

---

# Melding av foretakssammenslutning

---

**NorgesGruppen Servicehandel AS**

og

**Bjørn Tore Furset AS'**

1) etablering av felles kontroll i

**Fursetgruppen AS**

2) etablering av fellesforetaket

**NewCo**

---

10. juni 2026

OFFENTLIG VERSJON

## 1 BAKGRUNN OG OPPSUMMERING

- (1) Det inngis med dette på vegne av NorgesGruppen Servicehandel AS ("**NGS**") og Bjørn Tore Furset AS ("**BTF**") melding om to transaksjoner som er gjensidig betinget av hverandre og som dermed utgjør en samlet foretakssammenslutning. I **Transaksjon 1** vil NGS erverve felles kontroll over Fursetgruppen AS ("**FG**"), som i dag er enekontrollert av BTF. I **Transaksjon 2** vil NGS og BTF opprette et nytt fellesforetak som på varig grunnlag ivaretar alle funksjoner som hører inn under en uavhengig økonomisk enhet ("**NewCo**") (samlet "**Transaksjonen**").
- (2) FG driver virksomhet innen storhusholdning i Stor-Oslo-området, primært restauranter og kantinevirksomhet innenfor premium-segmentet, samt catering knyttet til større arrangementer. I tillegg driver FG virksomhet innen spesialgrossistleveranser av europeiske (kontinentale) matvarer til storhusholdningskunder gjennom selskapet DinDeli Import AS ("**DinDeli**"), samt av vin gjennom dets datterselskap Viva Vino AS ("**Viva Vino**"). Gjennom Transaksjon 1 vil NGS komme inn på eiersiden som en felleskontrollerende eier.
- (3) Gjennom opprettelsen av NewCo vil NGS og BTF etablere ny virksomhet som skal drive med erverv, utvikling og drift av uformelle restauranter, kantine og catering [REDACTED] ("**NewCo-Virksomheten**").
- (4) FG og NewCo vil operere i ulike relevante markeder og således ikke konkurrere med hverandre. Samlet vil FG og NewCo utgjøre eierselskapenes satsing innen restaurant, catering og kantinevirksomhet.
- (5) NorgesGruppen ASA ("**NorgesGruppen**") har, foruten grossistvirksomhet for salg av vin og brennevin til storhusholdningskunder gjennom det indirekte eierskapet i Vinhuset AS ("**Vinhuset**"), ingen virksomhet som konkurrerer med verken FG eller virksomheten som NewCo skal drive. Det samme gjelder BTF. Transaksjonen vil dermed føre til en marginal økning av Vinhusets markedsposisjon. For ordens skyld gis det i punkt 6.1 og 7 også en nærmere omtale av virksomheten i selskapet Mandarinen Import & Engros AS ("**Mandarinen**") som indirekte eies av NorgesGruppen, og som driver en begrenset virksomhet innen spesialgrossistleveranser av asiatiske mat- og forbruksvarer, samt av Lunsj.no Norge AS ("**Lunsj.no**"), som indirekte eies av NorgesGruppen, og som tilbyr alternativer til kantinedrift.
- (6) Gjennom grossistvirksomheten i ASKO er NG leverandør til FG og potensielt til NewCo. Ettersom både FG og NewCo kun vil ha beskjedne markedsandeler foreligger det ingen vertikalt berørte markeder, og det vil ikke kunne oppstå utestengende effekter eller vertikale konkurranserettslige bekymringer i noe marked som følge av Transaksjonen, selv gitt ASKOs posisjon i det relevante grossistmarkedet.
- (7) Foretakssammenslutningen vil på denne bakgrunn ikke begrense konkurransen i noe relevant marked, og det er klart at den ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

## 2 KONTAKTINFORMASJON

### 2.1 Foretak 1 som erverver kontroll

Navn: NorgesGruppen Servicehandel AS  
Org.nr.: 976 769 511  
Adresse: Karenslyst allé 12, 0278 Oslo

### 2.2 Foretak 2 som erverver kontroll

Navn: Bjørn Tore Furset AS  
Org.nr.: 988 913 014  
Adresse: Grev Wedels plass 2, 0151 Oslo

### 2.3 Representant

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS  
Kontaktperson: Preben Milde Thorbjørnsen / Eivind Stage  
Adresse: Dronning Mauds gate 11, 0250 Oslo, Norge  
Telefonnummer: +47 416 49 340 / +47 41 49 98 80  
E-post: [pmt@wr.no](mailto:pmt@wr.no) / [est@wr.no](mailto:est@wr.no)

### 2.4 Foretak som det erverves felles kontroll over

Navn: Fursetgruppen AS  
Org.nr.: 997 082 923  
Adresse: Grev Wedels plass 2, 0151 Oslo

### 2.5 Fellesforetak som skal opprettes

Navn: NewCo (under etablering)

## 3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

- (1) Foretakssammenslutningen innebærer at NorgesGruppen, gjennom datterselskapet NGS, sammen med BTF, oppnår felles kontroll over FG. Videre oppretter partene et nytt fullfungerende fellesforetak som skal ha virksomhet gjennom NewCo. Fordi gjennomføringen av ervervet av felleskontroll i FG og etableringen av fellesforetaket er gjensidig avhengig av hverandre og regulert i samme avtale, utgjør transaksjonene én samlet foretakssammenslutning.

**Bilag 1:** Transaksjonsavtale med vedlegg datert 2. juni 2026

- (8) Felleskontroll i FG etableres ved at



- [REDACTED]
- (9) Videre innebærer etableringen av virksomheten i NewCo etableringen av et fellesforetak som på varig grunnlag ivaretar alle funksjoner som hører inn under en uavhengig økonomisk enhet.

[REDACTED]

Det er derfor klart at NewCo utgjør et selvstendig fungerende fellesforetak i henhold til krrl. § 17 (2).

- (10) Den strategiske og økonomiske begrunnelsen for foretakssammenslutningen er [REDACTED]

- (11) Foretakssammenslutningen er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter. Transaksjonen planlegges gjennomført så snart godkjenning fra Konkurransetilsynet foreligger.

#### 4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK OG DERES VIRKSOMHETSOMRÅDER

##### 4.1 NorgesGruppen Servicehandel AS

- (12) NGS er et 100 % eid datterselskap av NorgesGruppen. NorgesGruppen er morselskap i NorgesGruppen-konsernet ("**NorgesGruppen**"). NorgesGruppens kjernevirksomhet består av to virksomhetsområder: detalj og engros.
- (13) **Detaljvirksomhetens** hovedområder omfatter dagligvare og servicehandel. I tillegg ervervet NorgesGruppen nylig apotekkjeden Vitusapotek, slik at NorgesGruppen også har virksomhet innen apotekmarkedet. Vitusapotek er vertikalt integrert med virksomhet på leverandørleddet (gjennom EMV som Vidi), engrosleddet (gjennom Norsk Medisinaldepot) og på detaljistleddet (gjennom egneide og franchiseide apotek).
- (14) Innenfor *dagligvare* har NorgesGruppen tre landsdekkende kjedekonsepser, samt et nærbutikk-konsept. KIWI dekker lavprissegmentet, mens SPAR dekker supermarkedsegmentet. MENY er profilkjeden for store supermarkeder. Nærbutikk-konseptet omfatter Joker og Nærbutikken. Virksomheten omfatter om lag 1776 dagligvarebutikker,

hvorav omtrent 47 prosent er kjøpmannseide. I 2025 kom ca. 25,4 prosent av butikkomsetningen fra kjøpmannseide butikker/franchisetakere, mens det øvrige kom fra egneide butikker.

- (15) Innenfor *servicehandel* mv. er det NGS som utvikler og drifter konsepter som tilbyr lettvinde måltids- og drikkeløsninger. Virksomheten består hovedsakelig av følgende kjeder:
- Deli de Luca, med 21 butikker.
  - Tiger: Franchisekonsept med 105 utsalgssteder på Esso-stasjoner i hele Norge (64 av dem har Deli de Luca-konseptet og 6 er rene ekspress vaskehaller under Able-merkevaren). I tillegg er det ca. 50 forhandlereide stasjoner med tilgang til kjedestyrte kampanjer, sortiment og varekjøp samt driftsstøtte og butikkonsepter (4 av disse har Deli de Luca-konseptet).
  - Kaffebrenneriet, som har 48 kaffebarer (NorgesGruppen eier 90 prosent).
  - MIX, med 58 kjøpmannseide kiosker, gatekjøkken og servicebutikker.
  - Jafs, med 62 kjøpmannseide gatekjøkken.
  - Grød: 1 utsalgssted.
- (16) NorgesGruppen Forbruksvare utvikler og drifter konsepter som tilbyr salg av daglige forbruksvarer, inkludert matvarer. Virksomheten består av kjeden Gigaboks, med 7 utsalgssteder.
- (17) NorgesGruppen er også eier av Solberg & Hansen AS og Dromedar Kaffebar AS.
- (18) **Grossistvirksomheten** håndteres i all hovedsak av ASKO, og omfatter leveranser til markedssegmentene dagligvaredetalj, servicehandel, og storhusholdning. NorgesGruppen eier også cash&carry-konseptet Storcash, som består av 10 utsalgsteder. Grossistvirksomheten har ansvaret for vare- og informasjonsstrømmen fra produsent til sisteledet innenfor de ulike markedssegmentene.
- (19) ASKO eier også Vinhuset, som leverer et bredt utvalg av alkoholholdige drikkevarer til hoteller, barer og restauranter.
- (20) NorgesGruppen eier i tillegg **produksjonsvirksomhetene** Bakehuset AS, Joh Johansson Kaffe AS og Matbørsen AS gjennom sitt heleide datterselskap NorgesGruppen Merkevare AS, som også eier Unil AS (driver NorgesGruppens virksomhet innen egne merkevarer). Innen dagligvare selger produksjonsvirksomhetene utelukkende til ASKO.<sup>1</sup>
- (21) NorgesGruppen sysselsetter i overkant av 49 000 ansatte, når ansatte i kjøpmannseide butikker inkluderes.
- (22) En oversikt over selskaper i NorgesGruppen-konsernet følger som:

**Bilag 2:** Liste med selskapene i NorgesGruppen

---

<sup>1</sup> Joh Hohanson Kaffe og Matbørsen har, i tillegg til salg til dagligvare, noe begrenset salg til aktører som blant annet Lyreco.

- (23) NorgesGruppen er medlem av Virke.
- (24) Ytterligere informasjon om NorgesGruppen finnes på [www.norgesgruppen.no](http://www.norgesgruppen.no).

#### 4.2 Bjørn Tore Furset AS og Fursetgruppen AS

- (25) BTF eier 94 % av FG,<sup>2</sup> et konsern som primært er en restaurantgruppe med nærmere 25 "high end"-restauranter, kantiner, cateringvirksomhet og selskapslokaler i Stor-Oslo, samt importvirksomhet tilknyttet restaurant- og delikatesse. Selskapet ble grunnlagt av den anerkjente kokken Bjørn Tore Furset i 1997. FG har omkring 700 kokker, servitører, hovmestere og annet servicepersonale og omsatte for 773 millioner kroner i 2024.
- (26) Forretningskonseptet for FG er å levere "restaurantkvalitet" innen alle konsernets fem hovedvirksomhetsområder: restaurant, kantine, catering, selskapslokaler og import. En nærmere beskrivelse av FGs fremtidige virksomhet følger av punkt 3 i aksjonæravtalen for FG inntatt som vedlegg 2 til transaksjonsavtalen vedlagt som bilag 1.
- (27) **Restaurantvirksomheten** omfatter eie og drift av en rekke "high-end"-restauranter i Stor-Oslo, herunder Grand Cafè, Dyna Fyr, Ekebergrestauranten, Festningen Restaurant, Restauranthuset Lofoten, Restauranthuset Operaen, Grilleriet, Tjuvholmen Sjømagasin og Gamle Logen. Felles for restaurantene som drives av FG er at de plasserer seg innen "fine dining"-segmentet, med fokus å tilby en eksklusiv og helhetlig restaurantopplevelse der høy kvalitet på råvarer, avansert matlaging, profesjonell og formell service, samt et gjennomført estetisk miljø og atmosfære står sentralt. Målet er å skape en unik og minneverdig opplevelse, med høye krav til presisjon og personlig oppfølging og med påfølgende høyt prisnivå. Restaurantvirksomheten står for om lag █ prosent av konsernets omsetning.
- (28) **Kantinevirksomheten** skiller seg fra alminnelige kantiner ved at FG har utviklet konseptene "Sans+Samling" og "Furset+", som er spesielt tilpasset det kvalitetsbevisste segmentet innen bedriftsmarkedet. Konseptene som tilbys har som målsetting å gi noe av den samme opplevelsen som gruppens restauranter. Kantinevirksomheten står for om lag █ prosent av konsernets omsetning.
- (29) **Cateringvirksomheten** er basert på samme konsept om å levere "restaurantkvalitet" som standard under mottoet "selskapsmat i gourmetklasse". FG er en fullservice cateringleverandør som leverer skreddersydde arrangementer og tilstelninger for private selskaper, events, firmafester og bryllup. Cateringvirksomheten står for om lag █ prosent av konsernets omsetning.
- (30) **Selskapslokaler/events** omfatter større arrangementer, der FG står for serveringen. FG opererer og booker events for Gamle Logen og Dyna Fyr, og har avtaler med andre større lokaler, slik som Ullevaal Stadium. Events står for om lag █ prosent av konsernets omsetning.
- (31) **Importvirksomheten** drives gjennom selskapene DinDeli Import og Viva Vino, som importerer varer for bruk i egen virksomhet innen de ulike storhusholdningsmarkedene, samt for salg til eksterne kunder (spesialgrossistvirksomhet). Denne virksomheten står for om lag █ prosent av konsernets omsetning.
- (32) Utover eierskapet i FG eier BTF eiendomsselskapet Hjorth Eiendom og Invest AS, som eier en tomt i Nord-Aurdal og en leiekontrakt som fremleies til restauranten Lofoten. I tillegg har

---

<sup>2</sup> Resterende 6 % eies av Aragorn AS.

FG etablert et selskap for drift av det planlagte hotellet Kasernen i Fredrikstad som skal åpne i 2027. Selskapet har foreløpig ingen omsetning.

- (33) En oversikt over selskaper i BTF-konsernet følger som:

**Bilag 3:** Liste med selskapene i BTF-konsernet

- (34) BTF-konsernet er medlem av næringslivsorganisasjonen De Historiske, Visit Oslo og Oslo Handelsstand forening.

- (35) Ytterligere informasjon finnes [www.fursetgruppen.no](http://www.fursetgruppen.no).

#### 4.3 NewCo

- (36) Gjennom NewCo vil partene etablere ny virksomhet som skal drive innenfor NewCo-Virksomheten. En nærmere beskrivelse av NewCos virksomhet følger av punkt 3 i aksjonæravtalen for NewCo inntatt som vedlegg 3 til transaksjonsavtalen vedlagt som bilag 1. NewCo vil finansieres ved at

[Redacted text]

- (37) NewCo skal drive uformelle restauranter, det vil si restauranter med fokus på tilgjengelighet, effektivitet og verdi for pengene i et funksjonelt og volumorientert marked.

[Redacted text]

Newco skal også kunne drive eller erverve kantine- og cateringvirksomhet i Norge, med fokus på cateringleveranser til

- (38) NewCo og FG vil følgelig ha komplementær virksomhet og samlet sett utgjør selskapene eiernes felles satsing innen restaurant, kantine og catering i og utenfor Stor-Oslo.

## 5 OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT

- (39) Nedenfor følger en oversikt over partenes omsetning og driftsresultat i 2024.

Involvert foretak	Omsetning 2024 (i hele tusen NOK)	Driftsresultat 2024 (i hele tusen NOK)
NorgesGruppen (konsern)	117 776 557	5 794 449
BTF (konsern)	772 454	29 970
FG (konsern)	772 455	31 162
NewCo	N/A, under etablering	N/A, under etablering

## 6 BESKRIVELSE AV DE RELEVANTE MARKEDENE

### 6.1 Innledning

- (40) FGs og NewCos kjernevirksomhet inngår i et overordnet storhusholdningsmarked. I tillegg driver FG virksomhet innen spesialgrossistleveranser av europeiske (kontinentale) matvarer til storhusholdningskunder gjennom selskapet DinDeli, og av vin gjennom dets datterselskap Viva Vino.
- (41) Som det fremgår av beskrivelsen av NorgesGruppens virksomhet ovenfor i punkt 4.1, har NorgesGruppen primært virksomhet innen dagligvare og servicehandel, samt fullsortiments grossistvirksomhet. NorgesGruppen eier også Vinhuset, som er en spesialgrossist av alkoholholdige drikkevarer til storhusholdningen. Det foreligger dermed en horisontal overlapp med Viva Vino for så vidt gjelder salg av vin og brennevin til storhusholdningskunder.
- (42) Gjennom oppkjøpet av Mandarinen i 2025<sup>3</sup> har ASKO også en begrenset virksomhet innen spesialgrossistleveranser av asiatiske mat- og forbruksvarer. Som det fremgår nedenfor opererer dette selskapet i et annet relevant marked enn DinDeli.
- (43) I tillegg eier NorgesGruppen selskapet Lunsj.no som har aktiviteter innen storhusholdningsmarkedet. Som det fremgår nedenfor opererer dette selskapet i et annet relevant marked enn virksomhetene i FG og NewCo. FG og NewCo har virksomhet innen drift av kantiner, mens Lunsj.no leverer lunsjretter til bedrifter og kunder som ikke har egen kantine.
- (44) Den eneste horisontale relasjonen mellom partene er en marginal overlapp innen grossistsalg av vin og brennevin storhusholdningskunder.
- (45) Det eksisterer også en vertikal relasjon mellom ASKOs (oppstrøms) grossistvirksomhet og FG og NewCos (nedstrøms) virksomhet innen storhusholdningsmarkedet.
- (46) Uten at det har betydning for Konkurransetilsynets behandling av Transaksjonen nevnes for fullstendighets skyld at det ikke vil være noen horisontalt overlappende virksomhet mellom FG og NewCo. De to målvirksomhetenes tjenester er kvalitativt differensierte. Det vises til beskrivelsene av virksomhetene i punkt 4.2 og 4.3. Det er kun innen kantinevirksomhet innenfor [REDACTED]

### 6.2 Storhusholdningsmarkedet

- (47) Storhusholdningsvirksomhet omfatter profesjonell tilberedning og servering av mat og drikke til større grupper utenfor private hjem. På detaljnivå kjennetegnes markedet av at aktørene konkurrerer om sluttkundenes etterspørsel etter tilberedte måltider levert i et institusjonelt eller kommersielt format. Basert på etablert praksis fra norske og europeiske konkurransemyndigheter er det grunn til å dele det overordnede storhusholdningsmarkedet inn i fire distinkte produktmarkeder: (i) restaurantdrift, (ii) cateringvirksomhet, (iii) kantinedrift og (iv) selskapslokaler/events. Disse fire segmentene skiller seg fra hverandre med hensyn til

---

<sup>3</sup> Se konkurransemelding datert 17. januar 2025.

kundegruppenes sammensetning, etterspørselskarakteristika og graden av substituerbarhet på tilbudssiden.

- (48) Videre er det i tråd med Konkurransetilsynets vedtak i *Umoe/Dolly Dimples*, grunnlag for å segmentere de tre markedene ytterligere basert på konsept og differensiering langs kvalitetsdimensjonen. Det vises til at tilsynet la til grunn at det for restauranter må gjøres et skille mellom formelle spisesteder og uformelle restauranter.<sup>4</sup> Selv om den nevnte saken spesifikt gjaldt restaurantmarkedet, gjør tilsvarende hensyn, etter melderens syn, seg gjeldende også for markedene for catering, kantine, og selskapslokaler/events.
- (49) I tråd med *Umoe/Dolly Dimples* legges det til grunn for denne meldingen at konkurransen i restaurantmarkedet både har en nasjonal og en lokal dimensjon. Catering- og kantinemarkedene er i liten grad preget av nasjonale aktører, slik at konkurransen først og fremst skjer i det lokale markedet.
- (50) Den eksakte avgrensningen av de relevante markedene kan holdes åpen ettersom foretakssammenslutningen uavhengig av produktmessig og geografisk avgrensning ikke vil hindre effektiv konkurranse i noe relevant marked.

### 6.3 Markedene for grossistleveranser til storhusholdningskunder

- (51) Grossistvirksomhet til storhusholdningsmarkedet i Norge omfatter levering av matvarer og enkelte forbruksvarer til storhusholdninger som kantiner, restauranter, hoteller og skipstrafikk. Konkurransetilsynet har tidligere lagt til grunn at grossistleveranser til storhusholdning utgjør et separat produktmarked fra grossistleveranser til henholdsvis dagligvarehandelen og servicehandelen.<sup>5</sup> Videre har Konkurransetilsynet tidligere vurdert at det foreligger et eget marked for fullsortimentsgrossistleveranser som skiller seg fra spesialgrossistleveranser, men ikke trukket en endelig konklusjon i dette spørsmålet.<sup>6</sup> Det er i denne forbindelse lagt vekt på at fullsortimentsgrossistene fungerer som hovedgrossist, og at de leverer et langt videre spekter av produkter sammenlignet med spesialgrossistene.
- (52) Vi legger for denne meldingens formål til grunn at det foreligger et eget relevant produktmarked for fullsortiments grossistleveranser til storhusholdningskunder, samt et eget relevant produktmarked for spesialgrossistleveranser til storhusholdningskunder.
- (53) Det overordnede markedet for spesialgrossistleveranser til storhusholdningskunder må etter meldernes oppfatning segmenteres ytterligere etter type varer. Storhusholdningskundene opererer i stor utstrekning med spesialiserte konsepter, der det for eksempel må det skilles mellom sjømat-, kjøtt- og vegetarrestauranter. Det er følgelig ikke etterspørselssubstitusjon mellom leveranser fra spesialgrossister som spesialiserer seg på å betjene kunder innen særskilte konsepter. Også tilbudssiden i markedet kjennetegnes av spesialisering, slik at heller ikke tilbudssubstitusjon kan tilsi at alle spesialgrossister inngår i samme relevante produktmarked.
- (54) Ettersom NorgesGruppens selskap Mandarinen selger *asiatiske* mat- og forbruksvarer, mens FGs DinDeli selger *europiske* (kontinentale) matvarer, opererer selskapene i ulike relevante

---

<sup>4</sup> Konkurransetilsynet vedtak V2016-6 Umoe Restaurants AS/Dolly Dimple's Norge AS, avsnitt 146.

<sup>5</sup> Se V2004-21 Joh-System AS/Engrospartner AS og A2014-1 KGN/NorgesGruppen.

<sup>6</sup> Se Konkurransetilsynets vedtak i A2014-1 - NorgesGruppen Partner AS - Konsum Gruppen AS, avsnitt 14.

markeder, og gir ikke opphav til horisontalt overlappende markeder.

- (55) Spesialgrossistleveranser av vin og brennevin til storhusholdningskunder bør etter meldernes oppfatning avgrenses som ett samlet relevant marked. Kunder som restauranter, hoteller og barer etterspør et samlet sortiment av vin og brennevin for å dekke sluttkundenes preferanser i tråd med konsept, og har en preferanse for å kjøpe hele spekteret av vin og brennevin fra én leverandør.<sup>7</sup> Derfor søker grossistene å tilby et bredt spekter av varer for å være konkurransedyktige. Dette bekreftes også av grossistenes produktportefølje, som omfatter en bredt sammensatt "handlekurv". Etter partenes vurdering er det ikke grunnlag for å inkludere leveranser av øl i det relevante markedet, da både etterspørsels- og tilbudssiden er forholdsvis segregert for vin og brennevin på den ene siden, og øl på den andre. Videre stiller grossistdistribusjon av øl andre krav til logistikk og distribusjon enn vin og brennevin. Som nevnt tilbyr Viva Vino kun vin og brennevin, og det er for denne meldingen uansett hensiktsmessig å avgrense det relevante produktmarkedet til spesialgrossistleveranser av vin og brennevin til storhusholdningskunder.
- (56) Etter meldernes oppfatning har markedet for fullsortimentsgrossistleveranser til storhusholdning både en nasjonal og en regional dimensjon.<sup>8</sup> Tilsvarende gjelder etter meldernes oppfatning spesialgrossistleveranser, herunder for leveranser av vin og brennevin. De fleste storhusholdningsbedriftene i Norge har organisert seg i innkjøpsgrupperinger for å oppnå bedre innkjøpsbetingelser og forenkle innkjøpsarbeidet. De store innkjøpsgrupperingene etterspør ofte landsdekkende avtaler. Det legges til grunn at mens konkurransen om kontrakter for grossistleveranser til store, nasjonale storhusholdningskunder foregår på nasjonalt nivå og krever nasjonal tilstedeværelse, skjer konkurransen om grossistleveranser til mindre, regionale eller lokale storhusholdninger på et regionalt nivå. Dette reflekteres også i at markedene for grossistleveranser til storhusholdning fremstår mer fragmentert med flere større lokale og regionale grossister, i tillegg til nasjonale grossister.
- (57) Det legges på denne bakgrunn til grunn at de relevante grossistmarkedene har nasjonal utstrekning, samtidig som det foreligger en regional dimensjon.

## 7 INGEN HORISONTALE EFFEKTER

- (58) Markedet for spesialgrossistleveranser av vin og brennevin til storhusholdningskunder er preget av en rekke store og små aktører som dels driver med import av vin for videresalg til grossister og som dels driver med salg i egenregi. Det er derfor vanskelig skille ut omsetning som relaterer seg til salg til storhusholdningskunder. Den eneste tilgjengelige kilden for å beregne partenes markedsandeler er Flesland Markedsinformasjoner, som oppgir omsetning innen vin og brennevin til storhusholdningskunder til 2 6478 millioner kroner i 2024. Det er imidlertid noe uklart hvilke aktører som inngår i datagrunnlaget, og derfor en viss usikkerhet knyttet til om markedet kan være større.
- (59) Vinhuset hadde en totalomsetning på ca. 1,2 milliarder kroner i 2024, hvorav salget av vin og brennevin til storhusholdningskunder utgjorde ca. [REDACTED] millioner kroner. Til sammenligning omsatte Viva Vino kun for ca. 13 millioner kroner. Dette tilsier markedsandeler på henholdsvis

---

<sup>7</sup> Se for eksempel EU-Kommisjonens sak M.10436 – Moët Hennessy / Campari / Tannico (2021), avsnitt 26. Kommisjonen fant ikke grunnlag for å avgrense separate produktmarkeder etter type drikke (for eksempel rødvin vs. hvitvin vs. musserende vin), og avgrenset det relevante markedet til å omfatte alle typer vin og brennevin.

<sup>8</sup> Se lik forståelse i konkurransemelding ASKO Norge AS og Konsum Gruppen AS datert 21. juni 2021. Se også vedtak V2004-21 Joh-System AS/Engrospartner AS. Selv om dette vedtaket gjelder fullsortimentsgrossistleveranser til servicemarkedet, gjelder argumentasjonen også for storhusholdningsmarkedet hva angår avgrensning av det geografiske markedet.

ca. [redacted] prosent og [green] prosent, samlet [redacted] prosent basert på Flesland-rapporten.

- (60) Markedet kjennetegnes uansett av store konkurrenter som Hansa Borg Solera (omsetning på om lag 340 millioner i spesialiserte datterselskaper for vin), Arcus-Gruppen (over 2 milliarder i totalomsetning<sup>9</sup>), Skanlog (omsetning på om lag 300 millioner) og Moestue Grape Selections (omsetning på over 400 millioner) for å nevne noen. Totalmarkedet kan følgelig være større enn estimert med grunnlag i Flesland-rapporten.
- (61) Det er uansett klart Transaksjonen kun vil lede til en marginal økning i markedsandel og markedskonsentrasjon og at Transaksjonen dermed ikke vil begrense konkurranse i strid med krrl. § 16 uavhengig av partenes presise markedsandel før Transaksjonen. Konsentrasjonsøkningen er uansett så ubetydelig at Transaksjonen umulig kan påvirke konkurransen i det relevante markedet. Da Vinhuset potensielt har en markedsandel som overstiger 20 prosent gjøres det nærmere rede for etableringsbarrierer og det oppgis de fem viktigste konkurrentene, kundene og leverandørene (se punkt 9.1.1 nedenfor), jf. Krrl. § 18a (1) bokstav d og e.
- (62) De viktigste etableringsbarrierene for å drive virksomhet innen spesialgrossistleveranser av vin og brennevin til storhusholdningskunder er distribusjonsnettverk (logistikk), kompetanse (særlig for vin), samt kunderelasjoner. I tillegg kreves en viss porteføljebredde, da kundene normalt foretrekker å gjøre innkjøpene fra én grossist, slik at stordriftsfordeler spiller en viss rolle. Etter meldernes oppfatning er etableringsbarrierene imidlertid lave, noe som Viva Vino er et tydelig eksempel på.
- (63) Som redegjort for i punkt 6.3, må det overordnede markedet for spesialgrossistleveranser til storhusholdningskunder ytterligere deles inn etter type varer og kundekonsept. Ettersom NorgesGruppens selskap Mandarinen selger asiatiske mat- og forbruksvarer, mens FGs DinDeli selger europeiske (kontinentale) matvarer, opererer selskapene i ulike relevante markedet.
- (64) Som nevnt har NorgesGruppens selskap Lunsj.no aktiviteter innen storhusholdningsmarkedet. Selskapet er en nisje-aktør, som tilbyr lunsj- og cateringtjenester til arbeidsplasser i Oslo-regionen, som en alternativ løsning for kantinedrift.<sup>10</sup> Tilbudet retter seg mot mindre arbeidsplasser uten egen kantine, og konkurrerer derfor ikke i markedet for kantinedrift. Etter partenes oppfatning er det klart at tilbudet Lunsj.no tilbyr verken konkurrerer med FG eller NewCos cateringtjenester, grunnet ulike konsept og kvalitetsmessig plassering.
- (65) Heller ingen av NorgesGruppens øvrige konsepter innen kiosk, gatekjøkken mv. konkurrerer med FGs og NewCos virksomhet. Gatekjøkken tilbyr hurtigmat for umiddelbar konsumpsjon og enkle menyer for rask og effektiv servering, mens restauranter tilbyr en mer sammensatt helhet som inkluderer bordbestilling, servering og en sosial ramme som går utover selve maten som serveres.

## 8 INGEN VERTIKALE EFFEKTER

- (66) Det foreligger ingen vertikalt berørte markeder, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav e, der samlet markedsandel overstiger 30 prosent på hvert av de respektive oppstrøms- og nedstrømsmarkedene, da det er klart at FGs markedsandel innen relevante markeder er

---

<sup>9</sup> Hvor mye av omsetningen som knytter seg til grossistmarkedet for vin og brennevin har ikke partene innsikt i.

<sup>10</sup> Se orientering til Konkurransetilsynet datert [dato] om Meny MLH AS' erverv av selskapet.

betydelig lavere enn 30 prosent.

- (67) Det vises til at det finnes en rekke premium-restauranter i Stor-Oslo. FG anslår at deres restauranter i høyden kan ha en markedsandel opp mot [REDACTED] prosent innen dette segmentet. Partene har ikke gode data som tillater å beregne markedsandeler presist, men tall fra tripadvisor.no viser at FG har en begrenset markedsandel uavhengig av hvordan markedet avgrenses. På tripadvisor.no er det registrert 94 restauranter i Oslo i "Finere middag"-segmentet. Hvis man inkluderer "Mellomklassen" øker antallet restauranter til nesten 900. Basert på hvilke restauranter som er inkludert i "Mellomklassen" hos tripadvisor.no er det en rekke restauranter i denne listen som konkurrerer i samme segment som FGs restauranter. Videre opererer FG i Stor-Oslo, som er et større marked enn kun Oslo kommune. Det er dermed klart at en markedsandel på [REDACTED] prosent sannsynligvis er betydelig overestimert.
- (68) Kantinedrift, cateringtjenester og selskapslokaler/events utgjør en lavere andel av FGs omsetning, og det kan trygt legges til grunn at konsernets andel innen disse markedene er betydelig lavere. NewCo har foreløpig ingen tilstedeværelse i noe marked.
- (69) I markedet for fullsortimentsgrossistleveranser av storhusholdningsprodukter kan ASKO antas å ha en markedsandel mellom [REDACTED] og [REDACTED] prosent på nasjonalt nivå, alt etter hvilke data som benyttes som utgangspunkt for markedsandelsberegningen.<sup>11</sup> NorgesGruppen anslår at ASKO's andel i Oslo-regionen ligger på et noe lavere nivå. ASKO konkurrerer imidlertid i restaurant og storhusholdningsmarkedet for øvrig også mot direktedistributører som Tine og Nortura, samt mindre spesialgrossister og lokale grossister i Oslo slik at ASKO's markedsandel er lavere enn dersom kun fullsortimentsgrossister inkluderes.
- (70) Ettersom ASKO har en markedsandel som overstiger 30 prosent medfører den vertikale relasjonen mellom ASKO og FG at det foreligger vertikalt forbundne markeder, jf. konkurranseloven § 18a første ledd bokstav f. Partene oppgir derfor deres tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i punkt 8 nedenfor.
- (71) Uavhengig av partenes markedsandeler i oppstrøms- og nedstrømsmarkedene, er det uansett klart at det ikke er risiko for utestengende virkninger. Til dette er FGs innkjøpsvolumer for små. FGs innkjøp fra storhusholdningsgrossistene på [REDACTED] millioner kroner utgjør [REDACTED] prosent av totalomsetningen i markedet. Det er utenkelig at ASKO grunnet Transaksjonen skulle ha interesse av å kun selge fullsortiments grossistleveranser til FG og NewCo, da disse kundene maksimalt vil kunne representere en beskjeden andel av ASKO's omsetning i markedet.
- (72) Selv om ASKO har en betydelig posisjon i markedet for fullsortimentsgrossistleveranser av storhusholdningsprodukter, møter selskapet effektiv konkurranse fra både andre fullsortimentsgrossister, særlig [REDACTED], samt direktedistributører. I tillegg er det en viss konkurranseflate mot spesialgrossister, da en del av varene vil tilbys også av slike grossister. ASKO opererer uten noen form for bindinger eller eksklusivitetsforpliktelser for deres kunder, slik at både FG og NewCo vil stå fritt til å foreta innkjøp hos konkurrerende grossister.

---

<sup>11</sup> Basert på omsetningstall for 2024 fra Proff.no har ASKO (MNOK 12 689) en markedsandel i underkant av [REDACTED] prosent dersom man inkluderer Kolly (MNOK 4 308), Divry (MNOK 3 402), Servicegrossistene (MNOK 3 721) og Havi Logistics (MNOK 1 336). Dersom man tar utgangspunkt i tall fra Flesland, vil ASKO ha en markedsandel på om lag [REDACTED] prosent dersom man inkluderer alle fullsortimentsgrossister. Merk her at det vil være en glidende overgang mellom hva som regnes som fullsortimentsgrossister og spesialgrossister i grunnlaget fra Flesland, slik at det er noe usikkerhet knyttet til grunnlaget for markedsandelsberegningen. Dersom man kun inkluderer de store nasjonale fullsortimentsgrossistene vil NorgesGruppens markedsandel være på om lag [REDACTED] prosent.

- (73) Med FGs og NewCos lave markedsandeler vil de uansett ikke utgjøre avgjørende handelspartnere for grossister. Selv for det tilfellet at FG og NewCo skulle gjøre alle sine innkjøp i fullsortimentsmarkedet hos ASKO, vil konkurrentene ha rikelig med alternative kunder. Transaksjonen vil følgelig ikke kunne utestenge konkurrenter av ASKO.

## 9 PARTENES VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

### 9.1 NorgesGruppens viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

#### 9.1.1 Spesialgrossistleveranser av vin og brennevin til storhusholdningskunder

- (74) NorgesGruppens viktigste konkurrenter innen vin og brennevin er [REDACTED]

- (75) NorgesGruppens viktigste kunder innen vin og brennevin er [REDACTED]

- (76) NorgesGruppens viktigste leverandører innen vin og brennevin er [REDACTED]

#### 9.1.2 Fullsortiments grossistleveranser til storhusholdningskunder

- (77) NorgesGruppens viktigste konkurrenter i grossistmarkedet er [REDACTED]

- (78) NorgesGruppens viktigste kunder i grossistmarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

- (79) NorgesGruppens viktigste leverandører i grossistmarkedet er [REDACTED]

### 9.2 FGs viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

#### 9.2.1 Spesialgrossistleveranser av vin og brennevin til storhusholdningskunder

- (80) FGs viktigste konkurrenter innen vin og brennevin er [REDACTED]

- (81) FGs viktigste kunder innen vin og brennevin er [REDACTED]

- (82) FGs viktigste leverandører innen vin og brennevin er [REDACTED]

#### 9.2.2 Restaurantmarkedet

- (83) FGs viktigste konkurrenter i restaurantmarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

(84) FGs viktigste kunder i restaurantmarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

(85) FGs viktigste leverandører i restaurantmarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

#### 9.2.3 *Kantinemarkedet*

(86) FGs viktigste konkurrenter i kantinemarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

(87) FGs viktigste kunder i kantinemarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

(88) FGs viktigste leverandører i kantinemarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

#### 9.2.4 *Cateringmarkedet*

(89) FGs viktigste konkurrenter i cateringmarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

(90) FGs viktigste kunder i cateringmarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

(91) FGs viktigste leverandører i cateringmarkedet i Stor-Oslo er [REDACTED]

#### 9.2.5 *Selskapslokaler/events*

(92) FGs viktigste konkurrenter innen selskapslokaler/events i Stor-Oslo er [REDACTED]

(93) FGs viktigste kunder innen selskapslokaler/events i Stor-Oslo er [REDACTED]

(94) FGs viktigste leverandører innen selskapslokaler/events i Stor-Oslo er [REDACTED]

## 10 **EFFEKTIVITETSGEVINSTER**

(95) Ettersom foretakssammenslutningen ikke vil kunne ha negative virkninger på konkurransen som effektivitetsgevinstene skal måles opp mot, gjøres det ikke nærmere rede for eventuelle effektivitetsgevinster.

## 11 **ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP**

(96) Årsberetning og årsregnskap for partene følger vedlagt som

**Bilag 4:** Årsberetning og årsregnskap for NorgesGruppen ASA, 2024

**Bilag 5:** Årsberetning og årsregnskap for Bjørn Tore Furset AS, 2024

**Bilag 6:** Årsberetning og årsregnskap for Fursetgruppen AS, 2024

**12 FORRETNINGSCHEMELIGHETER**

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

**Bilag 7:** Begrunnelse for forslag til offentlig versjon av melding

**Bilag 8:** Forslag til offentlig versjon melding

\*\*\*

Oslo, 10. juni 2026

**WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS**



Eivind Stage