



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Þriðjudagur, 21. maí 2013

Ákvörðun nr. 14/2013

## **Samruni Station ehf. og Íslands-Verslunar ehf.**

### **I.**

#### **Samruninn**

Í ákvörðun þessari er tekinn til skoðunar samruni Station ehf. (hér eftir Station), sem er í sömu eigu og Basco ehf. (hér eftir Basco) móðurfélag Rekstrarfélagsins Tíu-ellefu ehf. (hér eftir 10-11) og Íslands-Verslunar ehf. (hér eftir Iceland) sem rekur tvær verslanir undir nafninu Iceland. Nánar tiltekið er um að ræða yfirtöku Station á 51% eignarhlut í Íslandi-Verslun ehf. af Jóhannesi Jónssyni. Station er félag í eigu Árna Péturs Jónssonar, en hann er einnig eigandi að 100% hlut í félaginu Basco, sem er 100% eigandi að 10-11. Við samrunann fer því sami aðili með yfirráð í verslunum Iceland og 10-11 í skilningi samkeppnislaga. Engin breyting verður hins vegar á rekstri 10-11 og Iceland við samrunann og verða þau, hvort um sig, áfram rekin sem sérstök félög.

Þann 16. janúar 2013 barst Samkeppniseftirlitinu samrunatilkynning þar sem tilkynnt var um samruna umræddra félaga. Samhliða tilkynningu um samrunann var send beiðni um undanþágu til þess að samruninn gæti komið til framkvæmda á meðan Samkeppniseftirlitið fjallaði um hann, sbr. 3. mgr. 17. gr. a samkeppnislaga. Station taldi fyrirhuguð viðskipti hafa jákvæð áhrif á samkeppni á matvörumarkaði. Á árinu 2011 hafi 10-11 verið skilið frá Högum hf. og selt í opinberu sölufélagi, m.a. að kröfu samkeppnisyfirvalda, til að auka samkeppni. Iceland verslunarkeðjan hefði opnað verslun að Engihjalla í lok júlí á síðasta ári og aðra að Fiskislóð í desember 2012. [...] Einkum þar sem samruni Iceland og 10-11 væri líklegur til að styrkja félögin í samkeppni við stóru aðilana á markaðnum.

Með bréfi Samkeppniseftirlitsins, dags. 16. janúar 2013, var samrunaaðilum veitt undanþága til að framkvæma samrunann. Það skilyrði var sett fyrir undanþágunni að ekki yrði gripið til aðgerða sem gerðu það ómögulegt að láta samrunann ganga til baka ef það yrði niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að hann hefði skaðleg áhrif á samkeppni. Var óskað eftir því að samrunaðilar staðfestu með skriflegri yfirlýsingu að þeir myndu ekki grípa til neinna ráðstafana sem kæmu í veg fyrir eða torvelduðu mjög að samruninn gæti gengið til baka. Barst slík yfirlýsing samdægurs, þann 16. janúar 2013.

Með bréfi, dags. 7. febrúar 2013, tilkynnti Samkeppniseftirlitið samrunaaðilum að það teldi ástæðu til frekari rannsóknar á samkeppnislegum áhrifum samrunans.



Rekstrarfélag Tíu-ellefu ehf. á og rekur 23 verslanir undir vörumerkinu 10-11 og eina verslun undir vörumerkinu Inspired by Iceland á Keflavíkurflugvelli. Verslanirnar eru staðsettar í Reykjavík, Kópavogi, Hafnarfirði, Reykjanesbæ og á Akureyri.

Ísland-Verslun ehf. á og rekur 2 verslanir undir vörumerkinu Iceland. Fyrir kaupin var 63% hlutur Iceland í eigu Jóhannesar Jónssonar og 37% hlutur í eigu Iceland Foods í Bretlandi. Við kaupin tekur Station yfir 51% hlutfjár af Jóhannesi Jónssyni, en hann heldur eftir 12% hlut.

## II.

### Skilgreining markaða

Samkvæmt samkeppnislögum er markaður sölusvæði vöru og staðgönguvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgönguþjónustu. Almennt eru markaðir skilgreindir út frá að minnsta kosti tveimur sjónarhornum; annars vegar þarf að bera kennsl á og afmarka vöru- eða þjónustumarkaðinn og hins vegar þarf að bera kennsl á og afmarka landfræðilega markaðinn.

Samrunaaðilar starfa á markaði fyrir dagvöru. Í samrunaskrá vísa samrunaaðilar í skýrslu Samkeppniseftirlitsins nr. 1/2012, *Verðþróun og samkeppni á dagvörumarkaði*, og fallast á þá skilgreiningu sem þar kemur fram. Í fyrri málum þar sem samkeppnisyfirvöld hafa fjallað um matvörumarkaðinn hefur vörumarkaðurinn verið skilgreindur sem sala á dagvöru í matvöruverslunum. Með dagvöru er átt við vörur sem uppfylla daglegar neysluparfir neytenda, þ.e. dagvöruverslanir bjóða upp á allt það vöruúrval sem neytendur mættu vænta til að uppfylla daglegar neysluparfir sínar. Er um sömu skilgreiningu vörumarkaðar að ræða og fram kemur í ofangreindri skýrslu, sbr. einnig dóm Hæstaréttar Íslands frá 18. nóvember 2010 í máli nr. 188/2010 *Hagar hf. gegn Samkeppniseftirlitinu*. Eftir gagnaöflun var ekki talin ástæða til, í máli þessu, að rannsaka frekar fyrri afmörkun markaðarins. Með hliðsjón af þessu telur Samkeppniseftirlitið að markaður málsins sé sala matvöruverslana á dagvörum.

Að mati Samkeppniseftirlitsins er smásala verslana á dagvöru til neytenda staðbundinn markaður. Samrunaaðilar telja að áhrifa samrunans muni helst gæta á höfuðborgarsvæðinu. Fræðilega séð getur landfræðilegur markaður verið ýmist staðbundinn, svæðisbundinn, landsmarkaður eða alþjóðamarkaður. Stærð landfræðilegs markaðar veltur m.a. á því að hvaða marki þörf er talin á því að kaupandinn sé í nálægð við seljandann. Sérstaklega skiptir máli hversu mikil þörf er á beinu sambandi milli kaupanda og seljanda og hver yrði tíma- og ferðakostnaður við að nálgast seljanda í meiri fjarlægð. Er almennt litið svo í samkeppnisrétti að smásölumarkaðir séu staðbundnir. Ljóst er að nálægð kaupanda við dagvöruverslanir er að öllu jöfnu æskileg ef ekki nauðsynleg. Hefur í eldri málum verið miðað við að verslanir geti að öðru jöfnu náð til sín viðskiptavinum sem ekki þurfi að leggja á sig lengri en 20 mínútna akstur í viðkomandi verslun. Að mati Samkeppniseftirlitsins verður ekki annað séð en að sambærileg viðmið eigi við í þessu máli. Flestar af verslunum 10-11 eru á höfuðborgarsvæðinu og báðar verslanir Iceland eru á því svæði. Samlegðaráhrifa mun því helst gæta þar. Samkeppniseftirlitið telur því að landfræðilegur markaður málsins sé höfuðborgarsvæðið.



### III.

#### Samkeppnisleg áhrif samrunans og aðstæður á markaði

Til þess að leggja mat á samkeppnisleg áhrif samrunans var að mati Samkeppniseftirlitsins nauðsynlegt að afla ýmissa gagna frá samrunaaðilum og keppinautum þeirra. Var m.a. aflað upplýsinga til að meta markaðshlutdeild dagvöruverslana á höfuðborgarsvæðinu þar sem samlegðaráhrifa gætir árin 2011 og 2012. Einnig verður höfð hliðsjón af markaðshlutdeild á landinu öllu. Við mat á markaðshlutdeild einstakra fyrirtækja er eftir atvikum aflað gagna um alla sem starfa á viðkomandi markaði og að jafnaði stuðst við upplýsingar hlutaðeigandi fyrirtækja um tekjur þeirra vegna sölu á þeirri vöru og/eða þjónustu sem um ræðir. Útreikningar á markaðshlutdeild miðast við upplýsingar um heildarsölu dagvöru í matvöruverslunum án vsk.

**Tafla 1. Markaðshlutdeild verslana á höfuðborgarsvæðinu 2011 & 2012\***

| <b>Verslun</b>               | <b>2012 (%)</b> | <b>2011 (%)</b> |
|------------------------------|-----------------|-----------------|
| 10-11                        | [4-5%]          | [4-5%]          |
| Iceland                      | [0-1%]          |                 |
| <b>Samtals samrunaaðilar</b> | <b>[5-6%]</b>   | <b>[4-5%]</b>   |
|                              |                 |                 |
| Hagar                        | [53-54%]        | [54-55%]        |
| Kaupás                       | [24-25%]        | [25-26%]        |
| Samkaup                      | [4-5%]          | [4-5%]          |
| Fjarðarkaup                  | [3-4%]          | [3-4%]          |
| Víðir                        | [3-4%]          | [1-2%]          |
| Kostur                       | [1-2%]          | [1-2%]          |
| Melabúðin                    | [1-2%]          | [1-2%]          |
| Miðbúðin                     | [0-1%]          | [0-1%]          |
| Aðrar verslanir              | [1-2%]          | [1-2%]          |
| <b>Samtals</b>               | <b>[100,0%]</b> | <b>[100,0%]</b> |

\* Fyrir einhverjar smærri verslananna hafa tölur verið áætlaðar út frá fyrri árum ef nákvæmar tölur liggja ekki fyrir.

Þrjár verslanasamstæður ráða langstærstum hluta dagvörumarkaðarins; Hagar sem reka verslanakeðjurnar Bónus og Hagkaup (ráku einnig 10-11 fram á árið 2011); Kaupás sem rekur Krónuna, Nóatún og Kjarval og að síðustu Samkaup sem reka Nettó, Kaskó, Samkaup-strax og Samkaup-úrval. Eins og fram kemur í töflunni voru verslanasamstæðurnar þrjár, þ.e. Hagar, Kaupás og Samkaup með ríflega 82% hlutdeild á dagvörumarkaði á höfuðborgarsvæðinu árið 2012. Hagar og Kaupás eru með stærri hlut á höfuðborgarsvæðinu en á landsbyggðinni. Samkaup voru á hinn bóginn með undir 5% hlut á höfuðborgarsvæðinu en sterka stöðu á landsbyggðinni. Verslanirnar Fjarðarkaup, Víðir, Kostur, Melabúðin og Miðbúðin hafa allar undir 5% markaðshlutdeild. Aðrar verslanir hafa samtals einungis ríflega 1% hlutdeild.



Eins og fram kemur hér að framan í umfjöllun um landfræðilegan markað eru smásöllumarkaðir almennt skilgreindir út frá eftirspurnarhliðinni og markaðurinn í þessu máli því staðbundinn. Hins vegar liggur fyrir í máli þessu að helstu keppinautar starfa víða um landið og líta ber til þess að flestar af stærri verslanakeðjunum á Íslandi eru t.a.m. með sama verð á sömu vörum í öllum verslunum sínum um land allt. Er því gagnlegt að skoða markaðshlutdeild í málinu einnig á landinu öllu.

**Tafla 2. Markaðshlutdeild verslana á landinu öllu 2011 & 2012\***

| <b>Verslun</b>                | <b>2012 (%)</b> | <b>2011 (%)</b> |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|
| 10-11                         | [3-4%]          | [3-4%]          |
| Iceland                       | [0-1%]          |                 |
| <b>Samtals samrunaaðilar</b>  | <b>[4-5%]</b>   | <b>[3-4%]</b>   |
| Hagar                         | [48-49%]        | [49-50%]        |
| Kaupás                        | [19-20%]        | [20-21%]        |
| Samkaup                       | [15-16%]        | [15-16%]        |
| Fjarðarkaup                   | [2-3%]          | [2-3%]          |
| Víðir                         | [1-2%]          | [1-2%]          |
| Kostur                        | [1-2%]          | [0-1%]          |
| Melabúðin                     | [0-1%]          | [0-1%]          |
| Kaupfélag Skagfirðinga        | [0-1%]          | [0-1%]          |
| Verslun Einars Ó.             | [0-1%]          | [0-1%]          |
| Miðbúðin                      | [0-1%]          | [0-1%]          |
| Kaupfélag Vestur-Húnavetninga | [0-1%]          | [0-1%]          |
| Kaupfélag Steingrímsfjarðar   | [0-1%]          | [0-1%]          |
| Aðrar verslanir               | [2-3%]          | [2-3%]          |
| <b>Samtals</b>                | <b>[100,0%]</b> | <b>[100,0%]</b> |

\* Fyrir einhverjar smærri verslananna hafa tölur verið áætlaðar út frá fyrri árum ef nákvæmar tölur liggja ekki fyrir.

Samanlögð hlutdeild þriggja verslanasamstæðna var um 85% á landsvísu árið 2012. Hlutdeild Haga lækkaði lítillega frá árinu 2011 til ársins 2012 og má ætla að sala 10-11 frá Högum skipti þar mestu.

Samkvæmt upplýsingum sem fram koma í töflunum var hlutdeild 10-11 undir 5% á höfuðborgarsvæðinu á árinu 2012 og hlutdeild Iceland undir 1%. Samruni þessara tveggja aðila mun því hafa óveruleg áhrif á markaði fyrir dagvöru. Í ljósi smæðar samrunaaðila telur Samkeppniseftirlitið því ekki ástæðu til að aðhafast frekar vegna samruna Station ehf. og Íslands-Verslunar ehf.



Að mati Samkeppniseftirlitsins er þó ljóst að fákeppni ríkir í smásölu á dagvörumarkaði hér á landi en þrjár verslanasamstæður, Hagar, Kaupás og Samkaup, voru eins og fyrr segir samanlagt með um 82% markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu árið 2012. Þar af voru Hagar með 53-54% hlutdeild, Kaupás var með 24-25% hlutdeild árið 2010 og Samkaup 4-5% hlut, en þess má þó geta að Samkaup eru mun sterkari á landsbyggðinni.

Samkeppniseftirlitið vill taka fram að það hefur í fyrri málum sem varða dagvörumarkaðinn komist að þeirri niðurstöðu að Hagar væru markaðsráðandi. Í markaðsráðandi stöðu felst samkvæmt samkeppnislögum að fyrirtæki hafi þann efnahagslega styrkleika að geta hindrað virka samkeppni á markaðnum og geti að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda. Þegar lagt er mat á hvort fyrirtæki er í markaðsráðandi stöðu er auk markaðshlutdeildar einkum litið til atriða eins og efnahagslegs styrkleika, stöðu keppinauta og hverjir séu möguleikar nýrra keppinauta á að hasla sér völl á markaðnum auk kaupendastyrks viðskiptavina. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 64/2008 *Misnotkun Haga hf. á markaðsráðandi stöðu sinni á matvörumarkaði*, sbr. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 2/2009 og dóm Hæstaréttar í máli nr. 188/2010 *Hagar hf. gegn Samkeppniseftirlitinu* var komist að þeirri niðurstöðu að Hagar væru í markaðsráðandi stöðu. Að sömu niðurstöðu hefur verið komist í eldri málum, sbr. t.d. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 38/2002, *Samningur Baugs Group hf. og Eignarhaldsfélagsins Fengs hf. um stofnun á félagi um rekstur Ávaxtahússins ehf. og Banana ehf.* Í nýrri ákvörðunum Samkeppniseftirlitsins nr. 6/2010 og 20/2011, þar sem fjallað hefur verið um yfirráð Arion banka og Búvalla yfir Högum hefur jafnframt verið komist að þeirri niðurstöðu að Hagar væru enn í markaðsráðandi stöðu á matvörumarkaði. Í þessum málum, t.a.m. því máli sem leiddi til fyrrgreinds dóms Hæstaréttar í máli nr. 188/2010, var við mat á markaðsráðandi stöðu miðað við markaðshlutdeild Haga árin 2005 og 2006 en þá voru Hagar með um 50% hlutdeild. Í málinu voru einnig tekin til skoðunar önnur atriði eins og aðgangshindranir, fjárhagslegur styrkleiki Haga, stærðarhagkvæmni og rekstur birgðahúss Aðfanga sem og önnur starfsemi á tengdum mörkuðum. Voru yfirburðir Haga vegna þessara atriða, ásamt hárrí markaðshlutdeild á skilgreindum landfræðilegum mörkuðum þar sem Bónusverslanir störfuðu, talin leiða til þess að Hagar væru markaðsráðandi.

Þær breytingar sem orðið hafa á Högum frá því umrædd mál voru til skoðunar eru eins og fyrr segir að fyrirtækið seldi frá sér verslanir 10-11. Við það fjölgaði keppinautum á markaðnum en 10-11 er nú fjórða stærsta verslanasamstæðan og rekur 23 verslanir auk þess sem Iceland verslanirnar eru undir yfirráðum sömu aðila. Eins og fram kemur í töflunum hér að framan er þó ljóst að Hagar voru með um 53% hlutdeild við sölu á dagvöru á höfuðborgarsvæðinu á árinu 2012. Hlutdeild fyrirtækisins á landsvísu var hins vegar 48-49%. Með hliðsjón af þessum upplýsingum um markaðshlutdeild Haga, framangreindum dómafordæmum og fyrri úrlausnum samkeppnisyrivalda telur Samkeppniseftirlitið að ekki séu vísbendingar um að staða Haga á markaðnum hafi breyst að því leyti að fyrirtækið er ennþá markaðsráðandi þrátt fyrir sölu þess á verslunum 10-11.



## **VI.**

### **Niðurstaða**

Í 17. gr. c samkeppnislaga segir að telji Samkeppniseftirlitið að samruni hindri virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða eins eða fleiri fyrirtækja verði til eða slík staða styrkist, eða verði að öðru leyti til þess að samkeppni raskist með umtalsverðum hætti, geti stofnunin ógilt samrunann eða sett honum skilyrði.

Athugun Samkeppniseftirlitsins á markaðnum leiðir til þeirrar niðurstöðu að ekki sé ástæða til að aðhafast vegna samruna 10-11 og Iceland. Samanlögð hlutdeild fyrirtækjanna var 5-6% á höfuðborgarsvæðinu á árinu 2012. Samruninn mun því hafa óveruleg áhrif á markaði fyrir dagvöru. Telur eftirlitið að með samrunanum sé ekki að verða til markaðsráðandi staða sameinaðs fyrirtækis, styrking á slíkri stöðu eða að samkeppni raskist verulega.

## **V.**

### **Ákvörðunarorð:**

**„Samkeppniseftirlitið telur ekki ástæðu til að aðhafast frekar vegna samruna Station ehf. og Íslands-Verslunar ehf.“**

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson