

## OFFENTLIG VERSJON

Konkurransetilsynet  
Postboks 439 Sentrum  
5805 Bergen

Sendt per e-post til [post@kt.no](mailto:post@kt.no)

Ansvarlig advokat:  
Stephan Brodschöll

Vår referanse:  
36239

Dato:  
26. april 2023

## MELDING OM FORETAKSSAMMENSLUTNING – ERVERV AV FEHMAB AS

### 1 INNLEDNING OG OPPSUMMERING

Denne meldingen inngis til Konkurransetilsynet i henhold til konkurranseloven §§ 18 og 18 a på vegne av Jordanes AS, org. nr. 920 355 285 ("**Jordanes**") i forbindelse med at Jordanes kjøper 100 % av aksjene i Fehmab AS ("**Målselskapet**" eller "**Backstube**") fra Bremat AS, Olili AS, MSW Holding AS og ALVF AS, slik dette nærmere er redegjort for i punkt 3 ("**Foretakssammenslutningen**").

Målselskapet hadde en omsetning i Norge på MNOK 217 og et driftsresultat på MNOK 23 i Norge i 2022. Jordanes hadde en konsolidert omsetning på [REDAKERT]

[REDAKERT]<sup>1</sup> Transaksjonen er derfor meldepliktig etter konkurranseloven § 18.

Jordanes og Målselskapet har ikke direkte overlappende virksomhet ettersom Jordanes' virksomheter som selger bakverk mv. ikke har like stort fokus på "on-the-go" konsum, og siden Jordanes' virksomheter innen bakerier/kaféer selger bakverk mv. til høyere priser enn Målselskapet.

Jordanes har eventuelt kun delvis overlappende virksomhet i samme horisontale markeder, og det er melderens syn at vilkårene for forenklet melding vil være oppfylt grunnet markedsandeler på under 20 % i markeder med eventuell delvis horisontal overlapp. For å unngå at det medgår tid på eventuelle diskusjoner om markedsavgrensning inngis likevel en alminnelig melding jf. konkurranseloven § 18 a.

Transaksjonen kan oppsummeres som følger:

- Målselskapet driver bakevarekjeden Backstube, som selger bakevarer, drikke og annet i naturlig tilknytning til slik virksomhet gjennom 32 utsalgssteder i Norge.<sup>2</sup> Backstubes forretningsmodell er bygget på lave priser og fokus på direktekontakt med leverandørene for å sikre høy kvalitet, og er i liten grad innrettet for konsumering ved utsalgsstedet.

<sup>1</sup> Driftsresultatet gir uttrykk for EBITA (resultat før avskrivninger og skatt).

<sup>2</sup> I tillegg til to franchiseavtaler på Gardermoen slik nærmere beskrevet i punkt 5.4.3.

Kundene tar generelt med seg produktene for konsumering, mens de er på farten ("on-the-go") eller ved arbeids- eller studiestedet, eller hjemme.

- Jordanes driver gjennom sine forretningsområder hovedsakelig med salg av mat og drikke til detaljistledet i dagligvaremarkedet og kiosk- og bensinstasjonmarkedet, samt direkte til forbrukere gjennom ulike serveringssteder og kaféer.<sup>3</sup> Jordanes eier noen konsepter innenfor segmentet bakeri/kafé som følge av sitt eierskap av kjedene Fattigmann, La Baguette og Starbucks. Disse selger ikke sine produkter på helt tilsvarende måte som Backstube, det vil si med like stort fokus på "on-the-go" og lav pris.<sup>4</sup> Partene har dermed kun delvis horisontalt overlappende virksomhet.
- Kunder vil også kunne kjøpe bakverk, drikke og andre tilhørende produkter, som overlapper med Backstubes produkter, fra kiosker, dagligvareutsalg og bensinstasjoner ("convenience"). Jordanes eier ikke noen selskaper på detaljistledet i dette segmentet.
- Partene vil etter Foretakssammenslutningen ha en samlet markedsandel på omtrent 12 % i Norge i markedet for *bakerier/kaféer*, dersom det ikke tas hensyn til salg av tilsvarende produkter fra *convenience*<sup>5</sup>, og en markedsandel på 7,6 % dersom det tas hensyn til slikt salg.
- Backstube, Fattigmann, La Baguette og Starbucks er kun lokalisert de samme stedene i enkelte byer og tettsteder i Norge. I slike lokale markeder utenom Oslo og Trondheim anslås partenes samlede markedsandel gjennomgående være på 11 -13 %, dersom det ikke tas hensyn til salg av tilsvarende produkter fra convenience, og gjennomgående på omtrent 10 %, dersom det tas hensyn til slikt salg. I Trondheim anslås partenes samlede markedsandel å være vesentlig lavere og på 3 % i et snevert avgrenset bakeri/kafé-marked, og 4 % medregnet salg av tilsvarende produkter fra convenience.
- I Oslo sentrum anslås, avhengig av det lokale markedets utstrekning, partenes samlede markedsandel å være på ca. 21 - 25 % dersom det ikke tas hensyn til salg av tilsvarende produkter fra convenience, og på ca. 13 - 18 % medregnet salg av tilsvarende produkter fra convenience.
- Partenes samlede markedsandeler vil være betraktelig lavere om det også tas hensyn til salg fra aktører innenfor dagligvarehandelen, slik som Kiwi, Rema og Meny.
- Det er lave etableringshindringer i markedet hvor partene har overlappende virksomhet. Det er gjennomgående relativt enkelt å få tilgang på lokaler og det er en enkel prosess å få offentlige tillatelser (krav om daglig leder, etablererprøve og uklanderlig vandel). Det er mange ulike franchisekonsepter som er tilgjengelige, og det er også mulig å starte opp egne konsepter, noe som det er mange eksempler på, herunder Målselskapet og Bake Me Up.
- Partenes samlede markedsandeler nasjonalt og i lokale markeder uavhengig av om markedet anses for å bestå av bakerier/kaféer alene eller også inkluderer convenience,<sup>6</sup> konkurranse fra tilgrensende segmenter utover convenience slik som dagligvaresegmentet og fast-food segmentet, samt mulighetene for nyetableringer medfører at det ikke er sannsynlig at Jordanes får markedsrett som følge av Foretakssammenslutningen.

Foretakssammenslutningen vil således ikke medføre noen "betydelig hindring av effektiv konkurranse" og lovens inngrepsvilkår er ikke oppfylt.

---

<sup>3</sup> Jordanes selger også en mindre andel mat og drikke til storhusholdning- og restaurantmarkedet (HoReCa) gjennom sine datterselskaper, herunder salg av ost, snacks, kjøttprodukter og pizzaprodukter, men også næringsmidler og kosttilskudd innen treningssegmentet samt produkter innen helse og skjønnhet.

<sup>4</sup> "Bake Me Up" er en kjede som eies av United Bakeries AS, og som åpnet sin første filial i mars 2021. Bake Me Up tilbyr generelt sett de samme produktene som Backstube og lokalene har generelt lik utforming.

<sup>5</sup> Se fotnote 6.

<sup>6</sup> I denne meldingen legges det for enkelhets skyld til grunn et relativt snevert utvalg av aktører innen convenience som tilbyr tilsvarende produkter som Backstube, slik som gjort rede for i punkt 4.2.2.

## 2 KONTAKTINFORMASJON

### 2.1 Melder

Navn: Jordanes AS  
Organisasjonsnummer: 920 355 285  
Adresse: Henrik Ibsens gate 60C, 0255 OSLO  
Postadresse: Postboks 1542 Vika 0117 OSLO  
Telefonnummer: Peter Frogner  
E-postadresse: [peter.frogner@jordanes.no](mailto:peter.frogner@jordanes.no)

Kontaktperson for melder: Advokatfirmaet CLP DA  
v/ advokat Stephan Brodschöll og advokatfullmektig Vilde Sinding Engan  
Adresse: Sommerrogata 13-15, 0255 Oslo  
Postadresse: Postboks 1974 Vika, 0125 Oslo  
Telefonnummer: 473 80 853 (Vilde Sinding Engan)  
E-postadresse: [vse@clp.no](mailto:vse@clp.no) (Vilde Sinding Engan)

### 2.2 Øvrige involverte foretak

Navn: Fehmab AS  
Organisasjonsnummer: 916 106 432  
Adresse: Kirkeveien 11, 0260 Oslo

Kontaktperson for  
øvrige involverte  
foretak: Advokatfirmaet Thommessen v/ advokat Trine Siri Dahl  
Adresse: Ruseløkkveien 38, 0251 Oslo  
Postadresse: Postboks 1484 Vika, 0116 Oslo  
Telefonnummer: 97 10 92 24  
E-postadresse: [tsd@thommessen.no](mailto:tsd@thommessen.no)

## 3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Jordanes og Bremat AS, Olili AS, MSW Holding AS og ALVF AS inngikk den 12. april 2023 avtale om at Jordanes kjøper 100 % av aksjene i Målselskapet.

Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale med vedlegg mellom Bremat AS, Olili AS, MSW Holding AS og ALVF AS og Jordanes, datert 12. april 2023.

Gjennomføringen av transaksjonen er planlagt å skje så snart alle forutsetninger for gjennomføring er oppfylt, herunder godkjenning fra Konkurransetilsynet.

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

## 4.1 Målselskapet

Målselskapet driver bakevarekjeden Backstube i Norge.<sup>7</sup> Kjeden består av 32 utsalgssteder i Norge (samt to som driftes gjennom franchise), og hadde i 2022 en totalomsetning på MNOK 217 og et resultat på MNOK 23 i Norge.

Backstube startet sin virksomhet med ett utsalgssted i 2016 og har etablert nye utsalgssteder løpende siden det. I perioden fra 2019 til 2022 har antallet utsalgssteder økt med 8-10 per år. Kjeden har rundt 330 ansatte og hovedkontor i Oslo.

De 32 utsalgsstedene er fordelt med ett sted i Tromsø, ett i Trondheim, et i Tønsberg, fire i Bergen, mens de øvrige utsalgsstedene er i Østlands-området, hvorav 16 er lokalisert sentrumsnært i Oslo.

[REDACTED]

[REDACTED] Det vises her også til Vedlegg 2 som gir en oversikt over beliggenhet og utsalgenes adresser.

Vedlegg 2: Oversikt over Backstubes utsalgssteders beliggenhet og adresser.

Backstube er en kjede innen segmentet bakeri/kafé. Kjeden selger søte bakevarer, som scones og boller, samt salte bakevarer som rundstykker og pizzaboller. Det selges også noen enkle meieriprodukter (yoghurt), samt varm og kald drikke.

Backstubes forretningsmodell er bygget på lave priser og fokus på leverandørene for å sikre høy kvalitet, og er videre i liten grad innrettet for konsumering ved utsalgsstedet. Kundene tar generelt med seg produktene for konsumering mens de er på farten ("on-the-go") eller noe senere ved arbeids- eller studiestedet eller hjemme. Mens noen utsalgssteder har sitteplasser, er mer enn [REDACTED] av salget i Backstube-butikkene "to-go".

Mer informasjon om kjeden finnes her: [https://www.backstube.no/?page\\_id=20](https://www.backstube.no/?page_id=20).

## 4.2 Jordanes

### 4.2.1 Oversikt

Jordanes er et etablert skandinavisk merkevarerhus med fokus på hverdagsprodukter og tjenester. Jordanes' merkevare når forbrukeren på tvers av alle kanaler og anledninger gjennom små hverdagskjøp. Omtrent 96 % av inntektene genereres i Skandinavia, der Norge er det desidert største enkeltlandet målt i inntekter. Jordanes' produkter produseres enten ved et av konsernets ni produksjonssteder i Skandinavia, eller gjennom tredjepartsprodusenter. Konsernet har fire operative forretningsområder, som omtales som:

- **Branded Foods** (egne merkevarer som Synnøve, Sørlandschips, Peppes Pizza, Leiv Vidar, Lindvalls, Finsbråten, Berit Nordstrand og Go'Vegan)

---

<sup>7</sup> Virksomheten i Sverige ble avviklet i mars 2023.

- **International Brands** (distribusjon for internasjonale FMCG-selskaper som Semper, Vitamin Well, Unilever og Reckitt)
- **Casual Dining** (som omfatter bl.a. Peppes Pizza, Starbucks og eventuelt Backstube) samt
- **Fitness & Beauty** (som omfatter bl.a. Bodylab, Glöd by Sophie Elise and Camilla Pihl)

Målt i omsetning er Branded Foods det største forretningsområde og utgjorde [REDACTED] av konsernets omsetning i 2022. Deretter følger International Brands, Casual Dining og Fitness & Beauty med henholdsvis [REDACTED]

Konsernet har til sammen om lag 2 400 ansatte og sitt hovedkontor i Oslo.

Ytterligere informasjon om Jordanes finnes på <https://www.jordanes.no/about>.

#### 4.2.2 Casual Dining

Som nevnt, har Jordanes Casual Dining som et av sine forretningsområder.

Bakgrunnen er at Jordanes i 2021 ervervet Umoe Restaurants AS fra Umoe AS, og derigjennom blant annet Peppes Pizza AS, Blender AS (som eier Fattigmann, La Baguette, Kjøkken & Kaffe, Little Eatly og Eatly), Umoe Restaurant Group Coffee AS (som hadde de geografiske lisensrettighetene til Starbucks i Norge), American Bistro Scandinavia AS (som drev restaurantvirksomheten T.G.I Friday's i Skandinavia) og Healthy Restaurants Norway AS (som drev restaurantkjeden Leon).

Foretakssammenslutningen ble meldt til og godkjent av Konkurransetilsynet våren 2021. Nevnte kjeder og konsepter ble beskrevet i melding fra Jordanes AS datert 26. april 2021. Det har funnet sted enkelte selskapsrettslige interne strukturendringer, men Jordanes' virksomhet innenfor forretningsområdet casual dining er hovedsakelig basert på det som ble ervervet i denne foretakssammenslutningen. Denne virksomheten er nærmere beskrevet på <https://www.jordanes.no/our-brands?area=Casual+dining#brands>.

Jordanes tilbyr som en del av sin virksomhet innenfor Casual Dining blant annet bakverk, drikke og andre tilhørende produkter fra bakeriene/kaféene Fattigmann, La Baguette og Starbucks. Dette er bakerier og/eller kaféer hvor konsumering av produkter oftere, men ikke utelukkende, skjer ved utsalgsstedet. Prisene for produktene som selges ved Fattigmann, La Baguette og Starbucks er generelt også høyere enn prisene for tilsvarende produkter hos Backstube.

Kunder vil, som det gjøres rede for i punkt 5.2, også kunne kjøpe bakverk, drikke og andre tilhørende produkter, som overlapper med Backstubes produkter, fra kiosker, dagligvareutsalg og bensinstasjoner ("convenience"). Jordanes eier ikke noen selskaper innenfor dette segmentet.

Det presiseres at det for enkelthets skyld i markedsbeskrivelsen i punkt 5 og 6 gis en omtale av salg fra convenience i en snever forstand; det vil si at kun salg fra aktører som Narvesen, Deli de Luca og 7 Eleven omtales som salg fra convenience, selv om dette segmentet også kan omfatte flere aktører, slik illustrasjonen i punkt 5.2 samt opplistingen av partenes konkurrenter i punkt 6 synliggjør. Dette betyr kort fortalt at partenes samlede markedsandeler som gjort rede for innledningsvis og under i

---

<sup>8</sup> Driftsresultatet gir uttrykk for EBITA.

punkt 5 er langt lavere dersom omsetning fra øvrige aktører innen convenience samt aktører innen dagligvaresegmentet inkluderes.

Som nevnt tilbys de samme produktene også av aktører som har virksomhet i dagligvaresegmentet og ulike produktalternativer tilbys til dels også av aktører i restaurant og fast-foodsegmentet. Jordanes har ikke noe virksomhet på detaljistleddet i dagligvaresegmentet, men har som det fremgår noe virksomhet innenfor restauranter og fast-food. Virksomheten til Jordanes gjennom Kjøkken & Kaffe, Little Eataly, Eataly, og T.G.I Friday's anses imidlertid ut fra produktutvalg og etterspørsels- og konsumeringsmønster ikke å overlape med Målselskapets virksomhet og omtales derfor ikke nærmere.<sup>9</sup>

I det følgende gis det derfor en kort beskrivelse av Fattigmann, La Baguette og Starbucks, som altså har en virksomhet som ligger nærmest Målselskapets virksomhet.

#### 4.2.3 Fattigmann, La Baguette og Starbucks

De tre relevante konseptene er 100 % eiet av Dely AS. Dely AS er igjen 100 % eiet av Jordanes AS gjennom Jordanes Investments AS.

**Fattigmann** er et håndverksbakeri som selger alminnelige bakevarer bakt på stedet, påsmurte rundstykker og varme og kalde drikker, og lignende til forbrukere. Fattigmann har bakerier til sammen fire utsalgssteder i Buskerud, Telemark, Hedmark og Oppland.

**La Baguette** selger ferske påsmurte baguetter i tillegg til drikke som kaffe, te og juice. De har også et mindre sortiment av enkle bakevarer. La Baguette har sine tolv utsalgssteder på Østlandsområdet.

**Starbucks** er et internasjonalt selskap som har spesialisert seg innen salg av kaffe til forbrukere. De selger også andre varme og kalde drikker av ulike slag, samt et mindre utvalg av enkle bakevarer i porsjonsstørrelser. Starbucks har 22 utsalgssteder i Bergen, Trondheim, på Sørlandet og Østlandet. Jordanes innehar de geografiske lisensrettighetene til Starbucks i Skandinavia gjennom selskapet D. Coffee AS.

Det vises her også til [Vedlegg 3](#) som gir en oversikt over beliggenhet og utsalgenes adresser.

Vedlegg 3: Oversikt over Fattigmann, La Baguette og Starbucks utsalgssteders beliggenhet og adresser.

## 5 BESKRIVELSE AV MARKEDER

### 5.1 Innledning

I punkt 5 vil det bli gitt en oversikt over partenes virksomhet i segmentet for bakerier/kaféer i Norge. Dette er fordi Jordanes' virksomhet i dette segmentet er den virksomhet som ligger nærmest til Målselskapets virksomhet, som gjort rede for i punkt 4 ovenfor. Segmentet for bakerier/kaféer i

---

<sup>9</sup> Grunnen til at Kjøkken & Kaffe ikke anses som del av denne kategorien er at de i større grad serverer varmretter og større porsjoner, i motsetning til mindre bakevarer og enklere ferdigsmurte retter. I Jordanes restauranter, slik som for eksempel Peppes Pizza og T.G.I Fridays, tilbys produkter som skiller seg vesentlig fra Backstubes produkter.

Norge preges av lave etableringshindringer, jf. punkt 5.5 og sterk konkurranse fra flere ulike aktører, jf. blant annet oversikt over partenes konkurrenter i punkt 6.

Det nevnes for sammenhengens skyld at Jordanes og Målselskapet kan anses som mulige konkurrenter i markedet for tilbud av franchisekonsepter innenfor matservering. Målselskapet har to franchiseavtaler på Gardermoen hvor Backstube er franchisegiver. For Jordanes' del er det kun Peppes Pizza som drives delvis som franchise, altså hvor Jordanes er franchisegiver. Det foreligger ingen franchiseavtaler for Starbucks, La Baguette eller Fattigmann hvor Jordanes er franchisegivere. For Starbucks er Jordanes franchisetakere. På denne bakgrunn anses det ikke å foreligge horisontalt overlapp mellom partene som tilbydere av franchise innen markedet for bakeri/kafé og dette drøftes ikke nærmere i det følgende.

## 5.2 Produktmarkedet

Som nevnt innledningsvis er Bake Me Up den eneste tilbyderen som melder kjenner til som har tilsvarende tilbud som Målselskapet i Norge. Basert på både konsept og prising kan det etter melderens syn argumenteres for at Backstube og Bake Me Up er del av et eget produktmarked, hvor Jordanes ikke har noe virksomhet.<sup>10</sup> I dette tilfellet foreligger det ikke horisontalt overlapp mellom de involverte partene.

Det kan imidlertid vurderes om Backstubes tilbud anses å være substituerbart med deler av tilbudet til Jordanes virksomheter innen markeds kategorien Casual Dining, og nærmere avgrenset til et marked for bakeri/kafé. Innen kategorien Casual Dining oppleves det generelt sett stor grad av bransjeglidning, men melder anser at det i denne saken er riktig å skille mellom restaurantlignende virksomhet som et marked, og den enklere form for servering som skjer hos bakerier/kaféer som ett eget marked.<sup>11</sup>

Som gjort rede for i punkt 4.2.2 er Fattigmann, La Baguette og Starbucks bakerier og/eller kaféer hvor konsumering av produkter oftere skjer ved utsalgsstedet. Prisene for produktene som selges ved Fattigmann, La Baguette og Starbucks er generelt også nokså mye høyere enn prisene for tilsvarende produkter hos Backstube. Dette kan som nevnt indikere at Målselskapet og Fattigmann, La Baguette og Starbucks ikke har virksomhet i den samme horisontale markedet i konkurranserettslig forstand. Likevel legges det for sammenhengens til grunn i den videre beskrivelsen at det kan foreligge en viss horisontal overlapp mellom partene i markedet for bakeri/kafé.

---

<sup>10</sup> Produktene som selges av Backstube er priset til omtrent halvparten av prisen på tilsvarende varer hos Starbucks, La Baguette og Fattigmann. I henhold til HR-2023-299-A (Nettbilsaken) avsn. 127 kan det faktum at produktene som selges av Backstube er så lavt priset i forhold til Jordanes' produkter være en indikasjon på at de ikke er del av samme produktmarked, og at det følgelig ikke foreligger horisontalt overlapp.

<sup>11</sup> Forskjellen anses størst ved at aktører innen kafé/bakeri i hovedsak selger ferdigproduserte varer, og som ofte kan plukkes selv, eller plukkes av ansatte fra en disk. Det er heller ikke alltid adgang til å konsumere maten eller drikken på stedet, og besøket er som oftest av veldig rask karakter. Dette er i motsetning til hos restauranter hvor bestilling oftest blir tatt av en servitør ved bordet, og maten blir tilberedt på et kjøkken og servert i større porsjoner ved bordet og ikke ment for å ta med seg på farten. Prisnivå og varigheten på besøket er noe som tydelig skiller aktørene i de to markedene på en måte som tilsier at det ikke foreligger tilbudssubstitusjon. Vi anser Peppes Pizza, Eataly, KOK og TGI Fridays som del av markedet for casual dining, men utenfor markedet for kafé/bakeri.

I det snevreste mulige produktmarkedet, som kun omfatter Backstube og Bake Me Up, oppleves en sterk konkurranse fra kiosker, delier og mini-markeder, slik som for eksempel Narvesen, Deli de Luca og 7 Eleven. Sistnevnte er aktører innenfor convenience. Søte og salte bakevarer samt drikke "to-go" tilbys også av aktører innenfor dagligvarehandelen, slik som Joker, Kiwi, Rema og Meny, og fra bensinstasjoner og andre utsalgssteder. De ovennevnte aktørene er etter melderens syn konkurrenter med partene, både på grunn av vareutvalg innen søte og salte bakevarer, og varm og kald drikke til å ta med, samt fordi de på pris anses som konkurrenter særlig på Backstubes nivå.<sup>12</sup>

På denne bakgrunn anses disse aktørene generelt å være nærmere konkurrenter til Backstube enn bakerier/kaféer og det anses derfor riktig å avgrense produktmarkedet nokså vidt i vurderingen av konkurransesituasjonen i markedet.

Det er uansett ikke nødvendig å ta endelig stilling til dette i forbindelse med vurderingen av denne Foretakssammenslutningen, siden partenes samtlige markedsandeler uavhengig markedsavgrensning er relativt lave. Beregningen av markedsandeler nedenfor, i markeder medregnet convenience, inkluderer kun Deli de Luca, Narvesen og 7 Eleven, selv om dette segmentet også omfatter flere aktører som nevnt ovenfor. Omsetning fra aktører innen dagligvaresegmentet er heller ikke inkludert. Partenes markedsandeler vil således gjennomgående være langt lavere enn det som fremkommer nedenfor om slik omsetning ville vært inkludert.

Det skiller på bakgrunn av overnevnte i den følgende mellom markedet for bakeri/kafé alene, og et marked som også inkluderer convenience, slik som avgrenset ovenfor, og slik følgende illustrasjon viser:



Illustrasjonen er ikke uttømmende, men viser hvilke andre tilbydere som anses som del av markedet bakeri/kafé (kategori 0+1), samt de mest relevante innen convenience; kategori 2.

<sup>12</sup> Selv om det i denne meldingen legges til grunn et snevert utvalg av aktører innen convenience slik som gjort rede for i punkt 4.2.2, vil også dagligvareforretninger tilbyr produkter av konkurrerende karakter. Noen av disse er nevnt i forbindelse med beskrivelse av convenience, selv om disse aktørene i utgangspunktet er aktører innenfor dagligvaresegmentet.



### 5.3 Det geografiske markedet - nasjonalt

Det geografiske markedet anses for å være nasjonalt med lokale dimensjoner.

Det nasjonale markedet for kun bakerier/kaféer (gruppe 0+1 i illustrasjonen) hadde i 2022 en omsetning på omtrent MNOK 3 700.<sup>13</sup> I et marked på MNOK 3 700 har Jordanes en markedsandel i underkant av 6,5 % og Målselskapet 5,8 %.<sup>14</sup> Samlet sett har de altså en markedsandel på omtrent 12 % i markedet for bakerier/kaféer.

Dersom convenience, som definert ovenfor, medregnes vil totalomsetningen nasjonalt være mye høyere. Det er vanskelig å anslå omsetning innen bakevarer, brus og kaffe til de relevante aktørene, gitt at de også selger mange andre produkter. Et anslag basert på tall fra Euromonitor, som opererer med et convenience-marked på MNOK 5 000 – 7 000 i Norge og Sverige samlet, er at omsetningen i Norge er 30-40 % av dette. Et nøkternt anslag er at dette gir en totalomsetning i markedet for salg av bakevarer mv. innen bakerier/kaféer og convenience (gruppe 0+1+2) på rundt MNOK 6 000, og at partene da vil ha en samlet markedsandel rundt 7,6 %.

### 5.4 Nærmere om lokale markeder

#### 5.4.1 Generelt

Det er i beskrivelsen av de lokale markedene tatt utgangspunkt i at etterspørerne ofte vil være på farten når de besøker Backstubes utsalgssteder.<sup>15</sup> Det finnes i dag ikke opplysninger om hvor de enkelte utsalgsstedenes kunder bor eller jobber. Derfor har det i markedsbeskrivelsen med referanse til tilsynets vedtak V-2016-6 Peppes Pizza og som følge av at de fleste av kundene konsumerer produktene "on-the-go" blitt foretatt en beskrivelse av de lokale markedsforholdene i områder som ligger 5-10 minutters reisevei (til fots, sykkel, elektrisk sparkesykkel, bil og offentlig kommunikasjonsmiddel) fra det eller de aktuelle utsalgssteder.

Det understrekes imidlertid at det er store forskjeller mellom varene som tilbys i denne saken og i Peppes Pizza-vedtaket. Produktene som tilbys fra Backstube, bakerier/kaféer og fra convenience er i mindre porsjonsstørrelser som gjør det enklere å ta med seg i vesken, bagen eller lignende, noe som gjør det unaturlig med en for snever geografisk avgrensning. Ulike transportmidler vil også gjøre avstanden konsumenter kan bevege seg i løpet av en gitt tid veldig forskjellig. Det bemerkes at reisetid trolig vil variere basert på konkrete lokale forhold, og derfor både innebære kortere og lengre tid i enkelte geografiske markeder.

De involverte parter har kun geografisk overlapp innen det samme produktmarkedet i Oslo, Bergen, Trondheim og enkelte steder på Østlandet. I tillegg har Backstube planer om å etablere seg i Stavanger, og derfor beskrives også dette markedet nærmere. De områdene hvor kun én av partene er etablert vil ikke beskrives nærmere i det følgende.

---

<sup>13</sup> Omsetningen er basert på en rapport fra Arkwright som har beregnet den totale omsetningen ut ifra kartlegging av bedrifter (ca. 7 000) med relevant NACE-kode basert på regnskapstall fra Proff.no. Sett hen til NHO Reiseliv sin rapport som anslår omsetning på MNOK 45 000 for det totale serveringsmarkedet i Norge, anses anslaget begrenset til kun bakeri/kafé å harmonere med NHOs rapport.

<sup>14</sup> [REDACTED] Backstube Norge: MNOK 217.

<sup>15</sup> Som nevnt ovenfor i punkt 4.1 så konsumerer ca. [REDACTED] av Backstubes kunder "on-the-go".

Det er vanskelig å estimere den totale omsetningen i de lokale geografiske områdene som omtales nedenfor. Den mest hensiktsmessige måten å beregne markedsandeler på anses derfor å være en beregning ut ifra antall konkurrerende foretak i samme område.<sup>16</sup> Antall aktører som er med i beregningene er presisert i fotnotene til beskrivelsene av de ulike geografiske områdene. Det er ikke forhold som tilsier at omsetningen til foretakene i samme geografiske område skiller seg vesentlig fra hverandre, og en slik beregning vil uansett jevne ut forskjeller i størrelsen på aktørene.

#### 5.4.2 Oslo

Oslo er den byen hvor partene har størst tilstedeværelse. Backstube har 16 utsalgssteder i Oslo, mens Jordanes har åtte utsalgssteder. Oslo er til gjengjeld også den byen hvor det er størst tetthet av konkurrerende foretak. Partene er representert med to utsalgssteder hver langs Ring 2. Det er 10 minutters kjøretid fra Backstube på Torshov til Starbucks i Bogstadveien, som er de to lokasjonene nærmest hverandre langs Ring 2. Disse anses å være såpass langt fra hverandre at det ikke oppstår geografisk overlapp.

Backstube har flest utsalgssteder i Oslo sentrum. Melder anser det som relevant å se på markedet avgrenset til en omkrets på fem til ti minutters reisetid fra Egertorget. Melder anser en slik avgrensning for Oslo sentrum som derved settes fra Barcode til Majorstuen (innenfor Ring 2) som illustrerende og hensiktsmessig ut fra sin opplevelse av konkurransesituasjonen i Oslo sentrum. I Oslo sentrum finnes det mange fremkomstmidler, slik som bil, gange, buss, trikk, t-bane, sykkel eller elektrisk sparkesykkel, som gjør at forbrukere kan komme seg nokså langt på fem minutter.

Innen dette området har Backstube 13 utsalgssteder og Jordanes syv. Partene vil ha en markedsandel på omtrent 21 % dersom kun andre kaféer/bakerier medregnes, og 13 % dersom også convenience tas med i beregningen.<sup>17</sup>

Dersom det geografiske markedet avgrenses snevrere vil den største konsentrasjonen av partenes utsalgssteder være i Oslo sentrum øst, i en omkrets på fem til ti minutter rundt Oslo S.<sup>18</sup> I dette området har Jordanes fem utsalgssteder, mens Backstube har åtte.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> I hovedsak basert på foretak som fremkommer på Google Maps, og til dels partenes egne erfaringer.

<sup>17</sup> Ikke medregnet plasseringen på Skøyen da denne er ansett som å være på Ring 2.

<sup>18</sup> Melder er kjent med at det i enkelte konkurransesaker fra transportsektoren på bakgrunn av de spesifikke tjenester som tilbys (for eksempel ground handling eller billettsalg) er lagt til grunn at et geografisk marked kan være begrenset til en flyplass eller en jernbanestasjon. En slik tilnærming synes ikke å være naturlig i denne saken. På Oslo S er det uansett kun Jordanes som er representert i dag og det vil i så fall ikke oppstå noe geografisk overlapp i dette markedet, siden Backstube ikke er lokalisert på Oslo S. Det er for øvrig ikke noen bestemmelser om eksklusivitet til fordel for Jordanes i leieavtalen, som løper frem til og med [REDACTED]

<sup>19</sup> **Øvrige foretak i Oslo Sentrum:** Bakerier/kaféer: Baker Hansen (8), Espresso House (10), Kaffebrenneriet (13), Åpent Bakeri (4), WB Samson (6), Baker Nordby (2), Godt brød (3), Bakeriet Gunerius, Ille Brød, Pascal (6), Grains (2), Java, Mocca, =kaffe, the Room Cafe, Bollebar, United Bakeries, PAN, Fuglen, Bake Me Up, Lille Valkyrien Kaffe og Tehus, Upper Crust (2), Big Bite (2), Kannelsnurren, MiTea, Subway (4) (totalt 77). Convenience: Narvesen (19), 7 Eleven (18), Deli de Luca (15) (totalt 52).

I området på fem til ti minutter fra Oslo S vil partene ha en markedsandel på ca. 25 % dersom produktmarkedet bakeri/kafé defineres snevert, og 18 % dersom også convenience medregnes.<sup>20</sup>

Øvrige steder i Oslo anses ikke partenes lokasjoner for å være så nære hverandre at det vil oppstå særlig økt konsentrasjon, gitt andre konkurrerende aktører i umiddelbar nærhet.

#### 5.4.3 Østlandet

På Østlandet ellers er det kun på Gardermoen, Drammen, Tønsberg og Fredrikstad at partene er etablert i samme mindre geografiske markeder.

På Gardermoen er Starbucks og La Baguette etablert, men virksomheten drives gjennom franchise som Jordanes ikke eier.<sup>21</sup> Backstube har inngått en franchiseavtale med [REDACTED]

Backstube er således franchisegiver. Markedet på Gardermoen beskrives ikke nærmere ettersom Jordanes ikke har virksomhet her og det følgelig ikke foreligger horisontalt overlapp.

I Drammen har Backstube to utsalgssteder, mens Jordanes kun er representert ved én Starbucks.<sup>22</sup> I dette lokale geografiske markedet vil partene ha en samlet markedsandel på 13 % kun beregnet ut ifra andel andre bakerier/kaféer. Medregnet convenience er markedsandelen 10 %.

I Tønsberg har Backstube ett utsalgssted og det har også Jordanes som kun er representert ved én La Baguette.<sup>23</sup> I dette lokale geografiske markedet vil partene ha en samlet markedsandel på 13 % kun beregnet ut ifra andel andre bakerier/kaféer. Medregnet convenience er markedsandelen 10 %.

I Fredrikstad finnes to Backstube og én La Baguette.<sup>24</sup> I dette lokale geografiske markedet vil partene ha en samlet markedsandel på 12 % kun beregnet ut ifra andel andre bakerier/kaféer. Medregnet convenience er markedsandelen 10 %.

#### 5.4.4 Bergen sentrum

---

<sup>20</sup> **Øvrige foretak i Oslo sentrum Øst:** Bakerier/kaféer: Delica, Steam Kaffebar, Espresso House (5), Magnat kaffehus, Kaffebrønneriet (3), BIT (2), Godt Brød, Big Bite, Subway (4), Stockfleths (2), MiTea, Kanelsnurren, Upper Crust, Pascal (3), Bakeriet Gunerius, Ille Brød, Skipper, Kjøbenhavnerkafeen, coffeheaven, Evita Espresso, Sentralen, Resepten Kaffebar, My Ugly Baby, Talormade (1), The Cakery (totalt 38). Convenience: Narvesen (12), Deli de Luca (4), 7 Eleven (4) (totalt 20).

<sup>21</sup> Starbucks driftes av SSP på flyplasser i Norge. SSP er ikke tilknyttet Jordanes på noen måte. Peppes, TGIF og La Baguette driftes av HMS Host som heller ikke er tilknyttet Jordanes' drift utover at de låner merkevarenavnene av Jordanes.

<sup>22</sup> **Øvrige foretak i Drammen:** Bakerier/kaféer: Baker Hansen (3), Baker Klausen (2), La Boulangeri (1), Go Bakst (1), Kanel Steinovnsbakeri (1) og Jovialen (2), Condelica, Strømsø Konditori, Hawker Drammen, Hos Solveig, Criollo, Café Picasso, Lychepaviljongen kafé, Sweetella, Vibe in Nutrition, JC Kaffelab, Go'bakst Pizza og Bakeri (totalt 21). Convenience: Narvesen (3), Deli de Luca (2) og 7-Eleven (2) (totalt 7).

<sup>23</sup> **Øvrige foretak i Tønsberg:** Bakerier/kaféer: Manson Grabot (1), Nøtterø Bakeri (1), With Brød & Kaffe (1), Praline (1), Espresso House (1), Spark Café, Resepten Café, Kaffe & No, Bare Barista, Café M, Mamma Mia Café og Isbar, With Bok og Kaffe, Bydelshuset, Skaperverket Café (totalt 14). Convenience: Narvesen (2), Deli de Luca (1) og 7-Eleven (1) (totalt 4).

<sup>24</sup> **Øvrige foretak i Fredrikstad:** Bakerier/kaféer: Sorgenfri Café, FASVO Bakeriutsalg (2), Christensen Bakeri og Konditori, Café Magneta, Vår Kaffe, Hefels Konditori og Kaffe, Café Cicignon, Mormors Cafe, Cafeteateret, Kafé Øks, Tavlou kaffebar, Kaffe Koppen, Røverkaffe, Urban Splash, Kaffebrønneriet, Magasinet, Råde Bakeri og Konditori (2), Butterfly Bakeri, Bakfickan Fredrikstad, Odds Konditori (totalt: 22). Convenience: Narvesen (2), og 7-Eleven (2) (totalt: 4).

I sentrum av Bergen har Jordanes to foretak (begge Starbucks), mens Backstube har tre. De øvrige lokasjonene til partene i Bergen er lokalisert såpass langt fra Bergen sentrum og fra hverandre at de ikke anses for å være del av det samme lokale markedet.

I dette lokale geografiske markedet vil partene ha en samlet markedsandel på 12 % kun beregnet ut ifra andel andre bakerier/kaféer. Medregnet convenience er markedsandelen 11 %.<sup>25</sup>

#### 5.4.5 Trondheim

I Trondheim har Backstube ett utsalgssted og Jordanes ett utsalgssted (Starbucks). Partene vil ha en samlet markedsandel innen kafé/bakeri på 4 % og 3 % medregnet convenience.<sup>26</sup>

#### 5.4.6 Stavanger

Partene har i dag ikke overlappende virksomhet i Stavanger, men Backstube har signert nye leiekontrakter der og vil åpne virksomhet der i mai/juni 2023.

Jordanes har i dag tre Starbucks i Stavangerregionen, hvorav kun to er lokalisert i Stavanger sentrum. Backstube skal åpne to utsalgssteder i Stavanger sentrum, og partene vil således være representert ved fem lokasjoner. Dette vil gi dem en markedsandel på 11 % kun innen bakeri/kafé og 9 % medregnet convenience.<sup>27</sup>

### 5.5 Gode etableringsmuligheter

Markedet er preget av lave etableringshindringer, noe som er tydeliggjort ved at både Bake Me Up og Deli de Luca nylig har åpnet i Frognerveien i Oslo, kun noen meter fra Backstube, Kaffebrenneriet, Baker Hansen og 7-Eleven Markets. Det samme kan ses i Vogts Gate i Oslo hvor Backstube, Kaffebrenneriet, Espresso House, 7-Eleven, Deli de Luca, Bake Me Up og Baker Hansen ligger veldig tett.

Det eneste som trengs for å starte en konkurrerende bedrift er tilgang til næringslokaler, samt offentlig tillatelser. Offentlige tillatelser er nokså lett å skaffe, og skal gis ved dokumentasjon på

---

<sup>25</sup> **Øvrige foretak i Bergen:** Bakerier/kaféer: Godt Brød (6), Baker Brun (5), Kanelsnurren (2), Lie Nielsen (2), Espresso House (2), Kaf Kafe Bryggen, Krohnhagen Kafe Og Veksthus, Dromedar Kaffebar, Nybrygget Kaffe, Smakverket, Spacebar Kafé, Hestia, Malabar, Det Lille Kaffekompagniet, Vågal, Dromedar Kaffebar, Kaffemisjonen, Pygmalion Økocafe & Galleri, Solros Kafe og Bakeri, Det Franske Bakeri og Delikatessen, Bergensbakeriet, Cakeup, Donutbakeren, You Donut, BIT Union (totalt 37). Convenience: Narvesen (2), Deli de Luca (1) og 7-Eleven (1) (totalt 4).

<sup>26</sup> **Øvrige foretak i Trondheim:** Bakerier/kaféer: Jakobsen og Svart Kaffebrenneri, Espresso House (2), Dromedar (7), Flipper Kafé, Café Victoria, Brygga Kaffebar, Rosendal Kafé, Coop Obs cafe, Edgar Kafé, Blossom Kafe & konditori, Kafén i Ila, Tantes hage, Streif Bakeri og Kafé, Ni Muser, Vår Cafedrøm, Café Løkka, Café le Frère, Rosenborg Bakeri (13), ISAK bakeri, Easy bake, Mikalsen Bakeri & Konditori, Godt brød (3), Dromedarbakeriet, Snurr, Gomanbakeriet, Soknedal Bakeri Ila, Hevd Håndverksbakeri, Onkel Svanhild, Franske Nytelser (totalt 50). Convenience: Narvesen (12), 7-Eleven (8), Deli de Luca (2) (totalt 22).

<sup>27</sup> **Øvrige foretak i Stavanger:** Bakerier/kaféer: Kanelsnurren (8), Vaaland Dampbakeri (5), Romsøes Conditori (3), Godt Brød (2), Rosenkildehaven Bakeri, Efendi Tea & Coffee House, Kaffehuset, Espresso House, Cafe C Stavanger (2), Café Ask & Embla, Kafe Breiavatnet, Steam Kaffebar, FrK Krag Kafe, Kokko Kaffebar, Flamingo Cafe, Backstage Cafe & Lounge, No. 18 kulturcafe, Kaffelade Stavanger, Bak til livet (2), Jærbakeren, Kaffetrykkeri, Micro Kaffi, Klinkenberg Kaffebrenneri (totalt 39). Convenience: Narvesen (3), 7-Eleven (2) (totalt 5).

daglig leder, etablererprøve og uklanderligandel på ledende personer i foretaket. I tillegg til at franchisekonsepter er lett å få tilgang til oppleves ikke merkevarelojalitet hos forbrukerne å begrense nyetableringer som ikke er del av en kjede eller kjent merkevare.

I tillegg til nevnte Bake Me Up er også som tidligere nevnt Backstube et eksempel på en vellykket nyetablering.

## 5.6 Markedsstruktur

De vanligste salgskanalerne i de berørte markedene er salg B2C fra utsalgssteder, slik gjennomgående beskrevet ovenfor. Salget foregår i veldig liten grad gjennom tredjeparter, da partene eksempelvis ikke selger gjennom Foodora og Wolt.

Markedet oppleves ikke som fullt utviklet selv om bakerier og kaféer har vært aktive i Norge i over 100 år. Markedet er stadig i utvikling med stadig nye etableringer, noe som fremkommer av punkt 5.5 ovenfor. Hva som påvirker etterspørernes valg av produkter er nok i stor grad pris, men også personlige preferanser og tilgjengelighet. Det oppleves ikke som at kundene har stor grad av merkevarelojalitet, og det er mange enkeltstående bakerier/kaféer som er populære og har høy omsetning.

Foretakssammenslutningen antas ikke å ville ha noen virkninger for markedsstrukturen.

## 5.7 Vertikalt berørte markeder

Jordanes har Synnøve Finden og Westend Bakeri som en del av sin portefølje innen "branded foods". Av deres totale portefølje innen "branded foods" er det kun Synnøve Finden og Westend Bakeri som kan ha vertikal tilknytning til produktmarkedet omtalt ovenfor i punkt 5.2. Westend Bakeri fokuserer på salg av pizzabunner som brukes av blant annet Peppes Pizza og anses derfor ikke være vertikalt tilknyttet markedet beskrevet i punkt 5.2.

Synnøve Finden vil til en viss grad selge ost, juice og tilsvarende til bakerier/kaféer mm. Synnøve Finden har en markedsandel på ca. < 15 % i det norske meierimarkedet, hvor Tine som kjent er en dominerende aktør med en markedsandel på ca. > 50 %. Partene er ikke kjent med konkrete tall på omsetning gjennom salg til bakeri/kaféer, men forholdet mellom Tine og Synnøve antas å gjenspeiles også her. Uansett anses markedet så stort at partene ikke vil ha markedsandel over 30 % i eventuelle vertikalt overlappende markeder.<sup>28</sup>

Ettersom markedsandelen er under 30 % foreligger ikke vertikalt overlapp og det er nødvendig å oppgi partenes tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i denne sammenheng, jf. konkurranse-loven § 18 a første ledd (f).

## 6 KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

---

<sup>28</sup> Basert på Tines omsetning er det klart at Synnøve Finden har lavere markedsandel enn 30 %. Det vies blant annet til at innen markedet for ost har Tine omtrent MNOK 10 700 i omsetning, hvorav Synnøve har MNOK 1 500. Tines markeds-makt antas å gjenspeile seg i markedet for leveranser til bakeri/kafé. Dersom melk også medregnes vil andelen til Tine være enda høyere.

## 6.1 Generelt

I henhold til konkurranseloven § 18 a første ledd (d), skal det i tilfeller av horisontal overlapp gis opplysninger om de involverte foretaks fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører. Ettersom partene driver salg til forbrukere anses det ikke relevant eller mulig å liste opp partenes fem viktigste kunder. Nedenfor følger partenes viktigste konkurrenter og leverandører nasjonalt, og deres fem viktigste konkurrenter i hvert lokale marked, både dersom det kun ses på markedet for bakerier/kaféer og dersom også convenience, slik som avgrenset i punkt 4.2.2, medregnes. Leverandører listes kun opp på nasjonalt nivå ettersom disse ikke varierer lokalt.

## 6.2 Nasjonalt

### Målselskapet

Leverandører
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

Konkurrenter (marked 0+1)
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

Konkurrenter (marked 0+1+2)
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

Jordanes:

Leverandører
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

Konkurrenter
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

[REDACTED]
------------

Konkurrenter (marked 0+1+2)
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

6.3 Oslo sentrum

Konkurrenter Jordanes (marked 0+1)	Konkurrenter Jordanes (marked 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

6.4 Oslo sentrum øst

Konkurrenter Jordanes (marked 0+1)	Konkurrenter Jordanes (marked 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

6.5 Drammen

Konkurrenter Jordanes (marked 0+1)	Konkurrenter Jordanes (marked 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
------------	------------	------------	------------

6.6 Tønsberg

Konkurrenter Jordanes (marked 0+1)	Konkurrenter Jordanes (marked 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

6.7 Fredrikstad

Konkurrenter Jordanes (marked 0+1)	Konkurrenter Jordanes (marked 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

6.8 Trondheim

Konkurrenter Jordanes (marked 0+1)	Konkurrenter Jordanes (marked 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (marked 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]



[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
------------	------------	------------	------------

### 6.9 Bergen

Konkurrenter Jordanes (markert 0+1)	Konkurrenter Jordanes (markert 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (markert 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (markert 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

### 6.10 Stavanger

Konkurrenter Jordanes (markert 0+1)	Konkurrenter Jordanes (markert 0+1+2)	Konkurrenter Målselskapet (markert 0+1)	Konkurrenter Målselskapet (markert 0+1+2)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

## 7 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Foretakssammenslutningen vil medføre synergier når det kommer til blant annet innkjøp, administrasjon, distribusjon, logistikk, tilgang til lokaler og forhandlinger med utleiery, produktutvikling, drift av franchisenettverk og styrket posisjon og kompetanse innen B2B.

Effektivitetsgevinstene vil trolig være i størrelsesorden MNOK [REDACTED] per år.

Effektivitetsgevinstene konkretiseres ikke nærmere og forsøkes ikke tallfestet i det ytterligere i denne omgang siden lovens inngrepsvilkår ikke er oppfylt ettersom Foretakssammenslutningen ikke "i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse" i strid med konkurranseloven § 16.

## 8 TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Transaksjonen er ikke underlagt tilsyn fra andre konkurransemyndigheter.

## 9 ÅRSREGNSKAP OG ÅRSBERETNINGER

Årsregnskap og årsberetning for Målselskapet og Jordanes for 2022, samt Blender AS og D. Coffee AS for 2021 ligger vedlagt som Vedlegg 4. Årsregnskap for Jordanes er enda ikke godkjent av generalforsamling, men de er revidert og styregodkjent.

## 10 KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder konfidensiell informasjon, jf. konkurranseloven § 18 b. Utkast til en offentlig versjon hvor konfidensiell informasjon er slettet er vedlagt som Vedlegg 5.

Nedenfor følger en kort begrunnelse for det rettslige grunnlaget for anmodningen om konfidensialitet med henvisning til den vedlagte offentlige versjonen av meldingen.

Henvisning i offentlig versjon	Rettslig grunnlag	Begrunnelse
Punkt 1 annet avsnitt og punkt 4.2.1 fjerde ledd: Informasjon om Jordanes konsoliderte omsetning for 2022	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om Jordanes konsoliderte omsetning og resultat for 2022 er enda ikke offentlig kjent. Informasjonen er dels børssensitiv, og dersom informasjonen blir offentlig, vil dette kunne påvirke Jordanes og de involverte foretaks konkurransesituasjon.
Hele Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale med vedlegg, herunder aksjonærvtale	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om kjøpsvilkår og aksjonærvilkår er konkurransesensitiv informasjon, fordi dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om dette blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.
Punkt 4.1 tredje avsnitt og 5.4.3 annet avsnitt: informasjon om Målselskapets franchiseavtaler	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om Målselskapets avtaleparter innen franchise er ikke offentlig kjent informasjon og det vil kunne påvirke deres konkurransesituasjon negativt om informasjonen blir kjent for deres konkurrenter.
Punkt 4.1 sjettede avsnitt, punkt 4.2.1 fjerde ledd og fotnote 14 og 15	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om omsetningstall og omsetningsfordeling er konkurransesensitiv informasjon, fordi dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om omsetningsfordeling blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.
Fotnote nr. 18	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Varigheten på leieavtaler er ikke offentlig kjent, og det vil kunne påvirke Jordanes

		konkurransemessig sett om konkurrenter får tilgang til denne informasjonen.
Punkt 6: Oversikter over partenes viktigste konkurrenter og leverandører	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om hvilke aktører som partene selv anser for å være de viktigste konkurrenter og leverandører, er sensitiv informasjon ettersom dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om hvilke aktører som partene selv anser for å være de viktigste konkurrenter og leverandører blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.
Punkt 7 første avsnitt: Opplysninger om effektivitetsgevinster.	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om transaksjonsrelaterte gevinster og synergier er konkurransesensitiv informasjon, fordi dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om dette blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.
Vedlegg 4: Jordanes og datterselskapenes årsregnskap og årsberetning.	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Jordanes tall er enda ikke revidert og gjort offentlig tilgjengelig. Informasjonen anses som konkurransesensitiv frem til den er offentliggjort.

Med vennlig hilsen  
Advokatfirmaet CLP DA

*Vilde Sinding Engan*  
Vilde Sinding Engan  
Advokatfullmektig

**VEDLEGG:**

Vedlegg 1: Avtale om foretakssammenslutning med vedlegg

Vedlegg 2: Beliggenhet og adresser Backstube

Vedlegg 3: Beliggenhet og adresser Jordanes

Vedlegg 4: Årsregnskap og årsberetning for Målselskapet, Jordanes samt Blender AS og D. Coffee AS for 2022

Vedlegg 5: Forslag til offentlig versjon