

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

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

Kvale Advokatfirma DA
Haakon VIIs gate 10
Postboks 1752 Vika
N-0122 Oslo

Tel +47 22 47 97 00
post@kvale.no
www.kvale.no

NO 947 996 053 MVA

Ansvarlig advokat:
Kristin Hjelmaas Valla

FORSLAG TIL OFFENTLIG VERSJON

MELDING OM FORETAKSSAMMENSLUTNING VEDRØRENDE ELKJØP NORGE AS' KJØP AV VIRKSOMHET I ELKJØP KONGSBERG OG NOTODDEN AS (INNMATSKJØP)

30. april 2025

1 BAKGRUNN OG GRUNNLAG

Med dette meldes Elkjøp Norge AS' (Elkjøp Norge) oppkjøp av virksomheten i to franchisedrevne Elkjøp-butikker i hhv. Kongsberg og Notodden. Selger er Elkjøp Kongsberg og Notodden AS (Elkjøp Kongsberg og Notodden) (org. nr. 915 554 407). Ervervet gjennomføres ved innmatskjøp. Elkjøp Norge skal overta virksomheten som drives gjennom de to butikkene. Dette inkluderer:

Det foreligger en meldepliktig foretakssammenslutning i henhold til konkurranseloven § 18, jf. § 17, ettersom hvert av de involverte foretakene har en omsetning som overstiger NOK 100 millioner, og de samlet har en omsetning som overstiger NOK 1 milliard i Norge.

Gjennomføringen av foretakssammenslutningen er betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet. Transaksjonen planlegges gjennomført

Foretakssammenslutningen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse ettersom transaksjonen gjelder kjøp av to Elkjøp-franchisebutikker, og som kun medfører en marginal konsentrasjonsøkning på nasjonalt nivå i markeder med et stort antall konkurrenter. Vilkårene for inngrep vil derfor ikke være oppfylt.

2 KONTAKTINFORMASJON OM INVOLVERTE FORETAK

2.1 Melder/overtakende foretak: Elkjøp Norge AS

Selskap: Elkjøp Norge AS
Org.nr.: 947 054 600
Adresse: Nydalsveien 12 b, 0484 Oslo
Kontaktperson: Kvale Advokatfirma DA v/Advokat Hermann Angell Myrseth Solheim
Telefon: 948 50 740
E-post: hso@kvale.no

2.2 Målvirksomhetene: Elkjøp Kongsberg og Elkjøp Notodden

2.2.1 Målvirksomhet (i): Elkjøp Kongsberg

Selskap: Virksomheten i Elkjøp Kongsberg og Notodden AS avd. Kongsberg (innmat)
Bedriftsnr.: 917 935 939
Adresse: Sølvparken, Gomsrudveien 1, 3612 Kongsberg

2.2.2 Målvirksomhet (ii): Elkjøp Notodden

Selskap: Virksomheten i Elkjøp Kongsberg og Notodden AS avd. Notodden (innmat)
Bedriftsnr.: 973 137 085
Adresse: Merdevegen 12A, 3676 Notodden

2.2.3 Målvirksomhetenes kontaktinformasjon

Kontaktperson: Henrik Bjønnes
Telefon: 959 953 30

E-post: Henrik.bjonnes@elkjop.no

Etter [REDACTED] henrik.bjonnes@hotmail.com

3 FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART OG MELDEPLIKT

Elkjøp Norge og Elkjøp Kongsberg og Notodden har inngått avtale om innmatskjøp av Elkjøp Kongsberg og Notoddens virksomhet i avdelingene Kongsberg og Notodden.¹ Målvirksomhetene driver i dag salg av forbrukerelektronikk under franchise-avtale med Elkjøp Norge. Målvirksomhetene er lokalisert i henholdsvis Kongsberg og Notodden, med to separate varehus under merkevaren til Elkjøp.

Bakgrunnen for transaksjonen er at [REDACTED]

Elkjøp Norge erverver enekontroll over målvirksomhetene på et varig grunnlag, og innmatskjøpet utgjør en foretakssammenslutning. Ervervet er meldepliktig ettersom Elkjøp Norge hadde en omsetning i Norge på over NOK én milliard. Videre hadde målvirksomhetene en samlet omsetning i Norge på over NOK 100 millioner.

Tabell 1 gir en oversikt over partenes omsetning og driftsresultat i 2023, regnskapsåret 2023-2024 og 2024. Elkjøp Norge har avvikende regnskapsår og har kun tilgjengelige tall for regnskapsåret 2023-2024.²

Tabell 1: Oversikt over partenes omsetning og driftsresultat for regnskapsåret 2023-2024, regnskapsåret 2023, samt regnskapsåret 2024

	Elkjøp Norge (2023-2024)	Elkjøp Kongsberg og Notodden (2023)	Elkjøp Kongsberg og Notodden (2024) ³
Omsetning	NOK 13 891 062 000	NOK 125 817 000	[REDACTED]
Driftsresultat	NOK 119 182 000	NOK 4 804 000	[REDACTED]

4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

4.1 Kjøper: Elkjøp Norge AS

Elkjøp Norge AS eies av Elkjøp Nordic AS (org.nr. 911 382 296) (Elkjøp Nordic). Det ultimate morselskapet i Elkjøp-konsernet er Currrys plc., se hhv. punkt 4.2 og 4.3.

Elkjøp ble grunnlagt i 1962, og har som sin kjernevirksomhet å drive handelsvirksomhet av en rekke ulike kategorier av forbrukerelektronikk samt kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger, hovedsakelig til forbruker. Salgene skjer gjennom merkevarene Elkjøp og Elkjøp Phonehouse.

¹ Selger er Elkjøp Kongsberg og Notodden AS, som er heleid av Henrik Bjonnes.

² Elkjøp Norge AS har avvikende regnskapsår, oppgitte beløp er fra regnskapsåret 2023-2024, perioden er: 01.05.2023-30.04.2024.

³ Omsetningstallene for 2024 er foreløpige og ikke endelig reviderte. I 2024 omsatte virksomheten i Kongsberg for NOK [REDACTED] mens virksomheten i Notodden omsatte for NOK [REDACTED]

Elkjøp driver både fysiske butikker og internettsalg via plattformen www.elkjop.no.

Elkjøp Norge har omtrent 2600 ansatte og selskapet hadde ved utgangen av 2024 76 egneide utsalgssteder i Norge, hvorav 51 stormarkeder/megastores og 25 små butikker lokalisert i sentre eller bykjerner. I tillegg er det 63 franchisedrevne butikker i Norge.

4.2 Morselskapet til kjøper: Elkjøp Nordic AS

Elkjøp Nordic er morselskap til Elkjøp Norge, og er aktiv innenfor forbrukerelektronikk og kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger i alle de nordiske landene. Elkjøp Nordic AS har to heleide datterselskaper i Norge: Elkjøp Norge AS og Elcare Nordic AS. Elcare Nordic AS tilbyr reparasjons- og servicetjenester for IT og forbrukerelektronikk, samt tilhørende transport- og logistiktjenester.

I Norden har Elkjøp Nordic flere datterselskaper aktive innen salg av forbrukerelektronikk og kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger: Elgiganten AB (Sverige), Elgiganten A/S (Danmark), Giganti Oy⁴ (Finland) og Elgiganten Logistikk AB (Hovedlager i Sverige). For de ytterligere datterselskapene viser vi til oppstilling i vedlagte årsrapport.

Elkjøp Nordic AS er et heleid datterselskap av Elkjøp Holdco AS, som igjen er heleid av Dixon Stores Group Retail Norway AS. Den ultimate eieren i Elkjøp-konsernet er Currys plc, se punkt 4.3.

Elkjøp Nordic's datterselskaper og franchiser i de nordiske landene har til sammen 422 butikker med følgende konsept: Norge (Elkjøp Norge), Sverige (Elgiganten), Finland (Giganti), Åland (Elgiganten), Danmark (Elgiganten), Grønland (Pisfikk), Island (Elko) og Færøyene (Elding). Hvert land har i tillegg sin egen nettplattform for internettsalg.

Elkjøp Nordic fungerer som grossist for butikkene i de ulike nordiske landene. Elkjøp Nordic håndterer dermed forhandlinger med og innkjøp fra leverandørene, og driver logistikk og distribusjon. Logistikkfunksjonen skjer fra et felles hovedlager som leverer varer til alle butikker i Norden. Logistikk- og lagervirksomheten er organisert i et datterselskap, Elgiganten Logistikk AB. Hovedlageret er plassert i Torsvik, Jönköping i Sverige. Elkjøp Nordic forestår således distribusjon og logistiktjenester til alle Elkjøp-varehus i Norden, inkl. franchisebutikker (herunder også Elkjøp Kongsberg og Notodden).

For mer informasjon om Elkjøp Nordic, se <https://www.elkjopnordic.com/>.

4.3 Ultimate morselskapet til kjøper: Currys

Det ultimate morselskapet i Elkjøp-konsernet er Currys plc (Currys). Currys er et britisk børsnotert selskap med virksomhet innen forbrukerelektronikk i Europa. Currys har 719 butikker i seks europeiske land, og om lag 24 000 ansatte.

I Storbritannia har Currys 298 butikker under samme merkevarer, og omtrent 14 500 ansatte. Currys eier i tillegg merkevaren iD Mobile. I Norge kontrollerer Currys kun Elkjøp-konsernet. For ytterligere informasjon om hvor Currys er aktive se: www.currysplc.com/our-brands/.

En full oversikt over Currys datterselskaper ved årsskifte 2023/2024 fremgår av Currys siste fullårsrapport side 212-214 i Bilag 6. Rapporten er også tilgjengelig her: <https://www.currysplc.com/media/domlnwb3/currys-annual-report-2023-24-web.pdf>

⁴ I Finland er Giganti i startfasen med opprettelse av en MVNO under selskapet Giga Mobiili Oy.

4.4 Målvirksomheten: Innmaten i Elkjøp Kongsberg og Notodden

Målvirksomhetene er butikkdriften i to franchisedrevne Elkjøp-butikker i henholdsvis Kongsberg og Notodden. Selger er Elkjøp Kongsberg og Notodden AS. Elkjøp Kongsberg og Notodden AS er 100 % eid av Henrik Bjønnes. Selskapet er franchisetaker av Elkjøp Norge AS.

Samlet omsetningen i målvirksomhetene var NOK 125 817 000 i 2023 og NOK [REDACTED] i 2024. I 2024 stod Elkjøp Kongsberg for NOK [REDACTED] av omsetningen, mens Elkjøp Notodden stod for NOK [REDACTED]. Elkjøp Kongsberg og Notodden har til sammen 38 ansatte, fordelt på 18 i Kongsberg, 19 i Notodden, samt én administrativt ansatt under begge enheter.

5 BERØRTE MARKEDER

5.1 Horisontale markeder

5.1.1 Overordnet om partenes overlapp

Kjøper og målvirksomhetene driver virksomhet innenfor salg av elektronikk til privatpersoner og bedrifter (ofte omtalt som forbrukerelektronikk). Forbrukerelektronikk forstås gjerne som standardiserte elektroniske produkter som normalt blir masseprodusert og markedsført mot forbrukere. Kundene er hovedsakelig forbrukere, men også virksomheter og statlige organer som har behov for forbrukerelektronikk.

Forbrukerelektronikk selges i dag gjennom mange ulike distribusjonskanaler, fra flere ulike aktører. Kundene kan kjøpe varer fysisk i butikk, direkte over internett, eller gjennom kombinasjoner av begge kanaler (som for eksempel "klikk og hent"). Videre finnes det aktører som kun tilbyr utvalgte produktkategorier, og aktører som tilbyr flere produktkategorier.

Partene overlapper og tilbyr salg av forbrukerelektronikk innenfor følgende produktkategorier:

- Brunevarer/consumer electronics (Tv, lyd og bilde) ("CE")
- Hvitevarer/major domestic appliances (kjøleskap, vaskemaskiner m.m) ("MDA")
- Mindre forbrukerelektronikk/small domestic appliances (hårføner, kjøkkenmaskiner m.m.) ("SDA")
- Computing (PCer, datatilbehør og komponenter)
- Telecom (mobiltelefoner og tilbehør)

Begge partene selger også kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger gjennom Elkjøp-kjedens merkevare Epoq. Kjøkken-, vaskerom- og garderobeløsninger tilbys av en lang rekke aktører i Norge og kjennetegnes ved salg av møbler, oppbevaring og tilbehør til kjøkken, garderobe og vaskerom. Aktørene inkluderer større møbelbutikker (som IKEA), spesialiserte kjøkken- og garderobeleverandører (som HTH, Kvik og Drømmekjøkkenet), men også byggevarekjeder og forhandlere av elektronikk (som Byggmakker, Power og Elon). De fleste aktørene i Norge selger et utvalg av standardiserte kjøkken-, garderobe- og vaskeromsmøbler, som kan tilpasses kundens behov. Flere av aktørene tilbyr også baderomsløsninger og hvitevarer.

5.1.2 Markedsavgrensning

5.1.2.1 Produktmarked

- (i) Salg av forbrukerelektronikk

Melder er ikke kjent med at Konkurransetilsynet har vurdert eller tatt endelig stilling til markedsavgrensningen ved salg av forbrukerelektronikk. Kommisjonen har heller ikke tatt endelig stilling til hvordan markedet skal avgrenses innenfor detaljhandel av

forbrukerelektronikk, men har vurdert hvorvidt markedene kan inndeles med hensyn til produktkategori og undersegmenter, samt distribusjonskanal.⁵ Flere saker fra Kommisjonen trekker likevel i retning av at markedet trolig skal inndeles basert på kategorier av forbrukerelektronikk; hhv. hvitevarer/MDA, brunevarer/CE, computing, telecom og SDA.⁶

Melder mener også at en markedsdefinisjon som tar utgangspunkt i de ulike produktkategoriene fremstår mest korrekt. Det skyldes at produkter mellom ulike kategorier ikke er substituerbare,

Videre anses det lettere for en virksomhet som er aktiv innenfor en kategori å utvide produktsortimentet til andre produkter innenfor samme kategori.

Melder mener derfor at salg av forbrukerelektronikk bør inndeles i separate markeder for salg av:

- CE (Tv, lyd og bilde)
- MDA (Hvitevarer)
- SDA (Mindre forbrukerelektronikk)
- Computing (PCer, komponenter og tilbehør)
- Telecom (mobiler og tilbehør)

Melder mener videre at det ikke skal skilles mellom salg fra fysiske butikker og over internett, slik at de enkelte produktmarkedene omfatter begge salgskanaler (eller mellomløsninger av disse). De enkelte produktene er standardiserte og tilbys normalt med samme pris på internett og fysisk i butikken. En slik inndeling er i tråd med Kommisjonens undersøkelser i tidligere saker.⁷

Elkjøp Norge er videre av den oppfatning at det i lys av foretakssammenslutningen ikke er nødvendig å skille mellom salg til forbrukere og bedrifter (B2C og B2B), men at det ikke kan utelukkes at det eksisterer separate markeder for hhv. B2C og B2B. Partenes kunder er i all hovedsak forbrukere, og Elkjøp Norge er en liten aktør innen et mulig bedriftsmarked. Et skille mellom kundegruppene vil derfor i liten grad påvirke konkurranseanalysen.

I alle tilfeller er det ikke nødvendig å ta endelig stilling til produktmarkedsdefinisjonen(e) ved salg av forbrukerelektronikk, ettersom foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse under noen plausibel produktavgrensning. Partene vil i punkt 5.1.2.3 redegjøre for de potensielt berørte markedene i lys av kategoriinndelingen presentert over, samt presentere markedsandeler i et tenkt totalmarked for salg av forbrukerelektronikk til forbrukere og bedrifter.

(ii) Salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger

Melder er ikke kjent med at Konkurransetilsynet eller Kommisjonen har endelig avgrenset markedene for salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger. Kommisjonen har imidlertid vurdert tilgrensede markeder for produksjon og markedsføring av kjøkkenmøbler, og konkluderte i den saken med at dette utgjør et eget produktmarked.⁸

Etter melders oppfatning utgjør trolig salg av kjøkken til slutt kunder et eget produktmarked, men det kan ikke utelukkes at markedet også omfatter garderobe- og vaskeromsløsninger. Dette skyldes at svært mange aktører selger møbler og tilbehør for flere av disse formålene, og at produktene hovedsakelig utgjør ulike oppbevaringsmøbler i forskjellige stiler og formater.

For den videre beskrivelsen av markedet vil det derfor tas utgangspunkt i et mulig produktmarked for salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger. Den eksakte produktmarkedsavgrensningen kan etter melders syn imidlertid holdes åpen ettersom

⁵ Se sak M.10364 - ECI / BONAK / FAST GROUP, avsnitt 36.

⁶ Se sak COMP/M.9894 – MOBILUX/CONFORAMA, avsnitt 15, sak COMP/M.4392, avsnitt 9, sak COMP/M.4226 – DSGI/Fotovista, avsnitt 9 flg, samt sak COMP/M.4392 – DSGI/FR-Invest/F-Group JV, avsnitt 9 flg.

⁷ Sak COMP/M.5721 – OTTO/PRIMONDO ASSETS avsnitt 20 flg. og sak COMP/M.4392 avsnitt 12.

⁸ Sak COMP/M.6717 Whirlpool/Alno avsnitt 22-23

foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse under noen plausibel produktavgrensning.

5.1.2.2 Geografisk marked

(i) Salg av forbrukerelektronikk

Dersom markedene for salg av forbrukerelektronikk avgrenses lokalt basert på fysiske butikker, vil det ikke være overlapp mellom Elkjøp Norge og målvirksomhetene, eventuelt er en lokal overlapp marginal. Etter Elkjøp Norges vurdering, har imidlertid markedene trolig en nasjonal geografisk utstrekning, hvor det vil være geografisk overlapp mellom partene.

Kommisjonen har ikke tatt endelig stilling til den geografiske avgrensningen av markedene for salg av forbrukerelektronikk. Kommisjonen har imidlertid indikert at markedene kan være nasjonale og potensielt grensekryssende, men vil ikke utelukke at markedene kan ha en lokal dimensjon.⁹

Melder er av den oppfatning av markedene ikke bør avgrenses snevrere enn nasjonalt. Salg av elektronikk over nett er utbredt i Norge, og det eksisterer en rekke aktører som kun selger forbrukerelektronikk over internett. Samtidig tilbyr nærmest alle fysiske forhandlere av forbrukerelektronikk tilsvarende produkter over nett. Norske kunder er prisbevisste, og vil orientere seg om produkter og utvalg på tvers av fysiske og digitale salgskanaler, og deretter handle etter egen bekvemmelighet. Norske kunder handler også i økende grad forbrukerelektronikk fra utlandet, særlig mindre SDA-produkter og tilbehør til PC og telefoni. Konkurransepresset er betydelig uavhengig av distribusjonskanal, og kjøp av elektronikk på internett er et klart alternativ til kjøp i fysiske butikker, og vice versa.

For den videre redegjørelsen av de potensielt berørte markedene innen forbrukerelektronikk i punkt 5.1.2.3, vil melder derfor ta utgangspunkt i at markedet i det minste er nasjonalt i utstrekning. Partene vil i tillegg beskrive relevante lokale forhold som synliggjør at foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse under noen plausibel geografisk avgrensning.

(ii) Salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger

Kommisjonen har tidligere vurdert og indikert at markedet for produksjon og markedsføring av kjøkkenmøbler potensielt omfatter hele EØS, og i det minste er nasjonalt i utstrekning.¹⁰

Etter melders oppfatning må et mulig marked for salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger til slutt kunder vurderes i lys av Kommisjonens tilgrensende praksis, og trolig avgrenses nasjonalt.

Flere aktører (inkludert Elkjøp) tilbyr digitale design- og tegnemøter for utforming av kjøkken. Større aktører som IKEA tilbyr også egne nettbaserte tegneprogram for sine møbelløsninger, deriblant en egen kjøkkenplanlegger. Behovet for lokale og fysiske utsalgssteder/showrooms er dermed ikke avgjørende for hvilke aktører kunden kan eller faktisk handler kjøkken fra. Kunder over hele Norge kan måle opp, designe og bestille totalløsninger over nett – og om ønskelig også montere møblene selv. Selv om det ikke kan utelukkes at markedet har en lokal dimensjon, er det etter melders syn mest korrekt at markedet avgrenses nasjonalt.

For den videre fremstillingen tas det utgangspunkt i at markedet er nasjonalt avgrenset. Den eksakte geografiske avgrensningen kan etter melders syn imidlertid holdes åpen ettersom

⁹ Se sak M.10364 - ECI / BONAK / FAST GROUP, avsnitt 59 og 61-62.

¹⁰ Sak COMP/M.6717 Whirlpool/Alno avsnitt 25-26

foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse under noen plausibel geografisk avgrensning.

5.1.2.3 Markedene for salg av forbrukerelektronikk

I et tenkt totalmarked for salg av forbrukerelektronikk i Norge vil partene til sammen oppnå en estimert markedsandel på [REDACTED] hvor Elkjøp Norge står for [REDACTED] mens Elkjøp Kongsberg og Notodden står for [REDACTED].¹¹ Foretakssammenslutningen vil dermed ha minimal innvirkning på Elkjøp Norge sin markedsandel i et tenkt totalmarked. Butikkene i Kongsberg og Notodden vil dessuten både før og etter foretakssammenslutningen selge forbrukerelektronikk under Elkjøp-merkevaren.

Dersom markedene inndeles basert på produktkategorier vil samtlige kategorimarkeder være berørte etter krfl. § 18a. Melder har derfor estimert markedsandeler for samtlige kategorimarkeder, og vil redegjøre for disse i det videre.

I **Tabell 3** fremgår Elkjøp Norges antatte markedsandeler per kategori i Norge.

Tabell 3: Elkjøp Norges antatte markedsandeler per kategori

Elkjøp Norges antatte markedsandeler ¹²				
CE (Brunevarer)	MDA (Hvitevarer)	SDA (Small Domestic Appliance)	Computing	Telecom
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Partene har ikke tilgjengelige tall som gjør det mulig å beregne markedsandeler på kategorinivå for Elkjøp Kongsberg og Notodden, ettersom markedsandelstall fra GfK inkluderer salg fra Elkjøp Kongsberg og Notodden, og dermed ikke leverer tall på butikk- og franchisenivå. Markedsandelen på kategorinivå for Elkjøp Kongsberg og Notodden vil reflektere Elkjøp Norges markedsandelstall relativt sett, og uansett være helt marginale i samtlige kategorimarkeder på grunn av målvirkningsomhetenes begrensede omsetning.

Markedet for salg av CE-produkter i Norge omfatter typisk salg av produkter innen segmentene for TV, høyttalere, hodetelefoner, smarthjemprodukter, radioer, og andre avspillingsenheter for lyd og bilde. Markedet preges av hyppig produktutvikling og det eksisterer en rekke aktører som tilbyr varer innenfor hele kategorien, men også aktører som kun tilbyr produkter fra en eller flere undersegmenter.

Markedet for salg av MDA-produkter omfatter på sin side de typiske hvitevarene, som stekeovner, oppvaskmaskiner, kjøleskap, fryser, vaskemaskiner og tørketromler. I Norge finnes det en rekke aktører som tilbyr hvitevarer både fysisk og over nett. Enkelte av disse er også spesialisert innenfor kategorien, slik som Whiteaway og Skousen. Det er også svært utbredt at kjøkkenleverandørene tilbyr og leverer hvitevarer ved salg av kjøkken.

¹¹ Totalmarkedsberegningen er basert på markedsstatistikk fra [Elektronikkbransjen](#) og partenes egne omsetningstall. For totalmarkedsestimater er Elektronikkbransjens tall benyttet ettersom GfK ikke har markedsandelstall per butikk på franchisenivå.

¹² Markedsandelene for Elkjøp Norge på kategorinivå er estimert på bakgrunn av beregninger fra analysebyrået GfK (Growth from Knowledge). Ettersom GfK ikke har markedsdata for alle aktører i alle kategorier, er markedsandelene korrigert for manglende dekningsgrad basert på dekningsgraden oppgitt av GfK. Markedsandelene inkluderer salg fra Elkjøp Kongsberg og Notodden ettersom GfK ikke skiller på salg fra egneide butikker og franchiser. Markedsandelene overestimerer derfor marginalt Elkjøp Norges reelle markedsandeler i lys av den planlagte foretakssammenslutningen med Elkjøp Kongsberg og Notodden.

Salg av Computing-produkter inkluderer laptop, stasjonære PCer, tablets, PC-skjermer, printere, lagringsmedium, mus og tastatur, spillkonsoller, hodetelefoner og høyttalere til PC, samt PC-komponenter som for eksempel grafikkort, prosessorer og minnekort (RAM). Computing preges også av svært hyppig produktutvikling og spesialiserte aktører, med både fysiske utsalgssteder og rene netthandelsløsninger.

Markedet for salg av SDA-produkter er trolig det mest segmentrike markedet, og omfatter salg av støvsugere, kjøkkenmaskiner, juicepresser, vannkokere, brødrister, elektriske tannbørster, hårføner, rettetang, strykejern og mer. SDA-produkter selges både av de tradisjonelle forhandlerne av forbrukerelektronikk, men også av nettbutikker, nisseaktører, jernvarehandler og større dagligvarebutikker.

Markedet for salg av Telecom-produkter omfatter mobiltelefoner, smartklokker og "wearables", og tilbehør til disse. Telecom-produkter selges av mange ulike aktører, men kjennetegnes særlig ved at også mobiloperatørene tilbyr produkter innen kategorien, og ofte da i kombinasjon med et mobilabonnement.

Som beskrevet over, preges markedene for forbrukerelektronikk generelt av et stort antall aktører som tilbyr forbrukerelektronikk i en eller flere kategorier. Dette innebærer at Elkjøp møter sterk konkurranse både fra de større aktørene som [redacted] men også fra mindre og/eller mer kategorispesifikke aktører som [redacted]

[redacted] utøve et konkurransepress innenfor det aktuelle segmentet uavhengig av størrelse.

Innenfor samtlige kategorier eksisterer det også svært mange produsenter, leverandører og merkevarer, som tilbyr utallige produktmodeller. Flere av produsentene selger også direkte til sluttkundene gjennom egne kanaler, som for eksempel [redacted] I tillegg tilbyr forhandlerne i Norge også egne merkevarer innen flere kategorier. Dette innebærer at tilbudet til både forhandlerne og forbrukerne er omfangsrikt, og at konkurranseforholdene derav er gode.

Markedsstrukturen i Norge kjennetegnes derfor av mange aktører, stort produktutvalg og betydelig konkurransepress innenfor alle produktkategorier og undersegmenter. Foretakssammenslutningen vil derfor ikke påvirke konkurransen på noe nevneverdig vis.

Lokalt vil foretakssammenslutningen ha tilsvarende minimale virkninger på konkurransen, ettersom butikkene i Kongsberg og Notodden både før og etter foretakssammenslutningen vil selge forbrukerelektronikk under Elkjøp-merkevaren.

Elkjøp Kongsberg og Elkjøp Notodden driver kun virksomhet i Kongsberg og i Notodden. Kongsberg ligger i Buskerud fylke, mens Notodden ligger i Telemark fylke. Med bil tar det ca. 35 minutter å kjøre mellom de to butikkene. Nærmeste egneide Elkjøp-butikker til målvirksomhetene er Elkjøp Buskerud, Elkjøp Drammen og Elkjøp Megastore Skien. Fra Elkjøp Kongsberg til Elkjøp Buskerud tar det ca. 26 minutter å kjøre med bil, til Elkjøp Drammen ca. 35 minutter og til Elkjøp Megastore Skien ca. 80 minutter. Elkjøp Notodden ligger på sin side mellom 55 og 70 minutter unna alle de tre egneide Elkjøp-butikkene, samt ca. 65 minutter unna Elkjøp Rukjan som er en franchisebutikk.

Dersom markedene avgrenses lokalt og ikke omfatter landsdekkende netthandel fra Elkjøp Norge, er det etter melderens oppfatning usikkert hvorvidt partene overlapper. Det kan imidlertid ikke utelukkes at det kan foreligge et marginalt lokalt overlapp. Det må vurderes konkret under den enkelte kategori. Dette skyldes at kundene trolig er villig til å kjøre lengre for mer sjeldne kjøp av hvitevarer og TVer, enn for mindre elektronikk fra for eksempel SDA og Computing, som ofte handles ved høyere frekvens.

Basert på kjøretid er det trolig begrenset eller ingen overlap mellom Elkjøp Norge og målvirksomheten i Notodden, mens det for virksomheten i Kongsberg ikke kan utelukkes at det er delvis geografisk overlap mellom partene. Etter melder oppfatning er det imidlertid ikke nødvendig å ta stilling til graden av et mulig lokalt overlap ettersom foretakssammenslutningen vil ha minimale virkninger på konkurransen lokalt.

I Kongsberg, Notodden og områdene rundt finnes det svært mange konkurrerende aktører (i tillegg til de alltid tilgjengelige nettbutikkene). Aktørene er både større forhandlere, aktiv på tvers av flere eller alle kategorier, men inkluderer også mer spesialiserte og kategorispesifikke aktører. Dette omfatter blant annet Power (med utsalgssted i både Kongsberg og Notodden), Skousen i Drammen, Elon i Holmestrand og Vikersund, Clas Ohlson i Kongsberg, Notodden, Holmestrand og Vikersund, Telenorbutikken i Kongsberg og Bø i Telemark, Kjell & Company i Drammen, NetOnNet i Lierskogen, HiFi-klubben i Drammen og Skien, IKEA i Drammen, Telia i Drammen og Krokstadelva, og Eplehuset i Drammen. De fleste av disse aktørene selger også produkter gjennom egne nettbutikker. Partene har ikke tilgjengelige data som gjør det mulig å estimere markedsandeler under en hypotetisk lokal geografisk avgrensning av markedene.

Ovennevnte redegjørelse illustrerer hvorfor markedene for forbrukerelektronikk i Norge har lave etableringshindringer. Det etableres stadig nye aktører innenfor de ulike kategoriene, og eksisterende aktører utvider også egne kategoriporteføljer, samtidig som markedsandelene fluktuierer. Lave oppstartskostnader for nettbutikker bidrar også isolert sett til lave etableringshindre, ettersom søkeverktøy og prissammenligningstjenester muliggjør effektivt og målrettet salg innen enkeltkategorier og segmenter. Historisk er det også flere eksempler på at aktører har etablert seg i nye land og blitt pan-nordiske aktører. Dette gjelder for eksempel Whiteaway Group (som opprinnelig hadde virksomhet Danmark), og Elon (som opprinnelig startet i Sverige).

Etter partenes syn kan etableringshindringene imidlertid variere innenfor de ulike kategoriene og undersegmentene, og partene antar at etableringsbarrierene er lavest for salg av mindre og rimeligere varer enn ved salg av større og dyrere produkter. Det vil typisk være enklere å importere, markedsføre og distribuere fysisk mindre og rimeligere produkter, enn for eksempel større og mer kostbare produkter fra samtlige kategorier.

Oppsummert vil foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i noe plausibelt horisontalt avgrenset marked for salg av forbrukerelektronikk. Vilklårene for inngrep vil derfor ikke være oppfylt.

5.1.2.4 Markedene for salg av kjøkken-, garderobe og vaskeromsløsninger

Som nevnt er partene også aktiv innen salg av kjøkkeninnredning i Norge, under Elkjøp-merkevaren (Epoq). Salg av kjøkken tilbys av en rekke store aktører både nasjonalt og i Kongsberg og Notodden, samt i områdene rundt. Deriblant aktører som IKEA, HTH, Kvik, JKE, Sigdal, Norema og Drømmekjøkkenet, så vel som Byggmakker, Power og Elon. Tilbudet av Epoq-kjøkken vil heller ikke endre seg som følge av transaksjonen, ettersom butikkene i Kongsberg og Notodden både før og etter foretakssammenslutningen vil selge kjøkken-, garderobe og vaskeromsløsninger fra Epoq.

Partene har ikke informasjon som gjør det mulig å beregne nøyaktige markedsandeler innen et tenkt marked for salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger i Norge. Basert på offentlige tilgjengelige omsetningstall fra et utvalg aktører som hovedsakelig tilbyr kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger, har melder imidlertid forsøkt å estimere en nasjonal markedsandel som illustrerer at andelen i alle tilfeller er under 20%. For Elkjøp Norge utgjør den estimerte

markedsandelen ca. [REDAKTERT] mens Elkjøp Kongsberg og Notoddens andel estimeres til ca. [REDAKTERT]¹³ Totalmarkedet omfatter ikke omsetning fra aktører som i vesentlig grad tilbyr andre produkter enn kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger, og beregningene hensyntar dermed ikke aktører som for eksempel IKEA, Bygghjelp, Elon og Power.¹⁴ Beregningen overestimerer derfor partenes samlede markedsandeler, som ville vært lavere og godt under 20% dersom alle relevante aktører inkluderes i beregningene. Dersom alle relevante aktører inkluderes i beregningen anslår Elkjøp Norge at de oppnår en markedsandel på ca. [REDAKTERT]¹⁵

Elkjøp Norge er dermed en liten aktør innen salg av kjøkken-, garderobe og vaskeromsløsninger, og partene vil ha en markedsandel klart under 20 %. Markedet er dermed ikke berørt jf. krrl. § 18 a første ledd bokstav e.

Foretakssammenslutningen vil uansett ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i noe plausibelt avgrenset marked for salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger. Vilåårene for inngrep vil derfor ikke være oppfylt.

5.2 Vertikale markeder

Målvirksomhetene er som tidligere nevnt franchisetakere i Elkjøp-kjeden, og befinner seg på detaljistledet i verdikjeden. Målvirksomhetene kjøper, i likhet med Elkjøp Norge, de aller fleste av sine produkter fra Elkjøp Nordic. Elkjøp Nordic fungerer som en konsernintern innkjøps- og grossistvirksomhet for Elkjøp Norge, de øvrige nordiske varehusene, og selskapets franchisetakere. Dette endrer seg ikke som følge av foretakssammenslutningen.

Forbrukerelektronikk kjøpes inn på nordisk nivå fra globale aktører som Apple, Samsung, Sony, Miele, LG, Philips, Bosch, Electrolux, Dyson, og Logitech. Leverandørenes tilgang til norske forhandlere vil dermed heller ikke påvirkes av foretakssammenslutningen.

Kommisjonen har tidligere vurdert at innkjøpsmarkedet for forbrukerelektronikk trolig må avgrenses større enn nasjonalt, men har ikke tatt endelig stilling til avgrensningen.¹⁶ I et tenkt nordisk innkjøpsmarked vil Elkjøp Nordics markedsandeler være godt under 30 %. Videre vil Elkjøp Kongsberg og Notoddens virksomhet, med en antatt markedsandel på [REDAKTERT] i detaljistledet, utgjøre en helt marginal andel av et tenkt nordisk innkjøpsmarked. Melder er imidlertid av den oppfatning at en konsern- og franchiseintern innkjøpsordning trolig ikke kan likestilles med et vertikalt markedsnårvær på et tenkt grossist- og innkjøpsmarked.

Foretakssammenslutningen omfatter dermed ingen vertikalt berørte markeder eller overlapp jf. krrl. § 18 a første ledd, bokstav e og f, og vil uansett ikke påvirke konkurransen i noe vertikalt marked.

¹³ Beregningene inkluderer siste tilgjengelige omsetningstall fra kjøkkenleverandører og franchisebutikker til

[REDAKTERT] Elkjøp Norge estimerer at ca. [REDAKTERT] av totalomsetningen i Norge stammer fra salg av kjøkken-, garderobe- og vaskeromsløsninger. Markedsandelene for partene er derfor beregnet ut ifra denne estimerte omsetningsfordelingen.

¹⁴ Bygghjelp og Power selger kjøkkenmerket Norema. Det er ikke kjent for Elkjøp Norge hvorvidt omsetning fra salg av Norema-kjøkken allokteres Bygghjelp og Power sin omsetning, eller kun Nobia Norway AS som eier Norema-merkevaren (i tillegg til Sigdal og Marbodal).

¹⁵ Anslaget er basert på Elkjøps interne beregninger av antall kjøkkenskrog solgt av Elkjøp i Norge, sammenlignet med et anslag av det totale antallet kjøkkenskrog solgt i Norge.

¹⁶ Sak COMP/M.4392 - DSGI/FR-INVEST/F-GROUP JV avs. 21 og sak COMP/M.9894 - MOBILUX/CONFORAMA FRANCE avs. 17.

6 NAVN PÅ DE FEM VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

Oversikt over Elkjøp Norges fem største konkurrenter, kunder og leverandører i overlappende markeder fremgår av **Bilag 1**. Samme oversikt for Elkjøp Kongsberg og Notodden fremgår av **Bilag 2**.

Bilag 1	Oversikt over Elkjøp Norges fem største konkurrenter, kunder og leverandører i overlappende markeder.
Bilag 2	Oversikt over Elkjøp Kongsbergs og Notoddens fem største konkurrenter, kunder og leverandører i overlappende markeder.

7 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP FOR DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

Elkjøp Norge AS' årsberetning og årsregnskap for regnskapsåret 2023-2024 følger av **Bilag 3**.

Elkjøp Nordic AS' årsrapport for regnskapsåret 2023-2024 følger av **Bilag 4**.

Elkjøp Kongsberg og Notodden AS' årsberetning og årsregnskap 2023 følger av **Bilag 5**. Dette utgjør målvirksomhetenes samlede årsberetning og årsregnskap.

Currys årsrapport for 2023/2024 følger av **Bilag 6**.

Bilag 3	Elkjøp Norge AS' årsberetning og årsregnskap for regnskapsåret 2023-2024
Bilag 4	Elkjøp Nordic AS' årsrapport og regnskap for regnskapsåret 2023-2024
Bilag 5	Elkjøp Kongsberg og Notoddens årsberetning og årsregnskap for 2023
Bilag 6	Currys årsrapport for regnskapsåret 2023-2024.

8 REDEGJØRELSE AV EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Foretakssammenslutningen medfører ingen effektivitetsgevinster av betydning.

9 KOPI AV AVTALEN MED VEDLEGG

Kopi av avtalen om foretakssammenslutningen med vedlegg følger av **Bilag 7**.

Bilag 7	Seneste kopi av avtale om foretakssammenslutning med vedlegg.
----------------	---

10 FORHOLDET TIL ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Foretakssammenslutningen er ikke underlagt tilsyn fra andre konkurransemyndigheter.

11 FORSLAG TIL OFFENTLIG VERSJON

Opplysninger i meldingen som utgjør forretningshemmeligheter for begge parter, er markert med **lyseblått** i forslaget til den offentlige versjonen. Forslag til offentlig versjon er vedlagt meldingen som **Bilag 8**.

Opplysninger som kun utgjør forretningshemmeligheter for Elkjøp Norge, er markert med **lilla**.

Opplysninger som kun utgjør forretningshemmeligheter for Elkjøp Kongsberg og Notodden, er markert med grønt.

Bilag 8

Forslag til offentlig versjon av meldingen

Begrunnelser for hvorfor de markerte opplysningene utgjør forretningshemmeligheter fremgår av **Bilag 9**.

Bilag 9

Begrunnelser for å unnta opplysninger fra offentlighet.

Med vennlig hilsen
KVALE ADVOKATFIRMA DA

Hermann Angell Myrseth Solheim
Senior Associate | Advokat