
Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

Sendt per e-post til: post@kt.no

Unntas offentlighet

MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

Inngitt på vegne av

Optimera AS

vedrørende kjøp av 100 % av aksjene i

Lyngdal Byggeforretning AS

Advokatfirmaet Selmer AS

Oslo, 18. mai 2022

Advokatfirmaet Selmer AS
Tjuvholmen allé 1
Postboks 1324 Vika
0112 OSLO

Referanseperson: Håkon Christoffersen
Telefon: 979 87 654
E-post: h.christoffersen@selmer.no

Ansvarlig advokat: Ole-Andreas Torgersen
Telefon: 911 87 375
E-post: o.torgersen@selmer.no

1 INFORMASJON OM PARTENE

1.1 Melder

Navn: Optimera AS
Adresse: Østre Aker vei 260, 0976 Oslo
Org.nr: 967 013 056
Telefon: 952 69 790
E-post: jorgen.hannestad@dahloptimera.no

1.2 Kontaktpersoner for melder

Navn: Advokatfirmaet Selmer AS v/Ole-Andreas Torgersen og Håkon Christoffersen
Adresse: Postboks 1324 Vika, 0112 Oslo
Telefon: 911 87 375 / 979 87 654
E-post: o.torgersen@selmer.no / h.christoffersen@selmer.no

1.3 Målselskapet

Navn: Lyngdal Byggeforretning AS
Adresse: Kvavik, 4580 Lyngdal
Org.nr: 919 677 341

1.4 Kontaktperson for Målselskapet

Navn: Advokatfirmaet Haavind AS v/Bjørn Olav Torpp
Adresse: Postboks 359 Sentrum, 0101 Oslo
Telefon: 905 07 090
E-post: b.torpp@haavind.no

2 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

2.1 Foretakssammenslutningens art

Optimera AS ("**Optimera**" eller "**Melder**"), Kvavikstranda AS, SRL Eiendom AS, Høvleriservice AS, Batteriveien Eiendom AS og Narve Rosfjord Eiendom AS (samlet omtalt som "**Selgerne**") inngikk 6. mai 2022 en avtale ("**Avtalen**") om at Optimera skal kjøpe 100 % av aksjene i Lyngdal Byggeforretning AS ("**Lyngdal Byggeforretning**") ("**Transaksjonen**").

Vedlegg 1 Aksjekjøpsavtale (unntas offentlighet)

Optimera og Lyngdal Byggeforretning omtales samlet som "**Partene**".

Lyngdal Byggeforretning er i dag tilknyttet Optimera gjennom en franchiseavtale for byggevarekjeden Montér, som eies av Optimera. Etter Transaksjonen vil Lyngdal Byggeforretning være et heleid datterselskap av Optimera. Transaksjonen innebærer dermed at Optimera får varig enekontroll over virksomheten som drives i Lyngdal Byggeforretning, jf. konkurranseloven § 17 (1) bokstav b. Partene har omsetning som overskrider

tersklene for meldeplikt, jf. krrl. § 18 (2). Transaksjonen utgjør dermed en meldepliktig foretakssammenslutning, jf. krrl. § 18.¹

Partene ønsker å gjennomføre Transaksjonen 1. juli 2022. Gjennomføring forutsetter godkjenning fra Konkurransetilsynet.

Transaksjonen er ikke underlagt meldeplikt til andre konkurransemyndigheter, og krever ikke konsesjoner eller tillatelser etter annen norsk lovgivning.

3 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

3.1 Optimera AS

3.1.1 Saint-Gobain

Optimera eies og kontrolleres av Saint-Gobain Distribution Nordic AB (Sverige) (100 %), som videre eies av det franske industrikonsernet *Compagnie de Saint-Gobain* ("**Saint-Gobain**"), som produserer og distribuerer et bredt spekter av materialer og produkter for bruk innen bygg- og anleggsvirksomhet. Saint-Gobain ble stiftet i Frankrike i 1665, har hovedkontor i Courbevoie i Frankrike, og er notert på Euronext-børsen i Paris. Saint-Gobain har virksomhet i 67 land over hele verden, har over 170 000 ansatte, og omsatte for omkring 38,1 milliarder EUR i 2020.

Saint-Gobain er organisert i tre hovedvirksomhetsområder: (i) *Innovative Materials*, (ii) *Construction Products*, og (iii) *Building Distribution*:

- (i) *Innovative Materials* ("**SGIM**") omfatter glass og høyteftelsesmateriale ("High-performance materials" - "MPM"). Med hensyn til glass er Saint-Gobain gruppen aktiv i produksjon og salg av industrielt glass, herunder speil, vinduer og frontruter, i hovedsak til bruk innen bygg- og anlegg- og kjøretøyssektoren. HPM-virksomheten er fokusert på produksjon og salg av tre hovedtyper av materialer. Mineralkeramikk (keramiske materialer, pulver, krystaller og slipemidler), polymerer med høyteftelse (teftelsesplast) og glassmaterialer til bygg- og anleggs og industriproduksjon (gjennom enheten Saint-Gobain Adfors).
- (ii) *Construction Products* ("**SGCP**") inkluderer isolasjonsprodukter, gips, støpejernrørssystemer og m6rtel. Saint-Gobain gruppen er, gjennom datterselskapet Saint-Gobain ISOVER, produsent av byggisolasjon og tekniske isolasjonsprodukter, med tilstedeværelse på en rekke nasjonale markeder. Tilsvarende er det virksomhetsenheten Gyproc som særlig produserer gipsprodukter.
- (iii) *Building Distribution* ("**SGBD**") består av en rekke selskaper og kjede- og franchisekonsepter aktive innen distribusjon av byggematerialer mot i hovedsak et profesjonelt kundesegment.

SGIM er til stede i Norge ved følgende selskaper:

- Saint-Gobain Bøckmann AS, aktivt inne levering av glass- og glassløsninger til bygninger
- Saint-Gobain Autover Norge AS, aktivt innen levering og utskiftning av bilruter
- Saint-Gobain Abrasives AS, aktivt innen salg av slipe- og bryningsprodukter

¹ Som beskrivelsen under kapittel 5 nedenfor viser, er Melder av den oppfatning at det ikke er noen horisontal overlapp mellom Partenes virksomheter. Markedsandelene i eventuelt horisontalt overlappende markeder vil uansett være under 20 %. Videre viser beskrivelsen at Partene ikke har markedsandeler over 30 % i noe vertikalt overlappende marked. Vilkårene for å inngi forenklet melding er dermed oppfylt, jf. forskrift om melding av foretakssammenslutninger § 3 (1) nr. 3.

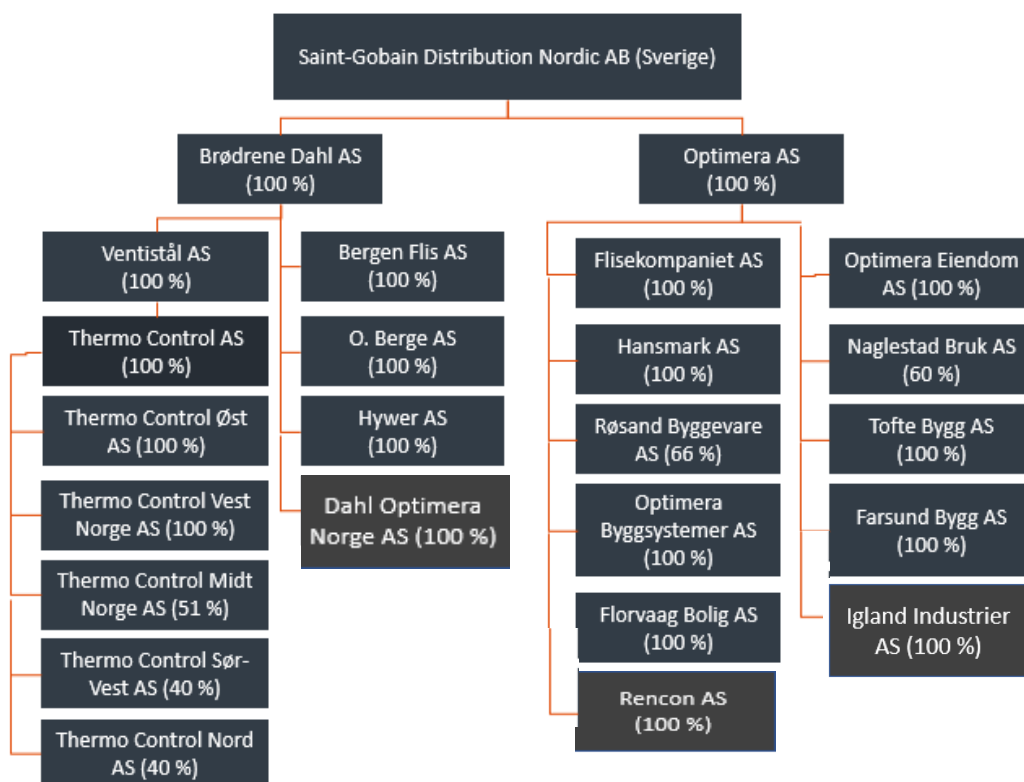
- Saint-Gobain Ceramic Materials AS, aktivt inne produksjon og salg av silisiumkarbid

SGCP er til stede i Norge gjennom selskapet Saint-Gobain Byggevarer AS, som har følgende hovedvirksomhetsområder:

- Saint Gobain GYPROC, aktivt innen produksjon og salg av gips og en rekke type gipsprodukter, herunder gipsplater
- Saint-Gobain WEBER, aktivt innen produksjon og salg av ferdigblandede løsninger og mørtler for gulvlegging, fasader og flislegging.
- LECA, aktivt særlig inne produksjon av blokker - til bruk av såkalt utvidet leire ("expanded clay") – kjent som LECA-blokker - til bruk inne bygg- og anleggssektoren, herunder boligbygging, infrastrukturprosjekter og vannforvaltningssystemer og demninger;
- PAM, som er den norske enheten for salg av Saint-Gobain gruppens PAM-løsninger til rørsystemer.

SGBD er til stede i Norge gjennom selskapene som er eiet av Saint-Gobain Distribution Nordic AB (se Figur 1).

Figur 1 Saint-Gobain Distribution Nordic AB (Sverige)



De deler av konsernets virksomhet i Norge utover Optimera som har et grensesnitt mot byggevarevirksomheten i Lyngdal Byggeforretning, og dermed relevans for foretakssammenslutningen, omtales noe nærmere i det følgende:

- **Saint Gobain Byggevarer AS ("SGB")** er under varemerket Weber produsent og leverandør av mur- og betong og kjemirelaterte produkter til byggevarehandelen. Sortimentet omfatter blant annet mørtler, herunder standard sement og betong i sekker, ekspanderende mørtel, spesialstøp, sparkel og

avrettingsmasser, overflatebehandlinger og impregneringer. Ytterligere informasjon er tilgjengelig på www.weber-norge.no

- SGB er under varemerket **Leca** produsent og leverandør av blokker av såkalt utvidet leire ("**expanded clay**") - herunder lettklinkerblokker også kjent som LECA-blokker - samt varige produkter fra expanded clay til bruk innen bygg- og anleggssektoren, herunder boligbygging, infrastrukturprosjekter mv. Ytterligere informasjon er tilgjengelig på <http://www.leca.no/>.
- SGB er under varemerket **Gyproc** produsent og distributør av primært ulike typer gipsplater (innervegg, yttervegg og gulv) og tilhørende produkter (profilprodukter, skruer, sparkel og verktøy). Gyproc tilbyr også himlingsprodukter slik som akustikkplater, men dette representerer en begrenset andel av omsetningen. Ytterligere informasjon om Gyproc er tilgjengelig på www.gyproc.no/.
- **GLAVA AS ("Glava")**, et heleid datterselskap av SGB, er produsent og distributør innen isolasjonsmaterialer, himlingsprodukter og relaterte produkter til byggsektoren. Selskapet produserer og selger et bredt utvalg av isolasjonsprodukter til et stort spekter av forhandlere i Norge, samt at de har noe direktesalg. Glava har hovedkontor i Askim og produksjonsanlegg i Askim, Stjørdal og Spydeberg. Salg, markedsføring og kundeservice er organisert sentralt i Oslo, med lokale representanter over hele landet. Glava har ca. 300 ansatte. Selskapets hovedprodukt er glassull, som er et vanlig isolasjonsmateriale. I tillegg produserer og selger selskapet egenprodusert skumisolasjon. Glava selger i hovedsak sine produkter til byggevarekjeder og øvrige utsalgssteder gjennom Optimera som grossist. Ytterligere informasjon om Glava er tilgjengelig på www.glava.no.
- **Brødrene Dahl AS** driver grossistvirksomhet innen spesialsegmentet for tekniske byggprodukter og opererer ca. 50 VVS-servicesentre rundt om i landet, med hovedkontor i Oslo. Selskapet er aktiv som fullsortimentsgrossist i hovedsak innen følgende produktsegmenter:
 - Varme, ventilasjon og sanitær (VVS), hvor kundene i all hovedsak er rørleggere og rørleggerkjeder, samt utbyggere av fast eiendom,
 - Vann og miljøteknikk (VMT), hvor kundene i hovedsak er kommuner og statlige virksomheter, samt entreprenører som utfører offentlige VA oppdrag, og
 - Skips- og industribyggingsprodukter (SI), hvor kundene i hovedsak er norske industribedrifter og skipsverft i inn- og utland.

Brødrene Dahl AS har en rekke heleide datterselskaper, herunder Ventistål AS (ventilasjonsgrossist), Bergersen Flis AS (totalleverandør av baderomsløsninger, herunder fliser, baderomsløsninger, VVS-produkter og spesialverktøy), O. Berge AS (leverandør av VVS-produkter til profesjonelle rørleggerfirmaer), Hywer A/S (leverandør av vannkraftanlegg) og Dahl Optimera Norge AS (Management og felles konserntjenester for Saint-Gobains distribusjonsvirksomheter i Norge).

For mer informasjon om Brødrene Dahls prosjekter og virksomhet, se www.dahl.no. Utenom konsernets virksomhet innenfor byggevarer, som utøves gjennom selskapene Optimera, SBG (Weber-, Leca- og Gyproc-produkter), Glava og Brødrene Dahl, har konsernets virksomhet i Norge ikke relevans for ervervet av Lyngdal Byggeforretning og omtales derfor ikke nærmere i det følgende.

For mer informasjon om Saint-Gobain, se www.saint-gobain.com.

3.1.2 Optimera AS

Optimera driver virksomhet innen salg og distribusjon av byggevarer, trelast og interiør, i tillegg til engrosvirksomhet til egneide og tilknyttede byggevarerhus, salg til industrien, tomteutvikling og produksjon av prefabrikkerte løsninger. Optimera har ca. 2 000 ansatte fordelt på hovedkontor og ca. 200 utsalgssteder.

Optimera betjener et bredt spekter av kunder, inkludert forbrukere, semi-profesjonelle aktører, mindre entreprenører og murerbedrifter, husbyggere og store entreprenører. Optimera er organisert i syv divisjoner. Disse betjener sine respektive markedssegmenter gjennom en desentralisert organisering:

- **Montér** er Optimeras kjedekonsept for "gjør det selv"-markedet, byggmestere, håndverkere og entreprenører. Montér har 139 byggevarerhus, hvor 84 egneide og 55 selvstendige kjedemedlemmer/franchisetakere, som betjener alle kundeselementene. I tillegg har Optimera 16 proffsentere som er innrettet spesielt for å betjene større profesjonelle kunder.
- **Optimera Handel** er selskapets salgskanal mot industri og frittstående forhandlere innen byggevarer og trelast, maling, interiør og jernvare.
- **Optimera Byggsystemer** tilbyr et bredt spekter av tekniske tjenester, og produserer prefabrikkerte løsninger, komplette konstruksjonspakker ("**precut**") og ferdigelementer som veggelementer og skreddersydde takstoler. Optimera Tomteutvikling tilrettelegger og igangsetter boligfelter for utbygging.
- **Flisekompaniet** driver import og salg av keramiske fliser, samt fliser i naturstein, med tilhørende produkter i Norge. I tillegg selger Flisekompaniet baderomsinnredning og parkett. Virksomheten omfatter drift av butikkjeden Flisekompaniet, som i dag består av 28 utsalgssteder hvorav 16 egneide butikker og resten franchisetakere. For utdypende informasjon om Flisekompaniet vises til melding av foretakssammenslutning inngitt av Optimera AS 8. juli 2016.
- **Optimera Logistikk** tar seg av varemottak, lagerlegging og transport med 200 medarbeidere, 10 logistikklagre og 100 distribusjonsbiler. Optimera Logistikk tilbyr kundetilpassede logistikk-løsninger og tar sikte på å være en aktiv logistikkpartner gjennom hele byggefasen.
- **Hansmark** er en byggevareaktør med virksomhet i de fire største byene i Sør-Norge som tilbyr i hovedsak salg og utleie av forskalingsutstyr til grunnentreprenører, samt fører et begrenset utvalg av byggevarer rettet mot spesialistsegmentet. Hansmark selger, i likhet med Optimeras søsterselskap Glava, også skumplastisolasjon, samt mur-, betong- og kjemiprodukter som Optimera Weber selger til byggevareaktører.
- **Igland Industrier** leverer ferdiggarasjer til slutt kunder og håndverkere som setter opp garasjer for slutt kunder. Denne virksomheten er nærmere beskrevet i konkurransemelding inngitt av Optimera 7. januar 2022.

Optimera eier datterselskapene Optimera Eiendom AS (eiendom) (100 %), Florvaag Bolig AS (100 %) (husbygging), Hansmark AS (forskalingssleverandør), Flisekompaniet AS (100 %) (salg av fliser), Optimera Byggsystemer AS (100 %), Igland Industrier AS (ferdiggarasjeleverandør), Naglestad Bruk AS (60 %) (produsenter av prefabrikkerte byggeelementer), byggevarerhusene Farsund Bygg AS (100 %) Røsand Byggevarer AS (66 %). Selskapet har i tillegg mindretallsinteresser i flere utbyggingsselskaper og byggevareforhandlere.

Optimera hadde konserninntekter på NOK 10 159 millioner i 2020, og hadde et resultat på NOK 408 millioner.

Mer informasjon om Optimera finnes på www.optimera.no.

3.2 Lyngdal Byggeforretning AS

Før Transaksjonen eies Lyngdal Byggeforretning av Kvavikstranda AS (20 %), SRL Eiendom AS (20 %), Høvleriservice AS (20 %), Batteriveien Eiendom AS (20 %) og Narve Rosfjord Eiendom AS (20 %) (Selgerne).

Lyngdal Byggeforretning eier og driver fem byggevarehus på Sørlandet: Montér Lyngdal, Montér Farsund, Montér Kvinesdal, Montér Flekkefjord og Montér Vanse. Som nevnt er alle varehusene franchisetakere hos Montér.

Virksomheten omfatter salg av et bredt utvalg byggevarer, blant annet trelast og byggevarer, dører og vinduer, maling, jernvare og verktøy, i tillegg til en del hage- og interiørartikler.

At varehusene er franchisetakere hos Montér innebærer at mesteparten av innkjøpet skjer via Montér-kjeden, og i 2021 var andelen innkjøp gjennom kjeden ca. █%. Varer som ikke kjøpes via kjeden er █%

Varehusene selger byggevarer til både privatpersoner (privatmarkedet) og bedrifter (proffmarkedet), i hovedsak håndverksbedrifter, og i 2021 utgjorde omsetningen til privatpersoner ca. █% av det samlede salget.

Lyngdal Byggeforretning hadde konserninntekter på 259 millioner kroner i 2020, og hadde et resultat på 14 millioner kroner.

Mer informasjon om Lyngdal Byggeforretning finnes på www.byggeforretning.no.

4 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT I NORGE

Tabell 1 Omsetning og driftsresultat i Norge i 2020

Navn	Omsetning, 2020 (Tall i tusen NOK)	Driftsresultat, 2020 (Tall i tusen NOK)
Melder		
Optimera AS (konsern)	10 159 082	407 960
Målselskap		
Lyngdal Byggeforretning AS	258 849	13 723

5 RELEVANTE MARKEDER

5.1 Innledning

Som beskrivelsen av Partenes virksomheten ovenfor viser, har Partene overlappende virksomheter innen salg av byggevarer. Optimera driver både grossistsalg og detaljsalg, mens Lyngdal Byggeforretning kun driver detaljsalg.

Dette innebærer at Partene har horisontalt overlappende virksomhet i produktmarkedet detaljsalg av byggevarer, mens det er vertikal overlapp mellom Optimeras grossistsalg av byggevarer og Lyngdal Byggeforretnings detaljsalg av byggevarer.

For fullstendighetens skyld gjentas at Saint Gobain også har annen detaljvirksomhet innen byggevaresegmentet, herunder gjennom Flisekompaniet (datterselskap av Optimera) og Bergersen Flis (datterselskap av Brødrene Dahl AS). Både Flisekompaniet og Bergersen Flis er spesialistaktører rettet inn mot flis- og badereomsprodukter, mens Brødrene Dahl er spesialisert inn mot VA- og VVS-produkter. Disse er altså ikke byggevarehus med bredt varesortiment tilsvarende Montér, XL-Bygg osv. Aktører som Flisekompaniet, Bergersen Flis og andre spesialistaktører utøver likevel åpenbart et konkurransepress på de mer generelle byggevarehusene innenfor sine varesegmenter. For denne meldingen er Melder imidlertid av den oppfatning at det ikke er nødvendig å hensynta spesialistaktørene, idet Transaksjonen uansett ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe marked, slik dette er nærmere beskrevet i det videre.

5.2 Detaljsalg av byggevarer

5.2.1 Produktmarkedet

5.2.1.1 Overordnet om markedet

Totalmarkedet for byggevarevirksomhet i Norge består av byggevareutsalg med et bredt utvalg av trelast, diverse byggevarer og interiørvarer, slik som Montér, samt en rekke spesialister med et smalere og til dels annet sortiment, for eksempel Flisekompaniet, som kun tilbyr flis og våtromsartikler. Innenfor salg av alt annet enn trevare møter byggevarekjedene også konkurranse fra aktører som Biltema, Jula og Clas Ohlson, som blant annet har et bredt utvalg av verktøy og jernvare. Markedet er preget av mange kjedesammenslutninger, som står for anslagsvis halvparten av totalmarkedet.

Distribusjon av byggevarer gjøres gjennom ulike kanaler og gjennom ulike detaljsegment. Til større profesjonelle kunder distribueres produkter dels direkte fra produsenter/grossister, uten å gå via byggevarehus mv. Direkte distribusjon av byggevarer skiller seg fra salg fra byggevarehandelen dels ved at produkter leveres i bulk til profesjonelle aktører (f.eks. til et byggeprosjekt) og dels ved at selve produktene som tilbys gjennom direkte distribusjon har større grad av spesialisering og tilpasning.

Innen byggevarehandelen kan det videre skilles mellom ulike typer utsalg, hvor ett skille kan trekkes mellom generalistutsalg eller fullsortimentsutsalg på den ene siden, og spesialistutsalg på den andre.² Kommisjonen har videre antydnet en mulig oppdeling mellom (i) grossistsalg av byggevarer, (ii) detaljhandel med byggevarer til profesjonelle kunder (hovedsakelig byggentreprenører og håndverksvirksomheter), og (iii) detaljhandel med byggematerialer til ikke-profesjonelle kunde (primært gjennom "gjør det selv"-varehus).³

Det er etter Melders oppfatning ikke behov for å ta endelig stilling til mulige avgrensninger mellom ulike typer byggevareutsalg, da Transaksjonen uansett ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe marked.

Lyngdal Byggefretning driver som nevnt fem byggevarehus som franchisetaker i Montér-kjeden. Byggevarehusene tilbyr et bredt sortiment av byggevarer og opererer i generalist-segmentet, som tilbyr varer til både private og profesjonelle kunder.

² Et slikt skille er indikert i blant annet sak COMP/M.1974 *Compagnie De Saint-Gobain/Raab Karcher*, COMP/M.307 *Saint-Gobain/Dahl* og COMP/M.3943 *Saint-Gobain/BPB*.

³ COMP/M.1974 *Compagnie De Saint-Gobain/Raab Karcher* og COMP/M.307 *Saint-Gobain/Dahl*

I Saint-Gobain-gruppen er det i Norge Optimera, gjennom sine kjedekonsepser, som er aktiv i generalistsegmentet for distribusjon av byggevarer gjennom byggevarehus, herunder gjennom kjedekonseptene Montér og Pluss. Også dette er, som nevnt, fullsortiment byggevarehus i generalistsegmentet.

Som beskrevet under punkt 3.1 ovenfor har Optimera både egneide og selvstendige franchisetakere som medlemmer i Montér. Kjedekonseptet Pluss består utelukkende av selvstendige butikker, hvor Optimera kun opererer som grossist.

Øvrig detaljistvirksomhet i Saint Gobain-gruppen opererer i sine respektive spesialistsegmenter, herunder Brødrene Dahl (inkludert Bergersen Flis) og Flisekompaniet (som eies av Optimera), og fokuserer på hhv. VA- og VVS-produkter og flis- og baderomsprodukter. Spesialistaktører utøver i varierende grad et konkurransepress på byggevarehusene innenfor de relevante varegruppene, og vil derfor inngå i et samlet bilde av konkurransesituasjonen. Dette gjelder også aktører som Biltema, Jula, Jernia og Clas Ohlson, som konkurrerer med Partene innenfor flere varegrupper, herunder verktøy, jernvare og interiør- og hageartikler. For denne meldingen er Melder imidlertid av den oppfatning at det ikke er nødvendig å ta endelig stilling til hvorvidt disse skal anses å inngå i det relevante produktmarkedet, da Transaksjonen uansett ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe marked.

Melder antar at det for denne meldingen er tilstrekkelig å legge til grunn et detaljistmarked for salg av et bredt utvalg byggevarer fra byggevarehus, hvilket omfatter både Optimeras og Lyngdal Byggeforretnings virksomheter.

Hoveddelen av salget fra leverandørene, på tvers av alle produktkategorier, går til byggevarehandelen, i all hovedsak gjennom avtaler med kjedene, herunder aktører som Optimera. Overfor byggevarehusene er altså verdikjeden som klart utgangspunkt (i) Leverandør (Leca, Glava, Gyproc osv.) (ii) grossist byggevarer (kjedene, som Optimera), og (iii) byggevarehusene (som Lyngdal Byggeforretning og øvrige medlemmer i Montér-kjeden).

I tillegg til Optimeras byggevarer virksomhet produserer og selger andre selskap i Saint-Gobain-gruppen (Glava og SGB (Leca- og Weber-produkter)) byggevarer direkte til slutt kunder. Dette omfatter kun visse segmenter av profesjonelle kunder, i hovedsak industrielle aktører. Produkter som distribueres direkte til profesjonelle kunder skiller seg også fra produkter som tilbys gjennom byggevarehandelen:

- **Glava:** Mesteparten av Glavas salg går til [REDACTED] Øvrig salg går i all hovedsak til [REDACTED] [REDACTED] som benytter isolasjonsprodukter i forbindelse med [REDACTED] Salg til [REDACTED] mv. er begrenset.
- **Weber:** [REDACTED] % av salg av Weber-produkter går til [REDACTED] består i all hovedsak av [REDACTED]
- **Leca:** Alt salg av Leca-blokker (blokker bestående av lettlinkekuler) går til [REDACTED] Løse lettlinkekuler, som kan benyttes til å støpe spesifikke konstruksjoner, selges [REDACTED]

Det at produktene som tilbys gjennom byggevarehandelen og direktedistribusjon i all hovedsak er ulike understøtter et skille mellom distribusjonskanalene for salg av byggevarer. Det kan ikke utelukkes at profesjonelle kunder som kjøper Glava-, Weber- eller Leca-produkter direkte også kjøperprodukter fra byggevarehandelen ved leilighet. Produktenes ulike karakter og den begrensede andelen salg gjennom direktedistribusjon av de nevnte produktene tilsier imidlertid begrenset konkurransetrykk fra direkte salg mot byggevarehusene. Byggevarehusene konkurrerer altså primært mot andre byggevarehus, og Saint-Gobains direkte salg til slutt kunder er ikke nærmere behandlet i det videre.

For denne meldingen legger Melder til grunn at det er tilstrekkelig å se hen til at samlet marked for detaljsalg av et bredt utvalg byggevarer fra byggevarehus til slutt kunder.

5.2.2 *Det geografiske markedet*

Som beskrevet i kapittel 3.1 ovenfor har Optimera 84 egneide Montér byggevarehus, i tillegg til 55 selvstendige kjedemedlemmer/franchisetakere (hvorav Lyngdal Byggeforretning utgjør fem). Disse byggevarehusene er spredt over hele landet, fra Mandal i sør til Nordkapp i Nord.

Lyngdal Byggeforretning har fem byggevarehus i henholdsvis Lyngdal, Vanse, Farsund, Flekkefjord og Kvinesdal, et område som samlet utgjør Lister-regionen i Agder.

Markedet for distribusjon av byggevarer gjennom byggevarehus har både nasjonale og lokale/regionale dimensjoner. I et nasjonalt perspektiv er markedet preget av kjedestrukturer som har stort, til dels nasjonalt, geografisk nedslagsfelt, og hvor hovedsortiment og kampanjer mv. kan styres fra sentralt hold. Flere aktører er til stede i de fleste områder av landet og konkurransen, og bransjestatistikk oppgis ofte i nasjonalt perspektiv.

Kundeperspektivet gir på sin side en lokal eller regional dimensjon til den geografiske utstrekningen av markedet. Det er også i overensstemmelse med generell praksis for detaljvirksomhet å definere snevrere geografiske markeder basert på kundens reisevillighet og lokale variasjoner.⁴ Også Kommisjonen har vurdert om detaljsalg av byggematerialer til profesjonelle kunder fra generalistbutikker kan være nasjonalt, regionalt eller lokalt, men holdt avgrensningen åpen.⁵

En presis geografisk avgrensning av det relevante markedet for byggevarer lar seg vanskelig gjøre generelt, ettersom variabler slik som kostbarheten av byggevarer, innkjøpets størrelse og kundegruppen vil ha innvirkning på avgrensningen. For de fleste slutt kunder vil kjøreavstand til byggevarehuset, eventuelt kjøreavstand for levering fra byggevarehuset, innebære at markedet har en lokal dimensjon, i tråd med annen detaljistvirksomhet fra fysiske utsalgssteder. Som nærmere beskrevet i kapittel 6.2 nedenfor utgjør Lyngdal Byggeforretning et geografisk dekningsområde i Optimeras byggevarekjede Montér og anses ikke å konkurrere med Optimeras egne byggevareutsalg. Melder mener derfor at det ikke foreligger et geografisk overlappende horisontalt marked.

Melder er uansett av den oppfatning at det ikke er nødvendig å ta endelig stilling til den geografiske utstrekningen av markedet, da Transaksjonen uansett avgrensning ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe marked. I det videre vil det derfor gis informasjon på både nasjonalt og lokalt/regionalt nivå.

5.3 **Grossistsalg av byggevarer**

5.3.1 *Produktmarkedet*

Som beskrevet i kapittel 3.1 og 5.2 ovenfor har Optimera grossistsalg av byggevarer til profesjonelle, herunder til byggevarehandelen. Det er altså en vertikal overlapp mellom Optimeras grossistsalg av byggevarer til byggevarehandelen og Lyngdal Byggeforretnings detaljsalg av byggevarer fra byggevarehus.

⁴ Case No. COMP/M.3142 – CVC / Danske Trælast, para 14 og 15.

⁵ Case M.7703 – avsnitt 18 og 22.

Siden Lyngdal Byggeforretning allerede inngår som franchisetakere i Montér-kjeden, kjøper Lyngdal Byggeforretning i dag omtrent [redacted] % av sitt sortiment gjennom kjeden. Optimera antar at dette også er representativt for andre kjeder.

For varehus tilknyttet en kjede, som i praksis gjelder de aller fleste av byggevarehus i Norge, vil kjedetilknypningen være bestemmende for hvor varehuset kjøper varene sine fra. Varesortiment fra gruppen vil altså i stor grad være bestemmende for hvilke varer et varehus kjøper inn og tilbyr sine kunder.

Optimera som franchisegiver og (hoved)grossist for Montér, og grossistledet til andre byggevarekjedene, er derfor generalister med et bredt utvalg av varer. Som nevnt i tilknytning til Lyngdal Byggeforretning, kjøper byggevarekjedene enkelte produkter fra andre leverandører, som typisk er vertikalt integrerte leverandører eller grossister som spesialiserer seg på én produktkategori, for eksempel gulv, PVC-vinduer, trapper med mer.

Idet Transaksjonen uansett ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe marked, er Melder av den oppfatning at det for denne meldingens vedkommende ikke er nødvendig å konkludere endelig på avgrensningen av produktmarkedet, men anser at det er tilstrekkelig å legge til grunn et samlet marked for grossistsalg av byggevarer til varehus, hvilket i all hovedsak omfatter salg fra de store grossistkjedene.

5.3.2 *Det geografiske markedet*

Grossistleverandører av byggevarer selger og distribuerer varer til kunder i hele landet, og i flere tilfeller også på tvers av landegrenser. På samme måte kjøper byggevarehusene varer fra både nasjonale og internasjonale leverandører. Dette taler for at markedet er minst nasjonalt i utstrekning.

Den geografiske utstrekningen av markedet vil kunne avhenge av hvilken varegruppe man vurderer. Uavhengig av varegruppe er Melder imidlertid av den oppfatning at grossistsalg og -kjøp er minst nasjonalt i utstrekning.

Et slikt standpunkt underbygges av praksis fra Kommisjonen, hvor det anses at markedet for grossistsalg av byggevarer er minst nasjonalt i utstrekning, og mulig enda videre, uten at det konkluderes endelig.⁶

Melder er derfor av den oppfatning at grossistmarkedet for byggevarer er minst nasjonalt i utstrekning, og sannsynligvis større. For denne meldingen legger Melder likevel til grunn at det er tilstrekkelig å se hen til et nasjonalt avgrenset marked for grossistsalg av byggevarer.

5.4 **Oppsummering**

For denne meldingens vedkommende legger Melder til grunn to relevante markeder.

For det første har Partene potensielt horisontalt overlappende virksomhet i produktmarkedet for detaljsalg av byggevarer fra byggevarehus. Dette markedet er nærmere beskrevet i kapittel 6.2 nedenfor. Som videre underbygget i kapittel 6.2 anser Optimera at Partene ikke er aktive i samme geografiske marked, og at det derfor ikke foreligger noe horisontalt overlappende marked.

For det annet har Partene vertikalt overlappende virksomhet i grossistmarkedet for byggevarer, hvor Optimera er grossist, og Lyngdal Byggeforretning er kunde. Dette markedet er nærmere beskrevet i kapittel 6.3 nedenfor.

⁶ M.7703, avsnitt 17.

6 TRANSAKSJONEN VIL IKKE HINDRE EFFEKTIV KONKURRANSE I NOE MARKED

6.1 Overordnet om forholdet mellom Partenes virksomheter

Som beskrivelsene ovenfor viser er det potensielt horisontal (på produktnivå) og vertikal overlapp mellom Partenes virksomheter.

Overordnet peker Melder på at det ikke skjer noen umiddelbar endring eller konsolidering i noe marked, idet Lyngdal Byggeforretning allerede er franchisetaker i Montér før Transaksjonen.

Transaksjonen innebærer at eierskapet og den konkurranserettslige kontrollen over de fem byggevarehusene endres, uten at det skjer noen konsentrasjon på kjedenivå.

For en kunde som skal kjøpe byggevarer vil det ikke være naturlig å vurdere to varehus i samme kjede opp mot hverandre, idet varehusene for kundene vil fremstå like.

Dette taler for at det i praksis er begrenset konkurranse mellom Lyngdal Byggeforretnings Montér-varehus og de øvrige varehusene i Montér-kjeden, herunder både egneide og andre franchisemedlemmer.

For den vertikale overlappen gjør de samme hensynene seg langt på vei gjeldende. Som franchisetaker i Montér-kjeden skjer det meste av innkjøpet via kjeden, og for Lyngdal Byggeforretnings varehus ligger denne andelen på over [redacted] %.

[redacted] Dermed skjer det heller ikke her noen faktisk konsentrasjon, utover at eierskapet til varehusene endres.

Dersom man ser på Transaksjonen som en faktisk konsolidering, fordi Optimera erverver konkurranserettslig kontroll over virksomheten i Lyngdal Byggeforretning før Transaksjonen, vil Transaksjonen uansett ikke hindre effektiv konkurranse i noe marked. Dette er nærmere beskrevet i det videre.

6.2 Markedet for detaljsalg av byggevarer

Partenes størrelser og posisjoner i markedet for detaljsalg av byggevarer vil avhenge av den geografiske avgrensningen av markedet.

Partene vil ha geografisk overlappende virksomhet i et **nasjonalt marked**. Ifølge tall fra Virke omsatte norsk byggevarehandel (ekskludert spesialistomsetning) for NOK 58,7 milliarder i 2021. Optimera hadde en omsetning i dette markedet fra egne byggevarehus på ca. NOK [redacted] milliarder i 2021, mens Lyngdal Byggeforretning hadde en omsetning på ca. NOK 260 millioner. Dette gir en samlet markedsandel på ca. [redacted] %. Dersom man inkluderer omsetning fra både egneide varehus og franchisevarehus har Optimera en omsetning i dette markedet på ca. NOK 14,5 milliarder, hvilket utgjør en markedsandel på ca. 25 %.

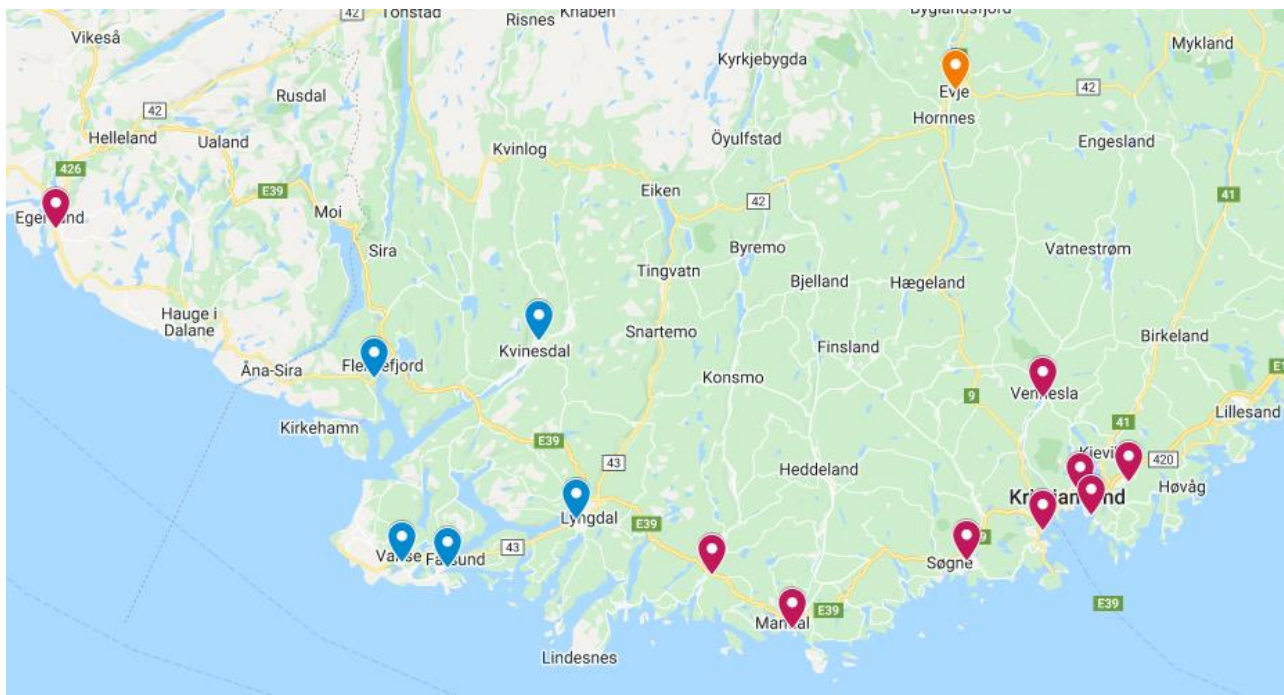
I et potensielt **snevvrere avgrenset marked** er Melder av den oppfatning at det er liten eller ingen overlapp mellom Partenes virksomheter.

Dette underbygges intuitivt av at Lyngdal Byggeforretning er franchisetaker i Montér. Det ligger i franchise-/kjedekonseptet at kjeden består av butikker som i konkurransesammenheng skal være supplerende, og ikke overlappende. Selv om de enkelte kjedemedlemmene er selvstendige markedsaktører som selv bestemmer over sentrale konkurranseparametere, innebærer Lyngdal Byggeforretnings medlemskap i Montér forutsetningsvis en vurdering fra Optimera/Montérs side av at de aktuelle varehusene ligger i geografier som ikke allerede betjenes

av et eksisterende Montér-varerhus, altså at Lyngdal Byggeforretning *supplerer* og utfyller Montér-kjedens geografiske dekningsområde.

En konkret vurdering av butikkenes plassering bekrefter dette. Kartet nedenfor viser plasseringen av Partenes varehus på Sørlandet. Optimeras egneide Montér-varerhus er røde, mens Lyngdal Byggeforretningens Montér-varerhus er blå. Melder har for fullstendighetens skyld også inkludert Optimera Evje (oransje), som er franchisetaker.

Bilde 1 Kart over Partenes varehus



Som kartet viser har Lyngdal Byggeforretning sine varehus i Lister-regionen, som består av kommunene Lyngdal, Hægebostad, Sirdal, Kvinesdal, Farsund og Flekkefjord. Som kartet viser har ikke Optimera egne varehus i dette området. Optimeras varehus ligger øst for Lindesnes mot Kristiansand, samt i Egersund i Rogaland.

Tabellen nedenfor viser kjøreavstanden mellom Lyngdal Byggeforretningens varehus og Optimeras varehus. Varehus hvor avstanden er 20-40 kilometer er markert i gult, 40-100 kilometer er markert i lysegrønn, og over 100 kilometer er markert i mørkegrønn.

Tabell 2 Avstand mellom Partenes nærmeste varehus

Lyngdal \ Optimera	Montér Lindesnes	Montér Mandal	Montér Søgne	Montér Evje*	Montér Vågsbygd	Montér Egersund
Montér Lyngdal	22,2 km	35,9 km	59,7 km	83,6 km	73,1 km	112 km
Montér Farsund	40,7 km	54,3 km	78,2 km	102 km	92,0 km	103 km
Montér Kvinesdal	46,9 km	60,5 km	84,4 km	68,2 km	95,7 km	86,5 km

Montér Flekkefjord	57,7 km	71,4 km	95,2 km	89,0 km	109 km	59,3 km
Montér Vanse	46,9 km	60,5 km	84,4 km	108 km	97,6 km	105 km

*Montér Evje er som nevnt franchisetaker, og ikke eid av Optimera.

Som tabellen viser er det ingen varehus som ligger nærmere hverandre enn 20 kilometer. En avstand på 20 kilometer tilsvarer en kjøretid på ca. 20 minutter, hvilket er avstanden Konkurransetilsynet anga som lengste relevante kjøreavstand fra hagesenter i sitt vedtak *V2012-18 Plantasjen Norge AS – Oddernes Gartneri AS*:

*"Konkurransetilsynet finner etter dette at den geografiske utstrekningen til produktmarkedet ikke vil overstige 20 minutter reisetid med bil fra Oddernes Gartneri, mens det derimot foreligger indikasjoner på at utstrekningen kan være snevrere."*⁷

Melder er naturligvis bevisst at detaljmarkedet for hageartikler og byggevarer ikke nødvendigvis har sammenfallende geografisk utstrekning, men anser at de aktuelle avstandene gir en hensiktsmessig illustrasjon i foreliggende sak. Ifølge Google Maps tar kjøreturen mellom Montér Lindesnes og Montér Lyngdal (22,2 km) ca. 24 minutter, hvilket innebærer at Montér Lyngdal og Montér Lindesnes ikke ligger i samme isokron, dersom man legger til grunn samme kjøreavstand som for hagesenter.⁸

Dersom det tas utgangspunkt i en kjøretid på inntil 20 minutter fra det enkelte varehus vil Montér Lyngdal og Montér Lindesnes ha delvis overlappende isokroner. Overlappen vil imidlertid gjelde et geografisk område mellom Lyngdal og Vigeland (hvor Montér Lindesnes ligger) hvor det er lite bosetning og salg av byggevarer. Begge de aktuelle varehusene anslår å ha klart mer enn 80 % av sin omsetning utenfor området hvor de teoretiske isokronene overlapper. I tråd med praksis fra både Kommisjonen og Konkurransetilsynet kan det legges til grunn at et geografisk dekningsområde omfatter de kundene som står for minst 80 prosent av omsetningen, jf blant annet Konkurransetilsynet vedtak *V2016-6 Umoe Restaurants AS – Dolly Dimple's Norge AS*. Dette innebærer at varehusene i liten eller ingen grad konkurrerer om de samme kundene, og at de kundene som eventuelt inngår i begge varehusenes markeder uansett ikke er nok til å påvirke varehusenes markedsopptreden.

Melder mener på denne bakgrunn at det ikke er noe relevant geografisk marked hvor det er overlapp mellom Partenes virksomheter.

Endelig påpekes at det er betydelig konkurransepress fra andre aktører i området. I Lister-regionen er Birkeland Bruk AS (Byggvell) en betydelig aktør innenfor trelast og byggevarer, med en omsetning på NOK 424 millioner i 2020, og varehus i henholdsvis Lyngdal, Egersund, Moi, Kvinesdal, Farsund Vennesla og Sola.⁹ Av disse varehusene ligger varehusene i Farsund, Lyngdal og Kvinesdal mindre enn 10 minutter unna et av Lyngdal Byggefornetnings varehus i henholdsvis Farsund, Lyngdal, Kvinesdal og Vanse. Fra alle disse varehusene vil det være over dobbelt så langt å kjøre til nærmeste Optimera-varehus som det er å kjøre til et Byggvell-varehus. Dette gjelder også for Montér Flekkefjord, hvor nærmeste Optimera-varehus er 57,7 km unna, mens nærmeste

⁷ Avsnitt 113.

⁸ Alle avstander og reisetider er angitt som oppgitt i Google Maps per 9. mai 2022 ca. kl. 20:00.

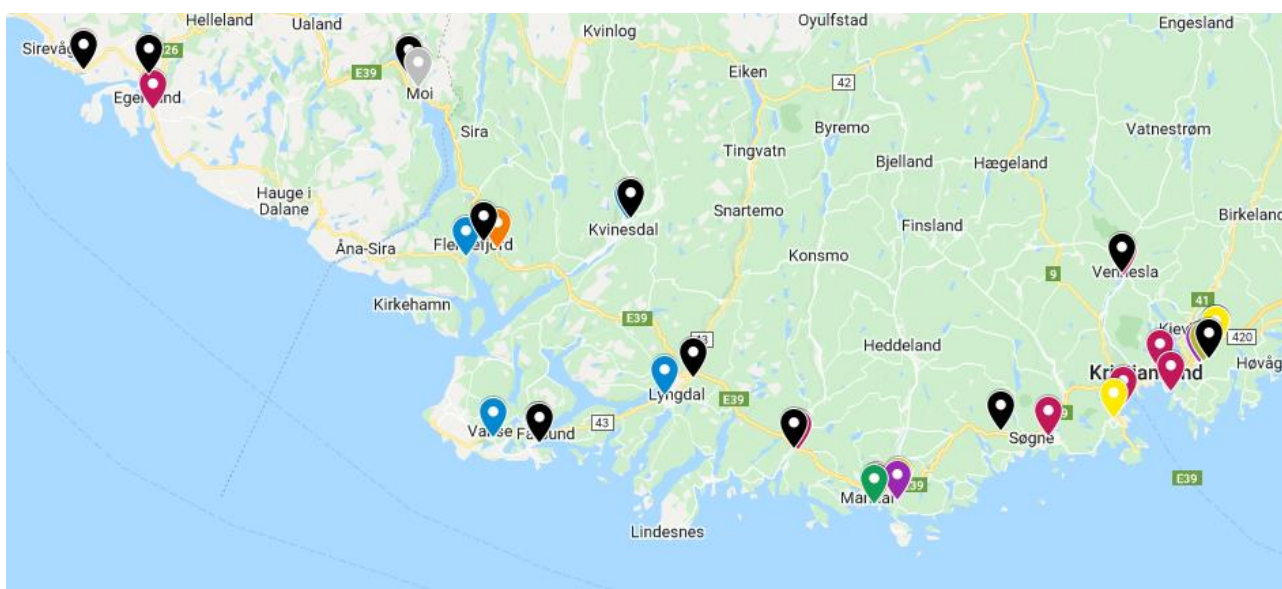
⁹ Birkeland Bruk/Byggvell er tilknyttet Mestergruppen med en innkjøps-/grossistavtale (<https://www.birkelandbruk.no/nyheter/birkeland-bruk-og-mestergruppen-har-inng%C3%A5tt-samarbeid>)

Byggvell-varehus er 28,7 km unna. For Montér Flekkefjord vil imidlertid XL-Bygg Flekkefjord være en enda nærmere konkurrent, da dette varehuset ligger bare 4,9 km unna.

Selv om det geografiske markedet utvides til å omfatte større avstander vil altså nærmeste konkurrent (målt i kilometer) uansett aldri være et annet Montér-varehus.

Kartet nedenfor viser de største aktørene i den aktuelle regionen. I tillegg til Lyngdal Byggforretning (blå) og Optimera (rød), vises Mestergruppen (XL-Bygg, Byggvell og Byggtorget) (sort), Maxbo (grønn), Bygger'n (grå), Byggmakker (gul), OBS! Bygg (gul), Jern & Fix (oransje), Byggmax (olivengrønn) og Neumann Bygg (lilla). I tillegg til de som vises i kartet kommer mindre lokale aktører, samt aktører med enkelte overlappende varegrupper, som Jula, Biltema osv.

Bilde 2 Kart over de største aktørene



Som beskrevet under punkt 6.1 ovenfor er det også et sentralt poeng at en kunde ikke vil oppfatte to varehus i samme kjede, som for eksempel Montér, som konkurrerende varehus. En kunde vil i stor grad antakelig velge mellom ulike kjeder, og ikke mellom varehus i samme kjede, som for kunden fremstår som like.

Som denne redegjørelsen viser, er Melder av den oppfatning at Partene ikke har geografisk overlappende virksomhet. I den grad Konkurransetilsynet skulle mene at den geografiske avgrensningen må gjøres slik at Partenes varehus inngår i samme geografiske marked vil Transaksjonen uansett ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, idet det er flere store aktører til stede i regionen, at det alltid ligger et konkurrerende varehus nærmere enn Partenes varehus, og at slutt kunder uansett i stor grad vil anse de ulike varehusene i samme kjede som like.

Melder er etter dette av den oppfatning at Transaksjonen ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe marked, uavhengig av markedsavgrensning.

6.3 Markedet for grossistsalg av byggevarer

Som beskrevet under kapittel 5.3 ovenfor, er Melder av den oppfatning at markedet for grossistsalg av byggevarer er minst nasjonalt i utstrekning.

På grossistledet har Optimera omsetning til egneide varehus og franchisetakere i de ulike konseptene, i tillegg til omsetning til andre tredjeparter, herunder andre kjeder og varehus.

I et nasjonalt grossistmarked for salg av byggevarer anslår Optimera at [REDACTED] Dette omfatter kun salg til egneide og franchisedrevne varehus.

Optimera vil ikke ha noe incentiv til å begrense sitt produkttilbud ovenfor konkurrerende byggevarehus gjennom avskjæring av innsatsfaktorer eller tilgang til kunder eller distribusjon. Lyngdal Byggeforretning vil kun marginalt påvirke Optimeras markedsposisjon nasjonalt, og vil således ikke ha noen effekt på hvordan andre selskap i Saint-Gobain-gruppen opererer i markedet for grossistsalg av byggevarer.

Samtlige leverandører av byggevarer har insentiv til å spre salg gjennom så mange ulike salgskanaler som mulig for å maksimere salget, for samtlige produktmarkeder, og det være til skade for byggevaregrossistenes markedsposisjon å avskjære Lyngdal Byggeforretnings konkurrenter ved å kun distribuere til konsernet etter foretakssammenslutningen. Konkurrenter i markedet for salg av byggevarer gjennom byggevarehus vil dessuten også etter foretakssammenslutningen ha tilgang til fullgode substituerbare produkter.

Siden Lyngdal Byggeforretnings Montér-varehus allerede dekker det som kan kjøpes fra Optimera via Optimera/Montér, innebærer Transaksjonen uansett liten eller ingen faktisk endring eller konsolidering i dette markedet.

Med hensyn til nedstrømsmarkedet, hvor Lyngdal Byggeforretning er aktiv, vises det til redegjørelsen under punkt 6.2 ovenfor.

Melder er på denne bakgrunn av den oppfatning at Transaksjonen ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe marked.

7 KUNDER, KONKURRENTER OG LEVERANDØRER

7.1 Detaljsalg av byggevarer

7.1.1 Optimera

Tabell 3 Optimeras største kunder, konkurrenter og leverandører i et samlet marked for salg av byggevarer

Kunder	Konkurrenter	Leverandører
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

7.1.2 Lyngdal Byggeforretning AS

Tabell 4 Lyngdal Byggeforretnings største kunder, konkurrenter og leverandører i markedet for salg av byggevarer

Kunder	Konkurrenter	Leverandører
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

7.2 Grossistsalg av byggevarer

7.2.1 Optimera

Tabell 5 Optimeras største kunder, konkurrenter og leverandører i markedet for grossistsalg av byggevarer

Kunder	Konkurrenter	Leverandører
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

7.2.2 Lyngdal Byggeforretning AS

Tabell 6 Lyngdal Byggeforretnings største kunder, konkurrenter og leverandører i markedet for salg av byggevarer

Kunder	Konkurrenter	Leverandører
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

8 REDEGJØRELSE FOR EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Lyngdal Byggeforretning er som nevnt tilknyttet Optimeras kjedekonsept for byggevarer under merkenavnet Montèr. Gjennomtransaksjonen vil Optimera realisere ytterligere synergier, blant annet i form av økt felles innkjøp, logistikk, sortiment og administrative fellesfunksjoner.

Idet Transaksjonen uansett ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i noe marked, anser Melder at det ikke er nødvendig å gjøre ytterligere rede for effektivitetsgevinstene ved Transaksjonen.

9 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

Årsberetninger og årsregnskap for Optimera AS, Lyngdal Byggeforretning AS og Saint-Gobain Distribution Nordic AB ligger vedlagt.

Vedlegg 2 Årsberetning og årsregnskap for Optimera AS, 2020

Vedlegg 3 Årsberetning og årsregnskap for Lyngdal Byggeforretning AS, 2020

Vedlegg 4 Årsberetning og årsregnskap for Saint-Gobain Distribution Nordic AB, 2020

Årsberetninger og årsregnskap for øvrige selskaper er offentlig tilgjengelige i Brønnøysundregisteret.

10 OFFENTLIGHET

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter, jf. konkurranseloven § 18 b og forvaltningsloven § 13. Forretningshemmelighetene er markert i grått i meldingen. Melder ber om at disse opplysningene unntas offentlighet.

Begrunnelse for unntak fra offentlighet ligger vedlagt.

Vedlegg 5 Begrunnelse for unntak fra offentlighet (unntas offentlighet)

For Optimera AS

Advokatfirmaet Selmer AS

Håkon Christoffersen

Vedlegg 1 Transaksjonsavtalen (unntas offentlighet)

Vedlegg 2 Årsberetning og årsregnskap for Optimera, 2020

Vedlegg 3 Årsberetning og årsregnskap for Lyngdal Byggeforretning AS, 2020

Vedlegg 4 Årsberetning og årsregnskap for Saint-Gobain Distribution Nordic AB, 2020

Vedlegg 5 Begrunnelse for unntak fra offentlighet (unntas offentlighet)