
MELDING
TIL
KONKURRANSETILSYNET

FORETAKSSAMMENSLUTNING

STORSKOGEN NORGE AS

ERVERV AV

VERDANT AS

Konfidensiell versjon

*Inneholder forretningshemmeligheter markert i **blått***

1. MELDER

Selskap	Storskogen Norge AS
Organisasjonsnummer	927 075 113
Adresse	Fridtjof Nansens plass 4, 0160 Oslo

Representant:

Selskap	Advokatfirmaet Haavind AS
Representant	Karoline Maurtvedt
E-post	k.maurtvedt@haavind.no
Adresse	Postboks 359 Sentrum, 0101 Oslo
Telefon	+47 919 93 985

2. MÅLSELSKAP

Selskap	Verdant AS
Organisasjonsnummer	992 518 073
Adresse	Strusshamnvegen 42, 5302 Strusshamn

Representant:

Representant	Svein Ove Due Olsen (CEO Verdant AS)
E-post	soo@verdant.no
Adresse	Strusshamnvegen 42, 5302 Strusshamn
Telefon	+47 905 78 162

3. FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART**3.1 Transaksjonen**

Storskogen Norge AS ("**Storskogen Norge**" eller "**Melder**") vil erverve 100 % av aksjene i Verdant AS ("**Verdant**" eller "**Målselskapet**"). Aksjene eies i dag av Bpg Consulting AS (org.nr. 992 452 285).

Gjennomføringen av transaksjonen er betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet og er planlagt å finne sted så snart godkjenning foreligger.

3.2 Rasjonale

4. FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDER

4.1 Storskogen-konsernet

Storskogen Norge AS eies av det svenske aksjeselskapet Storskogen Group International AB, svensk org.nr. 559248-2144, som igjen eies av det svenske børsnoterte selskapet Storskogen Group AB (publ), svensk org.nr. 559223-8694.

Storskogen-konsernet ("**Storskogen**") kjøper og utvikler små og mellomstore bedrifter i Norden, DACH-regionen, Storbritannia og Asia. Storskogen har en desentralisert modell hvor hver virksomhet fortsatt har ansvar for strategi, kompetansetilførsel og resultater. Konsernet er delt inn i følgende tre virksomhetsområder: tjenester, handel og industri.

Konsernet har hovedkvarter i Stockholm. Se en fullstendig oversikt over konsernets porteføljeselskaper og ytterligere informasjon om Storskogen for øvrig på <https://www.storskogen.com>.

Følgende porteføljeselskaper i Storskogen-konsernet har virksomhet innenfor markeder hvor det er overlapp med Målselskapets virksomhet:

- ByWe AS, grossistsalg i Norge av hårpleieprodukter og frisørrekvisita, samt enkelte andre skjønnhetsprodukter.
- Cutrin Norge Partner AS, grossistsalg i Norge av hårpleieprodukter og frisørrekvisita, samt enkelte andre skjønnhetsprodukter.
- Scandinavian Cosmetics AS, grossistsalg av skjønnhetsprodukter, inkludert hudpleie, parfyme, sminke og hårpleie.

For ordens skyld legges det til at Storskogen eier følgende andre porteføljeselskaper som har virksomhet innenfor leverandør- og grossisttjenester for hårpleie- og skjønnhetsprodukter, men disse har ingen overlapp med Målselskapet.

- I tillegg til ByWe AS (som nevnt ovenfor), består ByWe-gruppen også av det svenske selskapet ByWe AB¹ og det danske selskapet ByWe A/S. Selskapene driver grossistsalg av hårpleieprodukter i Sverige og Danmark. ByWe AB produserer også hårpleieprodukter under eget varemerke (Björk) for salg til grossistledet, men leverer kun til ByWe AS innenfor det norske markedet.
- Marwell AG driver salg av hårpleie og skjønnhetsprodukter i Sveits, men har ingen virksomhet i Skandinavia.
- Session MAP, som er distributør av hårpleieprodukter og eksklusiv svensk distributør av ti varemerker, herunder KEVIN.MURPHY, K18 og Living Proof. Selskapet har imidlertid ingen virksomhet i Norge.
- Frameda OY, som er distributør av hårpleieprodukter og eksklusiv finsk distributør av ti varemerker, herunder KEVIN.MURPHY, K18, Living Proof og Davines. Selskapet har imidlertid ingen virksomhet i Norge.

¹ ByWe AB omfatter også de tidligere porteføljeselskapene Baldacci AB og Alba Hair Group AB som fusjonerte i 2023.

4.2 ByWe AS

ByWe AS ("**ByWe**"), org. nr. 983 978 576, er en grossist av hårpleieprodukter og distributør av en rekke merkevarer i Norge, inkludert blant annet Alterna, Björk, hairtalk, L'anza, Olaplex, Renati og Schwarzkopf. ByWe leverer både gjennom avtaler direkte med frisørsalonger/frisørkjeder og gjennom avtaler med innkjøpskjeder.

ByWe eies 100% av ByWe Group AB, svensk org.nr. 559382-6232, og er en del av ByWe-gruppen. ByWe Group AB eies 91,96% av Storskogen 3 Invest AB, svensk org.nr. 5590804273, som igjen eies 100% av Storskogen Group AB (publ). De resterende aksjene i ByWe Group AB eies av ledelsen i de ulike selskapene i ByWe-gruppen.

Ytterligere informasjon finnes på selskapets hjemmeside, <https://bywe.com/no>.

4.3 Cutrin Norge Partner AS

Cutrin Norge Partner AS ("**Cutrin**"), org.nr. 935 820 995, driver grossistvirksomhet i frisørmarkedet i Norge og leverer blant annet merkevarene Special 1 Hair Products, Moroccan Oil, REF, Paul Mitchell og Cutrin Nordic Expressions, samt andre salgsvare, kjemivare, rekvisita, utstyr og totale innredningsløsninger, til frisørsalonger over hele landet. Cutrin leverer både gjennom avtaler direkte med frisørsalonger/frisørkjeder og gjennom avtaler med innkjøpskjeder.

Cutrin er en del av ByWe-gruppen. Cutrin Norge Partner AS eies 100% av ByWe Group AB.

Ytterligere informasjon finnes på selskapets hjemmeside, <https://cutrin.no>.

4.4 Scandinavian Cosmetics AS

Scandinavian Cosmetics AS ("**Scandinavian Cosmetics**"), org.nr. 971 003 839, eies 100 % av Scandinavian Cosmetics Group AB, svensk org.nr. 559209-0533, som igjen eies 95 % av Storskogen 3 Invest AB.

Scandinavian Cosmetics Group er et nordisk varemerkeforvaltningsforetak ("brand management") innenfor high-end kosmetikk, og representerer en rekke varemerker i Sverige, Norge, Danmark og Finland.

Scandinavian Cosmetics Group har en mangesidig toppmerkeportefølje innenfor hele skjønnhetsspekteret, blant annet innenfor selektiv og semi-selektiv sminke, hudpleie, parfymer og hår- og kroppspoleie. Varemerkeporteføljen inkluderer blant annet Filorga, IsaDora, Versace, Sensai, Shiseido og Clean.

Ytterligere informasjon finnes på selskapets hjemmeside, <https://www.scandinavianscosmetics.com/>.

4.5 Verdant AS

Verdant AS er en norsk distributør/grossist innen hårpleie og skjønnhetsprodukter. Selskapet distribuerer premium merkevarer innen hårpleie, hårfarge, styling, behandlinger og hudpleie til frisørsalonger, klinikker og profesjonelle aktører i det norske markedet. I tillegg til produktsalg, tilbyr Verdant også faglig opplæring, kurs, salgs- og markedsstøtte, forretningsutvikling og konsepter for å bidra til vekst og lønnsomhet hos sine kunder.

Selskapet representerer internasjonale premium merkevarer som blant annet KEVIN.MURPHY, K18, Davines, ELEVEN Australia og Comfort Zone i Norge. Verdant har hovedkontor på Askøy utenfor Bergen og opererer nasjonalt gjennom salg, opplæring og digitale kanaler.

Ytterligere informasjon finnes på selskapets hjemmeside, <https://www.verdant.no/>.

5. OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT

Omsetning og driftsresultat i Norge for Melder og Målselskapet:

Foretak	Omsetning 2025	Driftsresultat 2025
Storskogen (konsern)	MSEK 3 081 ²	Ikke tilgjengelig
Verdant ³		

6. HORISONTALE OVERLAPPER

6.1 Innledning

Storskogen og Verdant har horisontalt overlappende virksomhet innenfor:

- Grossistsalg av profesjonelle hårpleieprodukter, inkludert salg til frisørsalonger, netthandel (ecom) og annen retail (specialty retail).⁴
- Grossistsalg av rekvisita og annet utstyr til frisørsalonger.⁵
- Grossistsalg av hudpleieprodukter.

Nærmere beskrivelser av partenes virksomhet og de relevante markedene, inkludert mulige segmenter, er tatt inn i punkt 6.2-6.4 under.

For ordens skyld nevnes det at Storskogen og Verdant også tilbyr faglig opplæring og kurs til kunder. Dette utgjør imidlertid kun en helt marginal del av virksomheten til partene og tilbys i all hovedsak til eksisterende kunder. Partenes opplærings- og kursvirksomhet omtales derfor ikke nærmere i denne meldingen.

6.2 Grossistsalg av profesjonelle hårpleieprodukter

6.2.1 Overordnet beskrivelse av verdikjeden og markedet

Verdikjeden for salg av profesjonelle hårpleieprodukter omfatter merkevareinnehavere, importører/distributører/grossister og detaljister/frisørsalonger. Leverandørleddet består av kjente og mindre kjente merkevareeiere som produserer og selger produktene sine til Norge gjennom importører og/eller distributører. En rekke merkevareinnehavere har også etablert egne fysiske utsalgssteder (konseptbutikker) og nettbutikk, og er dermed også aktive på detaljistleddet.

² Se Storskogens årsrapport for 2025, side 97 (vedlagt meldingen som vedlegg 2).

³ På meldingstidspunktet er Verdants årsregnskap for 2025 ikke revidert. Alle omsetningstall som oppgis i meldingen er for 2025, men derfor ikke reviderte. Årsregnskapet for 2024 er vedlagt meldingen.

⁴ Med frisørsalonger menes både salg gjennom innkjøpskjeder og direkte til salongene. Med specialty retail menes aktører som for eksempel Lyko og Fredrik & Louisa, men ikke dagligvareaktører.

⁵ Med frisørsalonger menes både salg gjennom innkjøpskjeder og direkte til salongene.

Distributørene er ofte vertikalt integrerte med merkevareinnehaverne i kraft av eksklusivt agentur eller lisens på utvalgte merkevarer, men noen merkevareinnehavere leverer produkter til flere ulike distributører i Norge. Distributørene er aktive innen flere ulike kategorier av skjønnhetsprodukter, herunder hårpleieprodukter, hudpleieprodukter, kosmetikk, parfyme mv., eller spesialiserte innen én eller få produktkategorier.

Innenfor salg av profesjonelle hårpleieprodukter leverer de aller fleste grossister både til frisørsalonger, netthandel og specialty retail. Grossistene fungerer i praksis som videreselgere av merkevareeierens produkter gjennom tidsbestemte distribusjonsavtaler.

Kundemassen på frisørsiden består av både enkeltstående lokale frisørsalonger, landsomfattende innkjøpskjeder som fremforhandler rabatter på vegne av sine medlemmer og større frisørkjeder som for eksempel HeadQuarter, Nikita Hair, PÅHÅRET, Adam & Eva og Cutters, som har tilnærmet nasjonal tilstedeværelse. På retailsiden består kundemassen blant annet av store aktører som BliVakker, Lyko, Vita og Fredrik & Louisa, som alle selger hårpleieprodukter til forbruker både på nett og i fysisk butikk.

Sortimentet hos de enkelte frisørsalongene og retailaktørene varierer, og fra partenes ståsted

[REDACTED] I praksis fører derfor både frisørsalongene og retailaktørene flere ulike produktlinjer og konkurrerende merkevarer.

Partene oppfatter de viktigste konkurranseparameterne for å være [REDACTED]

[REDACTED] Partene opplever det som et konkurransefortrinn å [REDACTED]

6.2.2 Markedsavgrensning

EU-kommisjonen har i tidligere avgjørelser ansett grossistmarkedet for daglige konsumpsjonsvarer for å omfatte salg og distribusjon av daglige konsumpsjonsvarer til tredjepart, slik som dagligvarehandelen og andre kunder for daglige konsumpsjonsvarer.⁶ Det har blitt argumentert for at grossistvirksomhet innenfor skjønnhetsbransjen bør skilles ut, og at et potensielt relevant produktmarked for skjønnhets-, helse og velværeprodukter kan deles opp etter salgsledd i (i) detaljsalg, (ii) grossistsalg og (iii) salg gjennom anskaffelser.⁷

Innenfor skjønnhets-, helse og velværeprodukter har Kommisjonen tidligere vurdert hårpleieprodukter som et separat produktmarked. Ytterligere segmentering av markedet basert på produkttype (shampoo, balsam og behandlinger, styling-produkter og hårfarge) og distribusjonskanaler har vært vurdert, men Kommisjonen har imidlertid latt den endelige markedsdefinisjonen stå åpen.⁸ Hva gjelder segmentering basert på distribusjonskanaler har Kommisjonen vurdert salg til frisørsalonger som et mulig eget segment, separat fra distribusjon til øvrig retail.⁹ Hårpleieproduktmarkedet og de ulike mulige segmentene er typisk vurdert på nasjonalt nivå i Kommisjonens tidligere avgjørelser.¹⁰

Basert på det ovennevnte legger partene til grunn for denne meldingen at det relevante markedet er grossistsalg av profesjonelle hårpleieprodukter i Norge. For det tilfellet at salg til henholdsvis frisørsalonger og øvrig retail (netthandel og specialty retail) skulle anses som separate segmenter, har partene også oppgitt data for hver av disse segmentene som den snevrest mulige markedsavgrensningen. Etter partenes oppfatning er det ikke grunnlag for å segmentere ytterligere

⁶ COMP/M.1832 - Ahold/ICA Förbundet/Canica; COMP/M.2604 - ICA Ahold/Dansk Supermarked.

⁷ COMP/M.8406 - Kesko/Oriola/JV.

⁸ COMP/M.9445 - Natura Cosmetics/Avon Products; COMP/M.4193 - L'Oréal/The Body Shop.

⁹ COMP/M.3149 - Procter & Gamble/Wella.

¹⁰ COMP/M.9445 - Natura Cosmetics/Avon Products; COMP/M.4193 - L'Oréal/The Body Shop; COMP/M.3149 - Procter & Gamble/Wella.

basert på produkttyper, blant annet fordi alle de store aktørene tilbyr samtlige produkttyper og forskjellene mellom aktørene på tvers av kategorier er små.

6.2.3 Virkning på konkurransen

Partene er ikke kjent med at det finnes offentlig tilgjengelige tall for størrelsen på et marked for grossistsalg av profesjonelle hårpleieprodukter i Norge. Basert på statistikk fra Frisørleverandørenes Forening og Melders beste interne estimater, anslås det at markedet utgjorde ca. [REDACTED] i 2025.¹¹

Storskogen hadde i 2025 en omsetning på [REDACTED] innenfor grossistsalg av hårpleieprodukter i Norge, noe som tilsvarer en markedsandel på ca. [REDACTED]. Verdants omsetning i det samme markedet var [REDACTED] noe som tilsvarer en markedsandel på ca. [REDACTED]. Totalt vil derfor partene få en samlet markedsandel etter transaksjonen på ca. [REDACTED].

Partene er heller ikke kjent med at det finnes offentlige tall for mulige segmenter for grossistsalg av hårpleieprodukter til henholdsvis frisørsalonger og øvrig retail (netthandel og specialty retail). Det er lagt til grunn som beste mulige estimat lagt at [REDACTED]¹², er representativt for markedet, slik at grossistsalg til frisør utgjør omtrent [REDACTED] av totalmarkedet og grossistsalg til øvrig retail utgjør omtrent [REDACTED]. En slik segmentering av markedet vil derfor ikke føre til noen vesensforskjell i partenes markedsandeler.

Selv om partene gjennom salget av de merkene de per i dag distribuerer får en ikke ubetydelig samlet markedsandel innenfor grossistsalg av hårpleieprodukter og de mulige segmentene, er dette et kompetitivt distribusjonsmarked, og transaksjonen vil ikke være egnet til å begrense konkurransen i markedet eller noe segment.

Som det fremgår av beskrivelsen av partenes konkurrenter i punkt 6.2.4 under, er markedet for grossistsalg av hårpleieprodukter preget av et stort antall ulike tilbydere og merkevarer. Disse aktørene vil fortsatt etter foretakssammenslutningen utøve et sterkt konkurransepress på partene.

Partene møter dessuten betydelig (potensiell) konkurranse fra både utenlandske aktører og merkevareleverandørene selv, som når som helst kan utvikle sitt eget distribusjonsnettverk i Norge. Omtrent alt av volumet som i dag selges i det norske grossistmarkedet vil etter transaksjonen fortsatt være internasjonale merkevarer som selges enten gjennom norske datterselskaper eller gjennom tidsbestemte distribusjonsavtaler med norske uavhengige distributører.

De store internasjonale merkevareeierne vil derfor bidra til å gjøre en eventuell varig prisøkning fra partene ulønnsom, da det er grunn til å tro at de enten vil øke sin tilstedeværelse på det norske markedet eller flytte distribusjonsavtalene med partene over til en annen distributør. Byttekostnadene ved bytte av distributør er også lave, da det ikke kreves noen aktivitet eller investering fra leverandørens side utover å (re-)forhandle (nye) volum og mål for den relevante salgsperioden. Det finnes mange eksempler på varemerker som har byttet distributør i Norge de siste fem årene, blant annet har KMS byttet fra Tendenz AS til KAO Norway AS, HH Simonsen fra Tendenz AS til ByWe, hairtalk fra Ruhs AS til ByWe, Beautyworks fra Tendenz AS til ByWe, Color Wow fra ByWe til L'Oréal, EVO fra ByWe til Sæther AS, Revlon fra ByWe til Sæther AS og Keune fra EveryHair AS til Keune Nederland.

¹¹ Melders estimat med utgangspunkt i data fra Frisørleverandørenes Forening (ca. MNOK 999,6) som anslås å omfatte om lag [REDACTED]. Estimateret kan være noe konservativt all den tid store internasjonale aktører, som for eksempel L'Oréal, Wella og Kai, leverer varer til store kunder via andre land og det antas derfor at disse salgene faktureres utenfor Norge.

¹² Storskogens omsetning i 2025: [REDACTED] til frisør og [REDACTED] til øvrig retail. Verdants omsetning i 2025: [REDACTED] til frisør og [REDACTED] til øvrig retail.

Markedet er også preget av lave etableringsbarrierer. For å etablere seg i markedet kan en aktør satse på å utvikle et eget produkt eller distribuere allerede kjente merkevarer på vegne av internasjonale merkevareeiere. Eksempelvis har grossisten In Good Hands AS etablert seg i Norge.

6.2.4 Største konkurrenter, kunder og leverandører

Konkurrenter

Markedet for grossistsalg av hårpleieprodukter består av et bredt utvalg av nasjonale og internasjonale tilbydere. Store aktører som Wella Company og L'Oréal distribuerer egne merkevarer og har egne distribuasjonsnettverk i Norge, mens en rekke andre distributører/importører distribuerer produkter på vegne av internasjonale merkevareleverandører.

Flere store aktører distribuerer en rekke kjente merkevarer, herunder Maria Nila, Tendenz og Headbrands. I tillegg til egen merkevare distribuerer også L'Oréal sterke og kjente merkevarer som Kérastase, Redken og Pureology. Det eksisterer også det en rekke mindre aktører som Hårologi, hairtalk, Heidenstrøm, idHAIR, Kao Norway, Ruhs, We Are One, Sæther Profession, Icon Hairspa, mv. som vil fortsette å utøve sterkt konkurransepress på partene også etter transaksjonen. Det finnes dermed en rekke ulike aktører med sterke merkevareporteføljer som distribuerer profesjonelle hårpleieprodukter i Norge.

Partene møter dessuten potensiell konkurranse fra merkevareleverandørene selv, som innen kort tid og uten særlige tilleggskostnader eller risiko, enkelt kan etablere seg for å selv håndtere sitt fulle salgsvolum ved å overta eksisterende kundeforhold og fortsette distribusjonen på egenhånd. Merkevareleverandørene har som en del av et stort internasjonalt konsern høy investeringsevne og kapasitet til å utvikle sitt eget distribuasjonsnettverk i Norge, slik som for eksempel Wella og L'Oréal har gjort. Etter L'Oréals oppkjøp av ColorWow i 2025 har selskapet nå byttet fra ByWe til å håndtere egen distribusjon i Norge.

Kunder

Partene og øvrige aktører i det nasjonale markedet for grossistsalg av profesjonelle hårpleieprodukter selger primært til frisørsalonger/-kjeder og øvrig retail (netthandelsaktører og specialty retail). De største kundene er frisørkjeder og store innkjøpskjeder som fremforhandler rammeavtaler på vegne av mange små frisørsalonger, samt retailaktører som BliVakker, Vita og Lyko. De største frisørkjedene, innkjøpskjedene og retailaktørene oppleves å ha en viss forhandlingsstyrke overfor distributørene i Norge.

Leverandører

En rekke store internasjonale merkevarer som Wella, Redken, L'Oréal, KEVIN.MURPHY, Moroccanoil, Schwarzkopf, Kérastase, mv. selger sine hårpleieprodukter i Norge. Produktene selges enten gjennom norske datterselskaper eller gjennom distribuasjonsavtaler med norske selvstendige distributører. Merkevareleverandørene oppleves å ha høy selgermakt, og aktører i det relevante produktmarkedet er avhengige av at merkevareleverandøren er fornøyd med distributørens salgsplan, strategi, markedsføring, leveranse, service og ikke minst oppnådde salgsvolum, for å kunne ha et attraktivt produkt å selge på det norske markedet.

Transaksjonen antas ikke å medføre noen negative virkninger for leverandørene, ettersom det finnes mange ulike alternative distributører som leverandøren enkelt kan bytte til. Alternativt kan dessuten de største merkevareleverandørene innen kort tid og uten særlige tilleggskostnader eller risiko, enkelt opprette sitt eget distribuasjonsnettverk dersom de aktuelle distributørene ikke oppfyller leverandørens forventninger.

6.3 Grossistsalg av rekvisita og annet utstyr til frisørsalonger

Utover hårpleieprodukter selger partene også rekvisita og annet utstyr til frisørsalonger i Norge.

Frisørsalonger benytter et bredt spekter av produkter i den daglige virksomheten, både i direkte tilknytning til frisørbehandlingene og mer generelt for å drifte salongene. For eksempel benyttes sakser, kammer, børster, fønere, rettetenger, kapper, folie, plastikkhansker og andre forbruksvarer ved klipp, farging, styling og øvrige behandlinger. I tillegg har salongene behov for inventar og møbler, som frisørstoler, vaskestasjoner, arbeidsbord og oppbevaringsløsninger. Mer generelle driftsrelaterte produkter omfatter blant annet rengjøringsmidler, vaskemidler, kaffe og andre artikler som benyttes i salongens løpende virksomhet.

Storskogen har gjennom porteføljeselskapene ByWe og Cutrin grossistsalg i Norge av et bredt utvalg rekvisita og utstyr til frisørsalonger, herunder børster, kammer, sakser, elektriske verktøy, fargeverktøy, folie, hansker, hetter, kapper, øvelseshoder, rengjørings- og desinfiseringsmidler, salongutstyr og møbler, diverse forbruksmateriell, osv. Totalt sett utgjør imidlertid grossistsalg av rekvisita og annet utstyr kun en mindre del av Storskogens salg til frisørsalonger (omtrent [redacted] av omsetningen fra frisørsalonger kommer fra salg av rekvisita og annet utstyr).

Verdant tilbyr mange av de samme produktkategoriene som Storskogen, men grossistsalg av rekvisita og utstyr til frisørsalonger utgjør kun en helt marginal del av selskapets salg til frisørsalonger (godt under [redacted] av omsetningen fra frisørsalonger kommer fra salg av rekvisita og annet utstyr).

Partene er ikke kjent med at hverken Konkurransetilsynet eller EU-kommisjonen har tatt stilling til avgrensningen av et mulig marked for grossistsalg av rekvisita og annet utstyr til frisørsalonger. Det legges for denne meldingen til grunn at et eventuelt slikt marked omfatter alle typer rekvisita og utstyr som benyttes i driften av frisørsalonger, herunder alt fra møbler, sakser, kammer, plastikkhansker og folie til kaffe og rengjøringsmidler, og at markedet er minst nasjonalt i utstrekning. Det er likevel ikke nødvendig med en endelig konklusjon på markedsavgrensningen ettersom transaksjonen i alle tilfeller ikke vil hindre effektiv konkurranse i markedet.

Ettersom mye av utstyret kan kjøpes fra en rekke ulike aktører, inkludert dagligvarebutikker, er det vanskelig å estimere størrelsen på totalmarkedet i Norge. Melder anslår likevel at den samlede markedsandelen er godt under [redacted]. Grossistsalg av rekvisita utgjør som nevnt kun en mindre del av Storskogens virksomhet (omsetning på [redacted] i 2025) og en helt marginal del av Verdants virksomhet (omsetning på [redacted] i 2025).

6.4 Grossistsalg av hudpleieprodukter

Selv om Verdant i all hovedsak har sin virksomhet innenfor hårpleie, tilbyr selskapet også enkelte hudpleieprodukter som kropps- og ansiktskremer, dusjsåper, solprodukter og pleieprodukter for menn. Innenfor grossistsalg av hudpleieprodukter hadde selskapet en omsetning på [redacted] i 2025. Salg av slike produkter utgjør derfor kun en svært liten del av Verdants virksomhet (under [redacted] av den totale omsetningen).¹³

Storskogen har gjennom Scandinavian Cosmetics grossistsalg av produkter innenfor hele skjønnhetsspekteret, blant annet hudpleie, sminke og parfymen. Også ByWe og Cutrin tilbyr i mer begrenset omfang enkelte skjønnhetsprodukter utover hårpleie. Storskogens omsetning innenfor grossistsalg av hudpleieprodukter i 2025 var ca. [redacted].

¹³ Produktsortimentet fra Comfort Zone omfatter også noen enkeltstående produkter utover hudpleieproduktene, slik som håndklær, antrekk, annet utstyr og i svært begrenset omfang kosmetikk, men salget av slike produkter er helt bagatellmessig og utgjorde i 2025 under [redacted].

Innenfor et eventuelt marked for grossistsalg av hudpleieprodukter i Norge fører derfor transaksjonen til en begrenset overlap mellom partene. Selv om størrelsen på et slik mulig marked trolig er noe større, legges det for denne meldingen til grunn at totalmarkedet utgjør omtrent NOK 4,54 mrd., noe som gir en samlet markedsandel på ca. [redacted] og en ubetydelig konsentrasjonsøkning.¹⁴

EU-kommisjonen har tidligere sett på mulige separate markeder for blant annet kroppspleie, ansiktspleie, håndpleie, såpe, solbeskyttelsesprodukter, pleieprodukter for menn og bad- og dusjprodukter, men generelt latt den endelige markedsdefinisjonen stå åpen.¹⁵ Overlappen mellom partene innenfor grossistsalg av hudpleieprodukter er som nevnt svært begrenset og etter Melders vurdering er den samlede markedsandelen i alle tilfeller lav, og konsentrasjonsøkningen ubetydelig, under enhver rimelig markedsavgrensning.

7. VERTIKALE RELASJONER

For ordens skyld bemerkes følgende:

- Storskogen hadde tidligere frisørvirksomhet i Norge gjennom porteføljeselskapet Motavo Group AS (eier av frisørkonseptene Tango, Vox Hair Concept og Modern Design). Virksomheten ble imidlertid solgt i 2025 og Storskogen har i dag ingen frisørvirksomhet i Norge.
- Som nærmere beskrevet i punkt 4.1 over, produserer Storskogen-selskapet ByWe AB hårpleieprodukter for salg til grossister. I Norge leveres disse produktene imidlertid kun til ByWe AS.

8. VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

8.1 Grossistsalg av profesjonelle hårpleieprodukter til frisørsalonger

Partenes viktigste konkurrenter:

Fem viktigste konkurrenter			

Storskogens viktigste kunder og leverandører:

Storskogens fem viktigste kunder			
Storskogens fem viktigste leverandører			

¹⁴ Kilde markedsstørrelse: Euromonitor.
¹⁵ COMP/M.9445 - Natura Cosmetics/Avon Products.

Verdants viktigste kunder og leverandører:

Verdants fem viktigste kunder			
Verdants fem viktigste leverandører			

8.2 Grossistsalg av profesjonelle hårpleieprodukter til øvrig retail (ecom og specialty retail)

Partenes viktigste konkurrenter:

Fem viktigste konkurrenter			

Storskogens viktigste kunder og leverandører:

Storskogens fem viktigste kunder			
Storskogens fem viktigste leverandører			

Verdants viktigste kunder og leverandører:

Verdants fem viktigste kunder			
Verdants fem viktigste leverandører			

8.3 Grossistsalg av rekvisita og annet utstyr til frisørsalonger

Partenes viktigste konkurrenter:

Fem viktigste konkurrenter			

Storskogens viktigste kunder og leverandører:

Storskogens fem viktigste kunder			
Storskogens fem viktigste leverandører			

Verdants viktigste kunder og leverandører:

Verdants fem viktigste kunder			
Verdants fem viktigste leverandører			

8.4 Grossistsalg av hudpleieprodukter

Partenes viktigste konkurrenter:

Fem viktigste konkurrenter			

Storskogens viktigste kunder og leverandører:

Storskogens fem viktigste kunder			
Storskogens fem viktigste leverandører			

Verdants fem viktigste kunder	[Redacted]
Verdants fem viktigste leverandører	[Redacted]

[REDACTED]

Årsberetning og årsregnskap for Melder (2025) og årsregnskap for Målselskapet (2024) er vedlagt meldingen som henholdsvis vedlegg 2 og 3.

Foretakssammenslutningen er ikke underlagt tilsyn fra andre myndigheter.

Melder ber om at opplysningene markert i **blått** i dette dokumentet, samt vedlegg 1 og vedlegg 4 i sin helhet, unntas fra offentlighet fordi dette er forretningshemmeligheter som det er konkurransemessig betydning å hemmeligholde, jf. offentleglova § 13 jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2.

Begrunnelse for unntak av forretningshemmeligheter er angitt i vedlegg 4. Offentlig versjon av meldingen er vedlagt som vedlegg 5.

Vedlegg 1:	Share Purchase Agreement dated 22 May 2026
Vedlegg 2:	Årsberetning og årsregnskap Storskogen (2025)
Vedlegg 3:	Årsregnskap Verdant (2024)
Vedlegg 4:	Begrunnelse for unntak av forretningshemmeligheter

Vedlegg 5: Offentlig versjon av meldingen

14. UNDERSKRIFT

Oslo, 2. juni 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'K. Maurtvedt', with a long horizontal stroke extending to the right.

Advokatfirmaet Haavind AS

Karoline Maurtvedt

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELIGHETER

Konkurransetilsynet

Sendt per epost til:

Høiland Jan Kristoffer jaho@kt.no

Sundsbø Øystein oysu@kt.no

Vår ref.
66513-103 | 53666853v1

Ansvarlig advokat
Simen Klevstrand

Oslo, 12. juni 2026

2026/0233: STORSKOGEN NORGE AS / VERDANT AS – SUPPLERENDE INFORMASJON**1. Innledning**

Vi viser til epost av 8. juni fra Konkurransetilsynet. Nedenfor følger den etterspurte supplerende informasjon. Vi ber om å bli kontaktet ved behov for oppklaringer eller ytterligere informasjon.

Melder ber om at opplysningene markert i blått i dette dokumentet unntas offentlighet, fordi dette er informasjon om kunder, leverandører og konkurrenter. Opplysningene er ikke offentlig kjent og innsyn i opplysningene vil gi innsyn i partenes drifts- og forretningsforhold. Dersom informasjonen skulle tilkomme andre markedsaktører, vil det foreligge en risiko for tap ved at disse kan bruke informasjonen til strategisk planlegging til skade for partene. Dette er derfor forretningshemmeligheter som det er konkurransemessig betydning å hemmeligholde, jf. offentleglova § 13 jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2. Det samme gjelder vedleggene i sin helhet.

2. Storskogens porteføljeselskaper

Som nevnt i meldingen kjøper og utvikler Storskogen små og mellomstore bedrifter i Norden, DACH-regionen, Storbritannia og Asia. Storskogen har en desentralisert modell hvor hver virksomhet fortsatt har ansvar for strategi, kompetansetilførsel og resultater.

De porteføljeselskapene som har overlappende virksomhet med Målselskapet er beskrevet i meldingen. I tillegg er det beskrevet hvilke andre porteføljeselskaper som har virksomhet innenfor leverandør- og grossisttjenester for hårpleie- og skjønnhetsprodukter, men uten å ha overlapp med Målselskapet. Alle relevante porteføljeselskaper er altså beskrevet i meldingen.

Vedlagt følger et dokument med beskrivelser av alle porteføljeselskaper.

3. **Beskrivelser av største kunder, konkurrenter og leverandører**

3.1 **Kunder**

Partenes viktigste kunder innenfor salongsegmentet er nasjonale frisørkjeder, slik som [redacted]. Disse kjedene har typisk et sentralt innkjøpsledd som inngår avtaler på vegne av salongene i kjeden.

Partenes viktigste kunder innenfor ecom og specialty retail er aktører som i hovedsak selger via online kanaler, slik som [redacted]. I tillegg har partene viktige kunder som i hovedsak selger gjennom fysiske butikker, slik som [redacted].

Hver av partenes fem viktigste kunder i begge segmenter er oppgitt i meldingen, og kontaktdetaljer til kundene er vedlagt dette brevet. Som det fremgår er enkelte kunder felles partene, som illustrerer at en kunde kan kjøpe inn varer fra flere grossister.

3.2 **Konkurrenter**

Partenes viktigste konkurrenter er grossister innen hårpleieprodukter. Disse er dels norske aktører, som Tendenz og Icon Hairspa; nordiske, som Maria Nila; og internasjonale, som L'Oréal og Wella. De sistnevnte er vertikalt integrerte og har egne produkter, mens andre aktører, for eksempel Tendez, er uavhengig og selger andre aktørers merkevarer.

Storskogens viktigste konkurrenter i salongsegmentet, med hvilke produkter de fører, følger av tabellen under.

Konkurrent	Oversikt over merkevarer og typer	Merkevarene som anses som nærmeste alternativer til Storskogens merkevarer
[redacted]		

Storskogens viktigste konkurrenter innen ecom/specialty retail, med hvilke produkter de fører, følger av tabellen under.

Konkurrent	Oversikt over merkevarer og typer produkter	Merkevarene som anses som nærmeste alternativer til Storskogens merkevarer
[redacted]		
[redacted]		
[redacted]		

Verdants viktigste konkurrenter i salongsegmentet, med hvilke produkter de fører, følger av tabellen under:

Konkurrent	Oversikt over merkevarer og typer produkter (for eksempel om det gjelder shampoo, balsam, farge, stylingprodukter, osv.)	Merkevarene som anses som nærmeste alternativer til Verdants merkevarer

Verdants viktigste konkurrenter innen ecom/specialty retail, med hvilke produkter de fører, følger av tabellen under.

Konkurrent	Oversikt over merkevarer og typer produkter (for eksempel om det gjelder shampoo, balsam, farge, stylingprodukter, osv.)	Merkevarene som anses som nærmeste alternativer til Verdants merkevarer

Kontaktdetaljer til konkurrentene er vedlagt dette brevet.

3.3 Leverandører

Partenes viktigste leverandører er internasjonale produsenter/merkevareeiere, slik som [REDACTED]. Disse internasjonale aktørene selger typisk sine produkter gjennom én grossist i Norge til salonger og specialty retail.

Blant de viktigste leverandørene til Stoskogen er [REDACTED] produsent av hårpleieprodukter under samme varemerke. Stoskogens datterselskap [REDACTED] bærer dette navnet fordi selskapet blant annet distribuerer dette brandet; selskapet har ikke eiermessige forbindelser til [REDACTED].

Hver av partenes fem viktigste leverandører er oppgitt i meldingen, og kontaktdetaljer er vedlagt dette brevet.

4. Kontaktpersoner

Kontaktdetaljer følger som vedlegg til dette brevet.

5. Eksklusivavtaler

Avtalene med merkeeeierne/leverandørene gir som regel grossisten eksklusiv distribusjon i Norge. Dette gjelder både for salg til salonger og til specialty retail. Varigheten på avtalene kan være om lag [REDACTED] år, men kan også være kortere eller lengre. Hvis merkeeeieren/leverandøren bryter kontrakten, kan dette generelt gi rett til erstatning. Kontrakter kan imidlertid inneholde bestemmelser som gir rett til å avvike eller fravike kontrakten, for eksempel ved manglende oppnåelse av salgsmål. Etter opphør av kontrakten står merkeeeieren/leverandøren generelt fritt til å bytte grossist.

6. Partenes produkter/merkevarer

Cutrin AS har følgende produkter:

Merkevare	Kort beskrivelse av produkter	Selges til frisørsalonger (kryss av)	Selges til retail-kunder (kryss av)
Cutrin	Alt innen hårpleie, både for salg og bruk i salongen, ergo sjampo, balsam, stylingprodukter, hårdarge, bleking etc.	x	x (deler av dette)
Paul Mitchell	Alt innen hårpleie, både for salg og bruk i salongen, ergo sjampo, balsam, stylingprodukter, hårfarge, bleking etc.	x	x (deler av dette)
Moroccanoil	Alt innen hårpleie, både for salg og bruk i salongen, ergo sjampo, balsam, stylingprodukter, hårfarge, bleking etc.	x	x (deler av dette)
REF	Alt innen hårpleie, både for salg og bruk i salongen, ergo sjampo, balsam, stylingprodukter, (hårfarge, bleking) etc.	x	x (deler av dette)
Special 1	Styling	x	x
QiQi	Pleie og kjemi behandlinger	x	

ByWe har følgende produkter:

Merkevare	Kort beskrivelse av produkter	Selges til frisørsalonger (kryss av)	Selges til retail-kunder (kryss av)
Schwarzkopf Professional	Alt innen hårpleie, både for salg og bruk i salongen, ergo sjampo, balsam, stylingprodukter, hårgarge, bleking etc.	x	x (deler av dette)
Olaplex	Sjampo, balsam, kur preperater, både for salg og spesial produkter kun for bruk i salong.	x	x (deler av dette)
Lanza	Alt innen hårpleie, både for salg og bruk i salongen, ergo sjampo, balsam, stylingprodukter, hårgarge, bleking etc.	x	x (deler av dette)
IGK	Sjampo, balsam og stylingprodukter.	x	x (deler av dette)
Beardburys	Sjampo, balsam og stylingprodukter, + skjegg og barberingsprodukter.	x	
Björk	Sjampo, balsam og stylingprodukter.	x	x
Malibu C	spesila produkter for rensing av håret, spesialkurer.	x	
Beauty Works	Hair extension, sjampo,balsam, styling, el-verktøy.	x	
Hairtalk	Hair extension.	x	
MMKollagen	Kollagen pulver for styrking av håret	x	
Renati	Styling	x	x
Toppik	spesial serie for tynnende hår.	x	x
HH Simonsen	el-verktøy	x	x
Danger Jones	Fargerelaterte produkter, noe for salg , men flest produkter til salongbruk.	x	x
Mydentity	Fargerelaterte produkter	x	

Verdant har følgende produkter:

Merkevare	Kort beskrivelse av produkter	Selges til frisørsalonger (kryss av)	Selges til retail-kunder (kryss av)
Kevin Murphy	Shampoo, balsam, kur, styling og farge	X	X
Davines	Shampoo, balsam, kur, styling og farge	X	X
Eleven Australia	Shampoo, balsam, kur, styling og farge	X	X
K18	Shampoo, conditioner, kur og styling	X	X
Decibel	Shampoo, conditioner og volumolje/kur	X	X

7. Produkter/merkevarer som føres av konkurrenter

Se punkt 3.2 over.

8. Grossistbytter

Ingen leverandører/merkevarer har byttet fra Verdant eller fra Cutrin til annen grossist siden 2021.

Følgende leverandører/merkevarer har byttet fra ByWe:

Leverandør/merkevare	Andel av ByWe omsetning	Årstall for bytte av grossist	Navn på ny grossist (eventuelt egen distribusjon)	Produktene selges til frisørsalonger (kryss av)	Produktene selges til retail-kunder (kryss av)
		2023			X
		2022		X	X
		2022		X	X
		2024		X	X
		2026		X	X

Det bemerkes at [redacted] byttet tilbake til ByWe i 2025.

Med vennlig hilsen
Advokatfirmaet Haavind AS

Simen Klevstrand
Partner, MNA
s.klevstrand@haavind.no