

**Samruni B2B ehf. og Café Parísar****I.****Málavextir og málsmeðferð**

Hinn 29. júní 2016 var Samkeppniseftirlitinu tilkynnt um yfirtöku B2B ehf. (hér eftir B2B) á rekstri Café Parísar. Eftirlitinu barst samrunaskrá sem var í samræmi við ákvæði samkeppnislaga nr. 44/2005 með síðari breytingum og reglur nr. 684/2008 um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum. Um var að ræða svokallaða styttri samrunaskrá í samræmi við 6. mgr. 17. gr. a samkeppnislaga og reglur nr. 684/2008. Greiðsla samrunagjalds var innt af hendi þann 29. júní 2016. Ýmis gögn og upplýsingar liggja fyrir frá samrunaaðilum, auk þess sem Samkeppniseftirlitið hefur aflað upplýsinga með öðrum hætti. Að því marki sem Samkeppniseftirlitið telur upplýsingar þær sem eftirlitið býr yfir skipta máli fyrir niðurstöðu máls þessa er þeirra getið hér.

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 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.

Í því tilviki sem hér er um að ræða hefur B2B keypt rekstur Café Parísar af Lido veitingum ehf. Vísað er til þess í tilkynningu til Samkeppniseftirlitsins að samruninn falli undir c-lið 1. mgr., sbr. 2. mgr. og 3. mgr. 17. gr. samkeppnislaga, en þar segir m.a. að samruni verði þegar einn, eða fleiri aðilar, sem þegar hafa yferráð yfir a.m.k. einu fyrirtæki ná beinum eða óbeinum yferráðum, í heild eða að hluta, yfir einu eða fleiri fyrirtækjum til viðbótar með því að kaupa verðbréf eða eignir, með samningi eða öðrum hætti.

Ekki stendur til, samkvæmt samrunaskrá, að breyta starfsemi eða eðli Café Parísar, heldur muni samrunaaðilar starfa áfram með óbreyttum hætti. Aðalmarkmið eigenda félagsins með samrunanum er, skv. samrunaskrá, að styrkja rekstur félagsins og auka við þjónustuframboð þess. Að svo stöddu hafi ekki verið teknar neinar ákvarðanir um sameiningu eða samlegð í rekstri félaganna. Samrunaaðilar kveðjast þó hafa hug á að ná fram hagræðingu í rekstri félaganna, t.a.m. með sameiginlegum rekstrar- og stjórnunarkostnaði.

1. Markaðir málsins og staða fyrirtækja á þeim



Café París hefur verið rekið sem bistro veitingahús við Austurvöll. Sérhæfing veitingahússins hefur verið í léttum veitingum, svo sem kaffi, vínveitingum og léttum réttum.

B2B er í eigu sömu aðila og Eyja fjárfestingafélag ehf. (hér eftir Eyja). Eigendurnir eru tveir einstaklingar sem eru jafnframt óbeinir hluthafar í Pizza Pizza ehf., en það félag rekur Domino's Pizza, Joe Iceland ehf. sem rekur Joe & the Juice, sem og Gló eignarhaldsfélag ehf. sem rekur veitingastaði undir nafninu Gló. Eyja á einnig meirihluta í félaginu Jubileum ehf. sem rekur veitingahúsin Jómfrúna og Snaps. Þá hefur Eyja yfirráð yfir HRC Íslandi ehf. sem hefur fengið sérleyfi til rekstrar Hard Rock Café á Íslandi, en sá staður hefur ekki hafið starfsemi enn.

B2B mun, að öllum líkindum samkvæmt samrunaskrá, framselja samning sinn um kaup á rekstri Café Parísar til Eyju sem svo mun stofna félag til rekstrar á veitingahúsinu Café París.

Samrunaaðilar telja Café París starfa á markaði fyrir veitinga- og skyndibitastaði, en á sama markaði starfi Pizza Pizza ehf. ásamt Joe Íslandi ehf., Gló eignarhaldsfélagi ehf. Jómfrúnni og Snaps. HRC Ísland ehf. stefni að opnun eins veitingastaðar síðar meir.

Samrunaaðilar starfa, að mati þeirra sjálfra, samkvæmt framangreindu á sama þjónustumarkaði, þ.e. markaði fyrir veitinga- og skyndibitastaði og er vísað í samrunaskrá til ákvarðana Samkeppniseftirlitsins nr. 35/2011, *Kaup FoodCo hf. á öllu hlutafé í Shiraz*, og nr. 12/2016, *Samruni Jómfrúrinnar eignarhaldsfélags ehf. og Snaps ehf.*, þar sem slíkur markaður var skilgreindur við úrlausn málsins. Leiða má að því líkum að hægt sé að skilgreina undirmarkaði á markaðnum fyrir veitinga- og skyndibitastaði. Yrði þá m.a. horft til verðlags á veitingum, framreiðslu þeirra og umgjarðar að öðru leyti. Að mati Samkeppniseftirlitsins er þó ekki þörf á slíkri skilgreiningu í þessu máli og verður horft til heildar þjónustumarkaðar fyrir veitinga- og skyndibitastaði.

Samrunaaðilar telja að aðaláhrifa samrunans gæti á höfuðborgarsvæðinu þar sem samrunaaðilar sjálfir starfi aðeins á höfuðborgarsvæðinu, en tengdir aðilar starfi að einhverju leyti utan höfuðborgarsvæðisins til viðbótar við starfsemi innan þess svæðis. Landfræðilegur markaður málsins sé því höfuðborgarsvæðið. Samkeppniseftirlitið sér ekki ástæðu til þess að vera ósammála þessu mati samrunaaðila í þessu máli.

Markaður málsins er því markaður fyrir veitinga- og skyndibitastaði á höfuðborgarsvæðinu.

2. Áhrif samrunans

Samrunaaðilar telja markaðshlutdeild sína á ofangreindum markaði ekki nema því marki að hún hindri virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist. Þá telja samrunaaðilar að samruninn verði ekki til þess að raska samkeppni á markaði að öðru leyti með umtalsverðum hætti. Rétt sé að líta til þess að mikil samkeppni ríki á umræddum markaði og litlar aðgangshindranir séu til staðar fyrir nýja aðila. Þá beri einnig að líta til þess að framboðsstaðganga sé mikil.



III. Niðurstaða

Líkt og greint hefur verið frá starfa samrunaaðilar og tengdir aðilar á sama markaði að hluta til. Þó eru ekki vísbendingar um að aðilarnir hafi eða muni öðlast markaðsráðandi stöðu með samruna þessum og teljast samkeppnisleg áhrif hans óveruleg. Þá má taka undir það mat samrunaaðila að aðgangshindranir inn á markað málsins séu óverulegar og að samkeppni sé virk á honum.

Að öllu framangreindu virtu er það því niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að engar vísbendingar séu um að samruninn komi til með að hindra virka samkeppni. Af þeim sökum er það niðurstaða eftirlitsins að ekki sé ástæða til þess að aðhafast vegna þessa samruna.

IV. Ákvörðunarorð

„Kaup B2B ehf. á rekstri Café Parísar fela í sér samruna í skilningi samkeppnislaga. Samkeppniseftirlitið telur ekki forsendur til þess að hafast frekar að í máli þessu.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson