

Samruni AU 23 ehf. og Hótel Eyju ehf.

1. Þann 3. janúar 2025 var Samkeppniseftirlitinu tilkynnt um kaup AU23 ehf. (hér eftir „AU23“) á öllu hlutafé í Hótel Eyju ehf. (hér eftir „Hótel Eyja“). Með tilkynningunni fylgdi styttri samrunaskrá í samræmi við 5. og 6. mgr. 17. gr. a samkeppnislaga og reglur Samkeppniseftirlitsins nr. 1390/2020.
2. Með bréfi dags. 16. janúar 2025 upplýsti Samkeppniseftirlitið að fyrrnefnd samrunatilkynning teldist fullnægjandi. Með hliðsjón af 2. mgr. 8. gr. reglna Samkeppniseftirlitsins um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum nr. 1390/2020 byrjuðu frestir til að rannsaka samrunann að líða 4. janúar 2025. Við athugun á samrunanum leit Samkeppniseftirlitið til upplýsinga í samrunaskrá, fyrirliggjandi gagna og fyrri ákvarðana eftirlitsins.
3. 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. Með fyrrnefndum kaupunum eignast AU 23 allt hlutafé félaginu Hótel Eyja. Samkeppniseftirlitið telur að í þessum kaupum felist samruni í skilningi 17. gr. samkeppnislaga.
4. Í samrunaskrá kemur fram að AU 23 sé í fullri eigu AF2 slhf. (hér eftir „AF2“), framtakssjóðs í rekstri Alfa Framtaks ehf. („Alfa Framtak“). Alfa Framtak er óháður rekstraraðili sérhæfðra sjóða sem samkvæmt samrunaskrá leggur áherslu á framtaksfjárfestingar og starfar samkvæmt lögum um rekstraraðila sérhæfðra sjóða. AU 23 eigi einnig hluti í Penna ehf., Hótel Höfn ehf., Hótel Hamri ehf., Hrísey ehf. og Magmahótel ehf.
5. Í samrunaskrá kemur fram að skráður tilgangur Hótel Eyju sé almennur hótelrekstur, þjónusta við ferðamenn, kaup sala og rekstur fasteigna. Félagið reki hótel í Brautarholti 10-14 í Reykjavík með 65 herbergjum undir merkjum Eyja Guldsmeden Hotel, ásamt veitingastað og hótelbar sem staðsett eru inn af hótelinu.
6. Við mat á samruna samkvæmt samkeppnislögum verður að byrja á því að skilgreina þann markað eða þá markaði sem við eiga.¹ Af hálfu samrunaaðila er í samrunaskrá upplýsingar og áætluð markaðshlutdeild samrunaaðila veitt m.v. markað fyrir hótelgistingu í samræmi við fyrri framkvæmd Samkeppniseftirlitsins.² Varðandi landfræðilega markaði málsins þá telja samrunaaðilar að skilgreina eigi landfræðilegan markað eftir landshlutum til samræmis við fyrri framkvæmd Samkeppniseftirlitsins. AU 23 stafi á markaði fyrir hótelgistingu á Suðurlandi,

¹ 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 markaði frá tveimur sjónarhornum, annars vegar vöru- eða þjónustumarkaðinn og hins vegar landfræðilega markaðinn.

² Sjá hér t.d. ákvarðanir Samkeppniseftirlitsins nr. 8/2018, Kaup S&K eignarhaldsfélags ehf. á Höfðabrekku ehf. og nr. 12/2018, Kaup Flugleiðahótela ehf. á Alda Hótel Reykjavík hf.



markaði fyrir hótulgistingu á Vesturlandi og á Vestfjörðum. Eyja starfi hins vegar einungis á markaði fyrir hótulgistingu á höfuðborgarsvæðinu.

7. Samrunaaðilar starfa einnig á markaði fyrir veitingarekstur og telja samrunaaðilar að landfræðilegur markaður sé staðbundinn, í samræmi við fyrri framkvæmd Samkeppniseftirlitsins.
8. Það er mat Samkeppniseftirlitsins að rétt sé að líta til landfræðilegrar skiptingar í fyrri framkvæmd eftirlitsins. Að mati Samkeppniseftirlitsins hefur ekkert komið fram við rannsókn málsins sem gefur tilefni til að skilgreina vöru- eða þjónustumarkaðinn með öðrum hætti en samrunaaðilar hafa talið og gert hefur verið í fyrri ákvörðunum Samkeppniseftirlitsins, en ekki þarf þó að taka formlega afstöðu til markaða í ljósi takmarkaðra áhrifa samrunans.
9. Í samrunaskrá kemur fram að með vísan til takmarkaðrar markaðshlutdeildar samrunaaðila, telji þeir áhrif samrunans takmörkuð ef nokkur á markaði fyrir hótulgistingu á höfuðborgarsvæðinu. Að sama skapi sé ljóst að samruninn komi ekki til með að skapa eða styrkja markaðsráðandi stöðu.
10. Með hliðsjón af fyrirliggjandi gögnum og rannsókn Samkeppniseftirlitsins eru ekki vísbendingar um að samruninn leiði til þess að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist, eða að samkeppni verði raskað að öðru leyti með umtalsverðum hætti. Vegna framangreinds telur Samkeppniseftirlitið hvorki forsendur til íhlutunar í máli þessu né ástæðu til frekari rannsóknar á mögulegum áhrifum samrunans og lýkur því meðferð málsins á fyrsta fasa.

Ákvörðunarorð:

„Kaup AU 23 ehf. á Hótel Eyju ehf. fela í sér samruna í skilningi samkeppnislaga. Samkeppniseftirlitið telur ekki forsendur til að hafast frekar að í máli þessu.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson