fett som brukes til blant annet dyrefôr, økologisk gjødsel og bioenergi.





**Nortura Revetal (avdeling)** driver med foredling av egg, og lager en rekke eggprodukter som selges til næringsmiddelindustri, storkjøkken og dagligvaremarked.

For øvrige hel- og deleide datterselskaper vises det til figur over eierskapsstruktur i Nortura-konsernet over, samt omtale av datterselskaper i Norturas samfunnsrapport for 2020, som er tilgjengelig her: <https://www.nortura.no/assets/documents/2020-Samfunnsrapport-Nortura.pdf>.

#### 4.1.4 Omsetning og driftsresultat i Norge siste regnskapsår

Omsetning og driftsresultat 2020	Nortura SA	Nortura – konsern
Omsetning i Norge	19,468 milliarder NOK	24,722 milliarder NOK
Driftsresultat i Norge (EBIT)	107 MNOK	858 MNOK

#### 4.1.5 Bransjeorganisasjoner

Nortura er medlem av følgende bransjeorganisasjoner:

##### *Norsk Landbrukssamvirke (NL)*

Norsk Landbrukssamvirke er en interesseorganisasjon for 17 bondeide samvirkebedrifter i landbruket. Interesseorganisasjonen skal legge til rette for at samvirkebedriftene kan fortsette med sitt viktige arbeid for norske forbrukere, industri og samfunnsliv, og har ikke økonomiske formål. NL er en organisasjon for strategisk drøfting og oppfølging av forretningsmessige og markedsmessige spørsmål av felles interesse for medlemsorganisasjonene, samvirke som organisasjons- og forretningsform i landbruket, industrispørsmål av strategisk og forretningsmessig betydning for medlemsorganisasjonene og kompetansetilbud overfor eiertillitsvalgte.

##### *Dagligvareleverandørenes Forening (DLF)*

DLF er en interesseorganisasjon for uavhengige merkevareleverandører i dagligvare- og serveringsmarkedet. DLF arbeider for et dynamisk marked med sunn og rettferdig konkurranse for merkevarer, til beste for forbrukeren. DLF sine nærmere 100 medlemsbedrifter står for om lag 95 % av omsetningen av merkevarer i norske dagligvarebutikker, kiosker, bensinstasjoner, restauranter og annen storhusholdning.

Foreningens strategi og tiltak identifiseres og utvikles gjennom medlemmenes aktive deltakelse i fagkomiteer, nettverk, løpende arbeidsgrupper og andre aktiviteter.

##### *NHO Mat og Drikke*

NHO Mat og Drikke er en medlemsstyrt og partipolitisk uavhengig arbeidsgiver- og næringspolitisk forening for virksomheter innen mat-, drikke- og bionæringen, tilsluttet Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO).

NHO Mat og Drikke organiserer mer enn 1.800 virksomheter over hele landet. Medlemsbedriftene sysselsetter nærmere 40.000 ansatte og arbeider innenfor mat- og drikkeproduksjon, skogbruk og tjenesteyting. Foreningen ble etablert i 2015.

##### *Landbrukets Klimaselskap SA*

Et samvirke som har 17 eiere som har som formål å redusere klimaavtrykket til norsk landbruk uten at det skal gå på bekostning av produksjonen av mat og næringsens konkurransekraft. Prosjektet er eid av



en samlet næring som skal utarbeide gode verktøy for klimasmart drift på norske gårdsbruk og spre informasjon om landbrukets klimasatsing. Eierne inkluderer Norges Bondelag, Norsk Landbruksrådgiving, TINE, Nortura, Felleskjøpet Agri, Gartnerhallen, GENO, Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF), Norsk Bonde- og Småbrukarlag, HOFF, Maarud, Norsk Sau og Geit, Q-meieriene, TYR, Norgesfôr, Felleskjøpet Rogaland Agder og Fiskå Mølle. Prosjektet Klimasmart Landbruk eies av Landbrukets Klimaselskap SA.

#### *Landbrukets Dataflyt (LD)*

Landbrukets Dataflyt (LD) er eid av sentrale aktører innen norsk landbruk og bidrar til bedre samhandling mellom en rekke aktører i og utenfor landbruket. Bonden bestemmer selv hvem som skal få tilgang til sine data og LD er en elektronisk måte å håndtere avregning og oppgjør i landbruket på, og er et av de største digitaliseringsinitiativene i landbruksnæringen.

#### *Bondevennen SA*

Bondevennen er et fagblad for landbruket som kommer ut med 40 utgaver i året og eies av Bondevennen SA. Bondevennen sitt hovedsakelige nedslagsfelt er fra Agder i sør til Sunnmøre i nord og inneholder variert fagstoff, aktuelle debatter, landbrukspolitikk og bred dekning for landbrukets organisasjoner.

## **4.2 Steinsland & Co AS**

### **4.2.1 Innledning**

Steinsland er leverandør av dyremateriale til konsumeggøner og er eksklusiv distributør av fjørferaser fra det tyske avlselskapet Lohmann Breeders.

Hønserasene som Steinsland importerer benevnes i dagligtale som «Lohmann», men de formelle, mer sammensatte navnene er «Lohmann LSL» og «Lohmann LB», og som legger egg med ulike farge (hvit/brun). I tillegg tilbyr Lohmann Breeders andre hønseraser som eksempelvis «Lohmann Classic», men som normalt ikke importeres av Steinsland.

Steinsland hadde en omsetning på i underkant av 55 millioner kroner i 2020 og det beskjeftiges 15 ansatte, hvorav 7 av disse er ansatt i en 100% stilling og resten jobber deltid.

Ytterligere informasjon om Steinsland er tilgjengelig her: <https://steinslandco.no/>.

### **4.2.2 Juridisk og organisatorisk struktur**

Steinsland & Co AS er 100 % eid av Steinsland & Co Holding. Alle eiendommer tilhørende Steinsland er eid av Steinsland & Co Eiendom AS med unntak av en ny avdeling (16. rugeri) og avdeling 19 (oppdrett Håland) som eies av Steinsland & Co AS. [REDACTED]

Steinsland & Co har ingen hel- eller deleide datterselskap.

### **4.2.3 Virksomhetsområder**

Steinslands virksomhet omfatter import av daggamle besteforeldredyr, oppal og rugeeggproduksjon av besteforeldredyr, ruging og klekking av foreldredyr, oppal og rugeeggproduksjon av foreldredyr, ruging og klekking og salg av daggamle verpehøns, samt oppdrett og salg av verpeklare unghøner.

### **4.2.4 Distribusjonsnett**

Distribusjonsnettet til Steinsland omfatter en besteforeldredyr-avdeling, et rugeri og 6 oppdrettsanlegg.



#### 4.2.5 Omsetning og driftsresultat

Omsetning og driftsresultat 2020	Steinsland & Co. AS
Omsetning i Norge	54,5 MNOK
Driftsresultat i Norge (EBITDA)	3,6 MNOK

#### 4.2.6 Bransjeorganisasjoner

Steinsland er medlem av følgende bransjeorganisasjoner:

##### *Norges Bondelag*

Norges Bondelag er Norges største fagorganisasjon for bønder med over 62 000 medlemmer. Norges Bondelag arbeider for å bedre vilkårene for landbruket og synliggjøre landbrukets betydning for samfunnet.

##### *Norsk Fjørfe­lag*

Norsk Fjørfe­lag er et landsomfattende faglag innen fjørfe­sektoren som er åpent for alle produsenter, uavhengig av produksjon (konsumegg, kylling, kalkun, rugeegg, livkylling) og omsetningsledd (samvirke eller privat). Medlemmene er organisert i 11 lokallag.

##### *Kyllingprodusentenes Landslag (KL)*

KL er en bransje- og interesseorganisasjon for norsk fjørfe­næring.

##### *Stavanger Næringsforening*

Næringsforeningen i Stavanger-regionen er landets største næringsforening og handelskammer.

##### *NHO Mat og Drikke*

NHO Mat og Drikke er en medlemsstyrt og partipolitisk uavhengig arbeidsgiver- og næringspolitisk forening for virksomheter innen mat-, drikke- og bionæringen, tilsluttet Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO).



## **5 BESKRIVELSE AV VERTIKALT FORBUNDNE MARKEDER**

### **5.1 Innledning**

Som nevnt ovenfor har Partene ingen horisontalt overlappende virksomhet, men Partene har virksomhet i sine respektive vertikalt relaterte markeder.

Etter Melders vurdering er oppstrømsmarkedene for hhv. (i) salg av daggamle kyllinger fra rugeri til oppdrettere og (ii) salg av verpeklare unghøner (konsumeggøner) fra oppdrettere til konsumeggprodusenter vertikalt forbundet med markedet for konsumeggproduksjon, og det foreligger således en vertikal overlapp mellom Steinsland og medlemmene til Nortura.

I det følgende vil Melder nærmere gjøre rede for sitt syn på markedsavgrensningen knyttet til de to oppstrømsmarkedene for konsumeggøner og nedstrømsmarkedet for konsumeggproduksjon.

Foretakssammenslutningen berører markeder på flere ledd i verdikjeden for konsumegg, og det vil i punkt 5.2 nedenfor nærmere gjøres rede for strukturen og verdiskapingen som skjer i verdikjeden for eggproduksjon, før Partene i punkt 5.3 foretar en avgrensning av de relevante markedene av relevans for Foretakssammenslutningen.

### **5.2 Verdikjeden for verpehøns og eggproduksjon**

#### **5.2.1 Import-, rugeri- og oppdrettsleddet**

Importørene importerer besteforeldredyr som daggamle kyllinger. Kyllingene plasseres og ales opp på en karantenestasjon i Norge. Etter 16-17 uker med grundig testing mot aktuelle sykdommer, blir dyrene overført til separate anlegg der de produserer rugeegg som klekkes til foreldredyr.

Nykklekte foreldredyr plasseres i egne oppdrettshus for foreldredyr. Når foreldredyrene er cirka 17 uker gamle flyttes foreldredyrene til foreldredyrhus der de legger egg som skal klekkes til verpehønekyllinger

Det er bare åtte foreldredyrflokker for verpehøner i hele landet – hvorav Steinsland har fire - og det er viktig med gode rutiner for å redusere smitte og sykdomsrisikoen, blant annet gjennom at foreldredyrhusene er spredt geografisk.

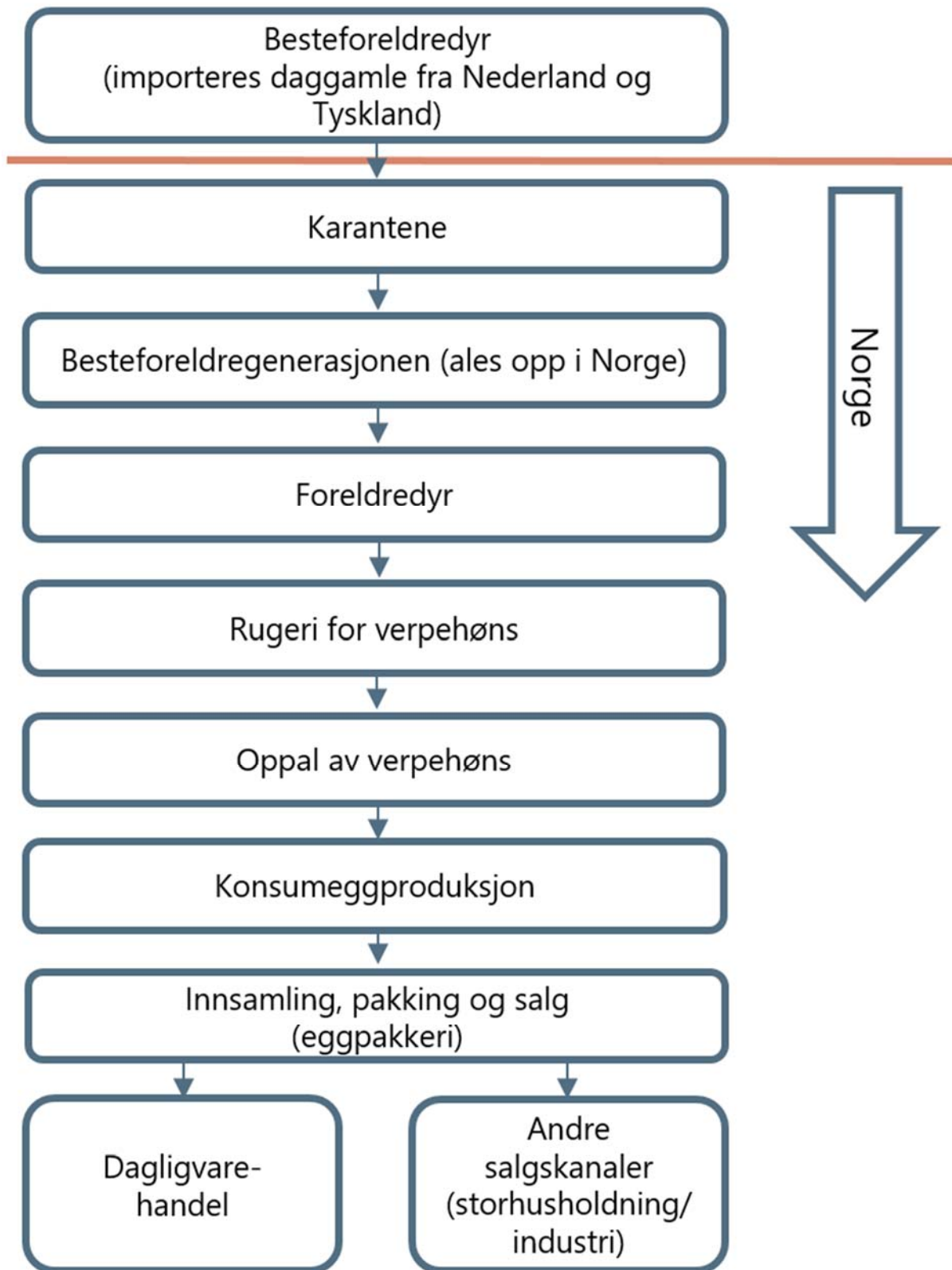
Rugeeggproduksjonen foregår i foreldredyrhusene. Rugeriet henter rugeegg og klekker kyllinger som skal bli konsumeggøner.

Kyllingene kjønnssorteres rett etter klekking, halvparten er høner. Rugeriet er å sammenlignes med en fødeklinikk der hygiene og rutiner er avgjørende. Når verpehønekyllingene er daggamle flyttes de til oppdrettere spredt rundt i landet, eller de flyttes til egne oppdrettshus. Uttransporten av daggamle kyllinger foregår med spesialtilpasset transport.

Når verpehønene er mellom 16 og 18 uker, selges de til konsumeggprodusenten, der verpehønene produserer egg fra de er cirka 20 uker gamle fram til 78 ukers alder. Viktige faktorer for å oppnå forbedringer av eggprodukter i markedet er å kunne bestemme fôr og miljøforhold for både besteforeldredyr, foreldredyr og høns og/eller å kunne måle og sammenholde produksjonsresultatene ut fra forskjellige variabler.

Unghøner i Norge selges direkte fra cirka 15 oppdrettere til drøyt 500 eggprodusenter. Det er vanlig praksis at avtalen om salg av unghøner gjelder for ett innsett, og at det for hver ny innsett inngås ny avtale før rugeeggene settes i rugemaskinene.

Figuren nedenfor illustrerer verdikjeden for verpehøns:





## 5.2.2 Konsumeggproduksjonsleddet

Som nevnt i punkt 5.2.1 over, står verpehøns i eggproduksjon hos konsumeggprodusent fra de er 16-18 uker gamle til de er cirka 78 uker gamle. Egg produseres hos bønder (eggprodusenter) under ulike produksjonsforhold. Egg verpes enten av frittgående høns eller høns i bur. For frittgående høns finnes både konvensjonell og økologisk produksjon. Det produseres også egg i ulike størrelser; og det er slik at eggstørrelsen øker med hønas alder. Eggprodusenten sorterer ut egg med knekk eller sprekk i skallet, deformerte og urene egg, og selger hønseeggene videre i hovedsak til eggpakkerier, men også i en viss utstrekning direkte til forbruker, storhusholdning, dagligvarebutikker, fabrikker med mer.

I de fleste tilfeller fraktes eggene til et eggpakkeri, og derfra distribueres eggene til dagligvarehandelen, restauranter og storkjøkken. Budsjettnemnda for jordbruket anslår at om lag 10 % av alle egg omsettes direkte fra bonde til forbruker. Direkteleveranser av egg fra eggprodusenter er ikke i stand til å erstatte landsdekkende leveranser av egg fra de godkjente eggpakkeriene og for de færreste forbrukere vil direktesalg (gårdssalg) være et reelt alternativ til kjøp av egg fra butikk. Flertallet av forbrukere har innen rimelig avstand tilgang til direktesalg gjennom gårdsutsalg, REKO-ringer (lokale matprodusenter) og torghandel. De fleste forbrukere foretrekker likevel å handle eggene sine hos dagligvarekjedene.

## 5.2.3 Eggpakkeriledet

Eggpakkeriene samler inn egg hos eggprodusentene og transporterer eggene i egne kjølebiler til eggpakkeri. Eggpakkeriet foretar en kvalitetskontroll og ny sortering av eggene, også av egginnholdet. Egg som oppfyller kvalitetskravene blir klassifisert som konsumegg, som deretter sorteres etter ulike størrelser, fra små til ekstra store. For å sortere ut egg med indre kvalitetsfeil benytter eggpakkeriet ulike metoder som for eksempel å gjennomlyse eggene. Eggene blir da utsatt for lys i et mørkt område slik at man kan ta ut egg med indre kvalitetsfeil. Egg som ikke oppfyller kvalitetskravene, blir sortert ut og går til industriell bearbeiding (eggprodukter). Konsumeggene pakkes, merkes og omsettes videre. Distribusjon av konsumegg fra eggpakkeri skjer både direkte fra eggpakkeriene til kundene og til kundens lager for videre distribusjon via kundens eget distribusjonsnett. Sistnevnte gjelder særlig for kunder i dagligvaremarkedet, hvor dagligvaregrupperingene selv står for distribusjonen ut til butikkene.

Eggpakkeriene har både en avtaker- og kjøpsfunksjon overfor eggprodusentene og en pakkeri- og salgfunksjon overfor kundene blant annet i dagligvaremarkedet. Disse funksjonene er nært knyttet til hverandre, og utføres normalt med base i samme anlegg.

## 5.3 Relevante markeder

### 5.3.1 Generelt om markedsavgrensningen

Ved avgrensningen av de relevante markedene tas det utgangspunkt i kjøpernes muligheter til å velge alternative varer og/eller tjenester. Konkurransetilsynet viser i sin veileder til at en kjøper generelt vil velge tilbyder på bakgrunn av egenskaper ved produktene og tilbydernes lokalisering. Det relevante markedet har derfor en *produktdimensjon* og en *geografisk dimensjon*. Det relevante *produktmarked* omfatter alle varer og/eller tjenester som etter forbrukerens oppfatning er innbyrdes ombyttelige eller substituerbare ut fra egenskaper, pris og bruksområde.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Konkurransetilsynets veileder «Konkurranseloven: Det relevante marked», oppdatert 24. mai 2011.



Når det gjelder markedets *geografiske* utstrekning er normalt transportkostnadene den faktoren som har størst betydning. Hovedformålet med markedsavgrensningen er å identifisere på en systematisk måte de begrensninger i den konkurransemessige handlefriheten som de berørte foretakene står overfor.<sup>2</sup>

### 5.3.2 Avgrensning av det relevante markedet

#### 5.3.2.1 Relevant produktmarked

Ved avgrensning av det relevante marked anses etterspørselssubstitusjon fra et økonomisk synspunkt å ha den mest umiddelbare og effektive disiplinerende virkning på leverandører av et gitt produkt, særlig med hensyn til prisfastsettelsen. Et foretak eller en gruppe foretak har ingen vesentlig innflytelse på salgsvilkårene, herunder prisene, dersom kundene lett kan skifte over til andre tilgjengelige substituerbare produkter eller til leverandører andre steder.

Steinsland har virksomhet som omfatter import av daggamle besteforeldredyr, oppal og rugeeggproduksjon av besteforeldredyr, ruging og klekking av foreldredyr, oppal og rugeeggproduksjon av foreldredyr, ruging og klekking og salg av daggamle verpehøns, samt oppdrett og salg av verpeklare unghøner. Av relevans for Foretakssammenslutningen, er Steinsland aktive både innenfor (i) salg av daggamle kyllinger fra rugeri til oppalere (inkludert sin egen oppalsvirksomhet), og (ii) salg av verpeklare høns fra sin oppalsvirksomhet til konsumeggprodusenter.

Det etterfølgende leddet til produktmarkedet for salg av verpehøns (konsumeggghøner) er markedet for konsumeggproduksjon, hvor cirka  $\frac{3}{4}$  av aktørene er medlemmer av Nortura og utgjør selvstendige foretak (bønder). Nortura er selv aktiv i markedene som omfatter innsamling, sortering, pakking og omsetning av hønseegg til konsum og videreføring av hønseegg til ulike eggprodukter.

Den største differansen for produktmarkedet for oppdrett og rugeri er mellom hybridtype, dernest mellom service og oppfølging. Hybridhøns er høns som er alet opp ved å krysse ulike linjer for å oppnå spesielle egenskaper i avkommet. Det er to store hybrider (raser) i Norge og disse kalles (i dagligtale) for «Lohmann», som importeres fra det tyske avlsselskapet Lohmann Breeders, og Dekalb, som importeres fra Hendrix Genetics. I den videre fremstillingen vil «Lohmann» henvise til Lohmann LSL og «Dekalb» til Dekalb White.

Etter Melders vurdering er hybridene Lohmann og Dekalb varer som etter oppdretternes og konsumeggprodusentenes oppfatning er innbyrdes ombyttelige eller substituerbare ut fra egenskaper, pris og bruksområde, og inngår derfor i samme produktmarked.

Valg av hybrid er en kontinuerlig prosess. I Norge får eggprodusentene betalt per kilo egg de leverer, mens i resten av Vest-Europa avregnes egg per stk.

Når det gjelder substitusjon mellom raser og hybrider på verdensbasis, er det i hovedsak forskjeller i skallfargen (dvs. hvite eller brune egg – evt. lysebrune egg) og størrelser på eggene (det er forskjeller i etterspørsel i ulike land basert på gjennomsnittsvekt).

Konsumeggprodusentenes valg av leverandør drives av pris, kvalitet og nærhet. I tillegg er kundeforholdene som er etablert gjennom flere generasjoner ofte en viktig faktor. For eggprodusenter foreligger det ikke etterspørselssubstitusjon mellom verpeklare høns og andre produkter (dyremateriale). Ofte ser man på om partenes kunder ville skifte over til lett tilgjengelige substituerbare

---

<sup>2</sup> *Ibid.*



produkter eller til leverandører andre steder som svar på en hypotetisk liten (i størrelsesorden 5 til 10 %), men varig relativ prisøkning for de produkter som undersøkes (SSNIP-testen). Substitusjon på tilbudssiden kan også tas i betraktning ved markedsavgrensningen dersom den har de samme umiddelbare og direkte virkningene som etterspørselssubstitusjon.

Daggamle kyllinger er ikke et nært substitutt til verpeklare høns, og oppdrettsleddet er atskilt når det gjelder kundesegmentene som produktene selges til. Etterspørerne vil ikke vurdere disse produktene til å dekke samme behov basert på produktenes egenskaper eller anvendelsesformål ettersom de er kvalitativt forskjellig. Det er først etter at de daggamle kyllingene har blitt 16 uker gamle unghøner (verpeklare høns) hos de spesialiserte oppdretterne, som har en tilpasset bygningsmasse med egne varmekilder og justeringsmuligheter, egne foringssystemer samt høy fagkompetanse, at de er egnet for videresalg til konsumeggprodusenter.

De relevante produktmarkedene omfatter derfor (i) salg av daggamle kyllinger til oppdrettere og (ii) salg av verpeklare høns til konsumeggprodusenter, og (iii) markedet for konsumeggproduksjon. Melder mener at det er tilstrekkelig å ta utgangspunkt i disse tre produktmarkedene for den konkurransemessige vurderingen.

Nortura er også aktive innen kjøp, innsamling og mottak av egg fra eggprodusenter, sortering, pakking og salg av konsumegg (dagligvaremarkedet), og industriell bearbeiding av egg (storkjøkken- og industri), men disse leddene av verdikjeden påvirkes ikke direkte av Foretakssammenslutningen.

### **5.3.2.2 Relevant geografisk marked**

Det relevante produktmarkedet avgrenses geografisk med utgangspunkt i karakteristikker ved de berørte foretakenes kunder, tilbydernes lokalisering i forhold til kundene og transportkostnader.

Steinsland har selv et landsdekkende distribusjonsnett for daggamle kyllinger og verpeklare unghøns. Forskrift om næringsmessig transport av levende dyr gir føringer i forhold til geografisk marked og begrenser hvor lenge daggamle kyllinger, eldre kyllinger og unghøner kan være i transport.<sup>3</sup> Daggamle kyllinger kan transporteres i opptil 24 timer, så for disse er det i praksis ingen begrensninger innenfor landets grenser. Eldre kyllinger og unghøner kan derimot ikke transporteres lenger enn åtte timer, og dermed er det mer begrenset hva som flyttes mellom regionene.

Daggamle kyllinger selges for seg, uten videre bindinger – det samme med unghøner.

Av forhold som kan tilsi et nasjonalt marked har Konkurransetilsynet trukket frem forhold knyttet til tilbudssiden, herunder at de store aktørene har en nasjonal tilstedeværelse og tar beslutninger sentralt om standardiserte konsepter og produktutvikling, systemer, driftsmodeller, og merkevarebygging.<sup>4</sup>

Eggprodusentene er lokalisert i hele landet og er profesjonelle kunder som etterspør produktene i større områder. En marginal prisøkning i ett område vil føre til økt eksport fra et annet område til dette området. Som illustrasjon har Melder fremlagt en oversikt over eggaktører i Norge og deres lokasjon.

---

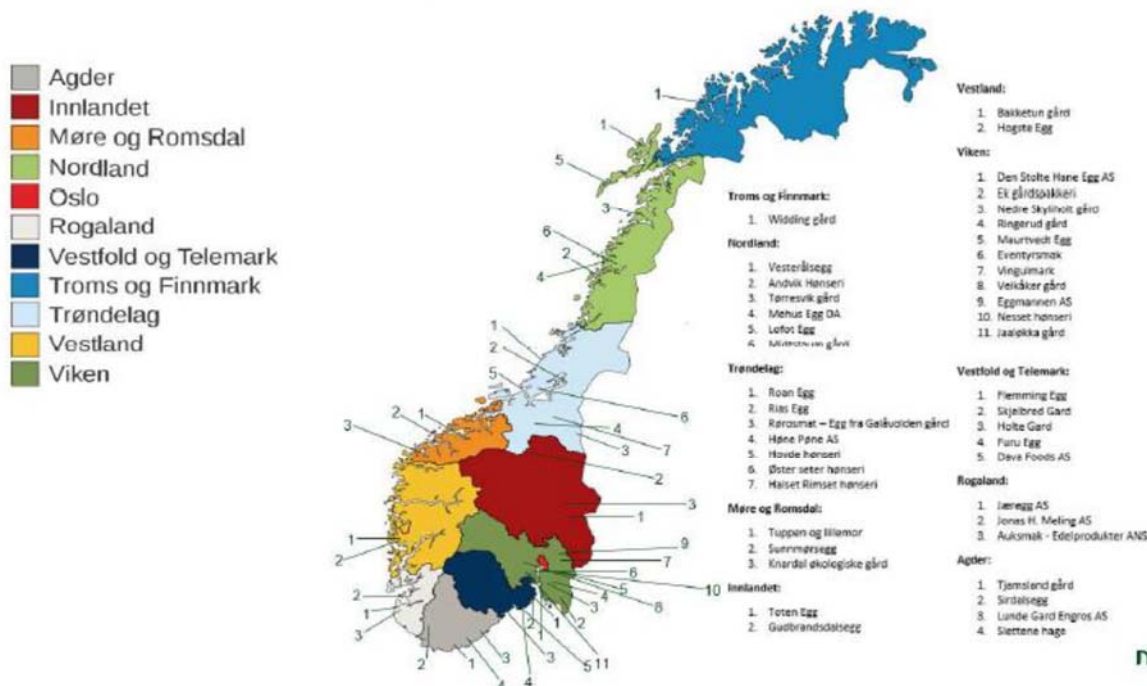
<sup>3</sup> FOR-2012-02-08-139

<sup>4</sup> Konkurransetilsynets vedtak V2015-29, avsnitt 113.

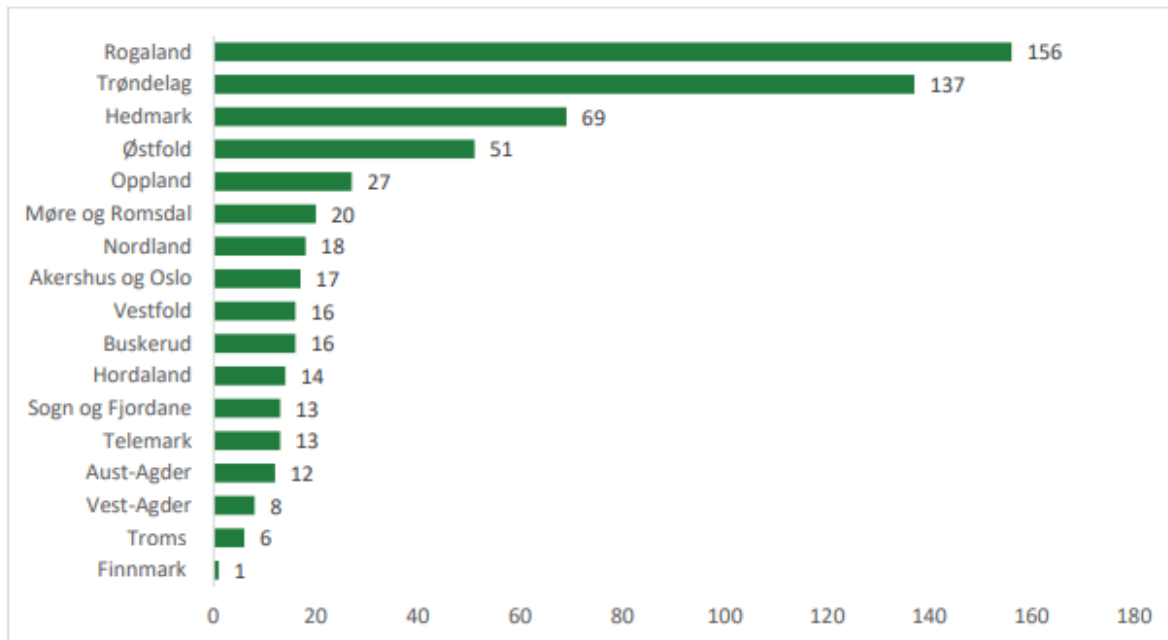


Figur: Aktører som selger konsumegg

En oversikt over eggaktører i Norge



Figur: Antall gårdsbruk med over 1000 verpehøner fordelt på fylker. (Landbruksdirektoratet, 2019)



Konkurransetilsynet har tidligere, i 2007, kommet til at markedet for salg av daggamle slaktekyllinger er nasjonalt i utstrekning.<sup>5</sup> Det er ingen særtrekk ved konsumeggkjeden som skulle tilsi at det er

<sup>5</sup> Vedtak V2008-27 Nortura BA – Hå Rugeri AS: [https://konkurransetilsynet.no/wp-content/uploads/2018/08/v2007-27\\_nortura\\_ha\\_rugeri.pdf](https://konkurransetilsynet.no/wp-content/uploads/2018/08/v2007-27_nortura_ha_rugeri.pdf).



annerledes for daggamle verpehøns. I motsetning til fjørfekjøttproduksjon er det eggprodusenter i alle landets fylker. To fylker, Trøndelag og Rogaland, skiller seg imidlertid ut som de store eggfylkene med til sammen 50 % av produsentene i Norge.

Det relevante produktmarkedet for salg av daggamle kyllinger er nasjonalt i utstrekning.

Når det gjelder oppdretterne sitt salg av verpeklare høns, produserer/oppaler de unghøns for konsumeggprodusenter i hele landet. Oppdretterne har lokasjoner i Trøndelag, Viken, Vestfold og Telemark, Nordland, og Rogaland med både landsdekkende- og regionale kundebaser. De større oppdrettsaktørene (slik som Inderøy Hønseri, Tollehaugen Gård og Oraug Kyllingoppdrett) har nasjonal tilstedeværelse med et salgsdistribusjonsnett som har nasjonal utstrekning. Nærhet til eggprodusentene er ikke avgjørende, men er en av mange faktorer som styrer etterspørselen i tillegg til kvalitet og pris. At oppdretterne er spredd rundt omkring i landet gir god biosikkerhet, og er bra i forhold til salg og oppfølging av neste ledd i verdikjeden (eggprodusentene).

Et relevant geografisk marked er et område der berørte foretak tilbyr varer eller tjenester hvor konkurransevilkårene er tilstrekkelig ensartede, og som kan holdes atskilt fra tilgrensende områder, særlig fordi konkurransevilkårene der er merkbart forskjellige. I likhet med avgrensingen av det relevante produktmarkedet, må det også ved den geografiske markedsavgrensningen tas utgangspunkt i substitusjonsmuligheter – både fra et etterspørsels- og et tilbyderperspektiv.<sup>6</sup>

For konsumeggprodusenter foreligger det ikke etterspørselssubstitusjon mellom verpeklare høns og andre alternative forsyningskilder, mens hybridlinjene Lohmann og Dekalb er varer som etter konsumeggprodusentenes oppfatning er innbyrdes ombyttelige eller substituerbare ut fra egenskaper, pris og bruksområde (inngår i samme produktmarked). Dette innebærer at en varig relativ prisøkning kan medføre at eggprodusenter som benytter seg av Lohmann-høner i et lokalt/regionalt område bytter til Dekalb-høner eller omvendt, men preferansene er som nevnt bestemt av en rekke andre faktorer. Det foreligger noen regionale forskjeller med tanke på konkurransen mellom Lohmann og Dekalb.

Det er fri prisfastsetting blant oppdretterne, og eggprodusenter har tilstrekkelig med andre oppdrettere av verpeklare høns å velge mellom dersom en av disse skulle innført en varig prisøkning.

Melder mener derfor at det relevante produktmarkedet også for salg av verpeklare høns er nasjonalt i utstrekning ettersom det er tilstrekkelig med regionale og lokale aktører blant oppdretterne som utøver konkurransepress i hele landet. Dette medfører at eggprodusentene vil kjøpe uavhengig av lokalisering foruten begrensningene som følger av regulatoriske krav til transporttid. Dette har innvirkning på hvor oppdretterne må være lokalisert for å forsyne hele landet. Dette har likevel begrenset betydning for konkurransen, ettersom oppdrettere fortsatt kan levere unghøner fra Rogaland til Østlandet, fra Trøndelag til Østlandet og omvendt. Selv om oppdrettere på Sør-Vestlandet ikke utgjør en reell alternativ forsyningskilde for eggprodusenter i Trøndelag eller omvendt, så vil verpeklare høns kunne

---

<sup>6</sup> Konkurranseskjemenemndas vedtak – V03-2021 – avsnitt 73.



flyttes mellom Vestlandet og Østlandet, og mellom Trøndelag og Østlandet. Alle disse regionene vil derfor sammen påvirke hverandre i en kjedereaksjon, direkte eller indirekte. Transporthindringene skjermer derfor ikke oppdretterne i et visst område mot konkurranstrykk fra foretak utenfor dette området, selv om de faktiske handelsstrømmene har begrensninger, og åttetimers-regelen vil derfor ha liten betydning for prisfastsettelsen for salg av verpeklare høns.<sup>7</sup> Som fremhevet i ESAs og Kommisjonens retningslinjer om avgrensning av det relevante markedet, kan kjedesubstitusjon i visse tilfeller føre til en avgrensning av det relevante marked der produkter eller områder i markedets yttergrenser ikke er direkte substituerbare.<sup>8</sup>

Dersom Konkurransetilsynet skulle legge til grunn at markedet for salg av verpeklare høns må avgrenses regionalt som følge av offentlige regler om maksimal transporttid for leveranser av unghøns og regionale forskjeller i utbredelsen av Lohmann og Dekalb, vil dette uansett ikke ha betydning for hvorvidt Foretakssammenslutningen vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen.

#### **5.4 Det nasjonale markedet for salg av daggamle kyllinger**

##### **5.4.1 Totalmarkedet**

Norge er et relativt lukket marked når det gjelder salg av både daggamle kyllinger og unghøner til verpehøns. Unghøner må i karantene i 17 uker ved import. Rugeegg er også tollbelagt ved import. Per i dag er det bare *norske* livdyr i norsk eggnering. Myndighetene har lagt strenge restriksjoner på import av livdyr for å ivareta den norske dyrehelsen. På fjørfe er det få eller ingen land som kan dokumentere tilsvarende dyrehelsestatus, og dermed blir det heller ikke gitt importtillatelse fra disse landene.

Veksten i markedet både for salg av daggamle kyllinger og unghøner er relatert til økningen i eggforbruket i Norge, samt befolkningsveksten. [REDACTED]

Norge er per i dag det landet i Skandinavia som spiser minst egg, noe som indikerer gode muligheter for høyere vekst i årene fremover. Negativt fokus på rødt kjøtt kan også være med å øke salget av alternative proteinkilder som egg.

##### **5.4.2 Beskrivelse av markedetsstrukturen**

Som nevnt i punkt 5.3.2.1, er det i den nasjonale kommersielle eggneringen to dominerende hybridlinjer; Lohmann LSL og Dekalb White. Hybridene Dekalb White og ISA Brun importeres av A&A Salte fra avlsselskapet Hendrix Genetics / ISA Poultry, mens Lohmann LSL og LB importeres av Steinsland fra avlsselskapet Lohmann Breeders.

Daggamle kyllinger kan kjøpes fra to rugerier i Norge; Steinsland & Co og A&A Salte Kyllingoppdrett. A&A Salte overtok driften av rugeriet til Børge Undheim AS fra 1. januar 2021.

Børge Undheim AS og A&A Salte Kyllingoppdrett AS oppgav at Børge Undheim ønsket mer fokus på drift, og mindre fokus på administrasjon, samt utfordringer med å få tilgang på arbeidskraft, som deres viktigste begrunnelse for å endre til en tettere samarbeidsmodell. Den største endringen er at A&A Salte har tatt over ansvaret for rugeri, høneleveranser, kundeoppfølging og fakturering. I forbindelse med endret samarbeidsmodell ble noe av personalet fra Undheim overført til Salte. Samarbeidet mellom

---

<sup>7</sup> Kunngjøring fra EFTAs overvåkningsorgan om avgrensning av det relevante marked innen konkurranseretten i EØS, avsnitt 31 og 50.

<sup>8</sup> *Ibid*, avsnitt 57.



A&A Salte og Børge Undheim før den nye organiseringen, var basert på en nærmere 30 år gammel avtale der Børge Undheim klekket ut A&A Saltes rugeegg før A&A Salte tok tilbake de daggamle kyllingene til sitt oppdrett. A&A Salte har et salgsdistribusjonsnett som har nasjonal utstrekning.

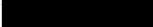
14 oppdrettere, inkludert Steinsland selv, får daggamle kyllinger fra Steinsland, mens fire oppdrettere, inkludert A&A Salte (og Børge Undheim), får daggamle kyllinger av A&A Salte Kyllingoppdrett.

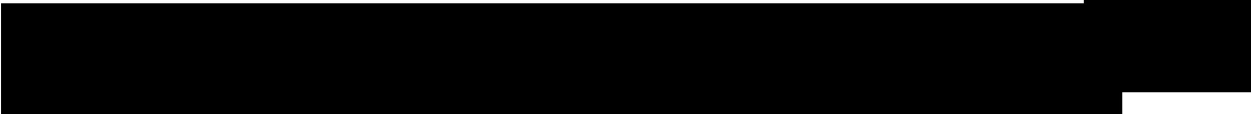
De uavhengige (eksterne) oppdretterne som kjøper unghøner fra Steinsland er følgende: Inderøy Hønseri (Trøndelag), Oraug Kyllingoppdrett (Viken), Tollehaugen Gård (Vestfold & Telemark), Bjørk Hønseri (Viken), Vestbygd Hønseri (Nordland), Dahl Kyllingoppdrett (Viken), Villanger Kyllingoppdrett (Vestland), Øderud Kyllingoppdrett (Viken), Tor Gudmestad (Rogaland, oppdretter livkyllinger for Steinsland), i tillegg til aktører som bare har oppdrett til egen eggproduksjon, herunder Dahls Hønseri (Rogaland), Johan Liebig-Larsen (Viken), EK Gårdspakkeri (Viken), og Hans Bjørge (Viken). De 13 eksterne oppdretterne som kjøper daggamle kyllinger av Steinsland er frittstående produsenter, og Steinsland har ingen eierandel i noen av disse selskapene.

Av de tre eksterne oppdretterne som kjøper daggamle kyllinger av A&A Salte er eierskapet i de forskjellige selskapene mer uklart. A&A Salte har som nevnt tatt over salgsansvaret til Børge Undheim AS fra 1.1.2021. A&A Salte har dermed nesten doblet markedsandelen på salg av verpeklare unghøner fra eget oppdrett, noe som tilsvarer 1,2 millioner unghøner. Børge Undheim AS eier 50% av Trøndelag Kyllingoppdrett, og Andreas Salte, som eier A&A Salte, sitter også som styremedlem i Trøndelag Kyllingoppdrett. Andreas Salte sitter som styreleder i Østlandet Kyllingoppdrett AS, som ble etablert 1. oktober 2021, men det er ikke oppgitt hvem som eier aksjene i dette oppdrettet. Christian Lykke, eier av butikkjeden Bunnpris, eier gjennom et av sine selskap 34% av Rias Eggpakkeri, som igjen er tilknyttet Trøndelag Kyllingoppdrett.

Det er fri konkurranse i rugeri- og oppalsleddet, noe som gjør at det også er konkurranse mellom alle oppdretterne om å få solgt verpeklare unghøner til konsumeggprodusentene. Eksisterende avtaler mellom Steinsland og oppalere av verpeklare legger ingen begrensninger for oppalerens videresalg, annet enn at dyrene ikke skal benyttes for videre avl. Alle kundene tilknyttet Steinsland er frittstående aktører som står fritt til å forhandle sine egne vilkår.

#### **5.4.3 Redegjørelse for etableringshindringer**

For å starte oppstrømsvirksomhet som oppaler må det bygges tilpassede lokaler med muligheter for vekst til ønsket markedsposisjon som krever kapitalinnskudd av en viss størrelse. 



Videre kreves det avtale med et internasjonalt hybridfirma for å få tilgang på dyremateriale hvis man ønsker en fullt ut integrert oppstrømskjede, slik Steinsland og A&A Salte har. Det er derfor forskjellige etableringshindringer for å konkurrere med Steinsland og A&A Salte om salg av daggamle kyllinger fra rugeri til oppdretterne.

De to store internasjonale hybridleverandørene, Lohmann Breeders og Hendrix Genetics, er allerede representert i Norge, gjennom distribusjonsavtaler med hhv. Steinsland & Co AS og A&A Salte AS. Hendrix Genetics består av i alt seks hybridselskaper, der Dekalb er et av disse, i tillegg til fire selskaper som er basert på spesielle alternative produksjoner. Hvert av disse ti selskapene har flere ulike forskjellige hybridtyper å tilby, men Melder er ikke kjent med det nærmere innholdet av katalogen



tilhørende Hendrix Genetics. [REDACTED]

#### 5.4.4 Beskrivelse av de involverte foretakenes konkurrenter, kunder og leverandører

[REDACTED]

[REDACTED] driver oppdrett av unghøner og kjøper inn daggamle kyllinger fra Steinsland som de selger videre som verpeklare unghøner til eggprodusenter lokalisert i [REDACTED]. De leverer [REDACTED].

[REDACTED] driver oppdrett av Lohmann verpehøner, hvor det selges hvite og brune Lohmann-unghøner. [REDACTED] oppga i 2019 at de produserer [REDACTED].

[REDACTED] er en leverandør av unghøner som leverer på landsbasis. Kyllingoppdretteren [REDACTED] driver selskapet.

[REDACTED] leverer 16 uker gamle Lohmann-unghøner til eggprodusenter med fokus på økologisk oppdrett.

[REDACTED] er en oppdretter av Lohmann-unghøner i [REDACTED] med både bur- og frittgående oppdrett.



For en fullstendig oversikt over Lohmann-oppdrettere med relevant kontaktinformasjon vises det til tabellen under:

---

<sup>9</sup> Leverandørene er ikke differensiert etter råvarene som benyttes for henholdsvis rugeri- og oppalsvirksomheten.

<sup>10</sup> Heggedal, Øystein. Norsk landbruk. Artikkel tilgjengelig her: <https://www.norsklandbruk.no/husdyr/stor-kabal-som-ma-ga-opp/>



Firma	Kontaktperson	Fylke	Mobil	E-post
Steinsland & Co	Nils Steinsland	Rogaland	906 93 727	nils@steinslandco.no
Dahl's Hønseri AS	Alf Bjarne Dahl	Rogaland	900 18 780	mail@dahlshonseri.no
Tor Gudmestad	Tor Gudmestad	Rogaland	920 59 038	tor@glm.no
Bjørk Hønseri 	Fredrik Fredriksen	Østfold	906 90 792	fr.fr@frisurf.no
Dahl Kyllingoppdrett	Therese Dahl	Østfold	958 37 775	theresedah@hotmail.com
Oraug Kylling-oppdrett AS	Julie Beate Oraug	Østfold	994 98 379	julie@oraug.no
Øderud Kyllingoppdrett 	Ingunn Øderud	Buskerud	419 21 895	ingunn@oederud.no
Tollehaugen Kyllingoppdrett	Halvor Tollehaugen	Telemark	909 51 990	halvor@tollehaugen.com
Inderøy Hønseri	Bjarne Martin Lyngstad	Nord-Trøndelag	957 37 300	bjamemartin@lyngstadhonseri.no
Tore Villanger	Tore Villanger	Hordaland	909 65 234	tore-vil@online.no
Vestbygd Hønseri	Even Haugland	Nordland	909 32 510	even@vestbygd-honseri.no


## 5.5 Det nasjonale markedet for salg av verpehøns

### 5.5.1 Totalmarkedet

Det selges cirka 3,8 millioner unghøner i Norge per år. Disse utgjør 100% av volumet, og har en samlet årlig omsetning på 209 millioner. Dette anslaget er tatt ut ifra Landbruksdirektoratets klekketall i 2020 basert på en verdi på 55 kroner per unghøne.

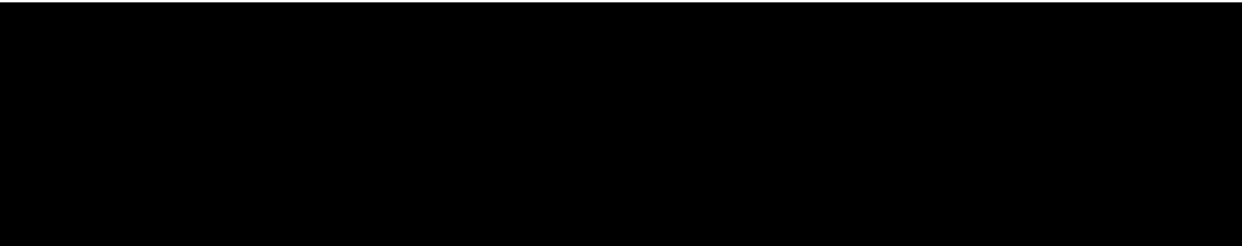
### 5.5.2 Beskrivelse av markedsstrukturen

#### 5.5.2.1 Konsumeggproduksjonsleddet

Unghøner i Norge selges direkte fra omlag 15 oppdrettere til drøyt 530 eggprodusenter. 

Det finnes cirka 530 bønder som driver med produksjon av konsumegg i Norge og det er til enhver tid omtrent 4,4 millioner verpehøner i Norge. I takt med økende etterspørsel har antall verpehøner steget, dog med en utflating de seneste årene. Hver høne legger i snitt 330 egg i løpet av livet.

Eggproduksjonen har videre hatt en jevn stigning i perioden fra 2000 til 2019 med en samlet økning på 53 %. Estimert omsetning totalt i markedet vurderes å være cirka 2,9 milliarder NOK inkl. mva.





[REDACTED]

Det er derfor forskjellige egenskaper ved verpehønene som Steinsland tilbyr av typen Lohmann, og verpehønene som A&A Salte tilbyr av typen Dekalb. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Nortura er markedsregulator for egg og har derfor mottaksplikt for egg. Det betyr at Nortura har plikt til å ta imot de egg bonden ønsker å levere. Nortura har i tillegg plikt til å selge egg til sine konkurrenter (forsyningsplikt) for å sikre at alle aktører i markedet har tilgang på egg etter nærmere spesifiserte vilkår. Markedsregulering i Norge er finansiert av bøndene via omsetningsavgiften. Avgiften skal blant annet brukes til å sikre avsetning på norsk produksjon av basismatvarer som melk, noen kjøttslag og egg.

Nortura leverer egg til en del konkurrerende eggpakkerier i kraft av forsyningsplikten. Det følger av forskrift om markedsregulering til å fremme omsetningen av jordbruksvarer § 4-4 tredje ledd at forsyningsplikt til uavhengige aktører maksimalt skal settes til 500 tonn tillagt 30 pst. av aktørens innveide eggmengde fra egne leverandører foregående år (3600 tonn i 2020). De største mottakerne av egg på forsyningsplikten er Den Stolte Hane og Rias-Pakkeri.

Produksjon av egg og fjørfekjøtt er underlagt et konsesjonsregelverk som begrenser antall dyr per produksjonsenhet. Husdyrkonsesjonsloven ble innført i 1975. Formålet med loven er å bidra til å fordele de kraftfôrbaserte produksjonene på flere enheter for å opprettholde en differensiert bruksstruktur med basis i familiejordbruket og slik forhindre en utvikling mot svært store enheter. Konsesjonsgrensen angir den høyeste lovlige produksjonen per bruk. Uten konsesjon fra departementet kan ingen produsere et større antall fjørfe enn konsesjonsgrensen. Konsesjonsgrensen gjelder per produsent/foretak og per gårds- og bruksnummer. Høner reguleres som innsatte dyr på ethvert tidspunkt.

For verpehøner har konsesjonsgrensen vært uendret fra 2004, nemlig 7500 dyr. De fleste profesjoniserte konsumeggprodusenter, herunder de som leverer mesteparten av produksjonen til eggpakkeri, har bygd ut kapasitet til 7500 høner, eller litt lavere. I Nortura utgjør denne andelen 79 %, og etter Norturas beregninger er andelen omtrent lik for hele konsumeggprodusentleddet.

Konsumeggproduksjon har i løpet av de siste 15 årene hatt to runder med omlegging av produksjonen og den høye andelen med 7500 høner er en direkte konsekvens av dette. Først med lovpålagt forbud mot nakne 3-hønners nettingbur, som medførte at verpehøneprodusentene måtte legge om produksjonen til frittgående systemer eller miljøinnredede bur innen 2012, som vår året forbudet trådte i kraft. Den andre omstillingen var utfasingen av miljøinnredede bur. Det er nå kun en mindre andel av produsenter som har høner i såkalte miljøbur, cirka 5-6 % ifølge Norsk Fjørfelag.



Denne omstillingen er knyttet til krav fra dagligvarehandelen utover på 2010-tallet, men miljøinnredede bur er ikke forbudt gjennom lov. Dette er også et eksempel på at det er sluttledet som setter krav bakover, langt utover lovens krav, for å tilfredsstille kravene som stilles hos sluttbrukerne (altså forbrukeren av egg).

Det er store svingninger i den nasjonale eggproduksjonen. Fra relativt store overskudd i enkelte år, til mer balanse som følge av underliggende vekst i markedet. Nortura er avhengig av gode verktøy for å kunne prognostisere og regulere markedet i takt med den nasjonale produksjonen. Pris er blitt et viktig verktøy for å hindre overetablering.

Økologisk produksjon omfatter en fortsatt lav andel [redacted] av totalproduksjonen, selv om økologisk eggproduksjon utgjør en relativt stor andel, sammenlignet med mange andre landbruksproduksjoner.

[redacted] Siden fjørfenæringen har vært gjennom store omstillinger (for mange i to runder) de siste 10 årene, og brorparten av produsentene allerede har produksjon i frittgående driftssystemer, er det usannsynlig med store endringer i politiske eller markedsmessige forhold som vil ramme mange av konsumeggprodusentene. Forbud mot høner i bur kan imidlertid komme.

[redacted] Forbruker har et økende fokus på bærekraft/dyrevelferd og Melder anser det som sannsynlig at dette vil forsterkes i årene fremover. Kundene er også opptatt av at eggene er norskproduserte (erfaringene fra COVID-19 tilsier at det er lite grensehandel med egg), samtidig som det er økende fokus på lokalmat.

### 5.5.2.2 Pakkeriledet

Totalt omsatte eggpakkeriene egg for om lag 1,4 milliarder kroner i 2019.<sup>11</sup>

Ved førstehåndsomsetning av egg henter pakkeriene egg fra primærprodusenter med kjølebil før de leveres på mottaket på pakkerianlegget. Nortura er landsdekkende på dette leddet i verdikjeden som følge av at virksomheten enten omfatter eller har tilgang til pakkerianlegg flere steder i landet og har landsdekkende distribusjonsapparat til å utføre innsamlingen. Nortura har fire produksjonssteder tilknyttet egg; tre egg-pakkerier og en foredlingsvirksomhet. Egg-pakkeriene har ulik grad av tidsriktig maskinpark og automasjon. Lokaliseringen av eggpakkeriene er i nærheten til de store primærmarkedene for eggproduksjonen.

Den Stolte Hane (DSH) har det nest største distribusjonsapparatet og pakkerivirksomheten i landet. I tillegg er det flere aktører av varierende størrelse, blant annet Flemming egg, Jonas H Meling, Toten Egg, Rias Egg, Tuppen & Lillemor, Sunnmørsegg med flere, samt utallige gårdsutsalg hvor eggprodusentene selger egg fra egen gårdsbutikk.

Noen mindre eggpakkerier har spesialisert seg på lokalproduserte egg, som f.eks. Toten Eggpakkeri med avtale med 12 gårdsbruk på Toten, hvor gårdene har 7 500 høner hver, Tørresvik gård i Fauske som bygde ut til 7500 verpehøner i 2019 og som har spesialisert seg på ferske egg fra Salten, og Holte

<sup>11</sup> Fjørfenæringen i Norge – husdyrholdets vekstnæring, Rapport 4–2020,





gård i Drangedal som har 7 500 økologiske høner og som har spesialisert seg på økologisk produksjon av egg og kylling inklusive and og gås. I tillegg finnes det noen gårder som har registrert seg på Lokalmat.no hvor det selges både hønseegg, eggehvite på flaske og vaktelegg uten at det er opplyst om antall verpehøner per gårdsbruk.

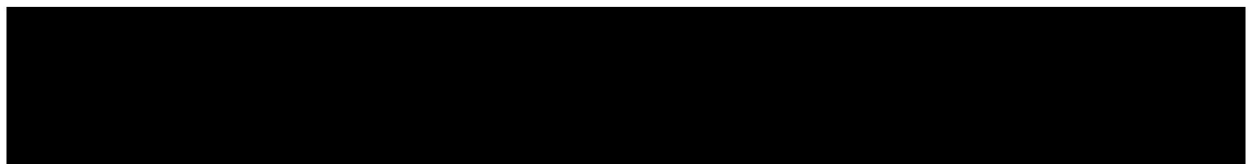
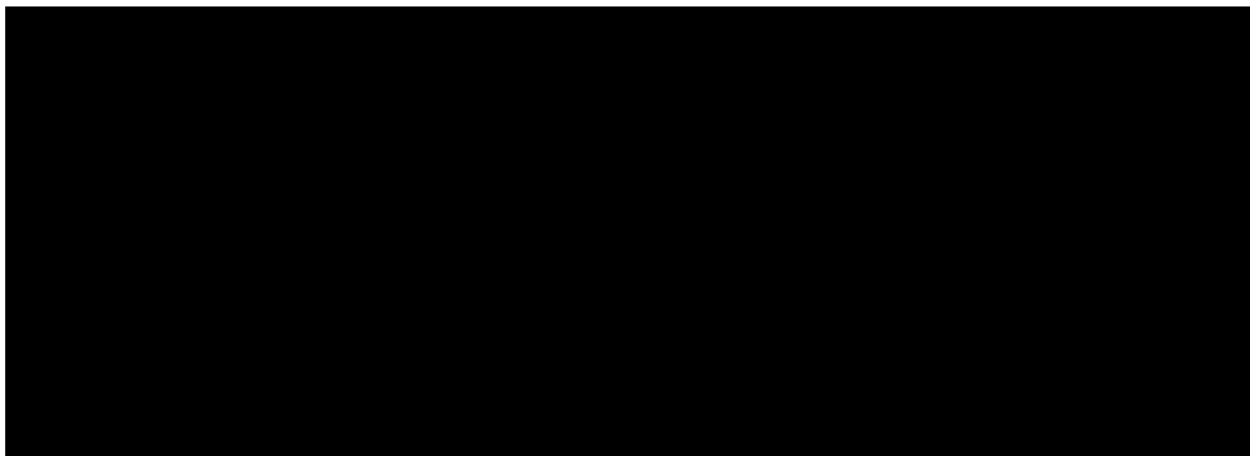
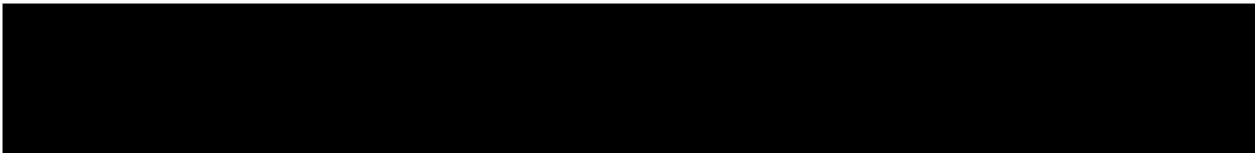
Eggpakteriene bruker de samme produksjonsmidlene og utfører de samme funksjonene uansett hvor bonden er lokalisert og uavhengig av hvilken eggtype og eggstørrelse mv. det gjelder.

### 5.5.2.3 *Dagligvaremarkedet*

Den klart største salgskanalen for konsumegg er dagligvaremarkedet (fysisk salg gjennom grossist). [REDACTED] Gjennom COVID 19-perioden har salget gjennom dagligvare vært enda høyere som følge av stengte restauranter og kantiner. Denne andelen inkluderer også noe salg gjennom butikkenes hjemleveringstjenester (for eksempel Meny), men dette er et begrenset volum. Salg gjennom rene netthandelsaktører (f.eks. Oda) er i sterk vekst, men utgjør fortsatt bare i underkant av [REDACTED] av samlet salg. En annen betydelig salgskanal er storkjøkken- og industrimarkedet [REDACTED]. Dette er i hovedsak fysisk salg gjennom grossist. Eksempler på kunder i industriledet er Mills og Orkla.

Nortura har en sterk posisjon, men konkurransen blir stadig tøffere. I dagligvarehandelen er det blitt betydelig flere aktører som konkurrerer om hylleplassen, og flere kunder tar større eierskap i verdikjeden med vertikal integrering. RIAS egg og Meling er eksempler på eggpakterier som er vertikalt integrerte..

Kundene anses å ha stor forhandlingsmakt og det er sterk konkurranse mellom leverandørene om tilgang til dagligvarekjedene. De ulike dagligvarekjedene har inngått avtaler der én leverandør er dominerende hovedleverandør. Den Stolte Hane er hovedleverandør til COOP og Nortura er hovedleverandør til Rema1000 og NorgesGruppen.



I 2019 sendte Landbruks- og matdepartementet (LMD) ut et høringsnotat om endringer i forskrift om markedsregulering hvor det ble foreslått begrensninger i forsyningsplikten som markedsregulator Nortura har til de uavhengige eggpakkeriene. I denne forbindelse uttalte Den Stolte Hane (DSH) at dette ville vanskeliggjøre fremtidige initiativ opp mot kjedene. I følge administrerende direktør i DSH ville dette medføre at DSH måtte etablere nye egne produsenter dersom de ønsket å konkurrere om dagligvarekjeder utover Coop.<sup>12</sup> Nortura svarte på kritikken ved å påpeke at dersom det skulle oppstå endringer i leverandørforholdene, vil dette i praksis løses med at også eggpakkerienes produsenter (bonden) følger kontraktspartene. Nortura mener at ordningen, slik den fungerer og praktiseres i dag, ikke innebærer noen hindre i markedet for konkurranse om kontrakter mot dagligvaresektoren eller andre kundegrupper.<sup>13</sup>

### 5.5.3 Redegjørelse for etableringshindringer

#### 5.5.3.1 Oppdrett

Det er ikke markedsregulering på unghøns, og man er derfor ikke sikret avsetning for produktene i likhet med de fleste andre landbruksproduksjonene. De siste årene har Trøndelag Kyllingoppdrett (2017) og Østlandet Kyllingoppdrett blitt etablert (2021), men da i tett samarbeid og eierskap med eksisterende oppdrettere (Børge Undheim og A&A Salte). Det er kapitalkrevende å bygge opp driften fra bunnen av ved blant annet etablering av driftsbygninger, og samarbeid/konsolidering har vært ansett som en sikrere måte å sikre lønnsomhet på i markedet.

Flere nye aktører på oppdrettsmarkedet er eggprodusenter som oppdretter sine egne livdyr. Tor Gudmestad er et eksempel på dette. Han drev historisk med rugeri og oppdrett, men har gått over til å oppdrette unghøner for egen eggproduksjon, samt noe for Steinsland. Tukkebøl Økologiske Kyllingoppdrett AS, som ble etablert i 2017, og eies 50 % av Andreas Salte og 50 % av A&A Salte, er etter Melders forståelse i ferd med å bli avviklet. Øderud Oppdrett er et eksempel på en liten økologisk oppdretter som er nyetablert på markedet.

Markedet bærer derfor preg av færre og større aktører med økt vertikal integrering blant aktørene.

#### 5.5.3.2 Eggproduksjon

De aller fleste produsentene som har planer om å fortsette med eggproduksjon, har nå bygd om til frittgående systemer. Med en fortsatt vekst i eggforbruket og noe avgang blant produsentene vil det

---

<sup>12</sup>Kjøttbransjen, publisert 05.12.19 av Per A. Sleipnes. Tilgjengelig her: <https://kjottbransjen.no/begrensninger-i-forsyningsplikten-for-egg-skader-private-eggpakkerier/>

<sup>13</sup> Kjøttbransjen, publisert 08.08.20 av Ole Nikolai Skulberg. Tilgjengelig her: <https://kjottbransjen.no/forsyningsplikten-pa-egg-handler-om-bondens-sikkerhet/>

<sup>14</sup> DSH mottar egg fra Nortura på forsyningsplikten, og har derfor en høyere markedsandel ut til dagligvaremarkedet enn i markedet for markedet for kjøp, innsamling og mottak av egg fra eggprodusenter.



være rom for nyetableringer i markedet. Anslag på kostnad for å bygge produksjonskapasitet opp til konsesjonsgrensen er som følger:<sup>15</sup>

- Bygg til 7500 Frittgående høns: [REDACTED]
- Bygg til 7500 Økologiske høns: [REDACTED]

I 2021 fikk Nortura ti nye konsumeggprodusenter som medlemmer og det var fire som sluttet. I 2022 er Nortura foreløpig kjent med tre etableringer og har ikke fått noe informasjon om avgang. Norturas markedsandel av total produksjon er relativt stabil, og basert en stabil markedsandel kan man legge til grunn [REDACTED]

Rema 1000 har eget rugeri og oppdrett av foreldredyr på slaktekylling. [REDACTED]

[REDACTED] Gjennom egen rugeridrift for slaktekylling er det kompetanse til å bygge en ny verdikjede for egg. Reitan har som kjent hatt anledning til å kjøpe både kyllingslakteriet Norsk Kylling og rugeriet Hugaas Rugeri tidligere.

Eggsektoren er en åpen bransje; det er registrert opp mot 50 ulike pakkerier/gårdspakkerier. I perioden 2017 til 2019 var den siste store «etableringstoppen» på egg i Norge. Det er fire tydelige sesong-topper på salget av egg, nemlig jul, påske, mai og skolestart. Ettersom egg ikke kan lagres særlig lenge, og ettersom produksjonen hos bonden går kontinuerlig, skaper det behov for å ligge med underdekning i salgstopperne med mindre man har tilgang til annen salgskanal (typisk eggforedling).

[REDACTED] Det vil også være stort potensiale for ytterligere vekst av kategorien egg- og eggprodukter knyttet til netthandel.

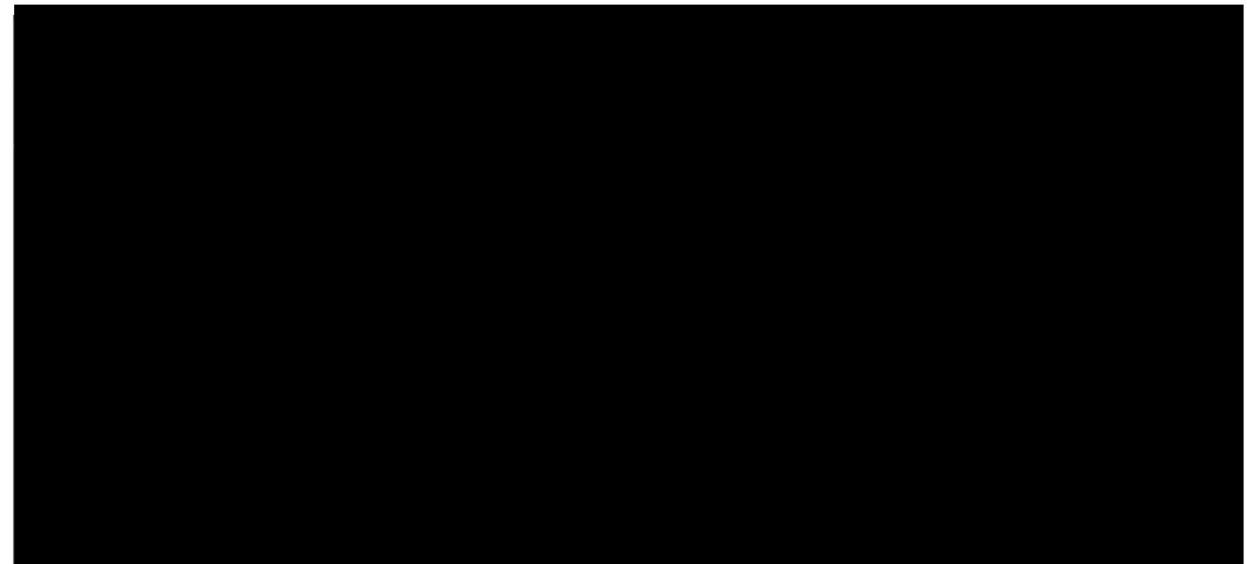
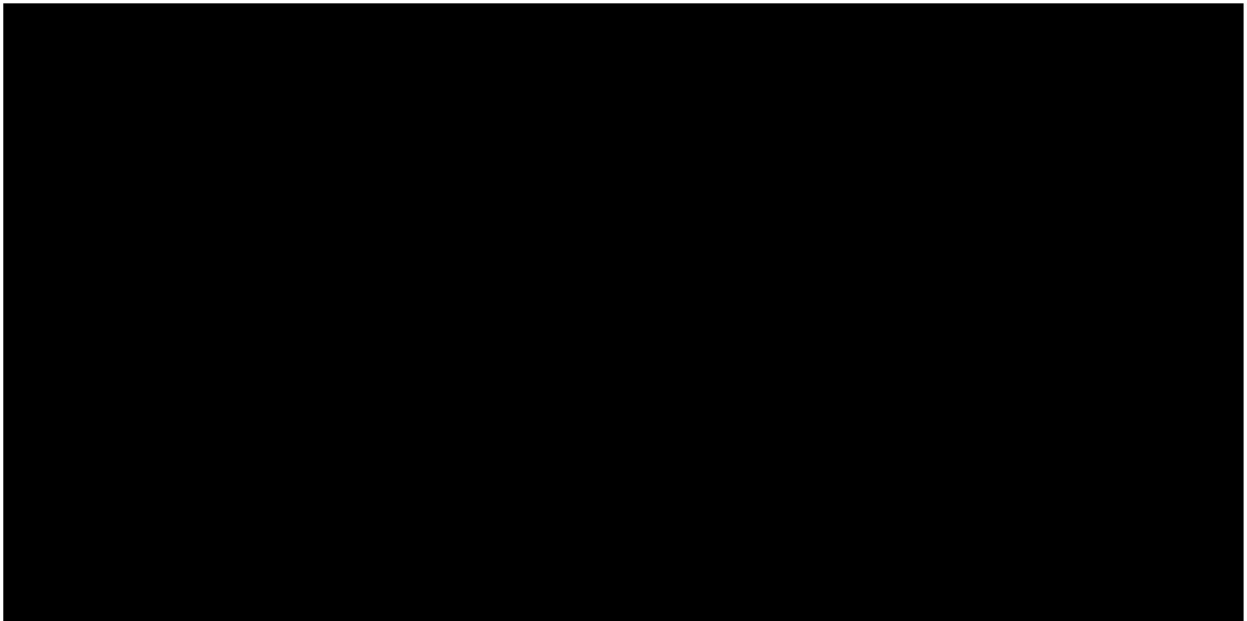
Storhusholdningsmarkedet er mer jevnt fordelt blant store aktører som ASKO, BAMA, Servicegrossistene, NorEngros og Orkla. Nortura har primært leveransene inn til ASKO. [REDACTED] Bakerne har samlet seg i en egen innkjøpsdivisjon, og representerer en stor kunde. Orkla, Mills og Findus er også store aktører.

Innen foredlingen er det nå flere aktører som etablerer seg i markedet rundt «kokte egg», og i dette segmentet må Nortura derfor forvente en skjerpet konkurransesituasjon. Produksjonslinjen for kokte egg i lake er ved Nortura Revetal. Oppkjøpet av Eggprodukter i Larvik av DAVA Foods, har resultert i økt konkurransesituasjon i industriledet og i storkjøkkenmarkedet.

#### 5.5.4 Beskrivelse av de involverte foretakenes konkurrenter, kunder og leverandører

---

<sup>15</sup> Fjørferenæringen i Norge – husdyrholdets vekstnæring, Rapport 4–2020.



## 5.6 Beskrivelse av foretakssammenslutningens virkninger

### 5.6.1 Innledning

For at en foretakssammenslutning skal forbys må den i «*betydelig grad [...] hindre effektiv konkurranse*», særlig som et resultat av at en dominerende stilling skapes eller styrkes, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

Hvorvidt en foretakssammenslutning i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse beror på en analyse av flere forhold. For de fleste analyser vil markedskonsentrasjon, konkurransenærhet og

---

<sup>16</sup> Kunder omfatter eggprodusenter og bønder i hele Norge, og kan ikke rangeres på en meningsfylt måte.

<sup>17</sup> Norturas leverandører (av konsumegg) er medlemmene, der de fleste har produksjoner som er konsesjonsfrie, dvs. inntil 7.500 høner i innsett. Det finnes en håndfull produsenter med utvidet konsesjon, der den største har cirka fire ganger konsesjonsgrensen.



etableringshindringer være viktig for å vurdere de eventuelle negative effektene av foretakssammenslutningen. Forhold som kjøpermakt og/eller potensiell konkurranse vil kunne begrense det nye foretakets mulighet og insentiv til å begrense konkurransen. Ved enkelte foretakssammenslutninger vil også eventuelle tap kundene påføres som følge av redusert konkurranse kunne oppveies av de effektivitetsgevinstene foretakssammenslutningen fører med seg.

### 5.6.2 Overordnet om ikke-horisontale fusjoner

Ikke-horisontale fusjoner er i mindre grad egnet til å hindre effektiv konkurranse enn horisontale fusjoner. Det har sammenheng med at ikke-horisontale fusjoner ikke i samme grad vil medføre tap i direkte konkurranse. Horisontale fusjoner medfører derimot at en direkte konkurrent bortfaller og dermed reduseres konkurransen på det relevante markedet. Integrasjon mellom komplementære produkter eller virksomheter til ett enkelt firma kan føre med seg betydelige effektivitetsgevinster og ha positiv virkning på konkurransen, slik som å eliminere dobbel marginalisering i verdikjeden (priser som overstiger kostnadene på flere ledd).

Vertikal integrasjon, enten det dreier seg om overtagelse av eksisterende virksomhet eller etablering av ny, kan med andre ord forklares av et ønske om å samordne prisfastsettelsen vertikalt i verdikjeden. Mer generelt kan vertikal integrasjon sees som et svar på vanskeligheter med å bruke avtaler eller kontrakter for å koordinere virksomheten på det enkelte ledd slik at den drives på en måte som gir størst mulig verdiskapning i kjeden samlet sett. Ved å integrere bakover i verdikjeden, får Nortura direkte kontroll med råmaterial til produktene, og produksjonen kan tilpasses Norturas ønsker og behov. Når man er vertikalt integrert, slipper man også kostnader forbundet med inngåelse og håndhevelse av kontrakter.

### 5.6.3 Generelt om utestenging

Ikke-horisontale fusjoner kan i noen tilfeller være skadelig for konkurransen, idet en slik fusjon kan medføre at tredjeparter blir utestengt fra markedet. En vertikal foretakssammenslutning vil kunne føre til utestenging når faktiske eller potensielle konkurrenters tilgang til innsatsfaktorer eller markeder blir begrenset eller eliminert som følge av foretakssammenslutningen, og således begrenser disse selskapenes mulighet og insentiv til å konkurrere.<sup>18</sup>

Det kan skilles mellom to typer utestenging; innsatsfaktor- og kundeutestenging. I Kommisjonens retningslinjer for ikke-horisontale foretakssammenslutninger fremgår det at *innsatsfaktorutestengelse* oppstår når den fusjonerte enheten i etterkant av foretakssammenslutningen med sannsynlighet vil begrense tilgang til produktene eller tjenestene som selskapet uten foretakssammenslutningen ellers ville tilbudt, og på den måten øke kostnadene til konkurrentene i nedstrømsmarkedet ved å gjøre det vanskeligere for dem å få tak i forsyninger til lignende priser og betingelser som uten foretakssammenslutningen.<sup>19</sup> *Kundeutestengelse* forekommer når den fusjonerte enheten kan forhindre sine faktiske eller potensielle konkurrenter på oppstrømsmarkedet i å få adgang på et tilstrekkelig kundeunderlag og minske deres evne eller insentiv til å konkurrere. Gjennom dette vil det fusjonerte foretaket kunne oppnå økt markedsmakt.

Både når det gjelder innsatsfaktor- og kundeutestengelse er det nødvendig å foreta en konkret vurdering for å fastslå om den vertikale integrasjonen medfører et samfunnsøkonomisk tap. En slik

---

<sup>18</sup> Kommisjonens retningslinjer for ikke-horisontale foretakssammenslutninger (2008/C 265/07), avsnitt 29, se også sak M.8124 – Microsoft/LinkedIn avsnitt 182 fl.

<sup>19</sup> Konkurransetilsynets Vedtak V2021-5 – fornyelse av vedtak V2018-18 - Vipps AS - BankAxept AS - BankID Norge AS.



vurdering vil typisk bestå av tre momenter.<sup>20</sup> For det første er det et spørsmål om den fusjonerte enheten har *evne* til å utestenge. Det avhenger av hvorvidt den faktisk har en tilstrekkelig grad av markedsrett. For det andre er det et spørsmål om den fusjonerte enheten har *insentiv* til å utestenge. For at det skal være tilfelle må utestengelse øke den samlede profitten for den fusjonerte enheten. For det tredje må det vurderes om den samlede effekten for forbrukerne er negativ.

#### **5.6.4 Ingen mulighet for utestengende atferd i markedet for salg av verpeklare høns fra oppdretterne til konsumeggprodusentene**

Det er kun i markedet for salg av daggamle kyllinger til oppdrettere hvor Steinsland kan utøve noen form for markedsrett, ettersom de er en eksklusiv distributør av Lohmann, [REDACTED]. Blant oppdretterne av verpehøns er Steinsland kun én av mange aktører og har ikke i dette leddet en markedsandel som gir utestengingsmulighet. [REDACTED]

En annen viktig faktor er at det er oppalerne som bestemmer hvem som skal få tilgang til unghøner for konsumeggproduksjon og til hvilke vilkår (med unntak for de daggamle unghønene som Steinsland selv aler opp). [REDACTED]

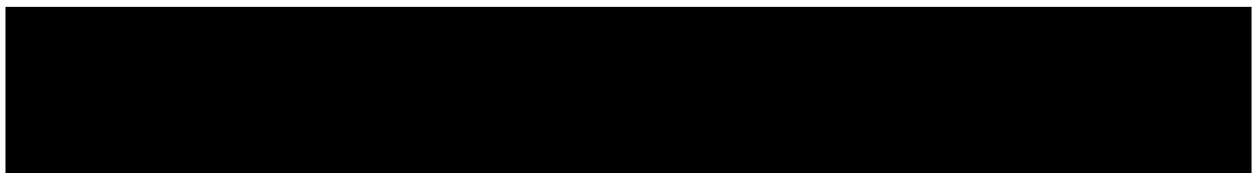
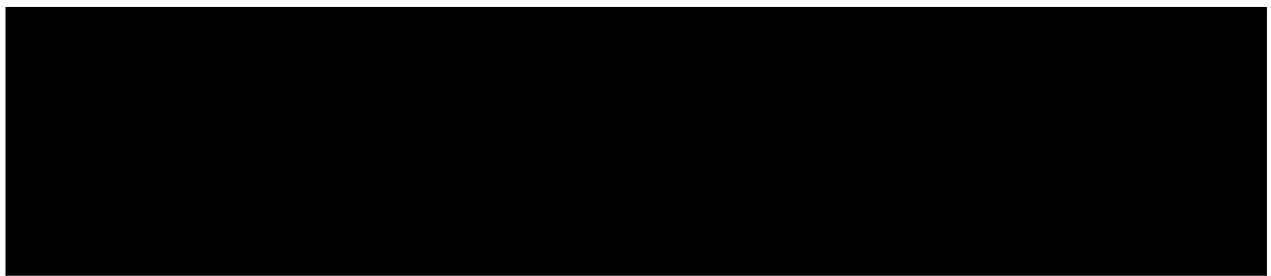
Etter Foretakssammenslutningen kan Partene uansett ikke begrense salget som foregår fra oppalerne til eggprodusentene og Partene utøver ingen kontroll i dette leddet (med unntak av den begrensede andelen av daggamle kyllinger som Steinsland selv aler opp). Grunnen til at det ikke foreligger muligheter for utestengende atferd er at det er fri konkurranse i rugeri- og oppallsleddet [REDACTED]

For den videre drøftelsen av utestengende atferd vil det derfor bare være i markedet for salg av daggamle kyllinger fra rugeri til oppdretterne som er aktuelt *som følge av* Foretakssammenslutningen, og Melder vil redegjøre for hvorfor Partene etter transaksjonen verken vil ha mulighet eller insentiv til utestengende atferd i dette markedet. Det omfatter også en redegjørelse av hvilken innflytelse Nortura kan utøve over konsumeggprodusentene som leverer til Nortura.

#### **5.6.5 Samtlige av oppdretterne vil fortsatt ha tilgang på Lohmann-høner fra Steinsland**

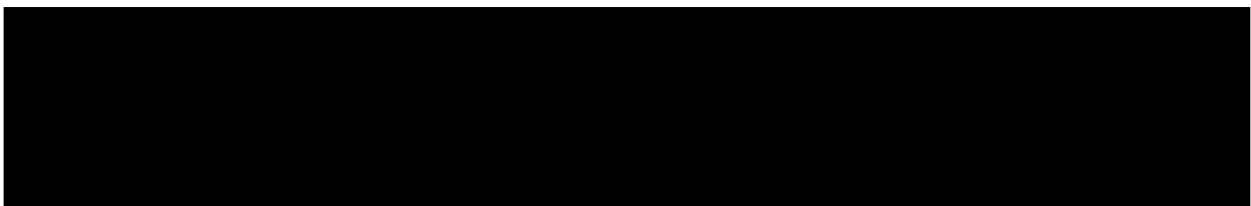
**Vedlegg 2:** Aksjonæravtale [REDACTED]

<sup>20</sup> Kommisjonens retningslinjer for ikke-horisontale fusjoner, se Kommisjonen (2008).

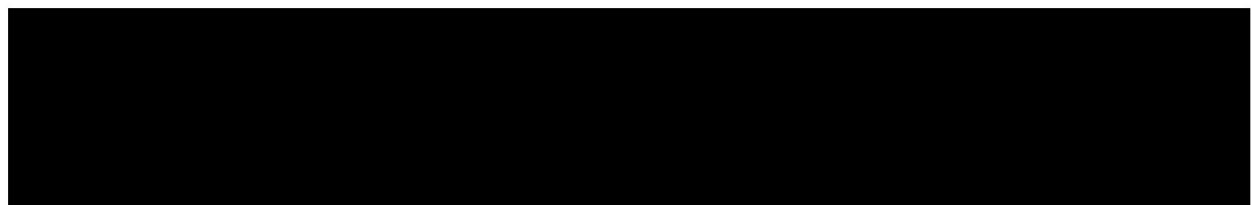


**5.6.6 Nortura kan ikke stille krav til sine medlemmer om å kjøpe verpehøns fra bestemte oppdrettere**

Nortura har mottaksplikt for egg fra eggprodusenter (se punkt 5.4.2). Dette innebærer at Nortura må ta imot egg fra alle eggprodusenter som ønsker å levere, uavhengig av om de er medlem i Nortura, hvor produsenten anskaffer sine verpehøns og/eller om disse vanligvis leverer til andre eggpakkerier. Prisen Nortura betaler skal være den samme som betales til eggprodusenter som er medlemmer i Nortura. Prisen på egg er avhengig av kvalitet og størrelse.



Konsumeggprodusenter som er medlemmer av Nortura vil også for fremtiden velge den hønetypen som passer best til deres ambisjonsnivå, og således fortsette å kjøpe verpehøner fra konkurrerende oppdrettere uavhengig av Foretakssammenslutningen.



[REDACTED]

[REDACTED]

## 5.6.7 Alternativsituasjonen

### 5.6.7.1 Innledning

Det er foretakssammenslutninger som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse» som skal forbys etter konkurranseloven § 16. Det følger av ordlyden at det må være en årsakssammenheng mellom foretakssammenslutningen og konkurransebegrensningen. Dersom konkurranseforholdene vil svekkes i like stor eller større grad uten foretakssammenslutningen, er det ikke grunnlag for å gripe inn. For å kunne ta stilling til om det er en årsakssammenheng mellom foretakssammenslutningen og konkurransebegrensningen, må konkurranseforholdene på markedet med foretakssammenslutningen sammenlignes med konkurranseforholdene på markedet uten foretakssammenslutningen (alternativsituasjonen).<sup>21</sup>

### 5.6.7.2 Markedsstrukturen endres ikke av Foretakssammenslutningen

Foretakssammenslutningen innebærer ikke noen endring av eksisterende markedsstruktur. Foretakssammenslutningen gir Nortura rask tilgang til en etablert verdikjede, med dyr i alle generasjoner, kompetente medarbeidere, og kunder. [REDACTED]

[REDACTED] A&A Salte og Steinsland er eksklusive distributører av de to mest utbredte hybridtypene som etterspørres og er tilpasset norske forhold.

Det vil fortsatt være to aktører som er aktive på import- og rugeriledet som importører av verpehøns i det norske markedet, [REDACTED]

Kundene i dagligvaremarkedet stiller strenge krav til dyrevelferd og bærekraft, [REDACTED]

---

<sup>21</sup> Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger (2004/C 31/03), avsnitt 9. Se også Kommisjonens avgjørelse i sak M.6360 Nynas/Shell/ Harburg Refinery, avsnitt 308, samt Fornyings- og administrasjonsdepartementets vedtak 17. april 2009 på klage på Konkurransetilsynets vedtak V2008-22 av 4. desember 2008, punkt 7.1 og 7.5.





### 5.6.8 Oppsummering

Foretakssammenslutningen antas av ovennevnte grunner ikke å få noen negative virkninger for Norturas og Steinslands konkurrenter, kunder eller leverandører i markedene for salg av daggamle kyllinger til oppdrettere, markedet for salg av verpehøns til eggprodusentene eller markedet for kjøp, innsamling og mottak av egg fra eggprodusenter – uavhengig av hvordan markedet nærmere avgrenses.

## 6 EFFEKTIVITETSGEVINSTER VED FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Som nevnt i punkt 5.6.2, vil ikke-horisontale fusjoner i mindre grad være egnet til å hindre effektiv konkurranse enn horisontale fusjoner. Vertikal integrasjon kan føre til en bedre koordinering av ulike typer beslutninger i den vertikale kjeden. I disse tilfellene vil vertikal integrasjon føre til økt effektivitet og lønnsomhet for aktørene i kjeden, og i mange tilfeller vil også konsumentene komme bedre ut av en bedret koordinering internt i kjeden. Når alle aktørene tar en margin på sine kostnader blir resultatet at sluttprisen til konsumentene blir for høy i forhold til hva den vertikale kjeden som helhet ville ha vært tjent med.

## 7 TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Foretakssammenslutningen er ikke meldepliktig til andre lands konkurransemyndigheter.

## 8 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

Årsberetninger og årsregnskap for involverte foretak vedlegges meldingen som:

**Vedlegg 3:** Årsberetning og årsregnskap 2020 for Nortura SA

**Vedlegg 4:** Årsberetning og årsregnskap 2020 for Steinsland & Co. AS

## 9 OFFENTLIGHET OG KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder opplysninger som det er av konkurransemessige betydning at hemmeligholdes, og som derfor er underlagt lovbestemt taushetsplikt, jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.



Offentlig versjon av meldingen følger vedlagt, sammen med begrunnelse for opplysninger som ønskes unntatt offentlighet i samsvar med konkurranseloven § 18b.

**Vedlegg 5:** Utkast til offentlig versjon av meldingen

**Vedlegg 6:** Begrunnelse for anmodning om unntak fra offentlighet

## 10 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.

\*\*\*

Vennlig hilsen,  
Arntzen de Besche Advokatfirma AS

Stein Ove Solberg



## Vedlegg

<b>Vedlegg 1:</b>	Transaksjonsavtale med bilag .....	5
<b>Vedlegg 2:</b>	Aksjonæravtale NewCo Nortura AS.....	30
<b>Vedlegg 3:</b>	Årsberetning og årsregnskap 2020 for Nortura SA.....	33
<b>Vedlegg 4:</b>	Årsberetning og årsregnskap 2020 for Steinsland & Co. AS.....	33
<b>Vedlegg 5:</b>	Utkast til offentlig versjon av meldingen.....	34
<b>Vedlegg 6:</b>	Begrunnelse for anmodning om unntak fra offentlighet.....	34