



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Þriðjudagur, 16. júlí 2019

Ákvörðun nr. 24/2019

Kaup Origo hf. á 100% hlut í Strikamerki – Gagnastýringu ehf.

I.

Málavextir og málsmeðferð

Með bréfi, dags. 12. júní 2019, var Samkeppniseftirlitinu tilkynnt um fyrirhuguð kaup Origo hf. (hér eftir Origo) á 100% hlut í Strikamerki – Gagnastýringu hf. (hér eftir Strikamerki). Meðfylgjandi tilkynningunni var samrunaskrá í samræmi við 1. mgr. 17. gr. a. samkeppnislaga nr. 44/2005. Um svokallaða styttri samrunaskrá var að ræða skv. 5. mgr. 17. gr. a. samkeppnislaga, sbr. viðauka I við reglur nr. 684/2008 um tilkynningu samruna og málsmeðferð í samrunamálum. Samkeppniseftirlitið mat þá skrá fullnægjandi í samræmi við ákvæði samkeppnislaga og reglur eftirlitsins um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum.

Í kjölfar móttöku samrunatilkynningarinnar óskaði Samkeppniseftirlitið eftir sjónarmiðum frá viðskiptavinum samrunaaðila og keppinautum. Verður þeirra sjónarmiða getið eftir því sem við á í umfjölluninni hér á eftir.

II.

Samruninn

Samkvæmt 17. gr. samkeppnislaga telst samruni hafa átt sér stað þegar breyting verður á yferráðum til frambúðar. Samruni getur þannig m.a. falist í því að fyrirtæki taki annað fyrirtæki yfir eða að það nái yferráðum í heild sinni eða að hluta yfir öðru fyrirtæki, t.d. með því að kaupa hluta af eignum þess eða þær allar, sbr. 1. mgr. 17. gr. laganna. Samkeppniseftirlitið telur að í kaupum Origo á öllum hlutum í Strikamerki felist samruni í skilningi 17. gr. samkeppnislaga.

1. Samrunaaðilar

Í samrunaskrá kemur fram að Origo sé þjónustufyrirtæki í upplýsingatækni. Origo hafi hafið starfsemi 1. janúar 2018 og sé samruni þriggja fyrirtækja, þ.e. Nýherja hf., Applicon hf. og TM Software hf. Tvö þau síðarnefndu hafi verið dótturfélög Nýherja og sérhæfi sig á sviði viðskiptahugbúnaðar og sérhæfðs hugbúnaðar eins og sjúkraskrárkerfi, heilsugæslulausnir, ferðalausnir o.fl. Origo starfi á ýmsum sviðum upplýsingatækni og vörusölu á neytendamarkaði. Aðalstarfsemi félagsins felist í sölu neytendavöru, vélbúnaðar og tengdri þjónustu, þróun og sölu hugbúnaðar, ráðgjöf á sviði upplýsingatækni, sem og hýsingu, rekstri tölvukerfa og tengdri þjónustu.



Samkvæmt samrunaskrá er Origo eigandi alls hlutfjár í Application Consulting Sweden Holding AB og Application Consulting Sweden AB. Origo sé skráð félag á hlutabréfamarkaði Nasdaq Iceland. Stærstu eigendur Origo séu Vogun hf., Birta Lífeyrissjóður, Lífeyrissjóður verslunarmanna, Kvika banki hf., The Wellington Trust Company, Sjóvá – Almennar tryggingar hf., Arion banki hf., Lífsverk lífeyrissjóður, Landsbankinn hf. og IS hlutabréfasjóðurinn.

Þá segir í samrunaskrá að Strikamerki sé upplýsingatæknifyrirtæki sem veiti fyrirtækjum lausnir fyrir rafrænan rekstur í formi vélbúnaðar, hugbúnaðar, ráðgjafar og þjónustu. Áhersla sé lögð á afgreiðslulausnir, handtölvulausnir og prentlausnir.

Þá segir að seljendur séu Gagnastjórn ehf., Námur ehf., og Þórir Magnússon.

Markmið samrunans samkvæmt samrunaskrá er að endurskapa lausnadrifið sölu- og þjónustufyrirtæki með megináherslu á að uppfylla þarfir og þjóna skilgreindum markaði varðandi lausnir á sviði vélbúnaðar, hugbúnaðar, þjónustu og þekkingarsköpunar. Lögð sé áhersla á slagkraft í skjóli stærðar en um leið að viðhalda góðu þekkingar- og þjónustustigi. Markaðurinn kalli á hagræðingu og hagkvæmar lausnir og nauðsynlegt sé að ganga á undan með góðu fordæmi þar sem mikil áhersla sé lögð á sjálfvirknivæðingu í allri sölu- og þjónustustarfsemi.

2. Markaðir málsins

Við mat á samruna samkvæmt samkeppnislögum verður að byrja á því að skilgreina þann markað eða þá markaði sem við eiga. Samkvæmt 4. gr. laganna er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiði til þess að líta verði á viðkomandi markaði frá tveimur sjónarhornum, annars vegar vöru- eða þjónustumarkaði og hins vegar landfræðilegum markaði.

Í samrunaskrá segir að í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 7/2015 hafi Nýherji verið talinn starfa á upplýsingatæknimarkaði. Með hliðsjón af því verði að ætla að Origo starfi á upplýsingatæknimarkaði. Þá sé Strikamerki upplýsingatæknifyrirtæki sem veiti fyrirtækjum lausnir fyrir rafrænan rekstur í formi vélbúnaðar, hugbúnaðar, ráðgjafar og þjónustu. Af því verði að ætla að Strikamerki starfi einnig á upplýsingatæknimarkaði en starfsemi Strikamerkis sé hins vegar mun smærri í sniðum og taki einungis til afmarkaðra þátta markaðarins. Þá veiti bæði fyrirtækin þjónustu með viðskiptahugbúnað.

Þá segir í samrunaskrá að Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins hafi gengið út frá því að markaður fyrir viðskiptahugbúnað skiptist niður eftir virkni hugbúnaðarins. Þannig séu til staðar tilteknir undirmarkaðir fyrir viðskiptahugbúnað. Samkeppniseftirlitið hafi ekki útilokað að hægt sé að skilgreina tiltekna undirmarkaði upplýsingatæknimarkaðar, sbr. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 7/2015. Um það vilji samrunaaðilar benda á að upplýsingatæknimarkaður á sviði afgreiðslu-, handtölvu- og prentlausna sé kvikur og taki örum breytingum á skömmum tíma. Viðskiptavinir geri sífellt sterkari kröfu um heildstæðar lausnir á sviði vél- og hugbúnaðar, sér í lagi þar sem ljóst sé að vél- og hugbúnaður sé í sífelldri þróun. Af því leiði að gjalda verði varhug við því að skilgreina tiltekna undirmarkaði upplýsingatæknimarkaðar, þar sem þróun á vél- og hugbúnaði geti



fyrir en síðar leitt til þess að einn og sami vél- og/eða hugbúnaðurinn mæti kröfum viðskiptavina á öllum undirmörkuðum.

Samrunaaðilar telja ljóst að bæði Origo og Strikamerki starfi á upplýsingatæknimarkaði. Þá sé ljóst að bæði félögin selji og veiti þjónustu í tengslum við viðskiptahugbúnað til fyrirtækja (afgreiðslulausnir og handtölvulausnir). Hvað varði prentlausnir benda samrunaaðilar á að Samkeppniseftirlitið hafi talið að markaður fyrir prentlausnir sé sérstakur undirmarkaður markaðs fyrir sölu vélbúnaðar, sbr. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 37/2006. Af þessu leiði að samrunaaðilar telji viðkomandi vörumarkað vera í fyrsta lagi markað fyrir viðskiptahugbúnað (afgreiðslu- og handtölvulausnir) og í öðru lagi undirmarkað fyrir sölu á vélbúnaði (prentlausnir).

Hvað varði markað fyrir viðskiptahugbúnað hafi Samkeppniseftirlitið bent á að aðgreina megi slíkan markað í einstaklingsmarkað og fyrirtækjamarkað, sbr. ákvörðun eftirlitsins nr. 37/2006. Helstu viðskiptavinir samrunaaðila, þegar komi að afgreiðslu- og handtölvulausnum, séu fyrirtæki. Með hliðsjón af eðli afgreiðslu- og handtölvulausna sem og upplýsingum um viðskiptavinir samrunaaðilar verði að telja að aðgreina megi viðkomandi markað fyrir viðskiptahugbúnað í fyrirtækjamarkað. Afgreiðslulausnir og handtölvulausnir séu í eðli sínu ólíkar vörur. Samrunaaðilar treysti sér ekki til að fullyrða um að eftirspurnarstaðgangi sé til staðar á milli þessara lausna, þó framboðsstaðgangi kunni að vera til staðar. Með vísan til þessa þyki samrunaaðilum varfærnaast að leggja til grundvallar að viðkomandi vörumarkaðir séu undirmarkaður fyrir sölu á vélbúnaði (prentlausnir), undirmarkaður fyrir viðskiptahugbúnað (afgreiðslulausnir) og undirmarkaður fyrir viðskiptahugbúnað (handtölvulausnir).

Hvað hinn landfræðilega markað varðar benda samrunaaðilar á að framkvæmdastjórn ESB hafi áður skilgreint markað fyrir sölu og þjónustu á afgreiðslulausnum.¹ Í því máli hafi landfræðilegi markaðurinn verið talinn ná til EES-svæðisins hið minnsta. Samkvæmt bestu vitneskju samrunaaðila liggja ekki fyrir sambærilegt fordæmi framkvæmdastjórnar ESB hvað varði skilgreiningu markaða fyrir handtölvu- og prentlausnir hér á landi. Samrunaaðilar benda á að starfsemi Origo sé ekki bundin við Ísland. Meðal stærstu viðskiptavina félagsins séu sænsk félög, SBAB Bank AB og Landshypotek AB. Þegar litið sé til sölu og þjónustu á handtölvu- og prentlausnum sé hins vegar ljóst að helstu keppinautar samrunaaðila séu einkum íslensk fyrirtæki, s.s. Advania, Edico, Opin Kerfi, Svar, DK, LS Retail, Boðtækni o.fl. Þrátt fyrir að framangreindar upplýsingar gefi til kynna að landfræðilegi markaðurinn fyrir handtölvu- og prentlausnir sé bundinn við Ísland telji samrunaaðilar að þessir markaðir séu keimlíkir markaði fyrir afgreiðslulausnir enda um eðlislíkar vörur að ræða.

Þar sem engar rannsóknir hafi verið framkvæmdar um skilgreiningu landfræðilega markaða hér á landi á sölu á vélbúnaði, afgreiðslulausnum og handtölvulausnum, telja samrunaaðilar sér ekki fært að taka af öll tvímæli um hvernig skilgreina beri hinn landfræðilega markað. Áréttu samrunaaðilar þó að alþjóleg samkeppni veiti samrunaaðilum að lágmarki tiltekið aðhald í formi framboðsstaðgöngu.

¹ Ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB nr. COMP/M.6606 – Toshiba / IBM Retail Storse Solutions business.



Telur Samkeppniseftirlitið ekki þörf á að taka afstöðu til eða fjalla frekar um skilgreiningu markaða málsins enda hefði það ekki áhrif á niðurstöðu þess.

III.

Niðurstaða

Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna ber að líta til þess hvort samruninn leiði til þess að markaðsráðandi staða skapist eða styrkist eða hvort samruninn leiði til þess að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Í 4. gr. samkeppnislaga kemur fram að markaðsráðandi staða sé fyrir hendi þegar fyrirtæki hefur þann efnahagslega styrk að geta hindrað samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og að það geti að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda.

Samrunaaðilar benda á að fjöldi fyrirtækja sé starfandi á öllum þremur mörkuðum málsins og veiti samrunaaðilum samkeppnislegt aðhald. Benda samrunaaðilar ennfremur á að starfsemi Strikamerkis sé smá í sniðum og starfsemi Origo á markaði fyrir handtölvulausnir sé lítil sem engin enda hafi fyrirtækið einungis selt []² handtölvur allt árið 2018. Gangi því samrunaaðilar út frá því að samkeppnisleg áhrif samrunans séu afar takmörkuð, en gætu einkum falist í jákvæðum áhrifum í formi aukinnar samkeppni. Fjöldi keppinauta bendi einnig sterklega til þess að markaðsráðandi staða hvorki skapist né styrkist með samrunanum. Í því sambandi vísa samrunaaðilar til ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 18/2008. Þá sé ljóst að stór fyrirtæki starfi á öllum mörkuðum málsins. Þá séu allnokkur smærri fyrirtæki starfandi á viðkomandi vörumörkuðum sem veiti samrunaaðilum samkeppnislegt aðhald.

Samrunaaðilar benda einnig á að takmarkaðar, ef einhverjar, aðgangshindranir séu til staðar fyrir aðila sem hyggja á starfsemi á viðkomandi mörkuðum. Vísa samrunaaðilar meðal annars til þess að tvö ný félög, Edico og Svar, hafi komið inn á markaðinn á síðastliðnum árum og veitt bæði samrunaaðilum og öðrum fyrirtækjum sem fyrir hafi verið á markaðnum verðuga samkeppni. Að mati samrunaaðila bendi árangur þeirra fyrirtækja á markaði afgreiðslu- og handtölvulausna til þess að nánast engar aðgangshindranir séu til staðar á viðkomandi markaði, enda sé Edico félag sem sé einungis átta ára gamals og sé þegar komið í samstarf við nokkur af stærstu fyrirtækjum landsins. Þá benda samrunaaðilar á að Advania starfi á öllum viðeigandi mörkuðum og að velta fyrirtækisins fyrir árið 2017 hafi verið 12.622.000.000 kr. Að mati samrunaaðila gefi framangreindar upplýsingar til kynna að líklega séu samkeppnisleg áhrif samrunans hverfandi.

Samkeppniseftirlitið sendi umsagnarbeiðnir til helstu keppinauta og viðskiptavina samrunaaðila þann 27. júní 2019, þar sem óskað var sjónarmiða aðila um það hvort þeir væru sammála þeim markaðsskilgreiningum sem samrunaaðilar settu fram, sem og

² Fellt út vegna trúnaðar.



lýsingu samrunaaðila á þeim samkeppnislegum áhrifum sem samruninn kynni að valda.³ Svör við umsagnarbeiðninni bárust á tímabilinu 27. júní til 10. júlí 2019.⁴

Umsagnaraðilar voru heilt yfir sammála þeim lýsingum sem settar voru fram í samrunaskrá, og töldu því ekkert til fyrirstöðu að heimila bæri samrunann. Fram kom í sjónarmiðum viðskiptavina að samruninn myndi búa til öflugan keppinaut gegn ráðandi aðilum á markaði og þar með auka samkeppni, viðskiptavinum til hagsbóta. Keppinautar töldu flestir ekki ástæðu til þess að setja sig á móti samrunanum, fram kom í umsögnum að virk samkeppni ríki á markaðinum og að samruninn hefði ekki neikvæð áhrif þar á, og að þeir hefðu engar athugasemdir við það sem fram kom í samrunaskrá. Þó taldi einn keppinautur markaðsskilgreiningar og aðrar upplýsingar sem settar voru fram í samrunaskrá óljósar og ófullnægjandi, og taldi sig því ekki geta veitt fullnægjandi umsögn á grunni þeirra.

Að mati Samkeppniseftirlitsins verður ekki séð, miðað við framkomnar upplýsingar, að viðkomandi samruni leiði til þess að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist eða að samruninn leiði til þess að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Af þeim sökum er það niðurstaða eftirlitsins að ekki sé ástæða til að aðhafast vegna þessa samruna, s.s. með íhlutun í formi ógildingar eða setningu skilyrða.

IV. Ákvörðunarorð

„Kaup Origo hf. á Strikamerki – Gagnastýringu hf. fela í sér samruna í skilningi samkeppnislaga nr. 44/2005. Samkeppniseftirlitið telur ekki forsendur til að hafast frekar að í máli þessu.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson

³ Samkeppniseftirlitið sendi umsagnarbeiðnir til eftirfarandi aðila: DK Hugbúnaður, Regla.is, LS Retail, Uniconta, Svar, Rue de Net, Wise, Advania, Edico, Merkur Point, Centara, Ormsson, Smart Media, Opin Kerfi, Boðtækni, Optima, Arion banki, Icelandair, Festi, RB, Landlæknir, Landsspítali, OR, Reykjavíkurborg, Ölgerðin, Marel, Eimskip, Samkaup, Isavia, Norðurál, Húsasmiðjan, Bakkinn og Málning.

⁴ Svör bárust frá eftirfarandi aðilum: Uniconta, Hugbúnaður, Landlæknir, Norðurál, Festi, Samkaup, Ölgerðin, Húsasmiðjan, Arion banki, Isavia, Advania, Ormsson, Wise, Edico og LS Retail.