

Samruni Heimilistækja ehf. og Ásbjörns Ólafssonar ehf.

I. Málsmeðferð

1. Þann 3. júní 2022 var Samkeppniseftirlitinu tilkynnt um fyrirhugaðan samruna Heimilistækja ehf. (hér eftir Heimilistæki) og Ásbjörns Ólafssonar ehf. (hér eftir Ásbjörn Ólafsson) með samrunaskrá í samræmi við 5. mgr. 17. gr. a samkeppnislaga nr. 44/2005 og viðauka I við reglur nr. 1390/2020 um tilkynningu samruna og málsmeðferð í samrunamálum.
2. Með tölvupóstum, dags. 9. og 14. júní 2022, óskaði Samkeppniseftirlitið frekari upplýsinga, skýringa og gagna frá samrunaaðilum. Bárust svör samrunaaðila, ásamt gögnum, með tölvupóstum, dags. 9. og 15. júní 2022. Með bréfi, dags. 22. júní 2022, tilkynnti Samkeppniseftirlitið samrunaaðilum að samrunatilkynning sú er barst eftirlitinu þann 3. júní 2022 hefði verið ófullnægjandi í skilningi 17. gr. a samkeppnislaga, en að úr því hefði verið bætt með afhendingu viðbótargagna sem bárust eftirlitinu þann 9. og 15. júní 2022. Í ljósi þess teldist tilkynningin nú fullnægjandi og byrjuðu frestir Samkeppniseftirlitsins til að rannsaka samrunann skv. 17. gr. d samkeppnislaga, sbr. 1. mgr. 12. gr. reglna um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum nr. 1390/2020, að líða 16. júní 2022.
3. Með bréfi, dags. 21. júlí 2022, tilkynnti Samkeppniseftirlitið samrunaaðilum að það teldi ástæðu til frekari rannsóknar á samkeppnislegum áhrifum samrunans, sbr. 1. mgr. 17. gr. d samkeppnislaga. Var það mat eftirlitsins að vísbendingar væru um að markaðsskilgreining samrunaaðila í samrunaskrá væri of víðtæk. Þá gæfi frumgreining á gögnum málsins til kynna að áætlaður mögulegur markaðsstyrkur sameinaðs fyrirtækis væri hugsanlega vanmetinn. Vegna þessa væri nauðsynlegt að rannsaka samrunann frekar.
4. Við meðferð málsins hefur Samkeppniseftirlitið aflað upplýsinga og sjónarmiða í samtölum við fjölda viðskiptavina og keppinauta samrunaaðila sem tilgreindir eru í samrunaskrá. Þá hefur eftirlitið aflað upplýsinga frá Skattinum um innflutning samrunaaðila og keppinauta þeirra. Að því marki sem Samkeppniseftirlitið telur upplýsingar þær sem eftirlitið býr yfir skipta máli fyrir niðurstöðu máls þessa verður þeirra getið.



II. Samruninn og aðilar hans

5. 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 það nái yferráðum í heild 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 Heimilistækja á 100% hlutafé Ásbjörns Ólafssonar felist samruni í skilningi 17. gr. samkeppnislaga.
6. Um samrunaaðila segir í samrunaskrá að Heimilistæki reki samnefndar verslanir í Reykjavík, Egilsstöðum, Selfossi, Reykjanesbæ og á Akureyri. Aðalstarfsemi félagsins sé innflutningur, sala og þjónusta við raftæki. Nánar tiltekið selji félagið stór raftæki til heimilisnota, svo sem kæli- og frystiskápa og minni raftæki svo sem brauðristar, kaffivélar, blandara, ryksugur o.s.frv. Þá selji fyrirtækið einnig sjónvörp og hljómtæki auk fjölda annarra vara. Heimilistæki flytji jafnframt inn þau raftæki sem félagið selji í verslun sinni og sé með umboð á Íslandi fyrir fjölda raftækjaframleiðanda. Þá flytji Heimilistæki einnig inn annars konar vörur, ýmist sjálft eða í gegnum dótturfélög sín, og selji í heildsölu.
7. Þá segir í samrunaskrá að Heimilistæki sé einnig móðurfélag eftirfarandi fimm félaga í verslunarrekstri:
 - a) Tölvulistinn ehf. rekur samnefnda verslun að Suðurlandsbraut 26, Reykjavík, sem og verslanir í Reykjanesbæ, Akureyri, Selfossi og Egilsstöðum. Verslunin selur eingöngu tölvuvörur og snjalltæki.
 - b) RL ehf. rekur verslunina Rafland að Síðumúla 2-4, Reykjavík. Rafland selur fyrst og fremst raftæki til heimilisnota, svo sem ísskápa, eldavélar, og minni raftæki, sjónvörp og hljómtæki. Þá er félagið einnig með umboð fyrir lækningartæki sem seld eru til heilbrigðisstofnanna og fyrirtækja í heilbrigðisrekstri.
 - c) Kúnígúnd ehf. rekur verslun í Kringlunni undir sama nafni og selur aðallega ýmiskonar húsbúnaðarvörur, svo sem matarstell, bollastell, eldhúsáhöld, glös, dúka og skrautmuni og aðrar gjafavörur, auk smærri raftækja.
 - d) Byggt og búið ehf. sem rekur verslun í Kringlunni undir sama nafni og selur aðallega ýmiskonar húsbúnaðarvörur, svo sem matarstell, potta og pönnur, glös, bollastell, eldhúsáhöld, skrautmuni og gjafavöru auk smærri raftækja.
 - e) Att ehf. sem rekur samnefnda tölvuverslun að Bæjarlind 1-3, Kópavogi. Verslunin selur eingöngu tölvuvörur.
8. Samkvæmt samrunaskrá er Ásbjörn Ólafsson heildverslun sem selur aðallega margvíslegar húsbúnaðarvörur fyrir heimili og fyrirtæki, svo sem matarstell, bollastell, eldhúsáhöld, dúka, púða, rúmföt, kerti, servíettur, skrautmuni og gjafavöru, sem og leirtau og glös fyrir stóreldhús, baðvörur o.fl. Þá er félagið einnig með umboð fyrir fatnað fyrir fyrirtæki í veitingaiðnaði og hestavörur. Félagið var áður umboðs- og dreifingaraðili fyrir matvæli, sælgæti og bílavörur en seldi þann hluta reksturs síns til Danól ehf. árið 2021. Félagið er nær eingöngu á heildsölumarkaði, en rekur þó litla verslun, littala búðina, í Kringlunni í gegnum dótturfélag sitt Fallegt og freistandi ehf.



III. Niðurstaða

1. Markaðir málsins, staða fyrirtækja á þeim og mat á áhrifum samrunans

9. Við mat á samruna samkvæmt samkeppnislögum verður að byrja á því að skilgreina þann markað eða þá markaði sem við eiga. Samkvæmt 4. gr. samkeppnislaga er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiða til þess að líta verður á viðkomandi markað frá a.m.k. tveimur sjónarhornum, annars vegar vöru- eða þjónustumarkaði og hins vegar landfræðilegum markaði. Hafa ber þó í huga að markaðsskilgreiningar í samkeppnisrétti geta ekki orðið nákvæmar og eru aðeins notaðar til viðmiðunar, sbr. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 8/2008, *Fiskmarkaður Íslands hf. gegn Samkeppniseftirlitinu*. Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna ber að líta til þess hvort 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, 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.

1.1. Sjónarmið samrunaaðila

10. Að mati samrunaaðila er sá markaður sem samruninn hefur áhrif á markaður með húsbúnaðarvörur til neytenda á Íslandi. Samrunaaðilar skilgreina markaðinn nánar tiltekið sem verslun með minni vörur til heimilisnota svo sem margvísleg eldhúshöld, eldunarähöld svo sem potta og pönnur, leirtau, glös, skrautmuni, dúka, og textílvörur, gjafavörur, baðvörur og þess háttar. Þá er það mat samrunaaðila að sala á húsgögnum, ljósum, innréttingum, parketi, raftækjum og tölvuvörum falli utan þess markaðar þar sem áhrifa samrunans gæti.
11. Samrunaaðilar telja að við mat á samkeppnislegum áhrifum samrunans beri að virða húsbúnaðarmarkaðinn sem eina heild í stað þess að flokka hann í undirmarkaði svo sem fyrir fjöldaframleiddar vörur og hönnunarvörur. Byggja samrunaaðilar á því að verulegum erfiðleikum sé bundið að gera greinarmun á því sem teljist vera hönnunarvörur annars vegar og fjöldaframleiddar vörur hins vegar. Hvað varðar verðlagningu á umræddum vörum telja samrunaaðilar að verðmunur á þeim skýrist af mörgum þáttum svo sem eftirspurn og framleiðslulandi. Til að fá sem raunhæfasta mynd af vörumarkaðnum beri að skilgreina hann sem eina heild, en ekki í tiltekna undirflokkum.
12. Að framangreindri niðurstöðu fenginni telja samrunaaðilar einnig að flokka megi þann markað sem samruninn hafi áhrif á í heildsölumarkað annars vegar og smásölumarkað hins vegar. Heildsölumarkaðinn með húsbúnaðarvörur beri að mati samrunaaðila einnig að flokka í markað fyrir heildsölu til hótela, veitingastaða og fyrirtækja í matvælaíðnaði annars vegar og markað fyrir heildsölu til verslana og fyrirtækja á neytendamarkaði hins vegar. Þar sem Heimilistæki selji ekki húsbúnaðarvöru til hótela, veitingastaða og fyrirtækja í matvælaíðnaði er það mat samrunaaðila að áhrifa samrunans gæti aðeins á markaði fyrir heildsölu á húsbúnaðarvöru til fyrirtækja og verslana á neytendamarkaði.
13. Að mati samrunaaðila skal, við skilgreiningu og mati á umfangi og markaðshlutdeild á markaði fyrir heildsölu á húsbúnaðarvöru til fyrirtækja og verslana á neytendamarkaði, hafa til hliðsjónar að stærstu aðilarnir sem starfi á smásölumarkaði með húsbúnað flytji einnig inn vörur sínar að hluta eða öllu leyti. Verði því að taka tillit til umfangs innflutnings þessara aðila og fleiri við mat



á heildarveltu og markaðshlutdeild samrunaaðila á heildsölumarkaði. Þar sem smásalar geti í flestum tilvikum valið um að kaupa vörur frá erlendum birgja eða íslenskum heildsöluaðila er það mat samrunaaðila að eiginn innflutningur smásala sé í beinni samkeppni við heildsölu og beri því að virða þessa tvo þætti sem einn markað.

14. Hvað varðar áætlaða hlutdeild á umræddum mörkuðum er það mat samrunaaðila [...]¹
15. Að mati samrunaaðila muni samruninn ekki hafa skaðleg samkeppnisleg áhrif á markaði málsins, þar sem sameiginleg markaðshlutdeild samrunaaðila á þeim mörkuðum sem um ræðir leiði ekki til þess að markaðsráðandi staða verði til. Þá byggja samrunaaðilar á því að verðslanir á smásölustigi séu óháðar innlendum birgjum þar sem þær flytji sjálfar inn langstærsta hluta söluvara sinna. Að mati samrunaaðila er aðgengi að erlendum birgjum gott, mikið úrval af staðgönguvörum og mikil verðsamkeppni við innlenda og erlenda aðila. Jafnframt séu dæmi um að samkeppnisaðilar þeirra versli við sömu birgja og flytji inn sömu vörumerki og samrunaaðilar.

1.2. Sjónarmið umsagnaraðila

16. Undir meðferð málsins átti Samkeppniseftirlitið samtöl við ýmsa keppnauta og viðskiptavini samrunaaðila sem starfa við smásölu á húsbúnaðarvörum. Í þeim samtölum komu fram skiptar skoðanir um hvernig skilgreina beri markaði málsins. Á meðan sumir viðmælenda tóku undir þau sjónarmið samrunaaðila að markaður málsins væri heildarmarkaður fyrir sölu á húsbúnaðarvörum töldu aðrir viðmælendur að markaðurinn skiptist í frekari og smærri undirmarkaði.
17. Þá kom jafnframt fram í samtölum við umsagnaraðila að fáir innlendir heildsalar flytji inn húsbúnaðarvörur og af þeim sé Ásbjörn Ólafsson umsvifamestur. Jafnframt bentu nokkrir umsagnaraðila á að Ásbjörn Ólafsson sé með umboð fyrir vinsæl vörumerki á borð við littala og Moomin sem þessir aðilar hafi ekki möguleika á að flytja inn sjálfir. Aftur á móti kom einnig fram í þeim samtölum að aðgengi að erlendum birgjum sé almennt gott og að fyrirtækin flytji því sjálf inn mjög hátt hlutfall af vöruframboði sínu. Jafnframt kváðust tilteknir umsagnaraðilar flytja sjálfir inn allar sínar vörur.

1.3. Mat Samkeppniseftirlitsins

18. Hvað varðar skilgreiningu markaða í máli þessu er það mat Samkeppniseftirlitsins að rök geti staðið til þess að afmarka markaði og undirmarkaði nánar, þar sem töluverður munur getur verið á vöruframboði og verðlagningu þeirra verslana sem selja húsbúnaðarvörur á Íslandi. Þannig sérhæfa sumar húsbúnaðarverslanir sig í dýrari merkja- eða hönnunarvöru á meðan verslanir á borð við IKEA og Rúmfatalagerinn selja húsbúnaðarvörur undir eigin vörumerkjum á töluvert lægra verði. Í þessu samhengi hafði Samkeppniseftirlitið til hliðsjónar ákvörðun danska samkeppniseftirlitsins í máli nr. 17/01516, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S, frá 16. ágúst 2017*, þar sem komist var að þeirri niðurstöðu að smásala á svokallaðri meðal-/hágæða húsbúnaðarvöru (e. mid-range/high end) væri sérstakur markaður. Byggði markaðsskilgreiningin á niðurstöðum viðamikillar neytendakönnunar en greining á eftirspurnar- og framboðsstaðgöngu og tilfærsluhlutföllum leiddi í ljós að verslanir sem selja meðal-/hágæða húsbúnaðarvörur skera sig úr og greina sig frá verslunum sem selja lágvöruverðs húsbúnaðarvörur.²

¹ Fellt út vegna trúnaðar.

² Sjá 7. mgr. í umræddri ákvörðun: „Styrelsen har afgrænset det relevante marked til markedet for detailsalg af mid-range/highend boligartikler omfattende aktører, der har et bredt sortiment af forskellige mærkevarer. Styrelsens analyse



19. Við mat á samkeppnislegum áhrifum samrunans hafði Samkeppniseftirlitið því til hliðsjónar framangreinda markaðsskilgreiningu danskra samkeppnisyfirvalda á undirmörkuðum húsbúnaðarverslana á smásölustigi. Þá er að mati Samkeppniseftirlitsins ljóst að í máli þessu komi til skoðunar bæði lárétt og lóðrétt áhrif samruna þar sem samrunaaðilar starfa báðir að einhverju leyti á smásölu- og heildsölustigi. Í ljósi niðurstöðu málsins telur Samkeppniseftirlitið þó að ekki sé nauðsynlegt að taka endanlega afstöðu til skilgreiningar á mörkuðum málsins.
20. Hvað varðar aðstæður á markaði fyrir smásölu á meðal-/hágæða húsbúnaðarvöru er að mati Samkeppniseftirlitsins ljóst að þó nokkrir aðilar veita samrunaaðilum aðhald. Í þessu samhengi má sem dæmi nefna verslanir á borð við Líf og List, Epal, Húsgagnahöllina, Ilvu, Casa, Dúka, Snúruna, Hrími o.fl. Í ljósi takmarkaðrar skörunar á starfsemi samrunaaðila á umræddum markaði og þess fjölda keppnauta sem veita samrunaaðilum aðhald er það mat Samkeppniseftirlitsins að ekki séu vísbendingar um að samrunaaðilar teljist markaðsráðandi á smásölustigi í kjölfar samrunans.
21. Hvað varðar mat á aðstæðum á heildsölumarkaði aflaði Samkeppniseftirlitið við rannsókn málsins ítarlegra og sundurliðaðra upplýsinga um allan innflutning þeirra aðila sem samrunaaðilar tilgreina í samrunaskrá sem keppnauta sína á efra- og neðra sölustigi.³ Fyrirliggjandi upplýsingar og gögn gefa til kynna að innflutningur Ásbjörns Ólafssonar á húsbúnaðarvöru á árunum 2020-2021 hafi verið umfangsmikill og því vísbendingar um að staða félagsins á heildsölustigi sé nokkuð sterk. Af umræddum gögnum má þó einnig ráða að eigin innflutningur smásöluaðila er umtalsverður. Er þetta í samræmi við framkomin sjónarmið umsagnaraðila um að aðgengi að erlendum birgjum sé almennt gott og að fyrirtækin flytji því sjálf inn mjög hátt hlutfall af vöruframboði sínu. Að mati Samkeppniseftirlitsins gefur framangreint til kynna að litlar aðgangshindranir séu til staðar á markaðinum og að eigin innflutningur smásöluaðila veiti aðilum á heildsölustigi töluvert samkeppnislegt aðhald.
22. Í ljósi framangreinds er það mat Samkeppniseftirlitsins að ekki verði ráðið af gögnum málsins, að samruninn leiði til myndunar eða styrkingar á markaðsráðandi stöðu samrunaaðila á neinum hlutaðeigandi mörkuðum þar sem áhrifa samrunans gætir. Jafnframt verður ekki séð að samkeppni á mörkuðum raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti.

IV. Ákvörðunarorð

„Kaup Heimilistækja ehf. á öllum hlutum í Ásbirni Ólafssyni ehf. fela í sér samruna í skilningi samkeppnislaga. Samkeppniseftirlitið telur ekki forsendur til þess að aðhafast frekar í máli þessu.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson

af både efterspørgsels- og udbudssubstitution – sammenholdt med diversion ratios – viser således, at mid-range/high-end boligartikler skiller sig ud fra low-end boligartikler.“

³ Óskað var upplýsinga um bæði innkaups- og tollverð allra innfluttra vara félaganna fyrir árið 2020, 2021 og fyrstu fimm mánuði ársins 2022, sundurliðað eftir tollnúmerum.