

MELDING OM FORETAKSSAMMENSLUTNING

Insula AS sitt erverv av aktiva fra Salmon Brands AS

Oslo, 30. mars 2025

Ansvarlig advokat: Elisabeth Lian Haugsdal

Melder:

Insula AS
Org.nr. 960 756 932
Storeidøya, 8370 Leknes

Kontaktperson: Sigvald Rist / Inger Johanne Solhaug
Stilling: Administrerende Direktør Insula Norge / Konserndirektør Forretningsutvikling Insula
Tlf. 957 81 300 / 928 96 947
E-post: sigvald.rist@insula.no / ijs@insula.no

Melders representant:

Advokatfirmaet Wiersholm AS,
Advokat Elisabeth Lian Haugsdal og
Advokat Harald Nordhus
Postboks 1400 Vika, 0115 Oslo
Tlf.: 930 07 101 / 452 91 935
E-post: elha@wiersholm.no / hnor@wiersholm.no

Målselskap:

Salmon Brands AS
Org.nr. 987 419 954
Wergelandsveien 7, 0167 Oslo

Kontaktperson: Julianne Sellgren
Tlf. 936 52 245
E-post: julianne@seashore.no

1. INNLEDNING

- (1) Denne meldingen gjelder Insula AS' ("**Insula**"/"**Melder**") erverv av aktiva fra Salmon Brands AS ("**Salmon Brands**") (i fellesskap omtalt som "**Partene**") gjennom kjøp av immaterielle rettigheter knyttet til varemerket "SALMA" samt produksjonsutstyr ("**Transaksjonen**"). Avtale om overdragelse av nevnte aktiva ble inngått 18. mars 2025.
- (2) Melder er av den oppfatning at de aktiva som overtas ikke utgjør hele eller deler av et "foretak" i konkurranselovens forstand, og at Transaksjonen derfor ikke er en meldepliktig foretakssammenslutning etter konkurranseloven § 17. Melder er ikke kjent med praksis fra Konkurransetilsynet hvor tyngdepunktet i transaksjonen er overdragelse av immaterielle rettigheter. Det er også begrenset praksis fra Kommisjonen, noe som indikerer at overtakelse av slike aktiva kun vil utgjøre en foretakssammenslutning i spesielle tilfeller.¹
- (3) For at erverv av aktiva skal utgjøre en foretakssammenslutning må eiendelene utgjøre en virksomhet på markedet som det kan knyttes omsetning til.² Kommisjonen har i de få sakene som gjelder overdragelse av immaterielle rettigheter lagt vekt på om varemerket har vært hovedgrunnlaget for den omsetningsskapende virksomheten. Kommisjonen har ved vurderingen blant annet sett hen til om virksomheten har egne produksjonsfasiliteter og egne utsalgssteder, eller om varemerket står i forgrunnen for virksomheten, slik at omsetningen klart kan føres tilbake til varemerket.³ Begrunnelsen for at overtakelse av immaterielle eiendeler utgjorde en foretakssammenslutning i disse sakene treffer ikke her, hvor hovedgrunnlaget for virksomheten først og fremst er prosessering av råvaren.
- (4) Konkurransetilsynet har i sin praksis også lagt vekt på *kontinuitet i bruken av eiendelene før og etter transaksjonen*, og har tidligere uttalt at overføringen av aktiva som regel ikke vil være en foretakssammenslutning dersom eiendelene en viss tid ikke har vært i bruk i forbindelse med virksomhet i et marked.⁴ Bremnes Seashore AS avvirket produksjon og leveranse av SALMA-produktene 31. desember 2024. Det er følgelig ingen produkter som omsettes under SALMA-varemerket i dag. Tidslinjen for å ta varemerket i bruk er ikke ubetydelig, hensyntatt behovet for å inngå avtaler med dagligvarekjedene.
- (5) Basert på ovennevnte fastholder Melder at overtakelsen av ovennevnte aktiva ikke utgjør en foretakssammenslutning. Konkurransetilsynet har derfor ikke hjemmel til å gripe inn mot Transaksjonen. Melder inngir likevel frivillig melding, for rettslig forutberegnelighet. Transaksjonen er ikke underlagt tilsyn fra andre myndigheter.

2. BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

2.1 Foretakssammenslutningens art

- (6) I henhold til overdragelsesavtalen datert 18. mars 2025 skal Insula erverve aktiva ved å overta i) alle Salmon Brands' rettigheter knyttet til varemerket "SALMA" slik disse er spesifisert i Vedlegg 1A ("**Varemerkene**") til overdragelsesavtalen, og ii) alle Salmon Brands' rettigheter knyttet til SoMe og domenenavnene listet i Vedlegg 1B

¹ Damiano Canapa, *Trademarks and Brands in Merger Control*, (2016) side 90: "Concentrations in which a trademark is the principal asset transferred, if not the only one, are extremely rare".

² Kommisjonens jurisdiksjonsmeddelelse, punkt 24. V2014-3 – Norgesgruppen ASA, avsnitt 67.

³ M.5721 Otto/Primondo og M.5859 Whirlpool/Privileg Rights.

⁴ Sak 2005/458, 7. september 2005, punkt 2. Konkurransetilsynet tilsluttet seg uttalelsen i vedtak i V2014-3 *Norgesgruppen ASA*.

("Domenenavn"). Som ledd i Transaksjonen⁵ overtar Insula også noe produksjonsutstyr, spesifisert i Vedlegg 2 nedenfor.

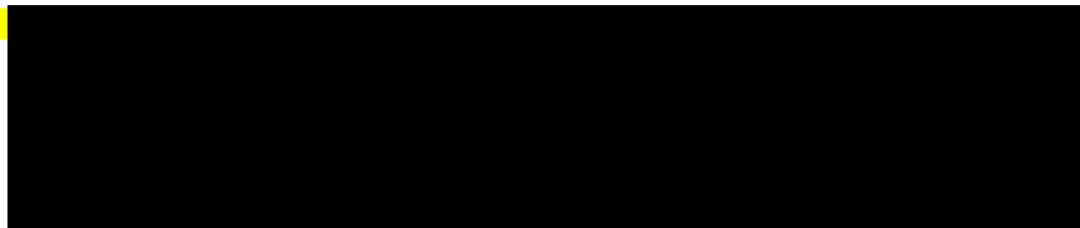
Vedlegg 1: Overdragelsesavtale datert 18. mars 2025 med tilhørende vedlegg (Konfidensielt)

Vedlegg 2: Utstyrsavtalen, inkludert oversikt over produksjonsutstyr (Konfidensielt)

- (7) Gjennom Transaksjonen vil Insula overta eiendomsretten til ovennevnte aktiva. Som nevnt over i punkt 1 er Melder av den oppfatning at overtakelsen ikke gir opphav til et meldepliktig kontrollerverv i konkurranselovens forstand.

2.2 Strategisk og økonomisk rasjonale bak Transaksjonen

(8)



3. BESKRIVELSE AV PARTENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

3.1 Insula

- (9) Insula er et nordisk sjømatkonsern med hovedfokus på utvikling, foredling og salg av fisk og sjømatprodukter.⁶ Insulas strategi er å være en totalleverandør av sjømat til sine kunder i det nordiske markedet med en omfattende produktportefølje. Insula-gruppen består av 16 datterselskaper i Norge, Sverige, Danmark og Finland og har omtrent 1100 ansatte. Mesteparten av Insulas salg er foredlet sjømat, men Insula selger også andre sjømatprodukter, herunder skalldyr og frosne- og hermetiserte produkter.
- (10) Insulas virksomhet kan deles inn i fem hovedområder:
- **Insula Hvitfisk:** Består av to hvitfiskanlegg i Finnmark samt salg- og markedsselskapet Nordic Group i Trondheim. Tilgang på råstoff sikrer samtidig råmateriale til gruppens selskaper. En betydelig andel av volumene eksporteres – primært til Europa.
 - **Insula Rødfisk:** Kjøper og prosesserer laks fra norske oppdrettere og selger produkter til norske og internasjonale kunder. Dette er i all hovedsak filet som industrielt råstoff for videre bearbeiding hos selskapets kunder. Med unntak av salg til matkasseselskapet Godt Levert, selges det ikke ferdigvarer til dagligvaremarkedet fra dette forretningsområdet.
 - **Insula Norge:** Leverandør av konsumprodukter basert på marint råstoff. Insula selger i Norge under merkevarene Lofoten og Frøya, og er også produsent av egne merkevarer (EMV) for norske dagligvarekjeder.

⁵ Gjennomføring av kjøp av utstyret er betinget av gjennomføring av avtale om overdragelse av IP, inngått mellom Insula AS og Salmon Brands, se overdragelsesavtalens vedlegg 3, punkt 4.

⁶ <https://insula.no/om-insula/>

- **Insula Sverige:** Selger sjømat under merkevaren Fiskeriet, og er også leverandør av EMV til den svenske dagligvarehandelen.
 - **Insula Danmark:** Selger både fersk fisk, fryst fisk og hermetisk fisk. De mest kjente merkevarene er Glyngøre, Amanda og Bornholms.
- (11) Foredling og salg av ferdige lakseprodukter til dagligvare og storhusholdningsmarkedet i Norge skjer gjennom Insulas datterselskaper Lofotprodukt AS ("**Lofotprodukt**"), Frøya Salmon AS ("**Frøya Salmon**"), First Seafood AS ("**First Seafood**"), Fiskcentralen AS ("**Fiskcentralen**") og Sjøfrisk Norge AS ("**Sjøfrisk Norge**")
 - (12) Lofotprodukt, hvor Insula eier 100 prosent av aksjene, produserer og selger sjømatprodukter til dagligvare- og storhusholdningskunder i Norge. Selskapet har sitt hovedkontor og fabrikk i havgapet på Vestvågøy i Lofoten, hvor de produserer mesteparten av sine produkter, inkludert fiskekaker, fiskeburgere og røkelaks.⁷⁸
 - (13) Frøya Salmon, hvor Insula eier 100 prosent av aksjene, har som formål å utvikle nyskapende fiskeprodukter.⁹ Selskapet står for produksjon av Frøya, et produkt laget av fersk norsk laks, som oppdrettes og foredles av søsterselskapet SalMar AS.¹⁰ Frøya-laksen oppdrettes i havet utenfor øya Frøya, helt vest i Trøndelag, og resulterer i to produkter: Frøya back loin og Frøya mid loin.¹¹
 - (14) First Seafood, hvor Insula eier 90,1 prosent av aksjene,¹² spesialiserer seg på produksjon av spesialtilpassede sjømatprodukter. Selskapet har en fabrikk i Kongsvinger som kan produsere store mengder lakseprodukter, og et nytt lakseanlegg i Bergen. I tillegg til laks, som tilbys som fileter og porsjoner, leverer selskapet også røkte produkter, torsk og kongekrabbe. First Seafood leverer fersk og frossen sjømat fra Norge globalt. Selskapet driver også med salg og levering av sjømat fra bedrift til bedrift (B2B) innenlands.^{13 14}
 - (15) Fiskcentralen, hvor Insula eier 100 prosent av aksjene, er spesialisert på salg av ferske sjømatprodukter til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet på Østlandet. Selskaper selger noen lakseprodukter som handelsvarer (ikke egen foredling) til storhusholdningsmarkedet.
 - (16) Sjøfrisk Norge, hvor Insula eier 100 prosent av aksjene, er et selskap spesialisert på å selge fisk- og sjømat til REMA 1000. Produktene kjøpes fra produsenter, og tilbys til forbrukerne med merker eid av REMA 1000 (Gode Hav, Fiskeriet, R og Prima). Lakseproduktene leveres fra SalMar.
 - (17) Ytterligere informasjon om Insula og deres virksomhet finnes på <https://www.insula.no>.

⁷ <https://lofoten.no/om-oss/>

⁸ Ytterligere informasjon om Lofotprodukt sin virksomhet kan finnes på <https://www.lofoten.no>.

⁹ <https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=996100340>

¹⁰ <https://www.froyasalmon.no/om-froya-laks/>

¹¹ <https://www.froyasalmon.no/om-froya-laks/> , <https://www.froyasalmon.no/produkter/> Ytterligere informasjon om Frøya sin virksomhet kan finnes på <https://www.froyasalmon.no>.

¹² Borgarøy Invest AS (org.nr. 914 340 063) eier de resterende 9,9 prosent av aksjene.

¹³ <https://firstseafood.no/no/>

¹⁴ Ytterligere informasjon om First Seafood sin virksomhet kan finnes på <https://www.firstseafood.no>.

3.2 Kverva og Kvarv

3.2.1 Juridisk og organisatorisk struktur

- (18) Insula kontrolleres av Kverva Industrier AS ("**Kverva Industrier**") med 94,76 prosent. Kverva Industrier eies igjen av Kverva AS ("**Kverva**"), som igjen eies av Kvarv AS ("**Kvarv**") med 98,2 prosent. Kvarv eies av Gustav Magnar Witzøe (97 prosent av aksjene, 18 prosent av stemmerettighetene), men kontrolleres av Gustav Witzøe (1 prosent av aksjene, 82 prosent av stemmerettighetene).
- (19) I tillegg til Kvarv kontrollerer Gustav Witzøe og Gustav Magnar Witzøe GMW Venture AS og Fjord Marin Holding AS. Selskapene har investeringer innen sjømatsektoren. Fjord Marin Holding AS eier 100 prosent av aksjene i Wessel Invest AS. GMW Venture AS eier 50 prosent av aksjene i Hector TRD AS, som driver en restaurant i Trondheim.
- (20) Kverva er et investeringsselskap som spesialiserer seg på akvakultur og marine ressurser som holdes gjennom Kverva Industrier og Kverva Finans AS («**Kverva Finans**»).
- (21) Et strukturkart for Kverva og Kvarv er inntatt som Vedlegg 3 til denne meldingen.

Vedlegg 3: Struktur Kverva AS og Kvarv AS (Konfidensielt)¹⁶

- (22) Mer informasjon om Kverva er tilgjengelig på deres hjemmesider <https://kverva.no/>.
- (23) Utover selskapet Insula kontrollerer Kverva, gjennom Kverva Industrier AS, en rekke bedrifter innfor hovedvirksomhetsområdene oppdrett og prosessering, sjømat, teknologi og marine råvarer, som vil bli presentert i det følgende.

3.2.2 Datterselskaper

3.2.2.1 SalMar ASA

- (24) Kverva Industrier kontrollerer SalMar ASA ("SalMar") med 45,4 prosent. SalMar er en verdensledende lakseprodusent og har hovedkontor på Frøya. Selskapet driver lakseproduksjon i Midt- og Nord-Norge, i Skottland og på Island. I tillegg har SalMar videreforedlingsaktivitet gjennom slakteri- og foredlingsanlegget InnovaMar på Frøya og InnovaNor på Senja.
- (25) SalMar er et integrert selskap som dekker hele verdikjeden for lakseproduksjon, fra egg til slaktbar fisk til primær- og sekundær prosessering av laks ved sine slakte- og prosesseringsanlegg. Oppdrettsvirksomheten i Norge skjer i det heleide datterselskapet SalMar Farming. I 2021 etablerte også SalMar datterselskapet SalMar Aker Ocean AS (85 prosent) som skal drive fiskeoppdrett i værharde områder offshore. SalMar Farming overtok også Knutshaugfisk AS i 2025. Knutshaugfisk driver fiskeoppdrett med laks basert på fire matfisklisenser i produksjonsområde seks i Midt-Norge.
- (26) SalMars aktivitet på Island er eiet gjennom datterselskapet Icelandic Salmon (52,48 prosent) som igjen eier 100 prosent av Arnarlax ehf. SalMars aktivitet i Skottland, herunder Shetland og Orknøyene eies gjennom selskapet Norskott Havbruk AS, hvor SalMar eier 50 prosent av aksjene. Norskott Havbruk AS eier igjen 100 prosent av Scottish Sea Farms Ltd

¹⁵ Kverva Finans forvalter Kvervas portefølje av børsnoterte selskaper i utvalgte bransjer i marin sektor.

¹⁶ Organisasjonskartet er oppdatert per november 2024. SalMar har siden overtatt kontroll over Knutshaugfisk AS (melding om foretakssammenslutning ble inngitt til Konkurransetilsynet 4.12.2024).

(27) I tillegg har SalMar salgskontorer i seks asiatiske land, herunder Singapore, Japan, Vietnam, Sør-Korea, Thailand og Taiwan. SalMar har vært notert på Oslo Børs siden 2007.

(28) Ytterligere informasjon om SalMar finnes på <https://www.salmar.no/>

3.2.2.2 Nutrimar Holding

(29) Kverva Industrier eier 100 prosent av Nutrimar Holding AS ("**Nutrimar**"). Nutrimar produserer fersk laksolje, laksemel og hydrolysert proteinkonsentrat. Produksjonen er basert på biprodukter fra lakseoppdrettere, herunder SalMars videreforedlingsanlegg på Frøya. Produktene selges til produsenter av fiskefôr, kjæledyrfôr og landbruksfôr. Nutrimar Holding eier videre alle aksjene i Nutrimar Harvest AS som driver med høsting av tare. Ytterligere informasjon om selskapet finnes på <http://nutrimar.no/>.

3.2.2.3 Scale Aquaculture Group

(30) Scale Aquaculture Group AS ("**ScaleAQ**"), hvor Kverva Industrier eier 88,78 prosent, er en ledende leverandør av utstyr og løsninger til havbruksindustrien. Selskapet eier blant annet Scale Aquaculture AS, Maskon AS og Moen Marin AS. ScaleAQ er en produsent og leverandør av avansert havbruksteknologi til havbruksnæringen, og en leverandør av arbeidsfartøyer til havbruksindustrien, herunder servicebåter. ScaleAQ har kunder i 40 land og hadde om lag 900 ansatte ved utgangen av 2023 fordelt primært på landene Norge, Skottland, Island, Canada, Chile, Australia, Polen og Vietnam.

(31) ScaleAQs produkter som leveres til oppdrettsnæringen inkluderer:

- Fôrflåter: Plattformer brukt av oppdrettere til å lagre fôr og føringssystem, samt oppholdsrom for ansatte på oppdrettslokalitet. Størrelsen og kapasiteten til fôrflåten vil avhenge av kundens behov.
- Kerasystemer: Kamera brukt til å overvåke fisken, herunder for å optimalisere føringen.
- Flytekrager (inkludert ekstraustyr): En frittliggende, flytende installasjon som fester nøtene og lager innhegningen til fisken. Størrelsen på flytekragen varierer avhengig av kundens behov.
- Fortøyingssystemer: Ankersystemer som tau, kjettinger og ankere.
- Nøter for både ulike driftsformer, primært nedsenket og semilukket.
- Marine engineering: Inkluderer beregning og dimensjonering av marine konstruksjoner. Dette omfatter blant annet strukturelle og hydrodynamiske analyser for rammefortøying, flåtefortøying, flytekrager, nøter og andre konstruksjoner.
- Lys: Brukes for å skape et godt miljø for fisken.
- Lusekontroll: Systemer for avlusing.
- Programvare: Samler føring og miljødata fra fødings-, kamera- og sensorsystemer for å gi kontroll gjennom hele fiskens levetid.
- Dødfiskhåndtering: Systemer for å håndtere dødfisk, som innsamlingscontainere, kverner, lagertank, syredoseringsanlegg og systemer for oppsamling av dødfisk.

- (32) ScaleAQ eier videre 81 prosent av aksjene i Maskon AS ("**Maskon**"). Maskon er en produsent og leverandør av ulike typer maskiner til bruk i oppdrettsnæringen, og til bruk av matvareprodusenter innen produksjon av meieriprodukter og kjøttvarer. Produktene selges til norske og internasjonale kunder.
- (33) Maskons produktportefølje omfatter maskinelle vaksinasjonssystemer, rognsorteringsmaskiner, fiskepumper og industrielle maskiner til produksjon av matvarer og til automatisering i andre industrier.
- (34) Maskons største virksomhetsområde er salg og utleie av maskinelle vaksinasjonssystemer, samt service og andre ettermarkedstjenester for selskapets vaksinasjonssystemer. Maskon leverer, eller tilbyr utvikling, også av andre typer industrielle maskiner slik som materialhåndteringsmaskiner og palletteringsmaskiner.
- (35) ScaleAQ eier også 100 prosent av Moen Marin AS ("**Moen Marin**"), som er en leverandør av ulike typer arbeidsfartøyer til havbruksindustrien, herunder servicebåter og røkter-/lokalitetsbåter. Mens de større servicebåtene typisk selges til shippingselskaper som tilbyr servicebåttjenester til havbruksindustrien (som for eksempel Frøy AS, som tidligere var kontrollert av Kvarv-konsernet), selges røkter-/lokalitetsbåter gjerne direkte til oppdretterne.
- (36) Ytterligere informasjon om selskapet finnes på <https://scaleaq.no/>

3.2.2.4 Pelagia

- (37) Gjennom Kverva Industrier eier Kverva 73,37 prosent av Kvefi AS, som igjen eier 50 prosent av Pelagia AS ("**Pelagia**"). De øvrige aksjene holdes av Austevoll Seafood ASA. Kvefi AS og Austevoll Seafood ASA har felles kontroll i Pelagia. Pelagia driver med produksjon og handel av fisk og fiskeprodukter, herunder fiskemel og fiskolje. Hovedkontoret til Pelagia er i Bergen. Selskapet har totalt 28 avdelinger fordelt i Norge, Storbritannia, Irland, Danmark og Ukraina. Pelagia inkludert heleide datterselskaper innehar omtrentlig 1,4 millioner tonn råmateriale.
- (38) Pelagia eier videre 100 prosent av Norsildmel Innovation AS som driver salg og distribusjon av fiskemel og fiskeolje. Pelagias heleide datterselskap Hordafor AS produserer fôrråstoff i form av fiskeproteinkonsentrat og fiskeolje, hovedsakelig basert på ensilasje fra lakseoppdrettsnæringen. Epax Norge AS, som er en ledende produsent av konsentrater av marine Omega-3 fettsyrer, er også et heleid datterselskap av Pelagia.
- (39) Mer informasjon om Pelagia er tilgjengelig på deres hjemmesider <https://pelagia.com/>.

3.2.2.5 Conchilia

- (40) Kverva eier gjennom Kverva Industrier 71,63 prosent av Conchilia AS ("**Conchilia**"). Conchilia investerer i og eier selskaper som prosesserer og selger skalldyr. Gjennom sine datterselskap mottar, foredler og selger Conchilia skalldyr, herunder brunkrabbe, kongekrabbe, sjøkreps og kamskjell. Conchilia mottar gjennom sine datterselskap også begrensede volum fisk, som selges gjennom et lokalt fiskeutsalgssted.

3.2.2.6 Ytterskaget AS

- (41) Ytterskaget AS, hvor Kverva Industrier eier 100 prosent av aksjene, investerer i eiendom relatert til sjømatnæringen.

3.3 Salmon Brands / SALMA

- (42) Salmon Brands eies 100% av Bremnes Seashore AS ("**Bremnes Seashore**"), som er en norsk oppdretts- og sjømatprodusent som spesialiserer seg på lakseprodukter.
- (43) Salmon Brands, som er selger av aktivaene som er gjenstand for Transaksjonen, drev tidligere hovedsakelig FOU, merkevarebygging, markedsføring og salg av produkter under merkevaren "SALMA" i Norge og Europa, i første rekke til dagligvarebutikker i Norge, Sverige, Frankrike og Sveits.¹⁷ Produktene som ble solgt under SALMA-merkevaren omfattet blant annet: i) lakseloins, ii) lakseburgere, iii) røkt laks, og iv) andre produkter som Salma Glaze Ginger Teriyaki og Salma Ponzu Original. De aktiva som overdras omfatter samtlige varemerker knyttet til SALMA-ordmerket, diverse logoer, varemerket for SALMA Taco, samt varemerkene for de ulike lakseloins-, burger-, røkt- og sausproduktene. I tillegg overdras ulike domenenavn og produksjonsutstyr.
- (44) Produksjon av samtlige produkter under SALMA-navnet ble avsluttet 31. desember 2024. Merkevaren er følgelig ikke i bruk i dag. Som nevnt over i punkt 2 gjelder Transaksjonen kun overdragelse av immaterielle rettighetene tilknyttet varemerket "SALMA", samt noe produksjonsutstyr. Transaksjonen omfatter ikke overtakelse av annen virksomhet.

3.4 Partenes omsetning og driftsresultat siste regnskapsår

- (45) Tabellen nedenfor viser Partenes omsetning og driftsresultat i Norge i 2023.

Tabell 1: Partenes omsetning og driftsresultat i Norge i 2023

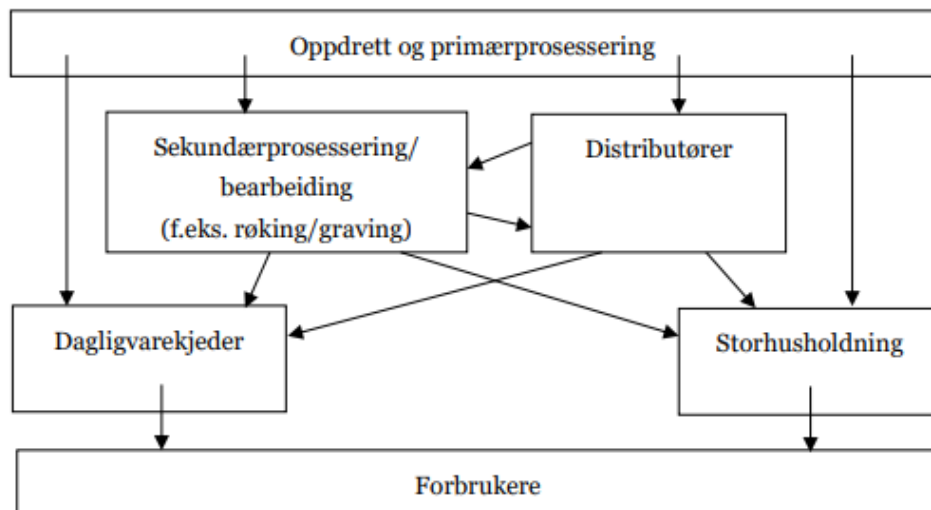
Selskap	Omsetning (NOK)	Driftsresultat (NOK)
Insula	7 187 744 000 ¹⁸	22 900 000
Kvarv AS (konsern)	37 412 593 000	6 588 662 000
Salmon Brands	417 383 662	-39 884 221

4. NÆRMERE OM VERDIKJEDEN FOR LAKS

- (46) Figuren nedenfor er en overordnet fremstilling av verdikjeden for laks.

¹⁷ <https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=987419954>

¹⁸ Insula konsernets omsetning i Norge i 2023 var på 2 603 893, jf. note 2 til årsregnskapet: [Insula-report-2023-NO.pdf](#). selskapet som overtar eiendelene som er gjenstand for Transaksjonen er Insula AS. Insula AS hadde i 2023 en omsetning på 71 274 000 og et driftsresultat på -28 391 211.



- (47) Oppdrett innebærer produksjon av laks og ørret fra smolt i ferskvann til voksen laks/ørret i sjøvann, normalt i størrelsesordenen 4-5 kg. Produksjonssyklusen tar typisk om lag 3 år.
- (48) Slakteklar fisk fraktes fra merdene til prosesseringsanlegg i prosessbåt eller brønnbåt. Der brønnbåter tar fisken levende fra merden til prosesseringsanlegget, blir fisk som skal transporteres med prosessbåt avlivet ved merden før oppbevaring i nedkjølt saltvann om bord i prosessbåten og fraktes slik til prosesseringsanlegget. Valg av fartøytype er typisk basert på oppdretterens preferanser i de ulike situasjonene.
- (49) Etter at fisken er transportert til slakteanlegget, vil den bli sløyet, og eventuelt filetert. Prosessen fra smolt til sløyting betegnes samlet som primærprosessering. Mens de største oppdrettsselskapene gjerne har egne slakteanlegg, vil de mindre oppdrettsselskapene typisk selge slakteklar matfisk til de store oppdrettsselskapene for primærprosessering og salg, eller kjøpe inn primærprosesseringen som en separat tjeneste fra de større oppdrettsselskapene.
- (50) Etter primærprosessering kan fisken sendes videre til sekundærprosessering, hvor foredlingsbedrifter bearbeider den slaktede og sløyde fisken til ulike fiskeprodukter, som røkt laks, fileter og ferdigretter. Disse bearbeidede produktene selges videre til dagligvarekjeder, storhusholdningskunder eller distributører i Norge og Europa.
- (51) Distribusjonen av bearbeidede sjømatprodukter til dagligvarehandelen utføres hovedsakelig av kjedene selv. Produktene har vanligvis en holdbarhet på cirka 6 uker og distribueres sammen med andre kjølevarer. Kjedenes distribusjonsselskaper henter normalt vareleveranser fra sine leverandører. Deretter inngår produktene i dagligvarekjedenes ordinære vareflyt gjennom distributører og ut til butikkene. Det finnes unntak, som for eksempel kjedenes lokale sortiment, som ofte leveres direkte til butikkene.

5. MARKEDSAVGRENSNING

5.1 Relevant produktmarked

- (52) Gjennom Transaksjonen vil Insula overta eiendomsretten til alle immaterielle rettigheter knyttet til varemerket "SALMA". Dette inkluderer varemerkene knyttet til SALMA-ordmerket, diverse logoer, varemerket for SALMA Taco, samt varemerkene for de ulike lakseloin-, burger-, røkt- og sausproduktene. Produktene som selges under SALMA-varemerket er

annenhåndsprosessert/bearbeidet norsk atlantisk laks. Tilsvarende produkter selges av Insula til norske og europeiske kunder.

- (53) Kommisjonen har vurdert det relevante markedet for oppdrett og prosessering av laks, blant annet i sak COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol, sak COMP/M.3722 Nutreco/Stolt-Nielsen/Marine Harvest JV og i sak COMP/M.10699 SalMar/NTS. Kommisjonen la her til grunn at oppdrettslaks og villaks tilhører ulike produktmarkeder, basert på ulik smak, kvalitet og pris.¹⁹ Kommisjonen har videre lagt til grunn at norsk atlantisk laks utgjør et eget produktmarked, atskilt fra skotsk atlantisk laks og islandsk atlantisk laks. Kommisjonen har så langt holdt det åpent om ørret, samt økologisk laks, utgjør en del av det samme produktmarkedet.²⁰
- (54) I COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol la Kommisjonen til grunn at oppdrett og førstehånds-/primærprosessering av laks utgjør et eget produktmarked atskilt fra sekundærprosessering av laks.²¹ Oppdrett og primærprosessering av laks innebærer høsting, slakt, sløying med eller uten fjerning av hode og noen ganger filetering av laksen. Annenhåndsprosessering av laks inkluderer foredling av primærprosessert laks til bearbeidede produkter, som laksefileter, ferdigretter og røkt laks. Aktører som er aktive innen annenhåndsprosessering selger hovedsakelig til detaljhandelen og storhusholdning / food service. Tilsvarende er lagt til grunn i COMP/M.10699 SalMar/NTS. Melder er enig i denne tilnærmingen.
- (55) Både SALMA og Insula har tilbudt / tilbyr sekundærprosesserte lakseprodukter til dagligvaremarkedet. Insula tilbyr også slike produkter til storhusholdningsmarkedet/food-service segmentet. Melder er dermed av den oppfatning at det relevante produktmarkedet er sekundærprosessering og salg av norsk atlantisk laks til dagligvaremarkedet. Melder legger til grunn at salg til dagligvarehandelen og salg til storhusholdningssegmentet utgjør separate markeder, som følge av ulikheter når det gjelder kunder, produktsortiment, pakningsstørrelser, emballasjetyper, distribusjonsmåte, markedsføring, salgsoppfølging mv. Det nevnes for ordens skyld at omsetningen av de aktuelle produktene til storhusholdningskunder er lav sammenliknet med omsetningen til dagligvarekjedene.
- (56) Kommisjonen har ikke tatt endelig stilling til hvorvidt det er grunnlag for å segmentere produktmarkedet nedstrøms ytterligere. Kommisjonen uttalte imidlertid i COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol at henholdsvis fersk, fryst og røkt laks kan utgjøre egne produktmarkeder.²² I COMP/M.9369 Pai Partners/Wessanen uttalte Kommisjonen at røkt laks trolig utgjør et eget produktmarked sammenlignet med andre annenhåndsprosesserte (herunder ferske og fryste) lakseprodukter.
- (57) Etter Melders syn utgjør i hvert fall fersk og frossen sekundærprosessert norsk atlantisk laks en del av det samme produktmarkedet. De fleste markedsaktører tilbyr et bredt utvalg av lakseprodukter, herunder fryste- og ferske lakse-filer, renskåret laks, loins og laks i terninger. Tilbyderne tilbyr i økende grad refreshed-produkter, dvs. produkter som blir fryst, for deretter å tines og presenteres "refreshed"/som kjølevare til forbruker i butikk. Prosesseringen foregår også på samme produksjonsfasiliteter. Aktørene kan derfor enkelt,

¹⁹ COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol, avsnitt 27-28

²⁰ COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol, avsnitt 68.

²¹ COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol, avsnitt 34.

²² COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol avsnitt 64. Case M.9369 Pai Partners / Wessanen, avsnitt 42 flg.

og med begrensede kostander, flytte tyngdepunktet i prosesseringen som en respons på endring i etterspørselen. Samlet tilsier dette en betydelig tilbudssubstitusjon for annenhåndsprosesserte (herunder ferske og fryste) lakseprodukter.

- (58) Dagligvarekjedene kjøper normalt heller ikke inn enkeltprodukter, men et samlet produktsortimentet som ofte inkluderer både fryste og ferske lakseprodukter. Fra et innkjøpsperspektiv på dagligvareleddet vil pris og andre avtalebetingelser derfor ofte vurderes samlet. Konkurransen mellom markedsaktørene opp mot dagligvarekjedene foregår dermed i stor grad om det samlede produktsortimentet og ikke enkeltprodukter.
- (59) Fra et *sluttkundeperspektiv* er ikke bare bearbeidingsmetodene, men også de bearbeidede lakseproduktene (fersk og fryst) substituerbare. Som nevnt over er det ikke et skarpt skille mellom fryste og ferske produkter. Tinte (refreshed) produkter er et segment i vekst.
- (60) Utviklingen i dagligvaremarkedet viser også at både ferske og fryste produkter anses substituerbare fra et etterspørselsperspektiv. Salget av fersk laks har hatt en volumreduksjon på 16 prosent mellom 2022 og 2024. Samtidig økte salget av fryst laks i 2023, med en liten nedgang i 2024, som totalt sett resulterer i en flat utvikling. I verdi har fryst laks økt med 37 prosent i samme periode, noe som antyder en overgang fra fersk til fryst laks for kundene. Data fra Sjømatrådet for 2022 tyder også på at det viktigste for kundene ved valg av produkt er hvordan laksen kan tilberedes, ikke om den er fersk eller fryst. Basert på søkeord knyttet til laks, er det nærliggende at de fleste konsumenter tilbereder laks i ovnen, uavhengig av om den er fersk eller fryst, noe som indikerer at kundene mener fersk og fryst er substituerbare fra et etterspørselsperspektiv.²³
- (61) Dersom Konkurransetilsynet skulle anse at bearbeiding og salg av fersk og fryst laks utgjør separate produktmarkeder, er Melders av den oppfatning at alle ferske lakseprodukter tilhører det samme produktmarkedet. Med "ferske lakseprodukter" menes her produkter som røkt laks, lakseporsjoner, laksefileter og ferdigretter. Dette samsvarer med Kommisjonens tilnærming i tidligere saker.²⁴
- (62) Melder er ikke kjent med praksis fra Kommisjonen eller Konkurransetilsynet som gir grunnlag for å segmentere markedet ytterligere. Etter Melders syn er det ikke nødvendig å ta stilling til den endelige markedsavgrensningen i denne saken, ettersom Transaksjonen, selv ved en snevrere markedsavgrensning, ikke vil ha konkurransebegrensende virkninger.
- (63) Verken Kommisjonen eller Konkurransetilsynet har så langt Melder er kjent med tatt endelig stilling til hvorvidt merkevareprodukter og dagligvarekjedenes egne merkevarer ("EMV") innen annenhåndsprosesserte lakseprodukter tilhører samme marked. Etter Melders syn er det imidlertid ikke nødvendig å ta stilling til den endelige markedsavgrensningen i denne saken, ettersom Transaksjonen uansett ikke vil ha konkurransebegrensende virkninger. For fullstendighetens skyld er EMV medtatt under konkurranseanalysen.
- (64) Siden Transaksjonen uansett ikke vil gi opphav til konkurransebekymringer kan den eksakte markedsavgrensningen etter Melders syn holdes åpen.

²³ "Laks i ovn" fikk 24,372 klikk, "ovnsbakt laks" genererte 19,204 søk, og "laks og pasta" fikk 12,314 klikk. "Laks i ovn" utgjorde 16,1 prosent av den totale trafikken, mens "ovnsbakt laks" og "laks og pasta" også stod for en betydelig del av trafikken.

²⁴ Case M.9369 *Pai Partners / Wessanen* avsnitt 34 og COMP/M.6850 *Marine Harvest/Morpol* avsnitt 20.

5.2 Geografisk marked

- (65) Kommisjonen har tidligere lagt til grunn at det geografiske markedet for oppdrett og primærprosessering av norsk atlantisk laks er EØS-området.²⁵ Kommisjonen har ikke tatt endelig stilling til den geografiske utstrekningen av markedet for sekundærprosessert laks. I COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol uttalte Kommisjonen, under henvisning til forskjeller i forbrukerpreferanser og merkevarer, at det ikke kunne utelukkes at markedet kunne avgrenses nasjonalt.²⁶ Kommisjonen holdt likevel markedsavgrensningen åpen. I M.9369 Pai Partners/Wessanen la Kommisjonen til grunn at markedet for sekundærprosessering og salg av røkt laks og økologisk røkt laks har nasjonal rekkevidde.²⁷
- (66) Etter Melders syn er det flere holdepunkter for at det geografiske markedet for sekundærprosessert fryst og fersk laks er EØS-området. Melder peker på at det finnes en rekke ulike produsenter fordelt over EØS-området, som har distribusjon over hele Europa.²⁸ Det er ikke toll på import av ferdiglakeprodukter fra EU til Norge. Norske dagligvarekjeder kan derfor i prinsippet velge mellom norske og utenlandske ferdiglaksbedrifter når en skal foreta innkjøp av ferske og frysede lakseprodukter. Det ingen betydelige forskjeller knyttet til produktstandardisering. Byttekostnadene er også begrenset i det det er tale om en ferdigprodusert hyllevare. Følgelig kan en i prinsippet tenke seg at alle ferdiglaksbedrifter i EU som produserer disse produktene inngår i det relevante geografiske markedet.
- (67) For denne meldingens formål vil Melder ta utgangspunkt i et nasjonalt marked, for å vise at Transaksjonen ikke får negative virkninger uansett hvilken markedsavgrensning som legges til grunn..

6. ALTERNATIVSITUASJONEN

- (68) Konkurransetilsynet skal etter konkurranseloven § 16 første ledd forby foretakssammenslutninger "som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse". I dette ligger et krav til årsakssammenheng mellom foretakssammenslutningen og konkurransebegrensningen.²⁹ Foretakssammenslutningen må altså være årsaken til den betydelige konkurransebegrensningen.
- (69) Kravet til årsakssammenheng innebærer at man må sammenlikne den konkurransesituasjonen som vil oppstå dersom foretakssammenslutningen gjennomføres med den *mest sannsynlige markedssituasjonen* i fravær av foretakssammenslutningen (alternativsituasjonen).³⁰ Ved fastleggelsen av alternativsituasjonen skal det tas utgangspunkt i konkurranseforholdene på transaksjonstidspunktet (status quo).³¹ Med status quo menes de markedsforholdene som eksisterer i det relevante markedet på

²⁵ Se f.eks. COMP/M.10699 SalMar/NTS, avsnitt 23-28.

²⁶ COMP/M.10699 SalMar/NTS, avsnitt 72.

²⁷ Case M.9369 Pai Partners / Wessanen, avsnitt 45.

²⁸ COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol, avsnitt 33.

²⁹ Ot.prp. nr. 6 (2003–04), s. 75.

³⁰ HR-2023-299-A (Nettbil), avsnitt 102: "[v]urderingen av om konkurransen vil hindres i betydelig grad skal (...) foretas ut fra hva som på transaksjonstidspunktet vil være den alternative situasjonen, altså hva situasjonen ville ha vært uten foretakssammenslutningen".

³¹ HR-2023-299-A (Nettbil), avsnitt 102.

tidspunktet for foretakssammenslutningen. I den grad dette utgangspunktet fravikes må den alternative markedsutviklingen ha støtte i konkrete holdepunkter og analyser.³²

- (70) I nærværende sak er status quo at Bremnes Seashore har avviklet produksjon og salg av SALMA-produktene. Produksjonen opphørte per 31. desember 2024 og samtlige kundeavtaler er avsluttet.³³ Nedleggelsen av SALMA-produktet førte til oppsigelser av om lag 100 ansatte. Merkevaren SALMA, og produktene merkevaren var tilknyttet, har følgelig forlatt markedet. Etter Melders syn er det denne konkurransesituasjonen Transaksjonen må vurderes opp mot.
- (71) Det er ikke sannsynlig at Bremnes Seashore ville trådt inn igjen på markedet under SALMA-merkevaren i fravær av Transaksjonen. Bremnes Seashores produksjon og salg av SALMA-produkter gikk med betydelig underskudd i årene før produksjonen ble nedlagt.³⁴ For eksempel hadde Salmon Brands et ordinært resultat før skatt på ca. -42 millioner i 2023.³⁵ Bremnes Seashore har også truffet en rekke irreversible avgjørelser knyttet til fremtidig produksjonsinnretning og bemanning i forbindelse med uttreden.³⁶
- (72) En alternativ kjøper ville heller ikke – i fravær av Transaksjonen – ervervet eiendelene.
- (73) SALMA-varemerket ble solgt etter en åpen, strukturert prosess. Prosessen ble initiert ved at Bremnes Seashore engasjerte Pareto Securities AS ("**Pareto**") for å lede salget av varemerket, noe som også ble offentliggjort i media.³⁷ Markedet har følgelig vært godt informert om muligheten til å delta i prosessen om kjøp av SALMA-merkevaren.

(74)

[Redacted text block]

(75)

[Redacted text block]

(76)

[Redacted text block]

(77)

[Redacted text block]

³² V2015-24 – Coop Norge Handel AS – ICA Norge AS, avsnitt 102.

³³ Saken ble omtalt av flere medier, herunder blant annet DN og NRK. Artikkene finnes her: <https://www.dn.no/havbruk/laks/bremnes-seashore/bremnes-seashore-avvikler-salma-produksjonen/2-1-1751159> og <https://www.nrk.no/vestland/kuttar-ut-produksjon-av-salma-laks--100-tilsette-mister-jobben-1.17162899>. Pressemeldingen fra Bremnes Seashore finnes her: <https://seashore.no/bremnes-seashore-avviklar-salma-produksjonen/>

³⁴ Se <https://seashore.no/bremnes-seashore-avviklar-salma-produksjonen/>

³⁵ Se Salmon Brands AS sitt årsregnskap for regnskapsåret 2023.

³⁶ Se <https://seashore.no/bremnes-seashore-avviklar-salma-produksjonen/> og <https://www.intrafish.no/samfunn/bremnes-seashore-avviklar-salma-produksjonen/2-1-1751105>

³⁷ "Åpner for å finne nytt hjem for Salma-laksen - har hentet inn meglerhus", IntraFish, publisert 17. desember 2024.

(78)

- (79) Alternativsituasjonen er følgelig at SALMA-merkevaren (inkludert tilknyttede produkter) ville forlatt det relevante markedet i fravær av Transaksjonen.
- (80) Melder bemerker at salget av SALMA-produkter har hatt en skarp nedadgående trend de seneste årene, og falt med over to tredjedeler fra 2022 til 2024.³⁸ Dette innebærer at omsetningstallene/markedsandelene knyttet til SALMA-produktene for 2024 er lite egnet til å belyse i hvilken grad uttredden ville ha ledet til en udekket etterspørsel i markedet som andre markedsaktører kunne ha dekket i fravær av Transaksjonen.
- (81) Tilbudet av oppdrettslaks i primærprosesseringsledet er også volatilt, og er sterkt påvirket av blant annet globale etterspørselstrender og fluktuerende produksjon.³⁹ Endringer i tilbudet (prisen) på primærprosesseringsledet påvirker derfor etterspørselen på sekundærprosesseringsledet. En prisøkning på oppdrettslaks de seneste årene har for eksempel medført at flere kunder velger fryst laks over (relativt dyrere) fersk laks.⁴⁰ Dette indikerer ikke bare en substitusjon mellom produktkategoriene, men illustrerer også usikkerheten rundt fremtidig etterspørsel etter fryst, fersk og røkt laks.
- (82) Samlet er det krevende å fastsette med noen grad av sikkerhet hvordan konkurransestrukturen i de relevante markedene mest sannsynlig ville sett ut i fravær av Transaksjonen. Etter Melders syn er det imidlertid ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å ta konkret stilling til konkurransestrukturen i alternativsituasjonen. Som det vil fremgå av punkt 7 nedenfor, er økningen i Melders markedsandel i de berørte markedene såpass begrenset at Transaksjonen ikke vil gi opphav til negative konkurransemessige virkninger uavhengig av markedsstrukturen under alternativsituasjonen.

7. TRANSAKSJONEN HAR INGEN NEGATIVE KONKURRANSEMESSIGE VIRKNINGER

7.1 Innledning

- (83) For å kunne gripe inn mot en foretakssammenslutning, krever konkurranseloven § 16 at foretakssammenslutningen "i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse". Det følger av bestemmelsen at inngrep kan være særlig aktuelt i tilfeller hvor sammenslutningen resulterer i at "en dominerende stilling skapes eller styrkes", jf. HR-2023-299-A

³⁸ Produksjonen var på 929 tonn i 2022, mot 309 tonn i 2024.

³⁹ For eksempel som følge av utbrudd av lakselus med påfølgende slaktning.

⁴⁰ Fra 2022 til 2024 har for eksempel salget av fryst laks økt med omkring 37 prosent, mens salget av fersk laks har sunket med omkring 10 prosent.

(Finn/Nettbil).⁴¹ Høyesterett har videre fastslått at det stilles krav om en kvalifisert virkning og at "inngrepsterskelen er høy, og at det dreier seg om "ekspropriasjonslignende inngrep".

- (84) Etter Melders syn vil ikke Transaksjonen medføre noen negative konkurransemessige virkninger uavhengig av hvordan markedet avgrenses, jf. nærmere nedenfor.

7.2 Ingen negative virkninger i noen markeder

7.2.1 Markedet for sekundærprosessering og salg av fersk og fryst laks

- (85) Som nevnt over i punkt 5 mener Melder at det relevante markedet er sekundærprosessering og salg av fersk og fryst norsk atlantisk laks til dagligvarekjeder i Norge.⁴² Transaksjonen vil ikke gi noen negative virkninger i dette markedet.

7.2.1.1 Transaksjonen vil kun føre til en begrenset konsentrasjonsøkning

- (86) Innledningsvis bemerkes at Melder ikke har tall på totalsalg (volum eller verdi) av annenhåndsprosessert laks inn til dagligvarekjedene for 2024. Totalmarkedet er derfor beregnet med utgangspunkt i antall tonn solgt fra dagligvareledet til slutt kunder. Tallene er innhentet fra Sjømatrådet og bygger på Nielsen tall. Partenes markedsandeler er beregnet basert på antall tonn solgt til dagligvarekjedene i 2024. Grunnen til at Melder har brukt volum som grunnlag for beregningene er at størrelsen på totalmarkedet i verdi (salg til slutt kundene) påvirkes av kjedenes marginer – en faktor som ikke er relevant under en sammenligning av salgsvolum.
- (87) Basert på ovennevnte beregningsgrunnlag, utgjorde totalmarkedet for sekundærprosessering og salg av fersk og fryst norsk atlantisk laks til dagligvarekjeder i Norge i 2024 7074 tonn. Insulas markedsandel anslås til [REDACTED] prosent, med et volum på [REDACTED] tonn.
- (88) I tilfeller hvor erverver overtar en virksomhet som på transaksjonstidspunktet er til stede i markedet, er utgangspunktet at målselskapets omsetning/markedsandeler tilordnes erverver under konkurranseanalysen. Dette utgangspunktet kan ikke legges til grunn i denne saken, hvor Melder overtar immaterielle rettigheter.
- (89) Kommisjonen har lagt til grunn at det ved overdragelse av immaterielle rettigheter ikke er grunnlag for å tilordne hele omsetningen fra virksomheten merkevaren var tilknyttet til det overtakende selskapet.⁴³ M.5721 Otto/Primondo gjaldt overtakelse av enkelte varemerker, varemerkeapplikasjoner, ett patent, domenenaavn, opphavsrettigheter og kundedata tilknyttet en postordrevirksomhet. Kommisjonen uttalte i avgjørelsen at "it [...] does not appear justified to take the entire previous Quelle turnover into account in the competitive assessment". Kommisjonen la til grunn at erververen skulle tilordnes maksimalt 25 prosent av omsetningen fra virksomheten kun varemerket var tilknyttet.

⁴¹ Premiss 99.

⁴² Bremnes Seashore har opplyst til Melder at foretaket – så langt de er kjent med – ikke har solgt SALMA-produkter til storhusholdning/food-service i 2024. Årsaken til forbeholdet er at ansatte (salgspersoner etc.) i Salma Brands er oppsagt, og at det per i dag er vanskelig få salgshistorikken hundre prosent bekreftet. Dersom slikt salg skulle ha funnet sted, vil det i så fall vært tale om et helt ubetydelig kvantum.

⁴³ Se også Canapa, *Trademarks and Brands in Merger Control*, (2016) side 154: "In certain cases, especially when the sole acquisition of a trademark fulfils the conditions of notification of the EUMR, the calculation of the combined market shares shall not comprise the entire previous turnover of the undertaking which transfers the brand." (vår understrekning).

- (90) Salget av SALMA-produkter har også sviktet de seneste årene. Fra 2022 til 2023 var volumnedgangen på 26 prosent. Fra 2023 til 2024 var volumnedgangen på 55 prosent. Den entydige negative markedsutviklingen tilsier at omsetningstallene for 2024 ikke vil reflektere den reelle markedsposisjonen som overtas, men at denne vil være betydelig lavere.
- (91) Merkevarer er heller ikke bruk i dag, noe som også tilsier at SALMAs markedsandel på opphørstidspunktet ikke kan legges til grunn ved konkurranseanalysen. Det er tale om et dagligvareprodukt hvor kundene – som har etterspurt produktene – nødvendigvis vil ha endret kjøpmønsteret. Tidslinjen for å reintrodusere merkevaren er også ikke ubetydelig, og forutsetter blant annet forhandling og inngåelse av avtaler med dagligvarekjedene. Endelig butikkklansering er ventet å tidligst [REDAKERT] Dette til forskjell fra M.5721 Otto/Primondo hvor eiendelene som ble overtatt aldri forlot markedet.
- (92) Melder tar for enkelthets skyld utgangspunkt i Kommisjonens praksis og legger til grunn at Melder tilordnes 25 prosent av omsetningen fra 2024 tilknyttet SALMA-produktene, selv om den reelle andelen trolig er lavere. Basert på dette vil transaksjonen kun resultere i en ubetydelig konsentrasjonsøkning i det relevante markedet begrenset til [REDAKERT] prosent.⁴⁴, og en samlet markedsandel på [REDAKERT] prosent. Transaksjonen vil derfor ikke gi opphav til noen konkurransemessige virkninger.

7.2.1.2 Sterk konkurranse også etter Transaksjonen

- (93) Melder vil også møte sterk konkurranse fra andre markedsaktører etter Transaksjonen.
- (94) Det er en rekke aktører som i dag tilbyr ferske og fryste produkter til dagligvaremarkedet i Norge og som vil fortsette å utøve sterkt konkurransepress etter Transaksjonen.
- (95) Lerøy Seafood Group er et globalt sjømatkonsern som driver produksjon av laks og ørret, fangst av hvitfisk, videreforedling, produktutvikling, markedsføring, og salg og distribusjon av sjømat. Lerøy tilbyr en rekke produkter innen fersk og fryst laks, herunder renskåret laks, porsjonspakket laksefilet, loins og laks i terninger, samt fryste fileter.⁴⁵
- (96) Norsk Sjømat Stranda AS er en norsk foredler av laks og ørret, lokalisert i Stranda. Selskapet tilbyr et variert utvalg av laks, både fersk og fryst, inkludert porsjonspakkede produkter, fileter og røkt laks. Flere av Norsk Sjømats produkter er tilgjengelige hos den digitale matbutikken Oda, som har et innkjøpsamarbeid med REMA 1000.⁴⁶
- (97) Coast Seafood AS har hovedkontor i Måløy, og ble etablert i 1994. Selskapet selger årlig mer enn 100.000 tonn laks, i eksportmarkedet og innenlands.
- (98) Domstein Sjømat er en av de største leverandørene av sjømat til det norske markedet.⁴⁷ Virksomheten inkluderer salg og distribusjon av ferske sjømatprodukter til dagligvarehandelen, storhusholdning, hoteller og restauranter over hele Norge. Selskapet leverer fersk fisk fra lokale fiskere og fiskemottak, og har avdelinger i Oslo, Kristiansand, Stavanger, Bergen, Trondheim, Bodø og Tromsø. Selskapet tilbyr et variert utvalg av laks,

⁴⁴ 25 prosent av salget av SALMA-produktene i 2024 utgjorde [REDAKERT] tonn.

⁴⁵ <https://www.leroyseafood.com/no/smakfull-sjomat/produkter/>

⁴⁶ For mer informasjon om Norsk Sjømat, se <https://www.norsksjomat.no>.

⁴⁷ <https://www.domstein.no/domstein-sjomat-1>

både fersk og fryst, inkludert porsjonspakkede produkter, fileter og røkt laks. Flere av deres produkter er tilgjengelige hos Oda.⁴⁸

- (99) Isfjord Norway AS er en sjømatprodusent som holder til på Orkanger i Trøndelag. Selskapet foredler og selger årlig ca. 16.000 tonn laks og ørret. Produktene består av filet, porsjoner, loins, røkte/gravede produkter og en serie med marinerte produkter. Isfjord Norway åpnet ny fabrikk i 2019 med en grunnflate på 5.000 kvm.
- (100) Fjordland AS tilbyr et bredt utvalg av ferdiglagde måltider og måltidskomponenter, inkludert laksefiletterter. Selskapet er eid av TINE (51%), Nortura (39%), og Hoff (10%), og produksjonen foregår hovedsakelig på anleggene til disse eierne.⁴⁹ Fjordlands produkter er tilgjengelige hos de fleste dagligvarebutikker.⁵⁰
- (101) I tillegg til de ovennevnte aktørene, er det flere av dagligvarekjedene som fører EMV.
- (102) "Fiskemannen" er NorgesGruppens egen merkevare, som inkluderer en serie som består av middagsprodukter- og tilbehør samt pålegg av fersk og fryst fisk og skalldyr.^{51 52} Blant produktene som tilbys er skinn- og benfri lakseloin.
- (103) I tillegg til Fiskemannen, er First Price en del av merkevarehuset Unil i NorgesGruppen.⁵³ First Price tilbyr et bredt utvalg av produkter, inkludert fryste laksefileter som er oppdrettet og produsert i Norge.⁵⁴ Når det gjelder ferdigretter, tilbyr NorgesGruppen, gjennom merkevarehuset Unil, Fersk & Ferdig, som inkluderer laksebaserte måltider.⁵⁵ For ordens skyld nevnes at NorgesGruppen, via utvalgte Meny-butikker, tilbyr sushi laget av kokker med fersk fisk levert av lokale leverandører, fanget dagen før den når sushibaren.⁵⁶
- (104) "Fiskeriet" er REMA 1000s egen merkevare, bestående av en serie med fisk og sjømatprodukter.⁵⁷ Serien inkluderer fileter av laks, skinn- og benfri lakseloins, ørret og torsk, fiskekaker, skalldyr og ferdige middager.⁵⁸ tillegg til SalMar og Insula, leverer leverandører som Lerøy og Hitramat produkter til Fiskeriet. Fra 2025 samler REMA 1000 Fiskeriet og R under merket "Gode Hav", som skal fungere som et spesialmerke for fisk og sjømat.⁵⁹
- (105) I tillegg til de allerede nevnte aktørene, finnes det et stort antall produsenter og leverandører av laksefilet i Norge. Disse inkluderer både selskaper som er en del av en integrert verdikjede med egen oppdrettsproduksjon, samt uavhengige produsenter som kjøper råvarer fra andrehåndsmarkedet. Dette gjelder aktører som blant annet Vikenco AS, Filetfabrikken AS, Sinkaberg AS Fabrikk, Brødrene Karlsen AS, Inka AS, Sekkingstad AS,

⁴⁸ Ytterligere informasjon om Domstein kan finnes på <https://www.domstein.no>.

⁴⁹ Se <https://www.fjordland.no/om-fjordland>

⁵⁰ For mer informasjon om Fjordland, besøk <https://www.fjordland.no>.

⁵¹ <https://www.norgesgruppen.no/presse/artiklar/forbruker-i-fokus/emv-egne-merkevarer--venn-eller-fiende/>

⁵² <https://fiskemannen.no/>

⁵³ Se <https://firstprice.no/tema/billig/faq-first-price/>

⁵⁴ Se <https://firstprice.no/tema/billig/enkle-oppskrifter-laks/>

⁵⁵ Se <https://ferskferdig.no/>

⁵⁶ Se <https://meny.no/tema/fisk/sushi/nylaget-sushi-i-butikk/>

⁵⁷ <https://www.rema.no/egne-merkevarer/fiskeriet/>

⁵⁸ <https://www.rema.no/egne-merkevarer/fiskeriet/produkter/>

⁵⁹ Se <https://www.dagligvarehandelen.no/fisk-og-sjomat-gode-hav-rema-1000/rema-1000-forenkler-merkene-pa-fisk-og-sjomat-gode-hav-loftes-fram/1369023>

Vågen Seafood AS, Øksfjord Lakseindustri AS, Hav Line AS og Romsdal Processing AS. Dersom aktørene finner det forretningsmessig attraktivt, har aktørene mulighet til å enkelt starte leveranser til det norske dagligvaremarkedet.

- (106) Ved vurderingen av det samlede konkurransetrykket må markedsaktørenes muligheter til å endre fordeling av prosesseringskapasitet hensyntas.
- (107) Som nevnt under punkt 5 ovenfor, kan en aktør enkelt, og med begrensede ressurser, flytte tyngdepunktet i produksjonen fra fryste til ferske lakseprodukter som respons på en potensiell prisøkning i sistnevnte produktkategori. Dette gjelder både for produksjon av EMV på vegne av dagligvarekjedene og leverandørenes egne merkevarer. Innslaget av "refreshed"-produkter understøtter denne muligheten da metoden gir produsenten anledning til å holde volum i bakhånd for raskere og mer effektivt respondere på endring i etterspørsel. Dagligvarekjedene og produsentene har også løpende kommunikasjon knyttet til optimaliseringen av prosesseringskapasiteten opp mot den til enhver tid rådende etterspørselen. Ethvert forsøk på å utøve markedsrett, enten gjennom prisøkning eller tilbudsreduksjon innen enkeltprodukter, vil følgelig være ineffektivt.
- (108) Dagligvarekjedene innehar også betydelig kjøperrett som alene vil hindre enhver form for konkurranse-skade i etterkant av Transaksjonen. Etterspørselssiden består for alle praktiske formål av NorgesGruppen, REMA 1000 og Coop. Leverandørene er derfor avhengig av dagligvarekjedene som avsetningskanaler. Helt sentralt er at kjedene kun holder et begrenset antall merkevarer i varesortimentet under hver produktkategori. Leverandørene må følgelig konkurrere om begrenset hylleplass. Konsekvensen er at den eksisterende leverandøren til enhver tid må hensynta at kjedene vil kunne bytte leverandør, med det resultat at leverandøren vil kunne miste en betydelig avsetningskanal.
- (109) Dagligvarekjedenes kjøperrett kan heller ikke vurderes kun basert på produktkategoriene i det relevante markedet. Dette skyldes at kjedene ofte kombinerer flere produkter under innkjøpsforhandlinger for å styrke sin forhandlingsposisjon overfor leverandørene. Kjedene kan true med å fjerne andre produkter fra sortimentet som en reaksjon på eventuelle forsøk fra leverandørene på å utøve markedsrett (såkalt "delisting"). Tilgang til kampanjer vil også effektivt disiplinere produsentene i det kjedene kan straffe eventuelle forsøk på utøvelse av markedsrett ved å igangsette kampanjer på andre produkter og i produktsegmenter. Melder understreker at dagligvarekjedene er sofistikerte innkjøpere med profesjonelle innkjøpsavdelinger som kontinuerlig søker å oppnå best mulig innkjøpsbetingelser. Dagligvarekjedene er følgelig fullt ut kjent med leverandørenes avhengighet av kjedene som avsetningskanal, herunder de ovennevnte virkemidlene kjedene har til rådighet. Avhengigheten utnyttes derfor også i praksis.
- (110) Det er som nevnt en lang rekke produsenter fordelt over EØS-området, med distribusjon over hele Europa. Det ingen toll på importen og begrenset byttekostnader knyttet til produktene. Selv for det tilfellet markedet avgrense nasjonalt, må norske produsenter hensynta dagligvarekjedenes muligheter til å velge utenlandske foredlingsbedrifter ved innkjøp av ferske og fryste lakseprodukter.
- (111) Melder peker til slutt på at markedet kjennetegnes av lave etableringshindringer, noe også Kommisjonen eksplisitt understreket i COMP/M.6850 Marine Harvest/Morpol.60

⁶⁰ Avsnitt 33.

Etableringskostnadene er begrensede. Prosesseringsutstyr er tilgjengelig på markedet - både brukt og gjennom kjøp fra forhandler. Det er heller ingen utfordringer knyttet til tilgang på egnede fabrikklokaler, da det ikke er nødvendig med geografisk nærhet til kysten eller fiskemottak. Etableringskostnadene - for eksempel knyttet til en ny produksjonslinje - må også ses i sammenheng med avsetningsmulighetene på innkjøpsleddet. En leverandøravtale med bare én av de tre aktørene kan umiddelbart sikre betydelig avsetningsvolum. Bortsett fra godkjenning for næringsmiddelvirksomhet, finnes det ingen regulatoriske begrensninger for etablering.

- (112) Det følger av ovennevnte at Transaksjonen ikke er egnet til å ha negative virkninger på konkurransen.

7.2.2 Ingen negativ virkning i et hypotetisk marked for fersk laks

- (113) Dersom Konkurransetilsynet skulle vurdere at det relevante markedet bør segmenteres til et hypotetisk markedssegment bestående av fersk laks, vil Transaksjonen uansett ikke føre til konkurransebegrensende virkninger.

- (114) Etter transaksjonen vil Insula få en markedsandel på [REDACTED] prosent. Totalmarkedet utgjorde 4171 tonn. Insulas andel var [REDACTED] tonn, mens SALMA-produktene utgjorde [REDACTED] tonn. Transaksjonen vil resultere i en økning i markedsandel på kun [REDACTED] prosent. Den begrensede konsentrasjonsøkningen tilsier i seg selv at Transaksjonen ikke gir grunn til konkurranserettslige bekymringer.

- (115) Som nevnt over vil Insula fortsatt møte sterk konkurranse fra flere aktører dersom markedet segmenteres til fersk laks, herunder fra Lerøy, Norsk Sjømat, Domstein, Coast Seafood, Isfjord Norway, Fiskemannen, Fiskeriet/Gode Hav og Fjordland. Dagligvarekjedenes kjøpermakt vil uansett begrense ethvert forsøk på utøvelse av markedsrett innen enkeltprodukter, grunnet blant annet innkjøpsforhandlinger på tvers av produktkategorier, jf. beskrivelsen over.

- (116) Dette, sammenholdt med de lave etableringshindringene i markedet vil også her sikre at Transaksjonen ikke leder til en betydelig begrensning av konkurransen selv om markedet skulle avgrenses til annenhåndsprosessering og salg av fersk laks til dagligvaremarkedet i Norge.

- (117) Kommisjonen har ikke vurdert eller tatt til orde for en snevrere produktsegmentering innenfor fersk laks. Etter Melders syn er det ikke holdepunkter for å legge til grunn en snevrere produktavgrensning. For fullstendighetens skyld bemerkes likevel at heller ikke i et hypotetisk marked for loins vil Transaksjonen lede til konkurransebegrensende virkninger.

- (118) Som nevnt over er alternativsituasjonen at SALMA-merkevaren ville forlatt markedet. I den grad det i det hele tatt kan sannsynliggjøres at SALMA-produktenes uttreden fra markedet ville medført en udekket etterspørsel av betydning, vil denne markedsandelen uansett tilfalle Insula. Insula er en produsent av loins i dag, har ledig produksjonskapasitet og ville følgelig vært den aktøren som raskest kunne dekke overskuddsetterspørselen i markedet. Selv om man skulle legge til grunn at det foreligger et eget marked for loins, noe det etter Melders syn ikke er grunnlag for i lys av markedsforholdene, foreligger det uansett ingen årsakssammenheng mellom Transaksjonen og Insulas markedsandelsøkning. Følgelig gir Transaksjonen heller ikke opphav til konkurransemessige virkninger uavhengig av hvordan markedet segmenteres.

7.2.3 Ingen negative virkninger i markedet for sekundærprosessering og salg av røkt laks

- (119) Partene har ubetydelig overlapp i et relevant marked for sekundærprosessering og salg av røkt laks til dagligvarekjeder. Transaksjonen medfører en minimal konsentrasjonsøkning i dette markedet og vil ikke gi noen negative virkninger i dette markedet.
- (120) Etter transaksjonen vil Insula få en markedsandel på [REDACTED] prosent – en økning i markedsandel på [REDACTED] prosent. Totalmarkedet utgjorde 1720 tonn. Insulas andel var [REDACTED] tonn, mens SALMA-produktene utgjorde [REDACTED] tonn. Den begrensede konsentrasjonsøkningen tilsier i seg selv at Transaksjonen ikke gir grunn til konkurranserettslige bekymringer.
- (121) I likhet med fersk laks, er markedet for røkt laks preget av sterk konkurranse og flere forskjellige aktører, som vil motvirke et eventuelt forsøk på å utøve markedsrett etter Transaksjonen.
- (122) Som eksempel kan nevnes Troll Salmon som er en stor foredlingsbedrift for laks og ørret og tilbyr røkt laks, gravet laks, varmrøkt pepperlaks, varmrøkt laks sweet-chili og varmrøkt dill laks.⁶¹ Trolls produkter er tilgjengelig i en rekke dagligvarebutikker.⁶² En annen aktør er Garnviks Røkeri, som er en foredlingsbedrift fra Frøya i Trøndelag som produserer ulike varianter av røkt laks og ørret, i tillegg til gravet laks, spekelaks og sild.⁶³ Flere av Garnviks Røkeris produkter er tilgjengelig hos blant annet Meny.⁶⁴ Det Gamle Røgeri produserer blant annet røkt laks og leverer til både dagligvare og storhusholdning.⁶⁵ Deres kaldrøkte laks er for eksempel tilgjengelig hos Oda.⁶⁶
- (123) Det er også flere EMV produktet innenfor røkt laks, herunder Norsk Sjømat, Fredriks Røkeri, Fiskeriet, Fiskemannen og First Price. I tillegg tilbyr NorgesGruppen røkt laks gjennom Jacobs Utvalgte.⁶⁷
- (124) Melder påpeker at markedet, som fremhevet over, også kjennetegnes av sterk kjøperrett og lave etableringshindringer. Transaksjonen vil følgelig ikke få noen negative virkninger på konkurransen i markedet for annenhåndsprosessering og salg av røkt laks.

7.3 Ingen negative vertikale virkninger

- (125) Transaksjonen gir oppgav til en vertikal forbindelse i det virksomheten tilknyttet SALMA-varemerket etterspør oppdrettslaks på primærprosesseringsleddet, hvor Melder er aktiv gjennom søsterselskapet SalMar. SalMars markedsandel på primærprosesseringsleddet overstiger imidlertid ikke 30 prosent.⁶⁸ Transaksjonen gir dermed ikke opphav til noen vertikalt berørte markeder.⁶⁹

⁶¹ <https://troll-salmon.com/>

⁶² For mer informasjon om Troll, se <https://troll-salmon.com/>.

⁶³ <https://garnvik.no/>

⁶⁴ Ytterligere informasjon om Garnviks Røkeri finnes på <https://garnvik.no/>.

⁶⁵ <https://www.detgamlerogeri.no/produkter>

⁶⁶ For mer informasjon om Det Gamle Røgeri, se <https://www.detgamlerogeri.no/>.

⁶⁷ Se <https://jacobsutvalgte.no/varer/laks-rokt-7035620027284>

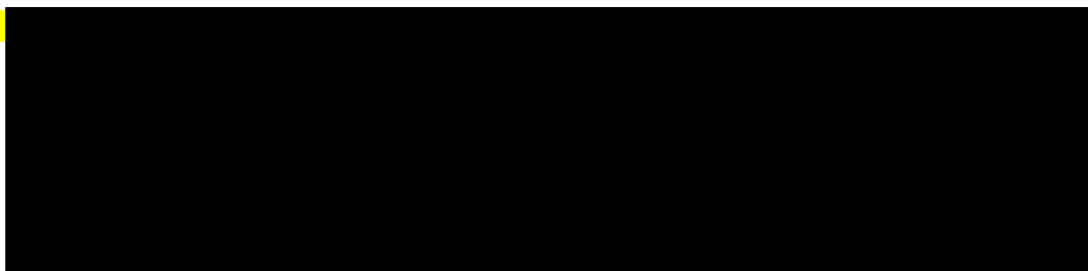
⁶⁸ I 2024 ble det slaktet til sammen [REDACTED] tonn norsk atlantisk oppdrettslaks. SalMar slaktet [REDACTED] tonn. SalMars markedsandel tilsvarte følgelig [REDACTED] prosent.

⁶⁹ Konkurranseloven § 18a bokstav a.

- (126) Transaksjonen vil ikke lede til vertikale konkurransemessige bekymringer. SalMars konkurrenter på primærprosesseringsleddet, herunder aktører som Mowi, Lerøy og Cermaq, avsetter laksen i et EØS-marked, hvor Insula har en neglisjerbar markedsandel.⁷⁰ Det er følgelig ingen risiko for at Transaksjonen vil ha utestengende virkninger i noe marked.
- (127) Under punkt 8 nedenfor gis det en oversikt over SalMars tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører, jf. konkurranseloven § 18a bokstav f.

7.4 Effektivitetsgevinster

(128)



- (129) Partene komme nærmere tilbake til spørsmålet om mulige effektivitetsgevinster ved behov.

8. VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

8.1 Markedet for sekundærprosessering og salg av fersk og fryst laks

- (130) En oversikt over partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører på markedet for sekundærprosessering og salg av fersk og fryst laks er vedlagt nedenfor.

Vedlegg 4: Insulas fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører (Konfidensielt)

Vedlegg 5: Salmon Brands fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører (Konfidensielt)

8.2 Markedet for sekundærprosessering og salg av røkt laks

- (131) En oversikt over partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører på markedet for sekundærprosessering og salg av røkt laks er vedlagt nedenfor.

Vedlegg 6: Insulas fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører (Konfidensielt)

Vedlegg 7: Salmon Brands fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører (Konfidensielt)

8.3 Markedet for oppdrett og primærprosessering

- (132) En oversikt over SalMars tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innenfor oppdrett og primærprosessering av norsk atlantiske laks er inntatt under.

Vedlegg 8: SalMars tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører (Konfidensielt)

9. ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

- (133) Partenes årsrapport/årsregnskap for regnskapsår 2023 er inntatt som vedlegg i denne meldingen.

Vedlegg 9: Årsrapport Insula AS

⁷⁰ Se nærmere punkt 5.2 ovenfor.

Vedlegg 10: Årsrapport Kvarv AS

Vedlegg 11: Årsrapport Salmon Brands AS

10. KONFIDENSIALITET

- (134) Denne melding samt vedlegg merket "konfidensielt" inneholder opplysninger som det er av konkurransemessig betydning å hemmeligholde. I meldingen er de aktuelle opplysningene merket med gul utheving. Disse opplysningene må behandles med streng konfidensialitet og unntas offentlighet i sin helhet, jf. forvaltningslovens § 13 første ledd nr.2.
- (135) En nærmere begrunnelse for hvorfor de aktuelle opplysningene må unntas offentligheten er vedlagt melding.

Vedlegg 12: Begrunnelse for hemmelighold (Konfidensiell)

Med vennlig hilsen

for Advokatfirmaet Wiersholm AS

Elisabeth Lian Haugsdal
elha@wiersholm.no