
Melding av foretakssammenslutning

NorgesGruppen ASAs

erverv av enekontroll over

McKesson Norway Holding AS

31. august 2025

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELIGHETER

1 OPPSUMMERING

- (1) Foretakssammenslutningen gjelder NorgesGruppen ASA ("**NorgesGruppen**") sitt erverv av 100 prosent av aksjene i McKesson Norway Holding AS ("**McKesson Norway**"), som igjen eier samtlige av aksjene i Norsk Medisinaldepot AS ("**NMD**") ("**Transaksjonen**"). NorgesGruppen har sin hovedvirksomhet innen detalj- og grossistsalg av dagligvare i Norge. NMD er vertikalt integrert med grossistvirksomhet for apotekvarer og detaljhandel med apotekvarer- og tjenester i Norge.
- (2) NorgesGruppen og NMD har virksomhet i ulike sektorer, markeder og salgskanaler, og er følgelig ikke konkurrenter, og under enhver omstendighet ikke nære konkurrenter. Transaksjonen medfører ikke økning i markedskonentrasjon hverken i dagligvaremarkedet eller apotekmarkedet, og det foreligger ingen horisontalt berørte markeder. Det foreligger heller ingen vertikalt berørte markeder. Transaksjonen vil heller ikke skape eller styrke konkurranseskadelig innkjøpsmakt. Det klare utgangspunkt er derfor at Transaksjonen ikke vil hindre effektiv konkurranse i noen marked.
- (3) Det foreligger en begrenset konkurranseflate/bransjeglidning mellom dagligvarehandel og apotekhandel, ettersom det innenfor totalsortiment av henholdsvis dagligvarer og apotekvarer, finnes enkelte produktkategorier som omsettes i begge kanaler, samt gjennom annen handel. Dette gjelder reseptfrie legemidler ("**OTC-varer**") og produktkategorier som hudpleieprodukter, kosttilskudd mv ("**handelsvarer**") som inngår i apotekhandelens og dagligvarehandelens sortiment. Etter melders vurdering er graden av bransjeglidning ikke tilstrekkelig til å endre utgangspunktet om at dagligvaremarkedet og apotekmarkedet utgjør separate markeder.
- (4) Selv for det tilfellet at Konkurransetilsynet skulle avvike fra tidligere praksis og legge til grunn at produktkategorier som selges i både apotek og dagligvare utgjør egne relevante markeder, vil ikke Transaksjonen medføre konkurranseproblemer. Selv om det kan foreligge horisontalt berørte markeder for flere slike produktkategorier som selges i ulike kanaler, er samlet markedsandel for NorgesGruppen og NMD innenfor alle relevante kategorier av handelsvarer estimert til under [redacted] prosent. Markedsandelene er trolig reelt sett lavere ettersom ikke all omsetning fra andre kanaler som selger de samme varene er medregnet i NorgesGruppens estimat. Det vises i denne forbindelse til at handelsvarer selges gjennom en rekke ulike aktører innen servicehandel og butikker, som Europris, Rusta og Normal, samt Lyko, BliVakker og lignende nettbutikker. Samlet markedsandel for partene innen et hypotetisk marked for OTC-varer anslås å variere fra [redacted] prosent.
- (5) Det er flere grunner til at konkurranseflaten mellom dagligvare og apotek er begrenset også for de produktgruppene som selges i begge kanaler. Blant annet er det for OTC-varer betydelige prisforskjeller mellom de to kanalene, hvilket tilsier begrenset kundesubstitusjon. Tilsvarende gjelder for handelsvarer, men her er det også stor variasjon mellom hvilke merkevarer som føres i de to kanalene. Det er også betydelige forskjeller i kompetanse og mulighet for veiledning, samt hvordan kundene kan handle varene og restriksjoner for salg. NorgesGruppens butikker har også relativt lav omsetning av OTC-varer og handelsvarer sammenlignet med apotekene. Det er derfor lite som tilsier at partene er nære konkurrenter, også innenfor OTC-varer og handelsvarer.
- (6) Dersom Konkurransetilsynet skulle vurdere overlappende produktkategorier og konkurransesituasjon på lokalt nivå, viser melders kvantitative screening at det i alle lokale markeder med NMD-apotek fortsatt finnes alternative tilbydere i form av annet apotek eller annen dagligvarebutikk også etter Transaksjonen, i tillegg til flere nettapotek. Basert på den begrensede konkurranseflaten som er mellom dagligvare og apotek, vil tilstedeværelsen av minst ett konkurrerende utsalgssted klart være tilstrekkelig til å opprettholde et effektivt konkurransepress etter Transaksjonen.

- (7) Av alle de 386 lokasjonene hvor NMD har apotek (inkluderer ikke bare egneide apotek, men også franchisedrevne apotek og apotek tilknyttet kjedekonseptet), er det kun i to lokale områder, Fagerstrand og Andebu, hvor det ikke er andre aktører til stede når kjøretidsmatrise utformet for dagligvaremarkedet legges til grunn. Melder antar imidlertid at en slik kjøretidsmatrise ikke er direkte overførbart til apotekmarkedet, da det må legges til grunn at kunder som skal handle apotekvarer som utgangspunkt vil være villige til å reise noe lengre enn det som legges til grunn for avgrensningen av lokale markeder for dagligvarehandel. Ved kun en mindre justering i kjøretid, vil det være flere andre dagligvarebutikker og/eller apotek som utøver konkurransepress i alle lokale markeder hvor NMD har apotek.
- (8) Transaksjonen vil følgelig ikke medføre noen begrensning av effektiv konkurranse selv for det tilfellet at Konkurransetilsynet skulle betrakte OTC-varer og handelsvarer som egne relevante markeder med lokal geografisk utstrekning.
- (9) Samlet sett vil det altså ikke være noe grunnlag for inngrep mot Transaksjonen, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

2 KONTAKTINFORMASJON

2.1 Foretak som erverver kontroll

Navn: NorgesGruppen ASA
 Org.nr.: 819 731 322
 Adresse: Karenslyst allé 12, 0278 OSLO

2.2 Representant

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS
 Kontaktperson: Helene Søvik / Preben Milde Thorbjørnsen
 Adresse: Postboks 1513 Vika, 0117 Oslo
 Telefonnummer: +47 977 38 138/ +47 416 49 340
 E-post: hls@wr.no / pmt@wr.no

2.3 Målselskapet

Navn: McKesson Norway Holding AS
 Org.nr.: 916 602 162
 Adresse: Alf Bjerckes vei 28, 0596 OSLO

2.4 Representant

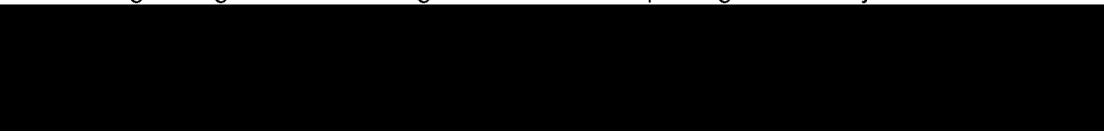
Navn: Advokatfirmaet BAHN AS
 Kontaktperson: Helge Stemshaug / Annette Greve
 Adresse: Postboks 1524 Vika, 0117 Oslo
 Telefonnummer: +47 928 81 396 / +47 901 05 797
 E-post: hst@bahr.no / anngr@bahr.no

3 BESKRIVELSE AV TRANSAKSJONEN

- (10) Transaksjonen innebærer at NorgesGruppen erverver enekontroll over NMD gjennom kjøp av 100 prosent av aksjene i holdingselskapet McKesson Norway Holding AS.

Bilag 1: Aksjekjøpsavtalen mellom McKesson Europe Services GMBH og NorgesGruppen ASA

- (11) Den strategiske og økonomiske begrunnelsen for den planlagte transaksjonen er at



- (12) Transaksjonen vil også bli meldt til danske konkurransemyndigheter, men dette gjøres av forsiktighetshensyn, ettersom det er usikkert om de relevante meldepliktstærsklene i Danmark er oppfylt.
- (13) Transaksjonen planlegges gjennomført når klarering fra Konkurransetilsynet og danske konkurransemyndigheter foreligger.

4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE

4.1 Foretak som erverver kontroll – NorgesGruppen

- (14) NorgesGruppen er morselskapet i NorgesGruppen-konsernet.
- (15) NorgesGruppens kjernevirksomhet består av to virksomhetsområder: detaljhandel og engros.
- (16) **Detaljvirksomhetens** hovedområder omfatter dagligvare og servicehandel. Innenfor *dagligvare* har NorgesGruppen tre landsdekkende kjedekonsepter, samt et nærbutikk-konsept. KIWI dekker lavprissegmentet, mens SPAR dekker supermarkedsssegmentet. MENY er profilkjeden for store supermarkeder. Nærbutikk-konseptet omfatter Joker og Nærbutikken. Virksomheten omfatter om lag 1700 dagligvarebutikker, hvorav omtrent 51 prosent er kjøpmannseide. I 2024 kom ca. 27 prosent av butikkomsetningen fra kjøpmannseide butikker/franchisetakere, mens det øvrige kom fra egneide butikker.
- (17) Innenfor *servicehandel mv.* er det NorgesGruppen Servicehandel som utvikler og drifter konsepter som tilbyr lettvinde måltids- og drikkeløsninger. Virksomheten består hovedsakelig av følgende kjeder:
- MIX, med én egneid og 68 kjøpmannseide kiosker og servicebutikker.
 - Deli de Luca, som er et franchisebasert konsept med totalt 137 butikker.
 - Kaffebrenneriet, som har 44 kaffebarer (NorgesGruppen eier 90 prosent).
 - Jafs, med 54 kjøpmannseide gatekjøkken.
- (18) I tillegg utvikler og drifter NorgesGruppen Forbruksvare konsepter som tilbyr salg av daglige forbruksvarer, inkludert matvarer. Virksomheten består av kjedene:
- Dollarstore, med 26 utsalgssteder. Se hjemmesiden www.dollarstore.no/ for ytterligere informasjon.

- Gigaboks, som er et storhandelskonsept som tilbyr salg av varer i store forpakninger og partivarer til både privatkunder og bedrifter, med syv utsalgssteder nasjonalt. Se hjemmesiden www.gigaboks.no/ for ytterligere informasjon.

- (19) **Engrosvirksomheten** håndteres i all hovedsak av ASKO, og omfatter leveranser til markedssegmentene dagligvaredetalj, servicehandel, og storhusholdning.
- (20) ASKO består av sentrallagre og 12 regionale ASKO-selskap. ASKO er en fullsortimentsgrossist og står for nesten 85 prosent av alle vareleveranser til dagligvarebutikker tilhørende NorgesGruppens kjedekonsepter. I tillegg har ASKO felles kontroll i K. Ekrheim AS.
- (21) NorgesGruppen eier også Eureka som er en fullsortimentsgrossist for de mindre og mellomstore serveringsbedriftene, og som kun opererer på det sentrale Østlandet. Eureka tilbyr hovedsakelig matvarer, drikkevarer og enkelte hygiene- og husholdningsprodukter.
- (22) NorgesGruppen eier også cash&carry-konseptet Storcash, som består av ti utsalg spredt i landet. Storcash tilbyr salg av varer til næringsdrivende innenfor både dagligvare og storhusholdning. Produktene selges gjerne i store størrelser og i spesialpakker, og kundene plukker varene selv. Typiske kunder er gatekjøkken, restauranter, kantiner, kiosker, idrettslag eller foreninger. For ytterligere informasjon om Storcash vises det til hjemmesiden www.storcash.no.
- (23) NorgesGruppen eier i tillegg **produksjonsvirksomhetene** Bakehuset, Joh Johansson Kaffe AS og Matbørsen AS gjennom sitt heleide datterselskap NorgesGruppen Merkevarer AS, som også eier Unil AS (driver NorgesGruppens virksomhet innen egne merkevarer). Innen dagligvare selger produksjonsvirksomhetene utelukkende til ASKO.¹
- (24) NorgesGruppen er medlem av bransjeorganisasjonen Virke.
- (25) For ytterligere informasjon om NorgesGruppen vises det til konsernets hjemmeside: <http://www.norgesgruppen.no>.

4.2 Målselskap – NMD

4.2.1 Innledning

- (26) NMD er et foretak med virksomhet innen distribusjon og salg av legemidler og andre helserelaterte produkter i Norge. NMD har virksomhet både som grossist, og innen detaljhandel med apotekvarer og - tjenester gjennom ulike kjedekonsepter.
- (27) Hovedkontoret til NMD, med administrasjon og sentrallager, ligger på Alnabru i Oslo. NMD har også et mindre lager for legemidler i Harstad. Per utgangen av 2024 var det ca. 2 300 årsverk i NMD, inkludert NMDs egneide apotek.
- (28) NMDs operasjonelle virksomhet er samlet i ett og samme foretak (Norsk Medisinaldepot AS). Det er således ikke et selskapsmessig eller formelt skille mellom virksomheten på grossist- og detaljstnivå. NMDs vertikalt integrerte apotek (i det videre også omtalt som "**NMDs egneide apotek**") er organisert som underavdelinger i NMD, og er generelt ikke egne rettssubjekter (med unntak av de apotekene hvor NMD har minoritetseierskap).

¹ Joh Johanson Kaffe og Matbørsen har, i tillegg til salg til dagligvare, noe begrenset salg til aktører som blant annet Lyreco.

- (29) En oversikt over NMDs konsernstruktur, som inkluderer NMDs eier, samt informasjon om foretak hvor NMD innehar minoritetsposter, er vedlagt.

Bilag 2: NMDs konsernstruktur per 30. juni 2025

- (30) Av oversikten fremgår det at NMD har minoritetsseierskap i 18 foretak, hvorav 15 foretak driver apotek under NMDs kjedekonsepter.²
- (31) NMD inngår som en del av det amerikanske helsekonsernet McKesson. NMD er, gjennom holdingselskapet McKesson Norway, 100 prosent eid av McKesson Europe Services GmbH ("**McKesson Europe**"). Mer informasjon om McKesson finnes på konsernets nettside, www.mckesson.com, og i årsrapporten for 2025.

4.2.2 Virksomhetsområder

- (32) NMD har lisens fra Legemiddelverket til å kjøpe, lagre og selge legemidler i Norge. I tillegg til reseptpliktige og reseptfrie legemidler distribuerer og selger NMD et utvalg av handelsvarer innen helse og velvære. De ulike kategoriene av varer som omsettes gjennom apotek er nærmere beskrevet i punkt 6.4 og omtales i fellesskap som apotekvarer.
- (33) NMDs kunder på grossistnivå er i hovedsak medlemmer (ikke egneide apotek) i NMDs kjedekonsepter for Vitusapotek og Ditt Apotek. I kalenderåret 2024 omsatte NMD som grossist legemidler og handelsvarer for [redacted] kroner (eks. mva.), hvorav [redacted] ble generert fra salg til medlemsapotek. Den resterende andelen av grossistomsetningen er i hovedsak [redacted]
- (34) På detaljstnivå eier og driver NMD kjedekonseptene Vitusapotek og Ditt Apotek. En oversikt over kjedeapotekene er vedlagt.

Bilag 3: Oversikt apotek i Vitusapotek og Ditt Apotek

- (35) Vitusapotek består per august 2025 av 332 apotek, hvorav 282 er egneide apotek (inngår i NMD, mens 50 apotek er tilknyttet kjeden gjennom franchiseavtaler (såkalte Vitusapotek Samarbeid). I franchiseapotekene er NMD enten ikke eier, eller innehar en minoritetspost.³ Kjedekonseptet for Vitusapotek gjelder likt for de egneide apotekene og franchiseapotekene, og inkluderer blant annet felles profilering, vareutvalg, markedsføring, tilgang til standardpriser og kampanjer.
- (36) Ditt Apotek er et kjedesamarbeid hvor NMD etter avtale leverer apotekvarer til standardpriser, samt gir tilgang til blant annet materiell for butikkutforming og markedsføring, IT-tjenester, opplæringsprogrammer, kvalitetssystemer, kampanjer mv. Det enkelte medlemmet må følge kampanjer, men har utover dette frihet med hensyn til valg av tjenester. Det er 54 apotek under kjedekonseptet Ditt Apotek per august 2025. NMD har ingen egneide apotek i Ditt Apotek. I disse apotekene er NMD enten ikke eier, eller innehar en minoritetspost.
- (37) Apotekvarer fra Vitusapotek og Ditt Apotek selges gjennom fysiske apotek og på nett.

² De øvrige tre selskapene, er en lokalavis for innbyggere i Froland kommune (Frolendingen AS, hvor NMDs eierandel er på 0,152 prosent), et foretak som driver med markedsrettede aktiviteter for næringsdrivende i Asker sentrum (Asker Sentrum AS, hvor NMD har en eierandel på 1,69 prosent), og en kompetansebedrift og leverandør av arbeidsrettede oppfølgingstiltak i Oslo og Viken fylker (Sens Gruppen AS, hvor NMD har en eierandel på 33,3 prosent).

³ Se liste over minoritetsseierskap i Bilag 2.

- (38) I FYE2025⁴ omsatte apotekene i Vitusapotek og Ditt Apotek (egeneide og franchise) for 11,1 milliarder kroner (eks. mva).⁵ NMDs omsetning fra egneide apotek utgjorde 9,6 milliarder kroner (eks. mva).
- (39) I tillegg til distribusjon og salg av legemidler og andre apotekvarer, eier og driver NMD en multidosepakkefabrikk for produksjon og levering av legemidler i multidose-forpakninger. Det er vanlig at kommuner går sammen om anbud på levering av legemidler og legemidler i multidose-forpakninger, hvor NMD typisk inngir tilbud.
- (40) NMD er medlem av Legemiddelgrossistforeningen, som er en bransjeforening for grossister som leverer legemidler til apotek og andre kunder. NMD er også medlem av Apotekforeningen, som er bransjeorganisasjonen for apotekene i Norge og deres eiere, samt arbeidsgiverorganisasjonen Spekter.

5 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT

- (41) En oversikt over partenes omsetning og driftsresultat for 2024 i Norge fremgår av Tabell 1 nedenfor.

Tabell 1: Partenes omsetning og driftsresultat for 2024/FY2025

Selskap	Omsetning (MNOK)	Driftsresultat (MNOK)
NorgesGruppen (konsern)	114 531	5 794
McKesson Norway Holding AS	11 820	517

6 INGEN HORIZONTALT ELLER VERTIKALT BERØRTE MARKEDER

6.1 Innledning

- (42) Som det fremgår av redegjørelsen i punkt 4 ovenfor, har NorgesGruppen og NMD sin aktivitet på ulike virksomhetsområder. Som det vil redegjøres for i det følgende, har konkurransemyndighetene tradisjonelt definert detaljistmarkeder for henholdsvis dagligvarehandel og apotekhandel som to ulike relevante markeder. Det er lagt til grunn at dagligvarebutikker konkurrerer med andre dagligvarebutikker, mens apotek konkurrerer med andre apotek. Tilsvarende er det på grossistledet lagt til grunn at dagligvaregrossister og apotekgrossister er spesialisert inn mot de respektive verdikjedene de betjener. Dagligvaregrossister leverer ikke til apotekhandel og apotekgrossister leverer ikke til dagligvarehandel.
- (43) Basert på gjeldende praksis og med dagens konkurransesituasjon, opererer dermed NorgesGruppen og NMD på ulike relevante markeder: NorgesGruppen er aktiv innenfor dagligvare detaljhandel, dagligvare grossistvirksomhet og servicehandel og tilhørende grossistvirksomhet, mens NMD er aktiv innen apotek detaljhandel og apotek grossistvirksomhet. Ettersom partene opererer på ulike relevante markeder, foreligger det ingen horisontalt berørte markeder som følge av Transaksjonen.

⁴ Gjelder for 1. april 2024 til 31. mars 2025.

⁵ Omsetningen inkluderer omsetning fra (egeneide og franchisedrevne) Vitusapotek, Ditt Apotek, anbud gjennom apotek og omsetning fra nettsalg.

- (44) Det foreligger heller ingen vertikal relasjon mellom partene i Transaksjonen. ASKO leverer ikke til NMDs apotek eller andre apotekkjeder i dag, og NMD leverer ikke til NorgesGruppens dagligvarebutikker. Følgelig foreligger det heller ikke noen vertikalt berørte markeder som følge av Transaksjonen.
- (45) I det følgende redegjøres det for oversiktens skyld kort for de ulike relevante markedene partene har virksomhet i.

6.2 Dagligvare solgt gjennom dagligvarebutikker

- (46) Konkurransetilsynet har i tidligere praksis knyttet til dagligvaremarkedet avgrenset det relevante produktmarkedet til et totalsortiment av dagligvarer, se f.eks. vedtak V2015-24 *Coop/Ica* hvor Konkurransetilsynet la til grunn at det relevante produktmarkedet i saken skulle defineres som "*dagligvarer solgt gjennom dagligvarebutikker, hvor alle segmenter inngår*".⁶ Disse segmentene inkluderer hypermarked, supermarked, lavpris og nærbutikker. I tillegg gjøres det en avgrensning mellom dagligvarer som omsettes til kunder innenfor servicehandel (som kiosker og bensinstasjoner) mot dagligvarer som omsettes i dagligvarebutikker.
- (47) Det fremgår videre av vedtak V2015-24 *Coop/Ica* at Konkurransetilsynet legger til grunn at "*det relevante produktmarkedet avgrenses til å utgjøre et totalsortiment*".⁷ Dette skyldes at forbrukerne i mange detaljmarkeder, etter Konkurransetilsynets vurdering, vanligvis vil etterspørre et bredt produktutvalg heller enn enkeltprodukter. Kundernes ønske om å legge hele handelen på ett sted og variasjon i forbrukerpreferansene vil medføre at detaljistene velger å tilby et bredt utvalg av ulike produkter og gjerne flere varianter av samme type produkt. I slike tilfeller kan det relevante produktmarkedet etter en konkret vurdering avgrenses til et totalsortiment, altså en "handlekurv", noe som er tilfellet for dagligvaremarkedet.⁸
- (48) Konkurransetilsynet har lagt en slik tilnærming til grunn i flere andre saker, herunder i saker om dagligvarehandelen,⁹ men også i andre detaljhandelsmarkeder. Videre har også EU-kommisjonen lagt til grunn en totalsortiments-tilnærming i en rekke saker som har omhandlet dagligvarehandel.¹⁰
- (49) I tråd med tidligere praksis mener partene at det også for denne Transaksjonen skal avgrenses et eget relevant marked for totalsortiment til sluttbruker innen dagligvarehandelen.
- (50) Når det gjelder den geografiske avgrensningen mener partene at dette markedet både har en nasjonal og en lokal dimensjon. Dette er også lagt til grunn av Konkurransetilsynet, se f.eks. vedtak V2015-24 *Coop/Ica*.¹¹

6.3 Grossistmarked for dagligvare

- (51) Grossistvirksomhet omfatter innkjøp av varer fra leverandør, lagring, og videresalg av varer til detaljist, samt distribusjon av varer fra leverandør til grossist og fra grossist til detaljist.

⁶ Vedtak V2015-24 *Coop/Ica* avsnitt 62.

⁷ Vedtak V2015-24 *Coop/Ica* avsnitt 51.

⁸ Vedtak V2015-24 *Coop/Ica* avsnitt 50.

⁹ V2009-14 *Validus/Sunkost*; V2012-10 *Mekonomen/MECA*; V2012-18 *Plantasjen/Oddernes Gartneri*; og V2008-10 *Rema 1000/Lidl Norge*.

¹⁰ COMP/M.1221 – *Rewe/Meinl*; COMP/M.784 – *Kesko/Tuko*; COMP/M.3905 – *Tesco/Carrefour*; og COMP/M.3464 – *Kesko/Ica*; COMP/M.10201 – *Ahold Delhaize/Deen Assets*, avsnitt 13; COMP/M.10631- *ITM/Mestdagh*, avsnitt 15; COMP/M.11165 – *Carrefour/Romania Hypermarche*, avsnitt 18.

¹¹ Vedtak V2015-24 *Coop/Ica* avsnitt 87.

- (52) Dagligvaregrossister er spesialisert inn mot verdikjeden de betjener, både når det gjelder merkevarer, produktsortiment og priser. Dagligvaregrossister leverer til dagligvarehandelen.
- (53) Konkurransetilsynets tidligere praksis knyttet til dagligvaremarkedet tilsier at det foreligger et eget relevant marked for totalsortiment av grossistleveranser i dagligvaremarkedet.¹² Etter Konkurransetilsynets praksis utgjør grossistleveranser til dagligvare altså et eget marked atskilt fra leveranser til henholdsvis storhusholdning og servicehandel, blant annet som følge av ulike kundegrupper, leveringsfrekvens, forpakkingsstørrelse osv. Videre har Konkurransetilsynet tidligere konkludert med at det eksisterer et eget marked for fullsortimentsgrossister, og at dette markedet skiller seg fra både produsenter som leverer direkte til kundene og fra ulike spesialgrossister som bare leverer et begrenset antall varegrupper (typisk frukt & grønt, non-food, sjømat osv.).¹³
- (54) EU-kommisjonen har også i flere saker lagt til grunn et eget grossistmarked for dagligvarer.
- (55) I tråd med tidligere praksis mener partene at det også for denne Transaksjonen skal avgrenses et separat relevant marked for totalsortiments grossistleveranser til dagligvarehandelen, og at dette markedet er av nasjonal utstrekning.

6.4 Detaljhandel apotekvarer

- (56) Apotekvarer omfatter varer som omsettes gjennom apotek, og kan inndeles i tre hovedkategorier av varer: (i) reseptbelagte legemidler, (ii) reseptfrie legemidler (OTC-varer) og (iii) handelsvarer. Reseptbelagte legemidler utgjør hoveddelen av apotekenes omsetning. Reseptbelagte legemidler omfatter legemidler som kun utleveres etter resept. Staten dekker nær 80 prosent av utgiftene til slike legemidler til mennesker. Det er fastsatt henholdsvis maksimalpris for originalpreparater og trinnpris for generiske legemidler. Reseptfrie legemidler (og enkelte handelsvarer) kan også skrives ut på resept, med den følge at prisene vil være regulerte.
- (57) Reseptfrie legemidler er legemidler som kan utleveres uten resept. Det foreligger ikke prisregulering for reseptfrie legemidler, og sluttbruker dekker som utgangspunkt kostnaden selv.
- (58) Detaljsalg av både reseptbelagte og reseptfrie legemidler skal som hovedregel kun skje gjennom apotek eller medisinsalg underlagt apotek.¹⁴ I tillegg kan et utvalg reseptfrie legemidler selges fra andre fysiske utsalgssteder gjennom ordningen for legemidler utenom apotek (LUA-ordningen).¹⁵ Slike utsalgssteder må være "kjøpmann" med godkjenning fra Mattilsynet for omsetning av næringsmidler, slik som dagligvarebutikker, kiosker og bensinstasjoner. Reseptfrie legemidler kan også selges gjennom nettbasert handel.
- (59) Handelsvarer omfatter alle apotekvarer som ikke er reseptbelagte eller reseptfrie legemidler. Eksempler på slike varer er hudpleieprodukter, kosttilskudd, hygieneartikler, bandasjemateriell, næringsmidler og tekniske hjelpemidler. Slike handelsvarer tilbys i en rekke alternative utsalgssteder. Eksempelvis tilbys hudpleieprodukter, hygieneprodukter, shampoo mv. av kjeder innen skjønnhet og velvære (Kicks, Vita m.fl.), dagligvareforretninger, frisørsalonger, helsekostbutikker, samt nettbutikker. Tilsvarende er det for de fleste andre handelsvarer også en rekke alternative utsalgssteder.
- (60) Melder er ikke kjent med at hverken Konkurransetilsynet eller EU-kommisjonen har foretatt

¹² Se for eksempel V2004-21 Joh-System/Engrospartner, A2014-1 NG Partner/Konsum Gruppen.

¹³ V2004-21 Joh-System/Engrospartner.

¹⁴ Jf. legemiddelloven § 16.

¹⁵ Se Forskrift om omsetning mv. av visse reseptfrie legemidler utenom apotek.

en endelig avgrensning av relevante markeder som er snevrere enn detaljhandel med apotekvarer.

- (61) Konkurransetilsynet har i tidligere praksis avgrenset det relevante produktmarkedet til salg av apotekvarer.¹⁶ Med apotekvarer menes både reseptbelagte og reseptfrie legemidler, samt handelsvarer som selges gjennom apotek. Videre har Konkurransetilsynet behandlet og klarert en rekke foretakssammenslutninger vedrørende apotek, hvor det ser ut til at salg av apotekvarer er ansett for å utgjøre det relevante markedet.¹⁷ I Konkurransetilsynets felles rapport med øvrige nordiske konkurransemyndigheter i 2021 betraktes også apotekmarkedet samlet, dvs. både reseptbelagte legemidler, reseptfrie legemidler og andre handelsvarer solgt gjennom apotek.¹⁸ I tillegg vises det til at Konkurransetilsynet gjennom praksis i flere andre detaljmarkeder har avgrenset totalsortiments-markeder.¹⁹
- (62) Hva angår den geografiske utstrekningen av markedet, har Konkurransetilsynet i tidligere praksis lagt til grunn et nasjonalt marked for salg av apotekvarer.²⁰
- (63) Etter melderens syn, er det flere forhold som taler for et nasjonalt avgrenset markedet. For det første er samtlige av de vertikalt integrerte kjedene nasjonale aktører, og partene oppfatter at beslutninger om sentrale konkurranseparametere slik som prising, produktsortiment og profilering i stor grad treffes på nasjonalt nivå. Videre opererer apotekene innenfor et nasjonalt, regulatorisk rammeverk. Sett fra etterspørselssiden, taler også økende grad av netthandel med apotekvarer for et nasjonalt avgrenset marked. Samtidig vurderer melder at kundens villighet til å reise til fysisk utsalgssted for å handle apotekvarer kan ha betydning for at markedet kan anses for også å ha en lokal dimensjon. Melder legger til grunn at kunders reisevillighet vil avhenge av flere forhold, herunder sentralitetsgrad for den aktuelle kommunen og hvorvidt apotekene befinner seg i tettbygde eller spredtbygde strøk. I denne sammenheng kan et nyttig utgangspunkt være å se hen til kjøretidsmatrisen som tidligere er anvendt for identifisering av lokale markeder i dagligvaremarkedet (**Tabell 2**).²¹ Melder har tatt utgangspunkt i kjøretidsmatrisen i Konkurransetilsynets notat om kvantitative analyser av lokale markeder tilknyttet *Coop/ICA*-saken.
- (64) Melder har vurdert det geografiske nedslagsfeltet til NMD apotek avgrenset ut fra kjøretid, som bestemmes både av type tettsted og av kommunesentralitet i tråd med definisjonen til Statistisk sentralbyrå ("SSB"). SSB har siden *Coop/Ica*-vedtaket utarbeidet en ny og mer finmasket definisjon av kommunesentralitet (sentralitetsindeksen), hvor SSB nå opererer med seks klasser av sentralitet. Melder legger i det videre denne definisjonen av kommunesentralitet til grunn.

Tabell 2: Kjøretidsmatrise – kjøretid i minutter

¹⁶ Se V2001-66 og A-2001-16.

¹⁷ Se for eksempel melding av foretakssammenslutning mellom *Apotek 1 Norge AS/Jernsletten Holding AS/Vadsø apotek AS* (2012).

¹⁸ "Online pharmacy markets in the Nordic", 2021.

¹⁹ Se bla. V2012-10, *Meconomen/Meca*, V2012-18, *Plantasjen Norge-Oddernes Gartneri*, V2009-14, *Validus/Sunkost*.

²⁰ Se V2001-66 og A-2001-16.

²¹ Det vises her til kjøretidsmatrise som ble benyttet av Konkurransetilsynet blant annet i vedtak V2015-24 *Coop/ICA*.

	Sentralitet 6	Sentralitet 5	Sentralitet 4	Sentralitet 3	Sentralitet 2	Sentralitet 1
Ikke tettsted (200 - 199 innbyggere)	20 minutter	20 minutter	15 minutter	15 minutter	15 minutter	15 minutter
Lite tettsted (200 - 1999 innbyggere)	15 minutter	15 minutter	15 minutter	15 minutter	15 minutter	10 minutter
Tettsted (2000 - 100 000 innbyggere)	15 minutter	15 minutter	10 minutter	10 minutter	10 minutter	10 minutter
Stort tettsted (Over 100 000 innbyggere)	5 minutter	5 minutter	5 minutter	5 minutter	5 minutter	5 minutter

- (65) Etter melderens vurdering bør det imidlertid tas i betraktning at relevant reisetid ved avgrensningen av lokale markeder innen apotekhandel trolig vil være lengre enn ved dagligvarehandel. Etter melderens syn vil det herunder også kunne ha betydning hvorvidt apotek er lokalisert i handelssentre der også andre ærender kan utføres, og det eventuelt også er lengre åpningstid. Det antas at kunden vil ha større reisevillighet til slike sentre. For apotekvarer anser melder også at det for kunden kan være hensiktsmessig å handle apotekvarer i nærheten av arbeidsplass slik at apotek på vei til/fra/i områder med mange arbeidsplasser vil kunne utgjøre alternativer for kunden til apotek i en viss avstand fra eget bosted.
- (66) Oppsummert, legger melder for denne meldingens formål til grunn at det foreligger et marked for detaljhandel av apotekvarer. Det vil uansett ikke ha avgjørende betydning for saken om markedet avgrenses snevrere, med egne relevante markedet for detaljsalg av henholdsvis reseptpliktige legemidler, OTC varer og handelsvarer, ettersom Transaksjonen uansett ikke vil hindre effektiv konkurranse.
- (67) Det legges for denne meldingens formål til grunn at markedet for apotekvarer kan ha både en nasjonal og lokal dimensjon. Det er imidlertid ikke nødvendig å ta endelig stilling til markedets geografiske utstrekning ettersom Transaksjonen uansett ikke vil hindre effektiv konkurranse.

6.5 Grossisthandel med apotekvarer

- (68) Grossistvirksomhet med apotekvarer omfatter levering av et bredt utvalg apotekvarer, både legemidler og handelsvarer, til apotek. Grossistene leverer hovedsakelig til egne kjedeapotek.
- (69) For å drive grossistvirksomhet med apotekvarer i Norge kreves det tillatelse fra Statens legemiddelverk. Grossistene har plikt til å levere legemidler til alle apotek i Norge, som hovedregel innen 24 timer.
- (70) Konkurransetilsynet har i tidligere praksis lagt til grunn at grossister som leverer legemidler til apotek utgjør et eget marked. Det vises blant annet til Konkurransetilsynets behandling av GEHE AGs oppkjøp av NMD (GEHE AG er McKesson Europes forgjenger), hvor tilsynet vurderte GEHEs posisjon som potensiell konkurrent i det norske grossistmarkedet.²² Videre

²² Konkurransetilsynets vedtak A2001-16.

vises det til Konkurransetilsynets vurdering av NMDs kjedesamarbeid med Vitusapotek, hvor tilsynet la til grunn at det foreligger et eget marked for grossistleveranser av apotekvarer.²³ Konkurransetilsynet har også vurdert et samarbeid mellom aktørene i grossistmarkedet.²⁴

- (71) Også i nyere, godkjente meldinger av foretakssammenslutninger til Konkurransetilsynet er det lagt til grunn at det foreligger et grossistmarked for levering av apotekvarer i Norge.²⁵
- (72) Endelig vises det til at Konkurransetilsynet også bl.a. har beskrevet og omtalt det norske grossistmarkedet i rapporter, kronikker og høringsvar.²⁶ Grossistmarkedet omtales også i NOU 2023:2 *Fremtidens apotek*.
- (73) Hva gjelder den geografiske utstrekningen av grossistmarkedet, er det i tidligere praksis lagt til grunn at markedet har nasjonal avgrensning. Melder er enig i dette, og viser blant annet til at grossistene leverer til apotek i hele landet og også har nasjonal leveringsplikt.
- (74) På denne bakgrunn legger melder for denne meldingens formål til grunn at det foreligger et marked for grossisthandel med apotekvarer, der den geografiske utstrekningen av markedet er nasjonal.

6.6 Partene er ikke nære konkurrenter

- (75) Basert på etablert praksis, er det klart at NorgesGruppen og NMD er aktive på ulike relevante markeder. Partene er derfor ikke konkurrenter, og under enhver omstendighet ikke nære konkurrenter i noe marked. Det vises til redegjørelsen ovenfor hvor det fremgår at konkurransemyndighetene tradisjonelt har definert detaljistmarkedene for dagligvarehandel og apotekhandel som ulike relevante markeder. Tilsvarende er det på grossistleddet lagt til grunn at dagligvaregrossister og apotekgrossister opererer i ulike markeder, og er spesialisert inn mot de respektive verdikjedene de betjener.
- (76) At partene ikke er konkurrenter, og under enhver omstendighet ikke nære konkurrenter, illustreres videre av at apotekhandel og dagligvarehandel oppleves som ulike destinasjoner for en forbruker. Innenfor samme kategori vil apotek tilby et bredt utvalg av ulike merker, samt varer av høyere kvalitet og høyere pris. Dagligvarebutikker har derimot et langt mer begrenset utvalg av merker, og prisene er vesentlig lavere.
- (77) For øvrig er antallet overlappende OTC-varer og handelsvarer som selges i apotek og i NorgesGruppens profilkjeder svært beskjeden. Det anslås at det per våren 2025 [REDACTED]
- (78) Den store prisforskjellen mellom overlappende OTC-varer og handelsvarer som omsettes i apotek og i dagligvare illustreres av Tabell 3, Tabell 4 og Tabell 5 nedenfor. I tabellene vises prisavstand når man ser på i) alle priser (inkludert kampanjepriser) og ii) kun normalpriser (ekskludert kampanjepriser).

Tabell 3: Oversikt over prisavstand på overlappende OTC- og handelsvarer (samlet)

²³ Konkurransetilsynets vedtak V2001-66, NMDs samarbeid med Vitus.

²⁴ Se Konkurransetilsynets årsberetning 2013, side 13.

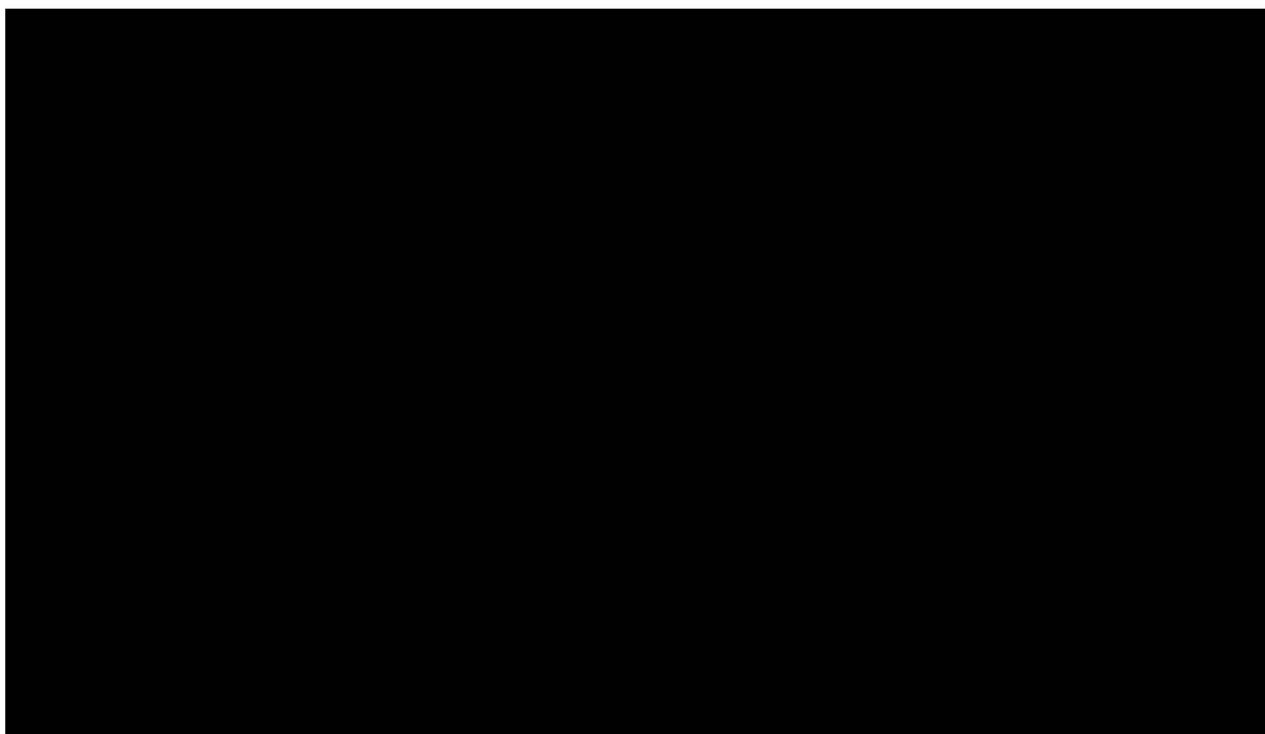
²⁵ Se blant annet melding av foretakssammenslutning om NMDs kontroll over elleve apotek, mars 2025.

²⁶ Se bl.a. Konkurransetilsynets rapport "Konkurransen i Norge", 2008.

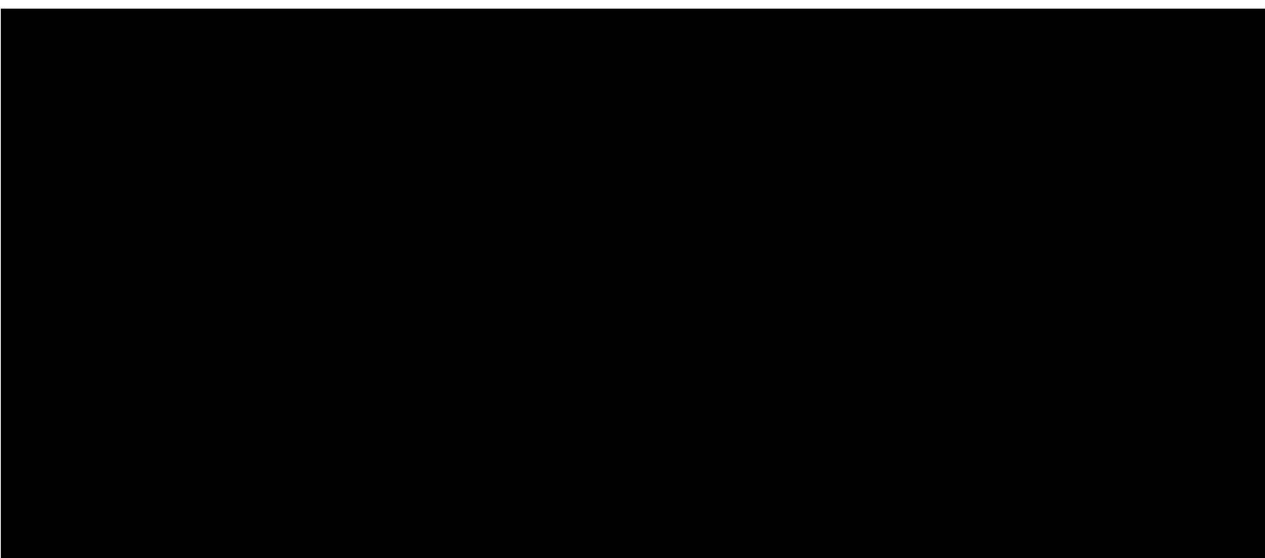
²⁷ [REDACTED]

²⁸ Anslaget er basert på Farmastat-statistikk, i tillegg til et grovt påslag for å finne omsetningen ut av butikk.

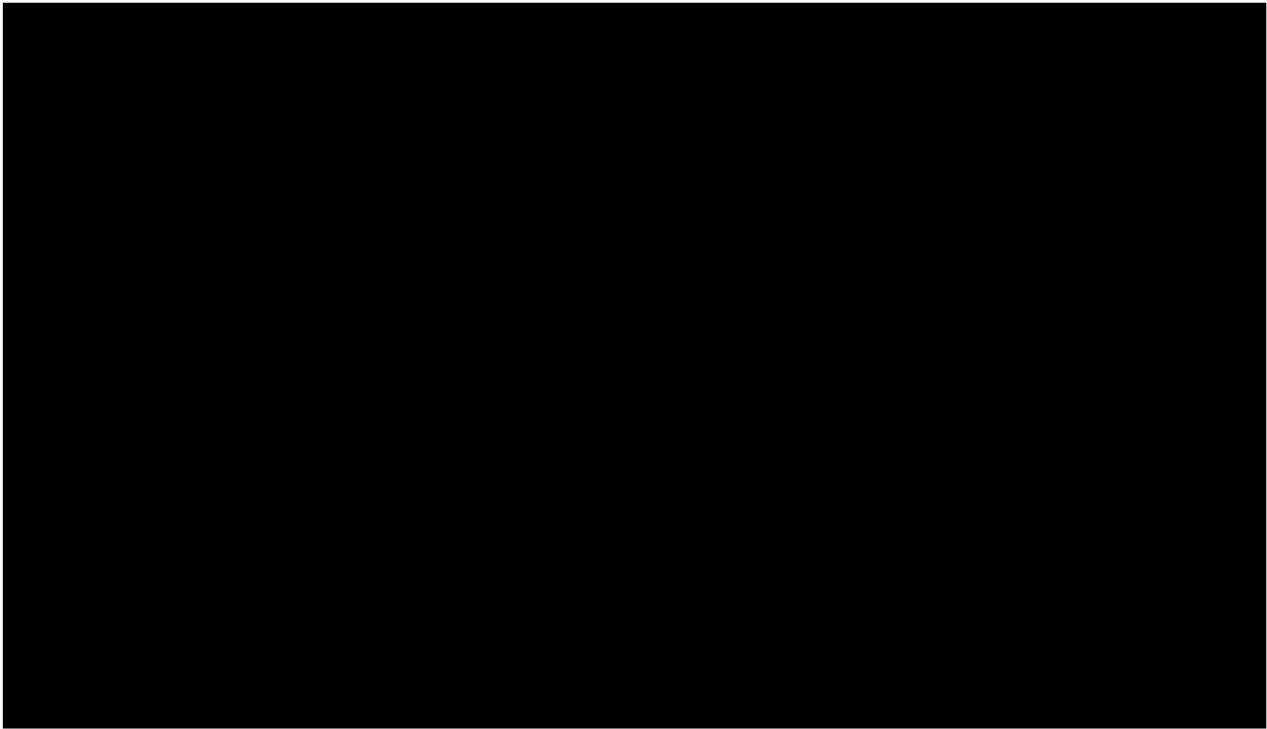
mellom henholdsvis KIWI og MENY, og Vitusapotek



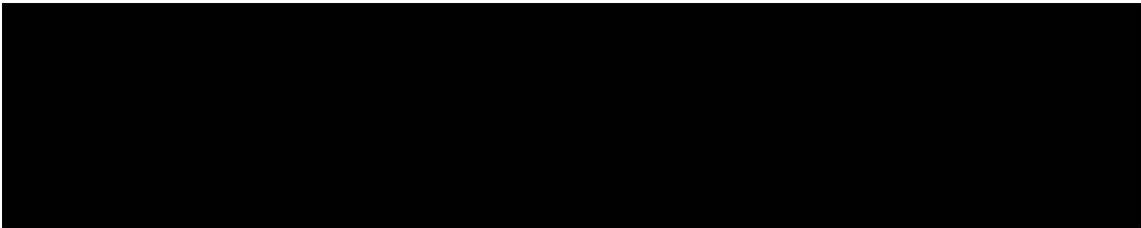
Tabell 4: Oversikt over prisavstand på overlappende OTC-varer (kun) mellom henholdsvis KIWI og MENY, og Vitusapotek²⁹



Tabell 5: Oversikt over prisavstand på overlappende handelsvarer (kun) mellom henholdsvis KIWI og MENY, og Vitusapotek.³⁰



(79)



- (80) De store prisforskjellene som gjelder for handelsvarer og OTC-varer viser at partene ikke konkurrerer med hverandre, og under enhver omstendighet ikke er nære konkurrenter. Dersom dette hadde vært tilfellet, ville man forventet en sterkere priskonkurranse mellom partene, og at NMD i større grad ville ha senket prisene på overlappende OTC-varer og handelsvarer for å nærme seg prisnivået i dagligvare.
- (81) At partene ikke er nære konkurrenter, understøttes også av at NorgesGruppen hovedsakelig er opptatt av konkurransen fra andre dagligvarekjeder, og ikke fra apotekhandelen generelt, eller fra NMD spesielt. Illustrerende i denne forbindelse er at NorgesGruppen foretrekker å ha apotek som nabo til sine dagligvarebutikker. Per desember 2024 har NorgesGruppen, som eier eller leietaker av ulike forretningslokaler, valgt å leie ut eller fremleie 45 lokaler til apotek (NMD og andre), der samtlige av disse lokalene ligger i umiddelbar nærhet til en av NorgesGruppens dagligvarebutikker.
- (82) Likeledes er NMD hovedsakelig opptatt av konkurransen fra apotekhandelen, og ikke fra dagligvarehandelen generelt eller fra NorgesGruppen spesielt.

³¹ Det skilles ikke mellom normalpriser og kampanjepriser for OTC-varer fordi det ikke er kampanjer på OTC-varer.

7 BRANSJEGLIDNING TILSIER BARE EN BEGRENSET KONKURRANSEFLATE

7.1 Innledning

- (83) Som beskrevet i punkt 6.2 og 6.4 overfor har det i tidligere praksis blitt definert ulike relevante detaljistmarkeder for dagligvarehandel og apotekhandel, og det er for begge disse markedene lagt til grunn en totalsortimentstilnærming. I lys av tidligere praksis for markedsavgrensning er det dermed klart at NorgesGruppen og NMD er aktive på ulike relevante detaljistmarkeder: NorgesGruppen innenfor detaljhandel med dagligvarer, mens NMD er aktiv innen detaljhandel med apotekvarer.
- (84) Det kan teoretisk sett foreligge en viss, begrenset konkurranseflate som følge av bransjegliding mellom dagligvarehandel og apotekhandel. I det følgende gis det for helhetens skyld en redegjørelse for dette.

7.2 Dagligvarehandelen har kun en begrenset konkurranseflate mot enkelte deler av apotekenes totalsortiment av apotekvarer

- (85) Innenfor partenes totalsortiment av henholdsvis dagligvarer og apotekvarer finnes det et begrenset antall produktkategorier som omsettes i begge kanaler (men med viktige forskjeller, som det redegjøres nærmere for under). Dette gjelder for det første såkalte OTC-varer, altså reseptfrie legemidler, slik som nesespray, smertestillende medikamenter (Ibuprofen, Paracetamol), nikotin (røykeavvenning) og Cetiricin (allergi). For det andre gjelder dette også visse typer handelsvarer, altså andre apotekvarer som ikke er legemidler, herunder hudpleieprodukter, kosttilskudd, utstyr og hjelpemidler mv.
- (86) Ettersom det kun er et begrenset antall produktkategorier hvor partene (til en viss grad) kan ha overlappende virksomhet, er konkurranseflaten mellom dagligvarehandel og apotekhandel likevel begrenset.
- (87) For OTC-varer foreligger det dessuten vesentlige forskjeller hva angår salg av disse produktene i henholdsvis dagligvarebutikker og apotek. Dette skyldes blant annet at antall produkter sluttbruker kan handle per døgn i dagligvarehandelen er begrenset av regelverk. En kunde kan f.eks. kun handle én nesespray om gangen og innenfor 24 timer i dagligvarebutikk. Motsetningsvis foreligger det ikke tilsvarende begrensninger i apotek. En annen vesentlig forskjell er at det er forbudt for personell i dagligvarehandel å gi veiledning om valg av legemiddel eller informasjon om legemidlenes egenskaper og bruk. Slik veiledning gis imidlertid i apotek av ansatte som er farmasøyter eller har annen apotekfaglig bakgrunn. Videre må kunder i dagligvarebutikken som utgangspunkt vite på forhånd hva vedkommende skal handle, og be om produktet i kassen eller velge dette fra en selvbetjeningsautomat. Dette i motsetning til i apoteket, der kunden har tilgang til å se på hele vareutvalget (og eventuelt få veiledning) før kjøpsbeslutning tas.
- (88) En rekke andre forhold medfører også at konkurranseflaten mellom dagligvarehandel og apotek, hva angår salg av OTC-varer, både er relativt begrenset og stabil. For det første tilbys kun et begrenset utvalg OTC-varer i dagligvarehandelen slik at hovedtyngden av OTC-varer fortsatt hovedsakelig omsettes gjennom apotekhandel. Salget av OTC-varer i dagligvarehandelen utgjorde f.eks. bare om lag 35 prosent av totalt salg av reseptfrie legemidler i apotek og dagligvare i 2024 målt ved definert døgndose/DDD.³²
- (89) For det andre utgjør kjente merkevarer hovedtyngden av OTC-salget i dagligvare. Illustrerende i så måte er at reseptfrie legemidler som Ibuprofen, Paracetamol, Xylometazolin og Cetirizin, samt nikotinpreparater samlet sto for ca. 99 prosent av omsetningen av OTC i

³² Kilde: <https://www.fhi.no/he/legemiddelbruk/omsetning-utenom-apotek/reseptfritt-salg-av-legemidler>

dagligvarehandelen i 2024, målt ved definert døgndose/DDD.³³

- (90) For det tredje har utvalget av reseptfrie legemidler som tas inn av dagligvarekjedene og andre utsalgssteder utenom apotek endret seg relativt lite over tid. Dette til tross for at Direktoratet for medisinske produkter i løpet av de siste årene har utvidet listen over hvilke produkter som tillates solgt utenom apotek.
- (91) For det fjerde har forbrukerne i dag stadig begrenset kunnskap om LUA-ordningen. I henhold til NOU 2023:2 Fremtidens apotek er bare fire av ti innbyggere kjent med at enkelte reseptfrie legemidler kan kjøpes i butikk utenom apotek.
- (92) Tilsvarende er konkurranseflaten for de aktuelle produktkategoriene av "handelsvarer" som inngår i apotekhandelens og dagligvarehandelens sortiment også begrenset. I denne forbindelse vises det også til at slike handelsvarer selges gjennom en rekke øvrige aktører innen servicehandel og butikker som Europris, Rusta og Normal, samt Lyko, BliVakker, og lignende nettbutikker. Dersom man først vurderer konkurranseforholdet mellom dagligvarebutikker og apotek for handelsvarer som selges i begge kanaler, må det også tas hensyn til konkurransen fra disse øvrige aktørene. Felles for disse aktørene er at deres totalsortiment skiller seg betydelig fra det totalsortiment som tilbys av henholdsvis apotek og dagligvarebutikker.
- (93) I forlengelsen av dette, bemerkes det også at Konkurransetilsynet ved tidligere anledninger har vurdert bransjeglidning mellom aktører aktive i ulike totalsortimentsmarkeder, men konkludert med at aktørene er aktive i ulike relevante markeder. Av særlig relevans i denne sammenheng, er tilsynets vurdering i *Validus/Sunkost*-saken³⁴ hvor det fremgår at

"Konkurransetilsynet utelukker ikke en gradvis endring i bransjen, der både apotek og dagligvarebutikker tar inn flere helsekostvarer i sitt sortiment. Men per i dag er det betydelige forskjeller i utvalg, noe som gjør at dagligvarebutikker, apotek og helsekostbutikker fremstår som konsepter med ulike profiler og krav til sortiment"

- (94) All den tid det foreligger betydelige forskjeller i utvalg, profil og krav til sortiment mellom dagligvarebutikker og apotek, samt at andre omsetningskanaler også har betydelig avvikende totalsortiment tilsier dette at dagligvarehandel og apotekhandel utgjør separate totalsortimentsmarkeder. Etter melderens syn har det ikke skjedd en utvikling i bransjeglidning som kan begrunne en endret tilnærming til markedsavgrensning for denne meldingens formål.
- (95) Selv for det tilfellet at Konkurransetilsynet skulle mene at dagligvarehandelens konkurranseflate mot en begrenset del av apotekenes totalsortiment er tilstrekkelig til at det kan gjøres avvik fra den etablerte markedsavgrensningen, vil det dessuten være en rekke ulike aktører som tilbyr de aktuelle kategoriene handelsvarer.

7.3 Partene er ikke nære konkurrenter innen verken OTC-varer eller handelsvarer

- (96) Dersom Konkurransetilsynet skulle avvike fra etablert praksis og etter en konkret vurdering komme til at en ny, alternativ avgrensning av det relevante markedet på produktkategorinivå er korrekt, vil det foreligge horisontalt berørte markeder for flere av produktkategoriene som selges både i apotek- og dagligvarehandel. I det følgende vil vi redegjøre for flere forhold som tilsier at partene ikke er nære konkurrenter innen hverken OTC-varer og handelsvarer.
- (97) Som vist til i punkt 7.2 overfor er bare fire av ti innbyggere kjent med at reseptfrie legemidler

³³ Kilde: <https://www.fhi.no/he/legemiddelbruk/omsetning-utenom-apotek/reseptfritt-salg-av-legemidler>

³⁴ V2009-14 *Validus/Sunkost*, side 10.

kan handles i butikker utenom apotek,³⁵ og fortsatt handles hovedtyngden av OTC-varer i apotek. Kundenes handlemønster kan derfor tilsa at kundene ønsker veiledning og/eller at kundene kjøper flere varer som kun finnes på apotek, eller at de ønsker et bredere utvalg.

- (98) Videre er det bare et begrenset antall sammenlignbare varer i dagligvarebutikk og apotek. Salg av OTC-varer utgjør bare en begrenset andel av dagligvarehandelens omsetning, mens omsetningen av OTC-varer er betydelig høyere i apotekhandelen, jf. ovenfor i punkt 7.2. Den betydelige forskjellen per i dag hva gjelder utvalg tilsier at dagligvare og apotek utgjør ulike konsepter og ulike markeder. Innenfor dagligvare er andre dagligvareaktører (nære) konkurrenter, mens innenfor apotek er andre apotekkjeder (nære) konkurrenter.
- (99) Salg av OTC-varer i de to salgskanalene skiller seg som nevnt også ved at kunden på forhånd må vite hvilke produkter den skal handle i dagligvarebutikk, og enten be om produktet hos betjening eller velge det fra en selvbetjeningsautomat uten noe forutgående form for veiledning. Dette står i motsetning til kjøpsituasjonen i apotek, der kunden kan betrakte utvalget av produkter, stille spørsmål og få kvalifisert veiledning i kjøpsituasjonen.
- (100) Samlet sett skiller salg av OTC-produkter i de to omsetningskanalene seg således betydelig fra hverandre, både med hensyn til vareutvalg, kompetanse og mulighet for personalet for å gi kunden veiledning, samt antall produkter som kan handles innenfor visse produktgrupper innen et gitt tidsrom. Disse forskjellene tilsier samlet sett at partene ikke kan anes som nære konkurrenter.
- (101) Hva gjelder handelsvarer, er det også betydelige forskjeller mellom de to omsetningskanalene, særlig med hensyn til vareutvalg og kompetanse/veiledning fra ansatte. Det er dessuten en rekke aktuelle tilbydere innenfor de ulike produktkategoriene handelsvarer, inkludert sterkt økende netthandel. Partene kan derfor heller ikke innen salg av handelsvarer anses som nære konkurrenter.
- (102) Dette underbygges av at partene, som redegjort for i punkt 6.6, ikke anser hverandre som nære konkurrenter. NorgesGruppen er hovedsakelig opptatt av konkurransen fra andre dagligvarekjeder, og ikke fra apotekhandelen generelt, eller fra NMD spesielt. Likeledes er NMD først og fremst opptatt av konkurransen fra apotekhandelen, og ikke fra dagligvarehandelen generelt eller fra NorgesGruppen spesielt.

7.4 Transaksjonen leder ikke til konkurranseskadelig innkjøpsmakt

- (103) Som redegjort for i punkt 6 foreligger det ikke noen horisontalt berørte markeder, og det skjer ingen økning i markedskonsentrasjon i dagligvaremarkedet eller apotekhandelen som følge av Transaksjonen.
- (104) Som det vil fremgå nedenfor, dersom OTC-varer betraktes isolert, er partenes samlede markedsandel nedstrøms beregnet til å utgjøre om lag [REDACTED] prosent avhengig av produktkategori. For handelsvarer er partenes samlede markedsandeler nedstrøms i nærmest alle kategorier beregnet å være [REDACTED] prosent. Disse anslagene utgjør trolig også en overestimering av markedsandeler, ettersom ikke alle relevante aktørers omsetning er medregnet i totalmarkedet.
- (105) Leverandørsiden for OTC-varer og en rekke handelsvarer fremstår konsentrert og er preget av store, internasjonale leverandører med kjente merkevarer, særlig for de mest omsatte OTC-varene.
- (106) OTC-salg utgjør videre en begrenset del av omsetningen i dagligvaremarkedet, og økningen

³⁵ [NOU 2023:2](#) s. 161.

i volum vil ikke være tilstrekkelig til å kunne påvirke konkurransen på detaljistleddet negativt.

- (107) Det legges derfor til grunn at Transaksjonen hverken skaper eller forsterker konkurransebegrensende innkjøpsmakt.

8 TRANSAKSJONEN HAR HELLER IKKE HORISONTALE ELLER VERTIKALE VIRKNINGER VED ALTERNATIV MARKEDSAVGRENSNING

8.1 Innledning - transaksjonen gir ingen endring i markedsstrukturen

- (108) Som forklart ovenfor i punkt 4 og 6 er partene aktive i ulike relevante markeder, og det foreligger derfor ingen horisontalt eller vertikalt berørte markeder innenfor hverken apotekhandel eller dagligvarehandel, basert på en totalsortimentsbetraktning i tråd med tidligere praksis.
- (109) For ordens skyld gir melder likevel noen overordnede betraktninger om nasjonale og lokale markedsforhold i det følgende, både fra et horisontalt og vertikalt perspektiv, for det tilfellet at Konkurransetilsynet mot formodning skulle vurdere en alternativ markedsavgrensning der kategorier av OTC- og handelsvarer betraktes som separate produktmarkeder.

8.2 Horisontale aspekter ved alternativ markedsavgrensning – nasjonalt marked

- (110) Dersom Konkurransetilsynet skulle avvike fra etablert praksis og komme til at en ny, alternativ avgrensning av det relevante markedet på produktkategorinivå er korrekt, vil det foreligge horisontalt berørte markeder for de produktkategoriene som selges både i apotek- og dagligvarehandel.
- (111) I det følgende vil vi redegjøre for at Transaksjonen ikke vil skape konkurranseproblemer selv om Konkurransetilsynet skulle vurdere produktkategorier som selges både i apotek og dagligvarebutikker som separate relevante markeder, og vurdere konkurransen i et nasjonalt marked.
- (112) For å klargjøre konkurransesituasjonen ved en slik hypotetisk markedsavgrensning har NorgesGruppen gjennomført en grundig gjennomgang av kategorier av OTC-varer og handelsvarer som selges både i dagligvarehandelen og apotekhandelen, og beregnet partenes samlede andel av omsetningen innenfor disse produktkategoriene. Beregningene er foretatt på grunnlag av sammenstilling av data fra en rekke kilder, herunder farmastat, NIQ, markedsrapporter, ekspertintervjuer, nyhetsartikler og årsrapporter.
- (113) OTC-varer selges i dag av aktører innen apotekhandel, dagligvarehandel samt servicehandel. OTC-markedet er beregnet av NorgesGruppen å utgjøre [REDACTED] kroner (2023). Det bemerkes imidlertid at dette anslaget bare inkluderer følgende aktører: NMD Vitusapotek, Ditt Apotek, Farmasiet, Apotek 1, Boots, NorgesGruppen, Coop, Rema 1000, Bunnpris, Esso, Shell, Circle K, 7 eleven, Deli De Luca og Narvesen.
- (114) Handelsvarene selges av apotek, dagligvare, faghandel, netthandel, servicehandel og "verdihandel".³⁶ En rekke ulike aktører er dermed tilbydere innenfor ulike produktkategorier handelsvarer. NorgesGruppens anslag tilsier at markedet for kategorier av handelsvarer som

³⁶ "Verdihandel" sikter til butikker eller kjeder som har hovedfokus på omsetning av produkter med høyere verdi (målt i kroner), ofte uavhengig av volum/antall solgte varer. Eksempler kan være butikker som selger produkter innen kosmetikk, hvor enkeltproduktene har høy pris.

selges i både apotek og dagligvarer utgjør [REDACTED] kroner (2023).³⁷ I dette anslaget for totalmarked for handelsvarer er følgende aktører medregnet: NMD Vitusapotek, Ditt Apotek, Farmasiet, Apotek 1, Boots, NorgesGruppen, Coop, Rema 1000, Bunnpris, Lyko, Blush, Blivakker.no, Vita, Kicks, Fredrik & Louisa, Sunkost, Life, Esso, Shell, Circle K, 7 eleven, Deli De Luca, Normal og Europris.³⁸

- (115) Det bemerkes at aktører som Rusta, Clas Ohlson, Jula, Tax free og flere andre fysiske butikker og nettaktører ikke er inkludert i analysen, noe som tilsier at anslagene sannsynligvis innebærer en overestimering av partenes markedsandeler.
- (116) Analysen av overlappende produktkategorier tilsier at partenes samlede markedsandeler uansett vil være relativt lave etter Transaksjonen, og/eller endringen i markedsandeler som en følge av Transaksjonen vil være begrenset. I denne forbindelse vises det til at beregnet samlet markedsandel for NorgesGruppen og NMD innenfor alle relevante produktkategorier vil være [REDACTED]
- (117) Når anslagene som nevnt innebærer en overestimering, er det etter melderens oppfatning klart at det ikke er behov for å se nærmere på noen av de aktuelle produktkategoriene.
- (118) Innenfor OTC-varer varierer beregnet samlet markedsandel for partene fra [REDACTED] prosent, avhengig av produktkategori. NorgesGruppen har en markedsandel i intervallet [REDACTED] prosent per produktkategori for OTC-varer. NMD Vitusapotek har en markedsandel i intervallet [REDACTED] avhengig av produktkategori.
- (119) Konkurransetilsynet har i e-post 25. august 2025 etterspurt månedlige omsetningstall og volumtall per varelinje for LUA-varer i perioden 2023 til og med 2025. Dette følger vedlagt som Bilag 4 og Bilag 5.

Bilag 4: Tre Excel-filer med oversikt over NorgesGruppens omsetningstall og volumtall for LUA-varer fra 2023- 2025

Bilag 5: Oversikt over NMDs omsetningstall og volumtall for LUA-varer 2023- 2025

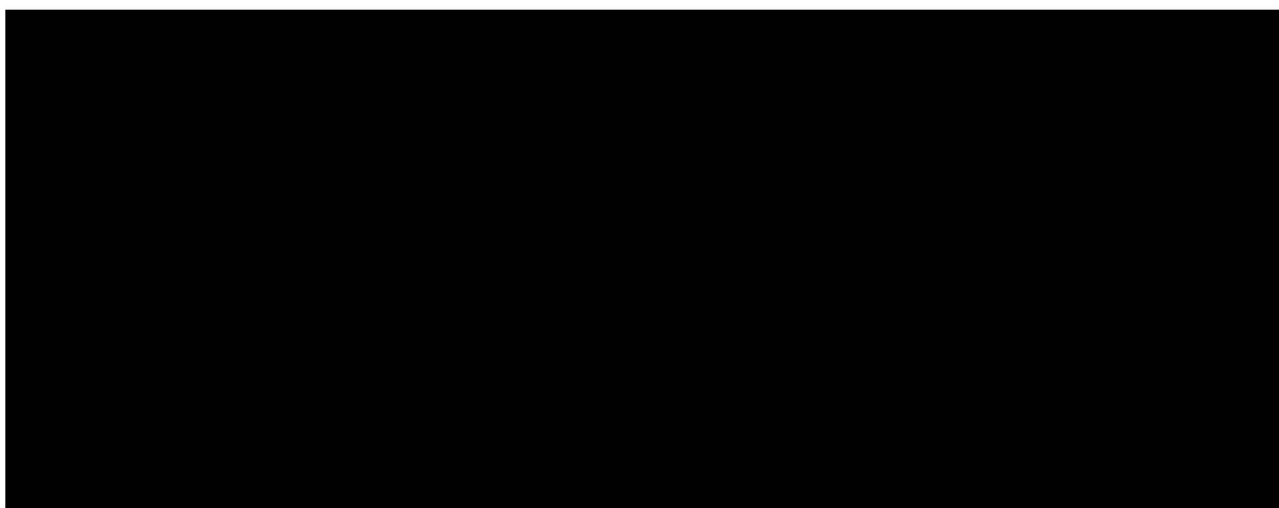
- (120) Konkurransetilsynet har også uttrykt ønske om partenes andeler av et totalsalg av LUA-varer. Melder har ikke hatt tilgang til informasjon som gir mulighet til å gjøre et rimelig anslag over totalmarkedet for LUA-varer og derfor heller ikke partenes markedsandel, men partenes omsetning er altså angitt i Bilag 4 og Bilag 5 ovenfor.

Tabell 6: Beregninger av markedsandel for OTC-varer foretatt av NorgesGruppen, desember 2024

³⁷ NorgesGruppen har beregnet det samlede handelsvaremarkedet til [REDACTED] kroner (2023), men dette inkluderer [REDACTED] kroner i omsetning fra produktkategorier som ikke selges i dagligvare (som f.eks. kateter, linser, medisinsk utstyr, sondeemat, dyrepleie osv.) eller i svært liten grad selges i apotek (som f.eks. te, krydder osv.).

³⁸ For ordens skyld presiseres det at for varekategorien "tyggegummi" så inkluderes også salg fra følgende aktører: Taxfree, Mix, Best, Yx og 7-Eleven (bensinstasjon). Dette gir et mer presist anslag over partenes samlede markedsandel for denne varekategorien. Dersom omsetning fra disse aktørene hadde blitt inkludert i vurderingen av partenes markedsandel for øvrige varekategorier, ville dette på tilsvarende måte ha redusert den samlede markedsandelen for disse varekategoriene.

Tabell 7: Beregninger av markedsandel for handelsvarer foretatt av NorgesGruppen, desember 2024³⁹



- (121) På denne bakgrunn, og selv for det tilfellet at Konkurransetilsynet skulle avvike fra etablert praksis og legge til grunn produktkategorier med horisontalt overlapp som relevante markeder, og vurdere konkurransen i et nasjonalt marked, vil Transaksjonen dermed ikke medføre konkurranseproblemer.

8.3 Horisontale aspekter ved hypotetisk markedsavgrensning - lokale markeder

8.3.1 Oversikt

- (122) Som redegjort for over, dersom Konkurransetilsynet skulle avvike fra etablert praksis og komme til at en ny, alternativ avgrensning av det relevante markedet på produktkategorinivå er korrekt, vil det foreligge horisontalt berørte markeder for de produktkategoriene OTC-varer og handelsvarer som selges både i apotek- og dagligvarehandel. I det følgende vil vi for ordens skyld redegjøre for at Transaksjonen ikke vil skape konkurranseproblemer selv om Konkurransetilsynet i denne forbindelse skulle legge til grunn en lokal utstrekning av markedene. Melder bemerker at dette gjøres for å lette Konkurransetilsynets vurdering, og innebærer på ingen måte at melder støtter en slik alternativ markedsavgrensning.
- (123) For å vurdere eventuelle effekter av Transaksjonen i lokale markeder har NorgesGruppen gjennomført en kvantitativ screening av lokale markeder basert på kjøretidsanalyser med utgangspunkt i beliggenheten av NMDs apotek. Det er benyttet lignende metodikk for kjøretidsanalysen som Konkurransetilsynet la til grunn i Coop/ICA-vedtaket⁴⁰ samt i senere analyser av dagligvaremarkedet.
- (124) Generelt muliggjør en slik metodikk identifisering av lokale markeder hvor det potensielt kan oppstå konkurranseproblemer. Oppdaterte kommunesentralitets- og tettstedsdefinisjoner ved SSB er lagt til grunn i matrisen.

³⁹ Taxfree, Rusta, Clas Ohlson, Julia, andre fysiske butikker og nettaktører som ikke fremgår av oversikten er ikke inkludert. Markedsandeler og delta kan derfor være lavere. Merk at for varekategorien "tyggegummi" så inngår omsetning fra Taxfree, Mix, Best, Yx og 7-Eleven (bensinstasjon), slik som nærmere redegjort for i fotnote 38 over.

⁴⁰ V2015-24.

- (125) Det bemerkes at benyttet kjøretidsmatrise ikke er spesifikt tilpasset apotekmarkedet. Melder antar som nevnt at det vil være riktig å legge til grunn en noe lengre kjøretid for apotekvarer sammenlignet med dagligvarer. Melder har likevel valgt å følge en tilsvarende metodikk som anvendt for dagligvaremarkedet, men bemerker at dette trolig innebærer en mer snever avgrensning av lokale markeder enn det som trolig reflekterer den faktiske konkurransesituasjonen.
- (126) Videre er det viktig å presisere at Transaksjonen ikke medfører noen konsentrasjonsøkning hverken i et lokalt avgrenset apotekmarked eller dagligvaremarked. Herunder bemerkes det også at det ikke vil være tale om en "tre-til-to" foretakssammenslutning dersom det før Transaksjonen kun finnes ett NMD apotek, én dagligvarebutikk eid av NorgesGruppen og ett annet apotek eller én annen dagligvarebutikk i et lokalt område.
- (127) NorgesGruppens screening av lokale markeder basert på kjøretidsmatrisen i dagligvaremarkedet, viser at det i tilnærmet alle lokale områder vil være flere apotek og/eller dagligvarebutikker som tilbyr OTC-varer og handelsvarer etter Transaksjonen, jf. Tabell 8 nedenfor.

Tabell 8: Oppsummering av screening av 385 lokale områder⁴¹⁴²

		Konkurrenter i lokale områder	
Markedsområder definert ut fra kjøretidsanalyse for dagligvare	Total antall lokasjoner	Lokalt område uten konkurrerende apotek	Lokalt område uten konkurrerende apotek eller dagligvare
Lokasjoner med 5 min. kjøretid	142	3	0
Lokasjoner med 10 min. kjøretid	174	11	2
Lokasjoner med 15 min. kjøretid	69	39	0
Sum	385	53	2

- (128) Konkurransetilsynet har i møte 26. august 2025 bedt melder fremlegge grunnlaget for ovennevnte screening. Dette fremlegges her:

Bilag 6: Grunnlaget for screening av 385 lokale områder

⁴¹ Analyse foretatt av NorgesGruppen basert på informasjon fra Geodata.

⁴² Transaksjonen omfatter i alt 386 lokasjoner. I tabell 8 er Veso apotek ikke tatt med i analysen, da dette er et nettapotek for dyr.

- (129) Ettersom partene er aktive på ulike produktmarkeder, er det melderers vurdering at det klart vil være tilstrekkelig for å opprettholde et effektivt konkurransepress at det etter Transaksjonen vil være til stede minst én annen apotekkjede eller dagligvarekjede lokalt innenfor den kjøreavstanden som legges til grunn for dagligvaremarkedet.
- (130) Som allerede redegjort for over, er konkurranseflaten mellom dagligvare og apotek begrenset, også for produktgruppene hvor de har overlappende sortiment. For OTC-varer, hvor dagligvare og apotek fører mange av de samme produktene/merkevarene, er det betydelige prisforskjeller mellom de to kanalene, hvilket tilsier begrenset kundesubstitusjon. Tilsvarende gjelder for kategorier av handelsvarer som omsettes i begge kanaler, men her er det også en stor variasjon mellom hvilke merkevarer dagligvarekjedene og apotekene fører. Det vises i denne sammenheng til Konkurransetilsynets vedtak V2015-30 *Orkla/Cederroth*, hvor tilsynet i avsnitt 124-125 uttalte at:

"Det er videre ikke overlapp mellom intimsåpemerkenes solgt gjennom dagligvare og apotek. [...] Det er også en rekke andre intimsåpemerkevarer tilgjengelig i apotek som ikke finnes i dagligvare. Kjøp av intimsåpe gjennom apotek heller enn dagligvare medfører således at kundene må bytte både utsalgssted og merkevare.

Videre koster intimsåpe vesentlig mer i apotek enn i dagligvare. Konkurransetilsynet finner det lite sannsynlig at en tilstrekkelig stor andel av forbrukerne som handler intimsåpe i dagligvare, som svar på en liten, men varig, prisøkning på disse produktene, vil substituere seg over til andre merkevarer med en langt høyere pris som i tillegg blir solgt gjennom en annen salgskanal de forholdsvis sjeldent oppsøker".

- (131) Etter melder syn tilsier store prisforskjeller og ulikheter i utvalg/merkevarer at det vil være begrenset diversjon mellom dagligvare og apotek. Forbrukere som kjøper OTC-varer i apotek som også finnes i dagligvarehandelen, gjør dette sannsynligvis fordi de ikke kjenner til at OTC-varer også kan kjøpes hos dagligvare eller at de har behov for særskilt veiledning som dagligvarehandelen ikke har lov til å gi. For handelsvarer er det begrenset overlapp på merkevarenivå, og det er lite sannsynlig at forbrukere vil bytte merkevare og omsetningskanal som respons på prisendringer.
- (132) Basert på dette er det melderers syn at tilstedeværelsen av minst et konkurrerende utsalgssted klart vil være tilstrekkelig for å opprettholde et effektivt konkurransepress etter Transaksjonen. Det er lite sannsynlig med diversjon mellom omsetningskanaler, og en prisøkning vil dermed resultere i diversjon til det konkurrerende apoteket eller den konkurrerende dagligvarebutikken, noe som vil gjøre prisøkninger ulønnsomme.
- (133) Basert på kjøretidsanalysene er det identifisert to lokale områder hvor det etter Transaksjonen *ikke* vil være et annet apotek eller en annen dagligvarebutikk til stede når kjøretidsmatrise for dagligvarehandel legges til grunn; Fagerstrand og Andebu.
- (134) Selv om Transaksjonen ikke medfører en økning i konsentrasjon i hverken dagligvaremarkedet eller apotekmarkedet, vil det for ordens skyld gis en kort redegjørelse for konkurransesituasjonen i disse to områdene i punkt 8.3.3 og 8.3.4 under.

8.3.2 [REDAKERT] *prising av OTC- og handelsvarer*

- (135) Konkurransetilsynet har i e-post datert 25. august bedt om en beskrivelse av hvorvidt partenes prisstrategier har en nasjonal eller lokal dimensjon.

- (136) [REDAKERT]

(137)

8.3.3 *Fagerstrand*

(138) Vitusapotek Fagerstrand er lokalisert på Fagerstrand på Nesodden utenfor Oslo, jf. kartutsnitt gjengitt i illustrasjon 1 nedenfor. Apoteket er lokalisert i tilknytning til et legesenter og en av NorgesGruppens dagligvarebutikker.

(139) Fagerstrand er et tettsted med 3000 innbyggere i Nesodden. Sentralitetsnivå og type tettsted tilsier (basert på etablert tilnærming i dagligvaremarkedet) at det skal legges til grunn en kjøretid på ti minutter som utgangspunkt for avgrensning av det lokale markedet.

(140) Som nevnt, er dette etter melderens syn en for snever tilnærming i avgrensningen av det relevante geografiske markedet, ettersom kunder trolig vil være villig til å reise lengre for å handle apotekvarer enn dagligvarer. Avgrensningen som gjøres i henhold til kjøretidsmatrisen for dagligvaremarkedet må trolig anses å representere det snevrest tenkelige lokalt avgrensede markedet, og innebære et mer hypotetisk enn reelt scenario.

(141) Dersom en kjøretid på ti minutter likevel legges til grunn, er det ingen andre apotek til stede i markedsområdet hverken før eller etter Transaksjonen; Fagerstrand apotek er både før og etter Transaksjonen det eneste apoteket på Fagerstrand.

Det er viktig å presisere at Transaksjonen som sådan ikke medfører noen økning i markedskonsentrasjonen hverken i apotekmarkedet eller dagligvaremarkedet. Den eneste endringen som følger av Transaksjonen er at det ikke vil være en annen tredjeparts dagligvareaktør til stede som tilbyr OTC-varer og handelsvarer innenfor en kjøretid på 10 minutter.

Illustrasjon 1: Kartutsnitt over Fagerstrand, med nærmeste dagligvarebutikker, apotek, og antatte andre salgskanaler



- (142) Etter melderens syn er det altså mest sannsynlig riktig å legge til grunn at kunder vil reise lengre enn ti minutter i et område som Fagerstrand for å handle apotekvarer.
- (143) Dersom en radius på 13-16 kilometer legges til grunn, er det flere apotek tilhørende Apotek 1-kjeden til stede i markedet. Apotek 1 ligger på Alti Vinterbro kjøpesenter, i retning Oslo, der det også finnes en Rema 1000. I tillegg er det to apoteker i Drøbak, nemlig Apotek 1 Drøbak og Apotek 1 Portalen Drøbak. Apotek 1 Portalen Drøbak er lokalisert like ved dagligvarebutikken Extra, og vis a vis Amfi Drøbak City Handlesenter i Drøbak. Etter melderens syn vil apotek lokalisert i handelssentre med lengre åpningstid og/eller der andre ærend også kan utføres, tilsa større reisevillighet blant kundene. NorgesGruppen vil etter Transaksjonen fortsatt møte konkurranse fra disse apotekene samt andre dagligvareaktører som Extra innenfor de ulike produktkategoriene, samt Apotek 1 ved Nesoddtangen (14 km nord for Fagerstrand apotek).
- (144) Videre kan det for kunder også være hensiktsmessig å handle apotekvarer nær arbeidsplassen. Apotek som ligger på vei til eller fra jobb, eller i områder med mange arbeidsplasser, kan derfor utgjøre et alternativ til apotek i nærheten av bostedet. I denne forbindelse, vises det til at Oslo er arbeidsplass for mange personer som er bosatt å Nesodden, og at det går pendlerferge til Oslo sentrum fra Nesodden. Personer som pendler til Oslo vil kunne benytte seg av apotek også i Oslo sentrum, der både samtlige dagligvarekjeder og apotekkjeder er til stede, i tillegg til frittstående apotek, og en rekke aktører som tilbyr handelsvarer.
- (145) Det vises også til at kundene kan handle apotekvarer på nett. En rekke aktører har etablert seg med base i Oslo for nettsalg og levering både på Østlandet og ellers i landet. Eksempelvis leverer Oda reseptfrie legemidler og handelsvarer til adresser i Fagerstrandområdet. Eksempler på frittstående nettapotek som tilbyr OTC og handelsvarer

omfatter Farmasiet, Retthjem, Apotekdirekte.no, Apomed, Apotera, Apotekhjem og Appoteket.

- (146) Melder har ikke tilgang til kundeundersøkelser som belyser diversjon mellom aktørene i det lokale markedet. Etter melderens vurdering har det imidlertid formodningen mot seg at partene skulle utgjøre nære konkurrenter innen salg av OTC-produkter eller handelsvarer i det lokale området. Det vises til redegjørelsen over i punkt 7, hvor det blant annet fremgår at det er betydelige forskjeller i vareutvalg, veiledningsmulighet, begrensninger i kjøp mv. Videre er det store forskjeller i omsetningsvolum for henholdsvis NMDs apotek og NorgesGruppen både innen OTC-produkter og handelsvarer. Det legges til grunn at disse faktorene også gjør seg gjeldende i det lokale markedsområdet.
- (147) I tråd med redegjørelsen i punkt 7 legger melder til grunn at det trolig er mer sannsynlig at Apotek 1 Portalen og Apotek 1 Drøbak er nære konkurrenter til NMDs apotek på Fagerstrand enn at NorgesGruppen er.
- (148) Oppsummert følger det av det ovennevnte at Transaksjonen ikke vil medføre noen begrensning av effektiv konkurranse selv dersom Konkurransetilsynet skulle betrakte OTC-varer og handelsvarer som egne relevante markeder med lokal geografisk utstrekning.

8.3.4 Andebu

- (149) Det NMD-eide apoteket Andebu apotek er lokalisert på tettstedet Andebu i Sandefjord kommune i Vestfold, jf. kartutsnitt gjengitt i illustrasjon 2 nedenfor. Apoteket ligger i kort avstand til NorgesGruppen eide KIWI og MENY på Andebu.
- (150) Tettstedet har om lag 2 500 innbyggere. Gitt at Sandefjord kommune har en sentralitetsgrad på 3, tilsier dette ifølge kjøretidsmatrisen lagt til grunn i dagligvaremarkedet en geografisk utstrekning på det lokale markedet på ti minutters kjøretid. Det bemerkes i denne forbindelse at Andebu med sine 2500 innbyggere må sies å befinne seg i nedre sjikt av definisjonen av "tettsted". Dersom innbyggertallet i stedet hadde vært 2000, ville området vært definert som et "lite tettsted" i kjøretidsmatrisen, med den konsekvens at kjøretidsmatrisen ville gitt anvisningen på en kjøretid på 15 minutter i stedet for ti minutter.
- (151) Dersom en kjøretid på ti minutter likevel legges til grunn, er Andebu apotek det eneste apoteket i det lokale området, og det er heller ingen andre dagligvarebutikker enn NorgesGruppens butikker til stede.
- (152) Transaksjonen medfører imidlertid ikke noen konsentrasjonsøkning hverken i et lokalt avgrenset apotekmarked eller dagligvaremarked. Den eneste endringen som følger av Transaksjonen er at det, med utgangspunkt i en kjøretid på ti minutter, ikke vil være et annet apotek eller annen dagligvarebutikk enn NorgesGruppen som tilbyr OTC-varer og handelsvarer. Det må imidlertid nevnes at Circle K er til stede i kort avstand fra Andebu apotek, som en antatt tilbyr av OTC-varer.
- (153) Som redegjort for ovenfor mener melder at anvendelse av kjøretidsmatrisen for dagligvaremarkedet må anses å representere det snevrest tenkelige lokale marked, der den snevre avgrensningen av markedet som følger av dette er mer hypotetisk enn reell.
- (154) Ved bare en liten utvidelse av kjøretid, endrer konkurransebildet seg, og det foreligger ikke noe område uten tilstedeværelse av andre aktører etter Transaksjonen. For Andebu apotek, er kjøretid til nærmeste og nest nærmeste annen dagligvarebutikk om lag 12 minutter. Dersom det legges til grunn en kjøretid på ca. 12 minutter, er både Extra Semsbyen og Rema 1000 Nøtterøy aktive i det lokale markedet. Etter melderens syn er det rimelig å legge til grunn at alle disse aktørene utøver et konkurransepress og vil fortsette å gjøre det etter Transaksjonen.

- (155) Dersom kjøretiden defineres til om lag 15 minutter, som ikke virker urimelig for handel av apotekvarer, endres konkurransebildet ytterligere med konkurranse også fra Apotek 1 Kjellerparken (15,7 minutter). Apotek 1 Kjellerparken er Vestfolds eneste søndags- og helligdagsåpne apotek, og er lokalisert vis a vis Tønsberg Interkommunale Legevakt og ØHD.

Illustrasjon 2: Kartutsnitt over Andebu, med nærmeste dagligvarebutikker, apotek og antatte andre salgskanaler



- (156) Som redegjort for ovenfor kan kunder også handle apotekvarer på nett og få disse levert lokalt. En rekke aktører har etablert seg for nettsalg og levering både på Østlandet og ellers i landet. Eksempelvis leverer Oda reseptfrie legemidler og handelsvarer til adresser i Andebu. Frittstående nettapotek som tilbyr OTC og handelsvarer omfatter blant annet Farmasiet, Retthjem, Apotekdirekte.no, Apomed, Apotera, Apotekhjem og Appoteket.⁴³
- (157) Melder har ikke tilgang til kundeundersøkelser eller tilsvarende som belyser diversjon mellom aktørene i dette lokale markedsområdet. Det er imidlertid etter melders syn lite som tilsier at partene er nære konkurrenter. Dette understøttes av de momentene som tidligere er omtalt: For OTC-varer er det betydelige ulikheter mellom de ulike salgskanalene både i vareutvalg, kompetanse/veiledning, hvordan varene kjøpes, samt ulikheter knyttet til restriksjoner på salg. For handelsvarer er det også betydelige forskjeller mellom salgskanalene, knyttet til vareutvalg, kompetanse og veiledningsmuligheter. NorgesGruppens butikker har dessuten lav omsetning av OTC-varer og handelsvarer sammenlignet med apoteket.

⁴³ Se oversikt ved Direktoratet for medisinske produkter over registrerte nettapotek mv. <https://www.dmp.no/tilvirkning-importog-salg/apotekdrift/registreringsordning-for-netthandel-med-legemidler/registrerte-nettapotek-og-andre-utsalgssteder-forsalg-av-legemidler-panett>.

- (158) Igjen kan det bemerkes at beslutninger om sentrale konkurranseparametere som prising, produktsortiment, og profilering i stor grad treffes på nasjonalt nivå, slik at en økt konsentrasjon i disse lokale områdene vil gjelde en svært liten andel av den nasjonale kundebasen, og vil derfor ikke gi noe insentiv til prisøkning til skade for forbrukerne.
- (159) Det følger av dette at Transaksjonen heller ikke vil reise konkurransemessige problemer ved en slik lokal avgrensning av markedet.

8.4 Vertikale aspekter

8.4.1 Innledning

- (160) Det foreligger ingen vertikalt berørte markeder, all den tid ASKO ikke leverer til noen apotekkjeder per i dag og NMD ikke leverer til dagligvarekjeder.
- (161) Konkurransetilsynet har i e-post 25. august 2025 bedt melder gi en nærmere oversikt over lokaler som NorgesGruppen leier ut til apotek som ikke er tilknyttet NMD, en oversikt over NorgesGruppens tilknyttede selskaper, og en oversikt over kjøpesentre hvor NG og andre apotek enn NMD er til stede. Dette fremlegges i punkt 8.4.2.

8.4.2 NorgesGruppens lokasjoner som leies ut til andre apotek enn NMD

- (162) Konkurransetilsynet har altså bedt om en oversikt over alle lokasjoner der NorgesGruppen og NorgesGruppens tilknyttede selskaper leier ut til apotek som ikke er tilknyttet NMD, med informasjon om når kontraktene utløper og eventuelle opsjoner for leie eller kjøp av lokaler. Dette fremlegges her:

Bilag 7: Oversikt over lokasjoner der NorgesGruppen leier ut til apotek som ikke er tilknyttet NMD

- (163) I arkfanen "NG utleie" gis en oversikt over NorgesGruppens lokaler som leies ut til andre apotek enn NMD. Vi gjør i denne forbindelse oppmerksom på at NMD også er leietakere hos andre dagligvarekjeder enn NorgesGruppen.
- (164) I arkfanen "TS" oppgis NorgesGruppens såkalte tilknyttede selskaper, altså selskaper hvor NorgesGruppen har en eierandel, men hvor denne ikke er stor nok til at selskapet regnskapsmessig konsolideres inn som en del av NorgesGruppen-konsernet. Melder har ikke fullstendig oversikt over utleieforholdene til TS-ene. Vi nevner for ordens skyld at NorgesGruppen har løpende forvaltning av utleieforhold for enkelte av disse selskapene.
- (165) I arkfanen "Fremleie fra profilkjede" vises det ene utleieforholdet der en av NorgesGruppens profilkjeder leier ut til et apotek som ikke er tilknyttet NMD.
- (166) I arkfanen "Region Møre" fremgår det ene utleieforholdet der NorgesGruppen Møre AS leier ut til et apotek som ikke er tilknyttet NMD. Det er H.I. Giørtz som har løpende forvaltning av dette leieforholdet.
- (167) I arkfanen "NG Butikk på kjøpesenter" fremgår svar på Konkurransetilsynets spørsmål om hvilke kjøpesentre NorgesGruppen har butikker i, og hvor det også finnes andre apotek som ikke er tilknyttet NMD. Vi har her basert oss på informasjon fra Geodata, og også brukt Geodatas definisjon av "kjøpesenter". Vi gjør oppmerksom på at for enkelte kjøpesentre så er det flere apotek til stede.

9 VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

- (168) I det følgende gis det for ordens skyld en oversikt over partenes viktigste konkurrenter,

kunder og leverandører innen de ulike relevante markedene partene har virksomhet i.

9.1 Dagligvaremarkedet

Tabell 9: Liste over partenes konkurrenter, leverandører og kunder i markedet for detaljhandel med dagligvarer

NorgesGruppen		NMD
Konkurrenter		Ikke relevant
Leverandører		Ikke relevant
Kunder		Ikke relevant

9.2 Grossistmarked dagligvare

Tabell 10: Liste over partenes konkurrenter, leverandører og kunder i grossistmarkedet for dagligvare

	NorgesGruppen	NMD
		Ikke relevant

Konkurrenter		
Leverandører		Ikke relevant
Kunder		Ikke relevant

9.3 Markedet for detaljhandel av apotekvarer

Tabell 11: Liste over partenes konkurrenter, leverandører og kunder i markedet for detaljhandel med apotekvarer

NorgesGruppen		NMD
Konkurrenter	Ikke relevant	[Redacted]

Leverandører	Ikke relevant	
Kunder	Ikke relevant	

9.4 Grossistmarked apotek

Tabell 12: Liste over partenes konkurrenter, leverandører og kunder i grossistmarkedet for apotekvarer

NorgesGruppen		NMD
Konkurrenter	Ikke relevant	
Leverandører	Ikke relevant	

⁴⁴ Leie av lokaler.

⁴⁵ Driftsleveranse på IT-systemer.

⁴⁶ Lisens for IT-systemer.

⁴⁷ Lisens for IT-systemer.

⁴⁸ Inventar og innredning for apotek.

⁴⁹ NMD nasjonalt har noen institusjonelle og/eller profesjonelle kunder som kan anses som viktige fordi de handler for større volumer/verdier enn andre gjennom apotek.

Kunder	Ikke relevant	

9.5 Felles, store kunder

- (169) Konkurransetilsynet har i e-post 25. august 2025 bedt om en oversikt over eventuelle store kunder som både NMD og NorgesGruppen har forhandlet med eller deltatt i anbudskonkurranser for, i perioden 2022-2025.
- (170) I tillegg ønsker Konkurransetilsynet en kort beskrivelse av hvilke varer, med tilhørende omsetning, som henholdsvis NorgesGruppen og NMD selger til disse felles kundene. Konkurransetilsynet har også bedt om en kort beskrivelse av hvordan avtalene inngås med de overnevnte aktørene. Se Bilag 8 og Bilag 9 for henholdsvis NMD og NorgesGruppen sine store kunder i anbudskonkurranser.

Bilag 8: NMDs kunder i anbudskonkurranser 2022-2025

Bilag 9: NorgesGruppens tilbud til de samme kundene 2022-2025⁵²

10 ETABLERINGSMULIGHETER

- (171) Dersom Konkurransetilsynet skulle avvike fra etablert praksis og komme til at en ny, alternativ avgrensning av det relevante markedet på produktkategorinivå er korrekt, vil det foreligge horisontalt berørte markeder for de produktkategoriene OTC-varer og handelsvarer som selges både i apotek- og dagligvarehandel.
- (172) Etablering i et slikt marked for salg av henholdsvis OTC-varer og handelsvarer kan på generelt grunnlag skje på to måter: inntreden av en ny aktør som ikke er aktiv i markedet for salg av henholdsvis OTC-varer og handelsvarer og som ikke er til stede i et tilgrensende marked innen apotek, dagligvare og/eller servicehandel, eller inntreden fra en aktør som er aktiv i et tilgrensende marked til apotek, dagligvare og/eller servicehandel. Partene er av den oppfatning at sistnevnte scenario er det mest sannsynlige for inntreden i markedet for salg av OTC-varer og handelsvarer.
- (173) For etablering av salg av OTC-varer er det i henhold til legemiddelforskriften/LUA-forskriften

⁵¹

⁵²

krav om at utsalgsstedet må være "kjøpmann" med godkjenning fra Mattilsynet for omsetning av næringsmidler, slik som dagligvarebutikker, kiosker og bensinstasjoner. Dette gjelder uavhengig av hvilken type inntreden det er snakk om.

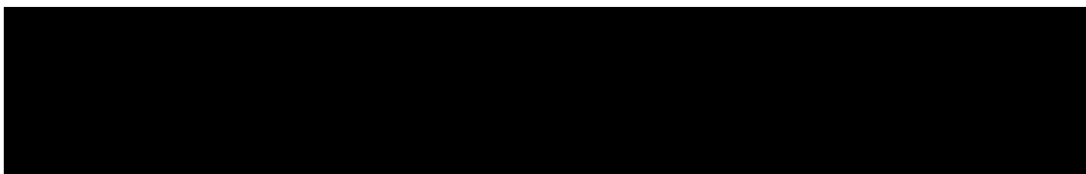
- (174) For det tilfellet at en aktør skal oppbevare varene på et eget lager må de dessuten godkjennes som legemiddelgrossist. Heller ikke dette er i praksis vanskelig å få til, og eksempelvis selges OTC-varer i dag hos Europris.
- (175) Utover dette er melder ikke kjent med at det foreligger andre særlige forhold som begrenser muligheten for aktører for å etablere seg innen salg av OTC-varer. Dette krever heller ingen store investeringer. Det vil dermed være lave etableringshindringer for en aktør som f.eks. Normal for å selge OTC-varer. Helsekostforretninger vil også i utgangspunktet enkelt kunne ekspandere sitt salg til å omfatte OTC-varer.
- (176) Hva gjelder handelsvarer kreves det ingen godkjenning eller spesielle investeringer, og etableringshindringene er dermed lave. Illustrerende i så måte er at dette er produkter mange aktører tilbyr i dag, både i fysiske butikker og gjennom nettbutikker, noe som tilsier at etableringshindringene er lave.
- (177) Nyetablering vil dessuten fremstå som mer sannsynlig i et marked i vekst fremfor et marked som er modent eller som forventes å modne, se f.eks. vedtak V2015-30 *Orkla/Cederroth*. All den tid helse og velvære er et stort og voksende marked tilsier dette at det er gode etableringsmuligheter i dette markedet.
- (178) Til dette kommer ekspansjonsmuligheter fra aktører som Europris, Rusta og Lyko, BliVakker og lignende nettbutikker.

11 **EFFEKTIVITETSGEVINSTER**

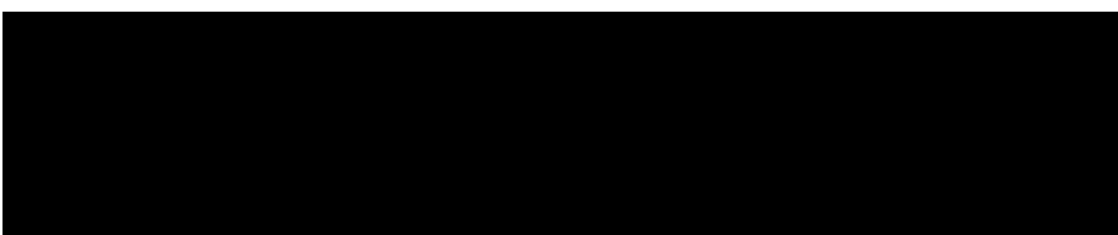
11.1 **Innledning**

- (179) Transaksjonen vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, og det foreligger dermed ikke noen betydelige negative virkninger på konkurransen som effektivitetsgevinster skal måles opp mot.
- (180) Ettersom NorgesGruppen uansett forventer at Transaksjonen vil realisere betydelige ervervspesifikke effektivitetsgevinster, noe som også utgjør deler av den strategiske og økonomiske begrunnelsen for Transaksjonen, jf. punkt 3, gis det for helhetens skyld likevel en overordnet omtale av relevante effektivitetsgevinster her.

(181)



(182)



11.2 Effektivitetsgevinster knyttet til bedre innkjøpsbetingelser

(183)

(184)

(185)

11.3 Effektivitetsgevinster knyttet til lavere transport- og distribusjonskostnader

(186)

(187)

(188)

(189)

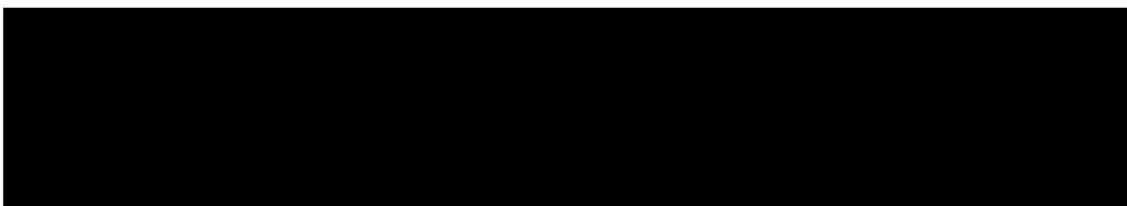
11.4 Andre forventede gevinster

(190)

(191)

(192)

(193)



12 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

(194) Årsberetning og årsregnskap for partene følger vedlagt som

Bilag 10: Årsberetning og årsregnskap for NorgesGruppen, 2024

Bilag 11: Årsberetning og årsregnskap for NMD, 2024

13 FORRETNINGSHEMMELIGHETER

(195) Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter. Forslag til offentlig versjon av meldingen, samt en begrunnelse for forslaget, følger vedlagt som:

Bilag 12: Begrunnelse for forslag til offentlig versjon av melding

Bilag 13: Forslag til offentlig versjon av melding

Oslo, 31. august 2025

WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS

Helene Søvik

Helene Søvik