

SCHJØDT

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

UNNTATT OFFENTLIGHET

Oslo, 23.06.2022
Saksansvarlig advokat: Olav Kolstad

**KONKURRANSELOVEN § 18
FORENKLET MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING
Johs Olsen Handel ASs erverv av enekontroll i WJ Business Partner AS**

1. KONTAKTINFORMASJON**1.1 Melder**

Navn: Johs Olsen Handel AS
Adresse: Alfarvegen 20
2816 Gjøvik

Organisasjonsnummer: 928 487 776

1.2 Meldernes representant

Navn: Advokatfirmaet Schjødt AS
Adresse: adv. Olav Kolstad/ adv. Morten U. Henriksen
Ruseløkkveien 14, pb. 2444 Solli
0201 Oslo
Telefon: +47 478 71 010 / +47 404 68 550
E-post: Olav.Kolstad@schjodt.com/
Morten.Henriksen@schjodt.com

1.3 Målselskap

Navn: WJ Business Partner AS
Adresse: Olaf Helsets Vei 5
0694 Oslo

Organisasjonsnummer: 924 496 150

2. BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN / OPPKJØPET

2.1 Innledning

(1) Foretakssammenslutningen innebærer at Johs Olsen Handel AS (heretter «**Johs Olsen Handel**») erverver enekontroll over WJ Business Partner AS (heretter «**WJ**»), i fellesskap omtalt som «**Partene**».

2.2 Transaksjonsstrukturen

(2) WJ er i dag et heleid datterselskap av Wittusen & Jensen AS (heretter «**Wittusen & Jensen**» eller «**selger**»).

(3) Transaksjonen er strukturert som et aksjesalg, hvoretter Johs Olsen Handel gjennom aksjekjøpsavtale datert 10. juni 2022 skal erverve 100% av aksjene i WJ. Det er et vilkår i avtalen at transaksjonen skal godkjennes av Konkurransetilsynet, og formell overtakelse vil derfor først finne sted etter at nødvendig godkjenning foreligger.

2.3 Formålet med transaksjonen

(4) [Redacted text]

(5) [Redacted text]

2.4 Meldeplikt

(6) Transaksjoner der en eller flere foretak samlet eller hver for seg varig overtar kontroll over et annet foretak er meldepliktige til Konkurransetilsynet jf. krrl. § 18.

(7) Transaksjonen innebærer at Johs Olsen Handel erverver 100 % av aksjene i WJ. Det er dermed klart at Johs Olsen gjennom aksjekjøpsavtalen oppnår varig enekontroll over WJ, slik at transaksjonen er meldepliktig, jf. § 18, jf. § 17.

(8) Videre har Partene en omsetning som samlet og hver for seg overstiger terskelverdiene i § 18 (2), jf. nærmere om dette under punkt 5.

(9) Samtidig er vilkårene for å inngå forenklet melding oppfylt, da Partenes samlede markedsandel ikke overstiger 20% på det berørte markedet, jf. forskrift om melding av foretakssammenslutninger § 3 (1) nr. 3 bokstav b). Det vises i den forbindelse til oversikten over partenes markedsandeler under punkt 5.

3. BESKRIVELSE AV INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

3.1 Melder – Johs Olsen Handel AS

- (10) Johs Olsen Handel (org. nr. 928 487 776) er et heleid datterselskap av Johs Olsen Holding AS (org. nr. 988 871 737) (samlet «**Johs Olsen-konsernet**»). Primærvirksomheten til konsernet drives i dag gjennom Johs Olsen AS (org. nr. 980 321 800) (heretter «**Johs Olsen**») som driver virksomhet innen handel og engros og eies 100 % av Johs Olsen Handel.
- (11) Johs Olsen Handel er et nyopprettet selskap som skal ha alle aksjer i Johs Olsen-konsernets handelsvirksomhet. I den forbindelse skal Johs Olsen Handel overta 50 % av aksjene i Ødegaard Engros AS (org. nr. 976 485 750) fra Johs Olsen Holding AS. Overføringen av eierposten er konsernintern og medfører ingen realitetsendring i Johs Olsen-konsernets eierskap i Ødegaard Engros AS.
- (12) Johs Olsen er medlem i Norengros AS (heretter «**Norengros**»), som er et kjedesamarbeid bestående av 13 frittstående forbruksvaregrossister. Medlemskapet gir forbruksvaregrossistene tilgang til en organisasjon for felles innkjøp av varer for videresalg. Innkjøpssamarbeidet sikrer medlemmene varer til gunstigere betingelser enn medlemmene kunne ha oppnådd hver for seg. Videre gir medlemskapet medlemmene tilgang til varemerket Norengros, som det enkelte medlem kan benytte ved videresalg av varene. Under Norengros varemerke tilbys også landsdekkende distribusjon til større, landsdekkende kunder. Norengros inngår leveringsavtaler med landsdekkende kunder hvor medlemmene oppfyller avtalene fra sine utsalgssteder. Medlemmene er selvstendige, egenfinansierte foretak som opererer under egne selskapsnavn.
- (13) Gjennom Johs Olsen og Ødegaard Engros driver Johs Olsen Handel med salg av en rekke forbruksvarer til offentlige og private virksomheter i Norge. Fra å være en tradisjonell grossist innenfor kontorrekvisita, har Johs Olsen utviklet seg til å bli en totalleverandør av et bredt sortiment av forbruksvarer til både bedrifter og offentlige etater. Johs Olsen er i dag å anse som en såkalt B2B-distributør som i all hovedsak leverer til bedriftskunder og offentlige etater. Selskapet har kunder over hele landet som foretar bestillinger enten på telefon, internett eller via utsalgssted. Varene kan enten bli sendt til kunden eller hentes av kunden selv på et av stormarkedene.
- (14) Både Johs Olsen og Ødegaard Engros tilbyr forbruksvarer innenfor følgende overordnede produktsegmenter:
- (i) Emballasje/forpakning
 - Produktsegmentet omfatter ulike typer matemballasje, cateringemballasje, bakeriemballasje og take away emballasje, samt ulike typer støtdemping, innpakking og pallesikring. I tillegg omfattes butikkutstyr som f.eks. bæreposer, gavebånd, prismerkemaskiner og tilbehør, plast og papir o.l.
 - (ii) Kontormateriell
 - Produktsegmentet omfatter ulike typer skrivere og scannere, kontormaskiner, skriveredskaper, kontorrekvisita, arkiveringsprodukter og skolemateriell. Videre omfattes lyskilder.

(iii) Storhusholdning/HORECA

- Produktsegmentet kan splittes opp ytterligere i følgende undersegmenter med noe glidende overgang:
 - Bordmiljø og servering: omfatter blant annet servietter, engangsservice og engangsbestikk, engangsbeger og plastglass, duker og bordbrikker, lys og interiør, kaffefilter o.l.
 - Tørk og hygiene: omfatter blant annet dispensere, tørkepapir, toalett-papir, desinfeksjon, luft- og vannrens o.l.
 - Storkjøkken og kantine: omfatter blant annet kjøkken, kantine- og barutstyr, bestikk og glass, kasseroller, kokkeluer og hårnett, oppbevaringsbokser o.l.
 - Avfallshåndtering: omfatter produkter som avfallssekker, avfallsposer, avfallsbeholdere og papirkurver, kildesortering o.l.
 - Mat og drikke: omfatter produkter som drikke, kaffe, te og tilbehør, kjeks, snacks og sjokolade, matvarer og tilbehør o.l.

(iv) Arbeidsklær, HMS og vern

- Produktsegmentet omfatter produkter innen klær og vern, som f.eks. arbeidshansker, brannvern, hjelmer, hørselvern og vernebriller, produkter innen førstehjelp, som f.eks. førstehjelpsenheter, bærer, nakkekrager og rullestoler, produkter innen hygiene som f.eks. engangsbekledning, engangshansker, desinfeksjon og munnbind og produkter innen avfallshåndtering som avfallssekker, ildfaste avfallsbeholdere o.l.

(v) Renhold- og hygiene

- Produktsegmentet omfatter ulike typer renholdsrekvisita, rengjøringsmaskiner, renholdsmidler, matter og sklisikring og produkter til avfallshåndtering

(vi) Helse

- Produktsegmentet omfatter en rekke medisinske forbruksvarer, og kan splittes opp ytterligere i følgende undersegmenter:
 - Hygiene og smittevern: omfatter produkter som desinfeksjon, engangshansker, munnbind, overflatedesinfeksjon o.l.
 - Laboratorie: omfatter produkter som hurtigtester, lansetter, utstyr til blodprøvetaking, medisinske klokker o.l.
 - Sårbehandling: omfatter produkter som skumbandasjer, plaster, sølvbandasjer, kompresjonsstrømper o.l.

- Ernæring: omfatter produkter som næringsdrikker, sondeernæring, gastrostomiporter og tilbehør o.l.
 - Inkotins og bleier: omfatter produkter som bleiefiksering, inkotinsbind og bleier, barnebleier o.l.
 - Pleie: omfatter produkter som gips, sprøyter, sug, munn- og tannpleier, medisinsbeger, gips o.l.
 - Operasjon og oppdekking: omfatter produkter som operasjonshansker, munnbind, operasjonsoppdekking, medisinsk bekledning o.l.
 - Førstehjelp: omfatter produkter som førstehjelpsenheter, bærer, nakkekrager, rullestoler o.l.
 - Diagnostikk: omfatter produkter som kirurgiske instrumenter, termometer, stetoskop, medisinske vekter og måleutstyr o.l.
 - Infusjon, transfusjon: omfatter produkter som sprøyter, kanylebøtter, injeksjonstørk o.l.
 - Inventar: omfatter produkter som undersøkelseslamper, medisinske madrasser, undersøkelsesbenker- og stoler, pasientsenger o.l.
 - Hjelpemidler: omfatter produkter som krykker, rullestoler, ortopediske hjelpemidler o.l.
 - Stomi: omfatter produkter som hudplater stomi, tilbehør til stomi o.l.
- (15) Johs Olsen distribuerer sine produkter fra sitt logistikkhus i Alfurveien på Gjøvik, og har i tillegg 5 stormarkeder med forbruksvarer for næringslivet på hhv. Gjøvik, Lillehammer, Hamar, Jessheim og Lørenskog. Selskapet har hovedkontor på Gjøvik og har ca. 120 ansatte
- (16) I tillegg til Johs Olsen Handel, har Johs Holding en direkte og indirekte kontrollerende eierandel i følgende foretak i Norge:

Firmanavn	Eierandel	Virksomhet
Johs Olsen AS, (org. nr. 980 321 800)	100%	Salg av forbruksvarer til bedrifter/etater
Ødegaard Engros AS (org. nr. 976 485 750)	50%	Salg av forbruksvarer til bedrifter/etater
Johs Olsen Eiendom AS (org.nr. 914 956 560)	100 %	Drift og utleie av faste eiendommer.
Snabela AS (org.nr. 991 972 706)	100 %	Investering i eiendom og andre selskaper

- (17) Johs Olsen er medlem i følgende bransjeorganisasjoner i Norge:

- NHO Service og handel

(18) Mer informasjon om Johs Olsen er tilgjengelig på selskapets hjemmesider: <https://www.norengros.no/wholesaler/page/4100>

3.2 Målselskapet – WJ Business Partner AS

(19) WJ Business Partner AS (org.nr. 924 496 150) eies i dag som nevnt ovenfor av Wittusen & Jensen AS (org. nr. 917 369 666).

(20) WJ driver virksomhet knyttet til forbruksvarer til bruk på kontor- og arbeidsplasser, produkter og tjenester knyttet til design og kommunikasjon samt logistikk- og distribusjonstjenester. Selskapet er en totalleverandør av et bredt sortiment av forbruksvarer til både bedrifter og offentlige etater i Norge, og er å anse som en såkalt B2B-distributør som i all hovedsak leverer direkte til slutt kunder. WJ har landsdekkende virksomhet, og selger i all hovedsak til kontraktskunder som foretar bestillinger enten på telefon eller internett. Selskapet har ingen fysiske utsalgssteder.

(21) WJ tilbyr forbruksvarer innenfor følgende overordnede produktsegmenter:

(vii) Emballasje/forpakning

- Omfatter ulike typer plastemballasje, innpakkingspapir og gavebånd, strekkfilm og toppark, pappesker og fyllmasse, lagerutstyr og verktøy o.l.

(viii) Kontor

- Omfatter ulike typer skrivere og scannere, kontormaskiner, skriveredskaper, kontorrekvisita, arkiveringsprodukter o.l.

(ix) Catering

- Omfatter ulike typer produkter innen bordemiljø og servering, storkjøkken og kantine, avfallshåndtering, mat og drikke

(x) HMS

- Omfatter ulike typer produkter innen ergonomi, førstehjelp, desinfeksjon, verneutstyr og skilt, klima og varme, samt arbeidstøy og bekledning.

(xi) Renhold- og hygiene

- Omfatter ulike typer renholdsrekvisita, rengjøringsmaskiner, renholdsmidler, produkter til avfallshåndtering o.l.

(xii) Elektronikk

- Omfatter produkter som stasjonære- og bærbare PC-er, PC-høytalere, mobiltelefoner, nettbrett, TV o.l.

(xiii) Profileringsartikler

- Omfatter ulike typer profileringsartikler og firmagaver med trykk, som drikkeflasker, paraplyer, messemateriell, profilklær, messeantrekk, elektronikk, kjøkkenartikler og interiør
- (xiv) Print
- Omfatter ulike produkter innenfor trykk og storformat, som blanketter, konvolutter, visittkort, magasiner og brosjyrer, etiketter, plakater, dekor og utsmykning.
- (22) WJ har hovedkontor i Oslo og ca. 95 ansatte. Selskapet har også kontor i Larvik og er i tillegg representert med kontorer i Arendal, Kristiansand, Stavanger, Haugesund, Bergen og Trondheim gjennom en franchisestruktur med selskap eid av de respektive franchisetakerne, med unntak av Bergen, se under.
- (23) WJ har et heleid datterselskap ved navn Kontorpartner Hordaland AS (org. nr. 818 595 352) som også driver med Salg av kontor- og datarekvisita, profil- og gaveartikler samt produksjon og salg av reklame- /informasjonstrykksaker og tilgrensede grafiske produktområder
- (24) WJ er medlem av følgende bransjeorganisasjoner i Norge:
- Emballasjeforeningen
 - Etisk Handel Norge
- (25) Mer informasjon om WJ finnes på selskapets hjemmesider: <https://wj.no/>

4. OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT

Involverte foretak	Omsetning Norge (2021)	Driftsresultat Norge (2021)
Johs Olsen Handel ¹	MNOK 898,9	MNOK 69,1
WJ	MNOK 414,6	MNOK 14,8
Totalt	MNOK 1313,5	MNOK 83,9

- (26) Omsetning og driftsresultat for 2021 er hentet fra årsregnskapet til Johs Olsen, Ødegaard Engros AS og WJ.

¹ Johs Olsen Handels omsetning består av MNOK 650,8 i Johs Olsen og 50% av omsetningen til Ødegaard Engros AS pålydende MNOK 496,1 som må allokere til Johs Handel AS i tråd med fusjonsforordningen artikkel 5(5)(b), jf. EU-kommisjonens konsoliderte jurisdiksjonsmeddelelse avsnitt 186-187.

5. VILKÅRENE FOR FORENKLET MELDING ER OPPFYLT

5.1 Partene har ingen horisontal overlapp på noen produktmarkeder som overstiger 20% samlet markedsandel

- (27) Som det fremgår av redegjørelsen i punkt 3.1 og 3.2 ovenfor har Johs Olsen Handel og WJ overlappende virksomhet innen salg av forbruksvarer innen produktkategoriene emballasje/forpakning, kontormateriell, renhold- og hygiene, storhusholdning/HORECA og arbeidsklær/HMS/ og vern til offentlige og private virksomheter i Norge.
- (28) Partene er av den klare oppfatning at markedet for forbruksvarer til bedrift/offentlige etater, i tråd med EU-Kommisjonens markedsundersøkelser i M.7555 Staples/Office Depot, må inndeles i separate produktmarkeder basert på produktkategorier.² En slik forståelse finner støtte i at konkurransen om kunden foregår på produktkategorinivå, da kunden svært sjeldent vil gjennomføre totalanskaffelse, men i stedet vil gå til direkte anskaffelse av eller anbudsutsette kontrakter som omfatter den enkelte produktkategori. Dette skyldes at "bredere utlysninger" vil begrense antall tilbydere. Det at spesialleverandørene som oftest er Partenes sterkeste konkurrenter innen både direkte salg og anbudskonkurranser underbygger forståelsen om at markedet for forbruksvarer til bedrift/offentlige etater må deles inn i egne produktmarked basert på produktkategorier.
- (29) Med grunnlag i EU- Kommisjonens og Konkurransetilsynets inndeling, den seneste utviklingen av det norske markedet, samt tilpasset for produktene som tilbys av Partene må salg av forbruksvarer til bedrift/offentlige etater inndeles i følgende separate markeder:
- (1) Emballasje/forpakning
 - (2) Kontormateriell
 - (3) Storhusholdning/HORECA
 - (4) Arbeidsklær, HMS og vern
 - (5) Renhold- og hygiene
 - (6) Profileringsartikler
 - (7) Helse
- (30) I EU-Kommisjonens praksis har kontormateriell, ref. punkt (2) i forrige avsnitt, blitt omtalt som tradisjonelle forbruksvarer, og de andre kategoriene har blitt omtalt som "ikke-tradisjonelle" forbruksvarer. En slik inndeling er det etter partenes oppfatning ikke behov for, og den reflekterer heller ikke dagens marked. De fleste aktørene på markedet både fungerer og markedsfører seg som leverandører av både tradisjonelle- og ikke-tradisjonelle forbruksvarer. Hvilke produktkategorier som tilbys styres av etterspørselen. Kundene etterspør varer innen de ulike produktkategoriene uten at det kan skilles mellom "tradisjonelle" og "ikke-tradisjonelle" forbruksvarer. De ulike produktkategoriene ovenfor utgjør derfor egne produktmarkeder.
- (31) En slik forståelse finner også støtte i Konkurransetilsynet i V2004-23 hvor det også opereres med separate produktmarkeder for forbruksvarer innen hhv. (i) emballasje, (ii) kontor – og

² Se sak M.7555 Staples/Office Depot, avsnitt 170

datarekvisita og (iii) storhusholdning i tråd med EU-Kommisjonens tidligere inndeling. Konkurransetilsynet fant også at medisinske tekniske produkter og medisinske forbruksvarer utgjorde separate produktmarkeder.³ I tråd med den utvikling som har funnet sted siden den gang er det grunn til å tro at det nasjonale markedet for forbruksvarer til bedrift/offentlig etater også omfatter enda flere produktgrupper som igjen utgjør egne produktmarkeder.

- (32) Det kan for fullstendighetens skyld nevnes at EU-Kommisjonen tidligere også har vurdert om det må foretas en ytterligere inndeling basert på størrelsen på kunden og/eller distribusjonskanal.⁴ Partene er av den klare oppfatning at en slik ytterligere inndeling ikke samsvarer med konkurransesituasjonen på det norske markedet.
- (33) Når det gjelder skillet basert på distribusjonskanal, herunder (i) kontraktsalg, (ii) direktesalg og (iii) grossistsalg kan det for det første vises til at Johs Olsen og WJ kun har svært begrenset grossistsalg, og foretakssammenslutningen vil derfor ikke ha noen påvirkning på konkurransen i denne distribusjonskanalen. Videre er partene av den klare oppfatning at det i dag ikke er grunnlag for å anse hhv. (i) kontraktsalg og (ii) direktesalg som separate produktmarkeder i Norge. Dette skyldes først og fremst senere markedsutvikling, herunder særlig fremveksten av internettaktører, det at produktene som tilbys i kontrakt og gjennom direktesalg er korresponderende, og at de fleste aktører er til stede i begge distribusjonskanaler.
- (34) En slik forståelse finner støtte i svensk praksis der Konkursverket har holdt inndelingen åpen og vist til at samtlige aktører er aktive innen begge distribusjonskanaler og tilbyr samme type produkter.⁵ Majoriteten av partenes kunder er kontraktskunder, og partene finner ikke grunn til å trekke opp et skille mellom kontraktsalg og direktesalg.
- (35) Når skillet mellom kontrakt – og direktesalg ikke lenger kan opprettholdes vil det heller ikke være grunnlag for en ytterligere inndeling av markedet basert på størrelse på kunden, herunder salg til hhv. store og små- og mellomstore bedrifter.⁶ For det første kan det fremheves at EU-Kommisjonens skille hvor store bedrifter har mer enn 100-200 kontomedarbeidere eller mer enn 250 ansatte totalt, mens små- og mellomstore bedrifter har mindre enn 100-200 kontomedarbeidere eller mindre enn 250 ansatte totalt, ikke reflekterer realiteten i Norge.⁷ Det er ikke grunnlag for et slikt skille ut fra et tilbudsperspektiv, da det vil være de samme leverandørene som møter hverandre i konkurranse uavhengig av om det er tale om salg til mindre bedrifter eller en anbudskonkurranse for større bedrifter/offentlige etater. Det vises til at spesialleverandører som opererer innen spesifikke produktkategorier vil ha minst like stor kapasitet som totalleverandører som Partene til å konkurrere om både små og store kontrakter.
- (36) Når det gjelder markedets geografiske utstrekning, har EU-kommisjonen vurdert at markedet for salg av forbruksvarer til kontor er nasjonalt i utstrekning.⁸ Partene mener at markedet må avgrenses i tråd med kommisjonens tidligere praksis, og at markedet derfor er nasjonalt i utstrekning uavhengig av hvilken markedsavgrensning som legges til grunn. Som

³ Se Konkurransetilsynets vedtak i V2004-23

⁴ Se sak M.7555 Staples/Office Depot, avsnitt 170

⁵ Se Konkursverkets avgjørelser i sak Dnr 42/2011 og Dnr 205/2021

⁶ Se sak M.7555 Staples/Office Depot, avsnitt 170

⁷ Se sak M.7555 Staples/Office Depot, avsnitt 169

⁸ Se sak M.7555 Staples/Office Depot avsnitt 102

allerede forklart, er partene av den oppfatning at aktørene på markedet for salg av forbruksvarer til bedrifter/etater i økende grad tilbyr samme produktkategorier gjennom samme distribusjonskanaler. På den måten konkurrerer aktørene om de samme kundene. Videre har fremveksten av internettsalg som den sentrale distribusjonskanalen bidratt til å utvide det geografiske nedslagsfeltet til leverandørene på markedet.

- (37) Det er uansett partenes syn at den endelige markedsavgrensningen kan stå åpen ettersom transaksjonen ikke vil føre til noen horisontal overlapp som overstiger 20 % samlet markedsandel, uavhengig av hvilken produktmarkedsdefinisjon som legges til grunn. Johs Olsen Handel vil for fullstendighetens skyld oppgi markedsandeler både på et overordnet nasjonalt marked for salg av forbruksvarer til bedrifter/offentlige etater, og separate nasjonale produktmarkeder som Partene har overlapp basert på produktkategoriene som presentert i avsnitt 29.
- (38) Det finnes ingen offisielle tall eller statistikk over markedene, og markedsandelene som oppgis i det følgende er partenes beste anslag. Størrelsen på det nasjonale markedet for salg av forbruksvarer til bedrifter/etater, samt separate nasjonale produktmarkeder basert på produktkategorier, er beregnet ved å legge sammen partenes omsetning fra 2021 og omsetningen til partenes konkurrenter fra siste års tilgjengelige omsetningstall innenfor de ulike markedene, dvs. både tilbydere med stor bredde i produktsortimentet sitt, samt mer spesialiserte tilbydere. Under leveringsavtalene som inngås av Norengros, vil medlemmene foreta direktedistribusjonen på egen regning og risiko, samt fastsette egne videresalgspriser, hvilket medfører at omsetningen under disse kontraktene må tilskrives den enkelte grossist. Omsetningen er inntatt ved utregningen av Johs Olsens markedsandeler.
- (39) Norengros inngår leveringsavtaler med landsdekkende kunder hvor medlemmene oppfyller avtalene fra sine utsalgssteder.
- (40) Partenes samlede markedsandel på det nasjonale markedet for salg av emballasje/forpakning til bedrifter/etater

Johs Olsen	WJ Business Partner	Samlet ⁹
■	■	■

- (41) Partenes samlede markedsandel på det nasjonale markedet for salg av kontormateriell til bedrifter/etater

Johs Olsen	WJ Business Partner	Samlet ¹⁰
■	■	■

- (42) Partenes samlede markedsandel på det nasjonale markedet for salg av renhold- og hygiene til bedrifter/etater

⁹ Totalmarkedet for emballasje/forpakning utgjør NOK ■ hvor Johs Olsen Handel har NOK ■ og NOK ■ i omsetning gjennom hhv. Johs Olsen og Ødegaard Engros AS, og WJ en omsetning på ■

¹⁰ Totalmarkedet for kontormateriell utgjør NOK ■ hvor Johs Olsen Handel har NOK ■ og ■ i omsetning gjennom hhv. Johs Olsen og Ødegaard Engros AS, og WJ en omsetning på ■

Johs Olsen	WJ Business Partner	Samlet ¹¹
████	████	████

- (43) Partenes samlede markedsandel på det nasjonale markedet for salg av storhusholdning/HORECA til bedrifter/etater

Johs Olsen	WJ Business Partner	Samlet ¹²
████	████	████

- (44) Partenes samlede markedsandel på det nasjonale markedet for salg av arbeidsklær, HMS og vern til bedrifter/etater

Johs Olsen	WJ Business Partner	Samlet ¹³
████	████	████

- (45) Dersom alle produktmarkedene ses samlet, vil Partene andel av omsetningen være:

Johs Olsen	WJ Business Partner	Samlet ¹⁴
████	████	████

- (46) Partenes samlede markedsandel vil dermed ikke overstige 20%, uavhengig av hvilken markedsavgrensning som legges til grunn.

- (47) Videre er det i dag ingen faktisk vertikal overlapp mellom Partene.

- (48) Basert på det overnevnte er vilkårene for innlevering av forenklet melding oppfylt, jf. forskrift om melding av foretakssammenslutninger § 3 (1) nr. 3 bokstav b).

6. KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

6.1 Fem viktigste konkurrenter

6.1.1 Markedet for salg av forbruksvarer til bedrifter/etater

- (49) Johs Olsens fem største konkurrenter

Navn	Kontaktinformasjon
████████████████████	████████████████████

¹¹ Totalmarkedet for renhold- og hygiene utgjør NOK ██████ hvor Johs Olsen Handel har NOK ██████ og NOK ██████ i omsetning gjennom hhv. Johs Olsen og Ødegaard Engros AS, og WJ en omsetning på ██████

¹² Totalmarkedet for storhusholdning/HORECA til bedrifter/etater utgjør NOK ██████ hvor Johs Olsen Handel har NOK ██████ og NOK ██████ i omsetning gjennom hhv. Johs Olsen og Ødegaard Engros AS, og WJ en omsetning på ██████

¹³ Totalmarkedet for arbeidsklær, HMS og vern til bedrifter/etater utgjør NOK ██████ hvor Johs Olsen Handel har NOK ██████ og NOK ██████ i omsetning gjennom hhv. Johs Olsen og Ødegaard Engros AS, og WJ en omsetning lik ██████

¹⁴ Dersom produktmarkedene ses samlet utgjør det NOK ██████ hvor Johs Olsen Handel har NOK ██████ og NOK ██████ i omsetning gjennom hhv. Johs Olsen og Ødegaard Engros AS, og WJ en omsetning på NOK ██████

[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

(50) WJs fem største konkurrenter

Navn	Kontaktinformasjon
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

6.2 Fem viktigste leverandører

6.2.1 *Markedet for salg av forbruksvarer til bedrifter/etater*

(51) Johs Olsens fem største leverandører

Navn	Kontaktinformasjon
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

(52) WJs fem største leverandører

Navn	Kontaktinformasjon
[REDACTED]	[REDACTED]

	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>

6.3 Fem viktigste kunder

6.3.1 Markedet for salg av forbruksvarer til bedrifter/etater

(53) Johs Olsens fem største kunder

Navn	Kontaktinformasjon
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted] [Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>
[Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>

(54) WJs fem største kunder

Navn	Kontaktinformasjon
[Redacted] [Redacted]	<p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p> <p>[Redacted]</p>

[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

7. MELDING TIL ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

(55) Transaksjonen er ikke meldepliktig i andre jurisdiksjoner.

8. ÅRSBERETNING, ÅRSREGNSKAP OG KONSERNREGNSKAP

(56) Årsberetning, årsregnskap for Johs Olsen Handel og WJ kan lastes ned fra <https://www.brreg.no/>.

9. ØVRIGE VEDLEGG

10. OFFENTLIG VERSJON

(57) Informasjon som skal unntas offentlighet er markert i gult.

Med vennlig hilsen

ADVOKATFIRMAET SCHJØDT AS

Advokat

Olav Kolstad