

Til hagaðila

Sent með tölvupósti

Reykjavík, 29. ágúst 2022.

Tilv.: 2204007

## **Efni: Samandregið frummat Samkeppniseftirlitsins vegna fyrirhugaðs samruna Haga og Eldum rétt – ósk um sjónarmið um frummat Samkeppniseftirlitsins og andmæli samrunaaðila**

1. Samkeppniseftirlitið hefur til meðferðar fyrirhuguð kaup Haga hf. („Hagar“) á öllu hlutafé í Eldum rétt ehf. („Eldum rétt“). Upphaf málsins má rekja til forviðræðna á milli Haga og Samkeppniseftirlitsins í upphafi árs, en samrunatilkynning barst eftirlitinu þann 7. apríl 2022. Samkeppniseftirlitið tilkynnti aðilum um frekari rannsókn á samkeppnislegum áhrifum samrunans með bréfi dags. 17. maí 2022. Þann 29. júlí 2022 sendi Samkeppniseftirlitið samrunaaðilum svokallað andmælaskjal en þar kemur fram að það sé frummat eftirlitsins að samruninn raski samkeppni og tilefni sé til þess að grípa til íhlutunar á grundvelli 17. gr. c samkeppnislaga. Í þessu skjali er að finna samantekt á frummati Samkeppniseftirlitsins sem birtist samrunaaðilum í andmælaskjali.
2. Í andmælaskjali er frummat Samkeppniseftirlitsins rökstutt. Í skjalinu felst ekki stjórnvaldsákvörðun né er það á nokkurn hátt bindandi fyrir samkeppnisyfirvöld. Andmælaskjalið er ritað í þeim tilgangi að auðvelda samrunaaðilum að nýta andmælarétt sinn skv. stjórnisýslulögum nr. 37/1993 og stuðla að því að rétt ákvörðun verði tekin í málinu, sbr. 17. gr. reglna um málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins, nr. 880/2005. Ef athugasemdir, skýringar eða ný gögn þykja gefa tilefni til, geta ályktanir sem fram koma í skjalinu tekið breytingum.
3. Með bréfi þessu óskar Samkeppniseftirlitið eftir athugasemdum og sjónarmiðum markaðsaðila um annars vegar frummat eftirlitsins og hins vegar athugasemdir samrunaaðila við frummatið sem þeim var kynnt með andmælaskjali.
4. Til þess að auðvelda markaðsaðilum að veita umsögn um framangreint er frummat Samkeppniseftirlitsins um áhrif samrunans reifað hér að neðan.
5. Þess er óskað að sjónarmið markaðsaðila berist Samkeppniseftirlitinu sem fyrst, en eigi síðar en fyrir lok dags 5. september næstkomandi.

### **1. Eðli samrunans**

6. Samruni þessa máls telst í fyrsta lagi vera láréttur enda selja báðir samrunaaðilar dagvörur til neytenda. Í öðru lagi telst samruninn vera lóðréttur enda flytja Hagar inn og selja í heildsölu matvörur í gegnum fyrirtækin Aðföng (þar undir Ferskar kjötvörur) og Banana, sem er á meðal stærstu birgja Eldum rétt. Í þriðja lagi getur samruninn talist samsteypusamruni enda starfa samrunaaðilar að ákveðnu leyti á mismunandi sviðum.



## 2. Markaðsskilgreining

7. Dagvörumarkaðurinn hefur sætt fjölda rannsókna af hálfu Samkeppniseftirlitsins og hefur stofnunin tekið afstöðu til markaðsskilgreininga á dagvörumarkaði í fyrri ákvörðunum sínum. Sala á samsettum matarpökkum, ásamt uppskriftum sem fylgja með, er hins vegar tiltölulega nýleg starfsemi og hefur Samkeppniseftirlitið ekki tekið endanlega afstöðu til þess hvaða markaði sú starfsemi tilheyrir í fyrri ákvörðunum sínum. Í fyrirliggjandi máli taldi Samkeppniseftirlitið því nauðsynlegt að kanna nánar starfsemi matarpakkafyrirtækja, m.a. út frá sjónarhóli markaðsaðila og neytenda.

*Hagsmunaaðilar: mikill munur á á verslun með samsetta matarpakka og öðrum tegundum verslana / veitingastaða*

8. Athugun á meðal hagsmunaaðila leiddi í ljós að meirihluti svarenda var þeirrar skoðunar að mikill munur væri á verslun með samsetta matarpakka og öðrum tegundum verslana / veitingastaða sem spurt var um. Þá virðist einnig vera talsverður verðmunur á samsettum matarpökkum annars vegar og hráefnum keyptum í dagvöruverslunum hins vegar, sem gefur vísbendingu um að sala á samsettum matarpökkum sé ekki hluti af dagvörumarkaðnum þar sem viðskiptavinir matarpakkafyrirtækja virðast greiða aukalega fyrir tiltekna þjónustu sem matarpakkafyrirtækin veita umfram hefðbundnar dagvöruverslanir. Sú þjónusta felst t.d. í útvegum uppskrifta, samantekt á hráefnum í réttum hlutföllum fyrir uppskriftir og þeim auknu þægindum sem felast í færri búðarferðum og að þurfa ekki að ákveða hvað á að vera í matinn o.s.frv. Jafnframt liggur fyrir að netverslanir sem bjóða upp á samsetta matarpakka bjóða einungis til sölu matvöru, en önnur dagvara (s.s. drykkjar-, snyrti- og hreinlætisvara) er ekki hluti af vöruúrvali þeirra, a.m.k. enn sem komið er. Framangreind atriði gefa vísbendingar um að sala á samsettum matarpökkum í netverslun sé aðgreindur markaður.

*Neytendakönnun: dagvöruverslanir veita matarpakkafyrirtækjum umtalsvert samkeppnislegt aðhald – lítið aðhald af hálfu annarra tegundar verslana/veitingastaða*

9. Við meðferð málsins réði Samkeppniseftirlitið Prósent<sup>1</sup> til að framkvæma könnun á meðal neytenda, n.t.t. viðskiptavina Eldum rétt, Einn tveir og elda og Matseðils dagana 24. júní til 12. júlí 2022. Um var að ræða netkönnun sem send var með tölvupósti á netföng viðskiptavina matarpakkafyrirtækjanna þriggja sem höfðu átt viðskipti við félögin í mars, apríl og/eða maí 2022<sup>2</sup>. Könnunin var send til 8.745 einstaklinga sem voru viðskiptavinir framangreindra fyrirtækja á tímabilinu mars, apríl og maí 2022. Svör bárust frá 1.314 einstaklingum.

<sup>1</sup> Prósent er fyrirtæki sem býður upp á alhliða þjónustu á sviði markaðsrannsókna. Prósent starfar eftir ströngum siðareglum ESOMAR sem settar eru af alþjóðasamtökum markaðsrannsóknarfyrirtækja og er sérstaklega unnið eftir lögum um persónuvernd og meðferð persónuupplýsinga. Sjá nánar á [www.prosent.is](http://www.prosent.is).

<sup>2</sup> Á liðnum árum hefur verið notast við neytendakannanir við samrunaeftilit hér á landi sem og erlendis en kannanir á meðal viðskiptavina samrunaáðila geta veitt gagnlegar vísbendingar um samkeppnisleg áhrif samruna sem og skilgreiningu markaða í vissum tilvikum. Þess ber að geta að niðurstöðum kannana ber að ávallt að taka með vissum fyrirvörum. Mögulegt er að orðalag spurninga hafi áhrif á svör þátttakenda. Í tengslum við þessa könnun má einnig nefna að í sumum spurningum voru neytendur spurðir um hegðun eða áætluð viðbrögð við tilteknum aðstæðum (e. *stated preferences*). Í þeim tilvikum er því ekki um að ræða raunverulegar mælingar á raunverulegum viðbrögðum neytenda við breytingunum (e. *revealed preferences*). Jafnframt er um netkönnun að ræða sem getur haft áhrif á svör þátttakenda, sérstaklega þegar verið er að spyrja um áætluð viðbrögð við tilteknum breytingum, s.s. hvert næsta val viðkomandi væri ef ekki væri möguleiki á því að versla í tiltekinni verslun. Mögulegt er að svör neytenda væru önnur ef könnunin hefði verið framkvæmd með því að hringja í þátttakendur eða framkvæma viðtöl augliti til auglitis. Þess ber hins vegar að geta að könnuninni var eingöngu beint að viðskiptavinum matarpakkafyrirtækja sem selja vörur sínar eingöngu í gegnum internetið. Það má því búast við því að þeir einstaklingar sem fengu boð um þátttöku í könnuninni séu vanir því að nota internetið og því ætti könnunin að hafa verið þeim aðgengileg. Í rannsókn Sills og Song (2002), *Innovations in Survey Research, An Application of Web-Based Surveys* kemur fram að „*Internet surveys have the potential to become a practical and valuable resource for social scientists. For select populations who are connected and technologically savvy, the cost, ease, speed of delivery and response, ease of data cleaning and analysis all weigh in favor of the Internet as a delivery method for survey research.*“



10. Markmið könnunarinnar var m.a. að varpa skýrara ljósi á staðgöngu og tilfærslu á milli matarpakkafyrirtækja og annarra matvöruverslana sem og hvort sala netverslana á matarpökkum geti talist sérstakur markaður. Í því skyni voru svarendur beðnir um að ímynda sér tilteknar breytingar á aðstæðum og reyna að velja þá svarmöguleika sem myndu best lýsa raunverulegum viðbrögðum þeirra við umræddum breytingum.
11. Að frummati Samkeppniseftirlitsins leiða niðurstöður neytendakönnunarinnar í ljós að hefðbundnar dagvöruverslanir veita matarpakkafyrirtækjum umtalsvert samkeppnislegt aðhald. Þannig myndu 73% þeirra sem tóku afstöðu kaupa í kvöldmatinn í matvöruverslun ef matarpakkafyrirtækinu sem þeir versluðu síðast við hefði verið lokað tímabundið, en 17% hefðu verslað við annað matarpakkafyrirtæki. Þá gefa niðurstöðurnar einnig vísbendingu um að Bónus sé náinn keppinautur Eldum rétt, þó líklegt sé að Krónan sé nánasti keppinautur félagsins, líkt og tilfærsluhlutföll þau sem finna má í töflu 1 gefa til kynna. Hins vegar búi matarpakkafyrirtæki við takmarkað samkeppnislegt aðhald frá netverslunum matvöruverslana, veitingastaðum og sérverslunum, í andstöðu við mat samrunaaðila í samrunaskrá.

Tafla 1: Tilfærsluhlutföll við tímabundna lokun matarpakkafyrirtækis<sup>3</sup>.

	Allir svarendur	Viðskiptavinir Eldum rétt
<b>Matarpakkafyrirtæki</b>	17%	[10-15]%
<b>Matvöruverslanir</b>	73%	[75-80]%
<i>Þar af Krónan</i>	34%	[35-40]%
<i>Þar af Bónus</i>	29%	[30-35]%
<i>Þar af Hagkaup</i>	1%	[0-5]%
<b>Netverslanir</b>	4%	[0-5]%
<b>Veitingastaðir</b>	3%	[0-5]%
<b>Sérverslanir</b>	2%	[0-5]%
<b>Hætt alfarið við kaup</b>	1%	[0-5]%

12. Að frummati Samkeppniseftirlitsins gefa framangreindar niðurstöður neytendakönnunar vísbendingu um að sala á samsettum matarpökkum í netverslun tilheyri hinum hefðbundna dagvörumarkaði.

#### Vörumarkaður

Það er frummat Samkeppniseftirlitsins að markaður málsins sé hefðbundinn dagvörumarkaður, ásamt sölu dagvara í gegnum netið, dagvörusölu Costco og sölu samsettra matarpakka. Í ljósi vísbendinga um líklegan aðgreindan markað fyrir sölu á samsettum matarpökkum tók Samkeppniseftirlitið jafnframt tillit til þess markaðar við efnislegt mat á samrunanum. Að frummati Samkeppniseftirlitsins bendir rannsókn málsins til þess að birgðaverslun Costco sé á sama markaði og hefðbundin dagvöruverslun og sömuleiðis að dagvörusala á eldsneytisstöðvum tilheyri ekki dagvörumarkaðnum. Samkeppniseftirlitið telur þó, að frummati, ekki þörf á að taka endanlega afstöðu til framangreinds.

<sup>3</sup> Niðurstöður eru byggðar á svörum þeirra sem tóku afstöðu til eftirfarandi spurningar: „Segjum sem svo að seinast þegar þú keyptir matarpakka af fyrirtækinu [sem þú verslaðir við] þá hefði fyrirtækinu verið lokað tímabundið og því hefði ekki verið mögulegt fyrir þig að kaupa matarpakka frá fyrirtækinu [sem þú verslaðir við]. Hvernig hefðir þú hagað innkaupum fyrir kvöldmáltíðir í það skiptið?“. Þeir svarendur sem svöruðu því til að þeir hefðu keypt í kvöldmatinn í matvöruverslun voru í framhaldinu spurðir að eftirfarandi spurningu: „Í hvaða matvöruverslun?“.



### *Landfræðilegar markaður*

13. Hvað varðar landfræðilegar afmarkanir telur Samkeppniseftirlitið ekki ástæðu til að víkja frá fyrri framkvæmd við skilgreiningu á dagvörumarkaði og lítur svo á að dagvörumarkaðurinn skuli skilgreindur sem svæðisbundinn þar sem miðað sé við um 20-30 mínútna akstursfjarlægð að viðkomandi verslun. Að frummati Samkeppniseftirlitsins afmarkast líklegur markaður fyrir samsetta matarpakka hins vegar að öllum líkindum við landið allt, enda bjóða keppinautar á markaðnum upp á matarsendingar um allt land, þó samkeppnisaðstæður geti verið ólíkar á milli landshluta, m.a. hvað varðar heimsendingu upp að dyrum og sendingarkostnað.
14. Við mat á samrunanum telur stofnunin viðeigandi að leggja valdar landfræðilegar afmarkanir til grundvallar. Í andmælaskjali hefur því verið lagt mat á samrunann út frá stöðu samrunaaðila á viðeigandi mörkuðum á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri og Eyjafjarðarsvæðinu en einnig hefur verið litið til stöðu samrunaaðila á landinu öllu sem og á landsbyggðinni í heild.



### 3. Staða samrunaaðila sterk

15. Staða samrunaaðila er mjög sterk á þeim mörkuðum sem þeir starfa. Þannig eru Hagar stærsta fyrirtækið á dagvörumarkaði og hafa verið um langt skeið. Frummat Samkeppniseftirlitsins á stöðu dagvörumarkaðar árin 2019-2021 er að finna í töflu 2.

Tafla 2: Markaðshlutdeildir á dagvörumarkaði fyrir árin 2019-2021, eftir mismunandi landfræðilegum afmörkunum. Dagvörusala birgðaverslana og netverslana meðtalín.

<b>Landið allt</b>	2019	2020	2021
Hagar	[40-45]%	[40-45]%	[40-45]%
Festi	[20-25]%	[20-25]%	[25-30]%
Samkaup	[20-25]%	[20-25]%	[20-25]%
Costco	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Fjarðarkaup ehf.	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>Samtals</b>	<b>[150-160] ma.kr.</b>	<b>[170-180] ma.kr.</b>	<b>[180-190] ma.kr.</b>
<b>Höfuðborgarsvæðið</b>	2019	2020	2021
Hagar	[45-50]%	[40-45]%	[40-45]%
Festi	[25-30]%	[25-30]%	[25-30]%
Samkaup	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
Costco	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Fjarðarkaup ehf.	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Wedo (Heimkaup)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>[100-110] ma.kr.</b>	<b>[110-120] ma.kr.</b>	<b>[120-130] ma.kr.</b>
<b>Akureyri og Eyjafjarðarsvæði</b>	2019	2020	2021
Hagar	[55-60]%	[55-60]%	[55-60]%
Samkaup	[35-40]%	[35-40]%	[35-40]%
Skeljungur/Basko	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Hríseyjarbúðin ehf.	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Family Ink ehf.	0%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	0%	0%	0%
<b>Samtals</b>	<b>[10-20] ma.kr.</b>	<b>[10-20] ma.kr.</b>	<b>[10-20] ma.kr.</b>
<b>Landsbyggðin</b>	2019	2020	2021
Hagar	[35-40]%	[35-40]%	[35-40]%
Samkaup	[35-40]%	[35-40]%	[35-40]%
Festi	[15-20]%	[15-20]%	[15-20]%
KS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Skeljungur/Basko	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>[50-60] ma.kr.</b>	<b>[60-70] ma.kr.</b>	<b>[60-70] ma.kr.</b>

16. Líkt og sést í töflu 2 hafa Hagar mikla yfirburði umfram helstu keppinauta sína á dagvörumarkaði, en hlutdeild Haga hefur jafnan verið um það bil jafn há og samanlögð hlutdeild þeirra tveggja keppinauta sem koma næst á eftir. Á Akureyri og Eyjafjarðarsvæðinu er staða



Haga ennþá sterkari, en Festi hefur fram til þessa ekki rekið dagvöruverslanir á því svæði. Festi hyggst þó opna dagvöruverslun á Akureyri á haustmánuðum 2022.

17. Ljóst er að Hagar eru stærsta fyrirtækið á dagvörumarkaði hér á landi. Að frummati Samkeppniseftirlitsins gefa framangreindar hlutdeildarupplýsingar Haga til kynna sterka stöðu fyrirtækisins í smásölu dagvöru á landsvísu sem og á höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri og Eyjafjarðarsvæðinu. Þá telur Samkeppniseftirlitið að yfirtaka Haga á leiðandi aðila í sölu á samsettum matarpökkum komi til með að styrkja stöðu fyrirtækisins enn frekar á dagvörumarkaði.
18. Á líklegum markaði fyrir samsetta matarpakka er Eldum rétt í yfirburðar sterkri stöðu, eins og sést af frummati Samkeppniseftirlitsins á stöðu aðila á markaðnum í töflu 3.

Tafla 3: Markaðshlutdeildir á markaði fyrir samsetta matarpakka árin 2019-2021, eftir mismunandi landfræðilegum afmörkunum.

<b>Landið allt</b>	2019	2020	2021
Eldum rétt	[90-95]%	[85-90]%	[85-90]%
Einn, tveir og elda	[5-10]%	[10-15]%	[10-15]%
Matseðill	0%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>	<b>[1-5] ma.kr.</b>	<b>[1-5] ma.kr.</b>
<b>Höfuðborgarsvæðið</b>	2019	2020	2021
Eldum rétt	[90-95]%	[85-90]%	[85-90]%
Einn, tveir og elda	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Matseðill	0%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>	<b>[1-5] ma.kr.</b>	<b>[1-5] ma.kr.</b>
<b>Akureyri og Eyjafjarðarsvæði</b>	2019	2020	2021
Eldum rétt	[90-95]%	[90-95]%	[95-100]%
Einn, tveir og elda	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
Matseðill	0%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>
<b>Landsbyggð</b>	2019	2020	2021
Eldum rétt	[90-95]%	[80-85]%	[80-85]%
Einn, tveir og elda	[5-10]%	[15-20]%	[15-20]%
Matseðill	0%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>	<b>&lt;1 ma.kr.</b>

19. Að frummati Samkeppniseftirlitsins eru hlutdeildir Eldum rétt, eftir mismunandi landfræðilegum afmörkunum, til marks um markaðsráðandi stöðu félagsins í sölu á samsettum matarpökkum á landsvísu, en einnig á flestum markaðssvæðum, einna helst höfuðborgarsvæðinu og á Akureyri og Eyjafjarðarsvæðinu. Þá er það frummat Samkeppniseftirlitsins að yfirtaka Haga á Eldum rétt komi til með að styrkja stöðu félagsins enn frekar. Þar að auki er fjárhagslegur styrkur Eldum rétt umtalsvert meiri en annarra keppinauta á markaðnum fyrir samsetta matarpakka.
20. Á samsettum markaði fyrir dagvörur og samsetta matarpakka, auk netsölu á dagvöru og dagvörusölu Costco, er ljóst að staða samrunaaðila er mjög sterk, eins og sjá má í töflu 4.



Tafla 4: Markaðshlutdeildir á dagvörumarkaði þar sem sala á samsettum matarpökkum er meðtalin árin 2019-2021, eftir mismunandi landfræðilegum afmörkunum.

<b>Landið allt</b>	2019	2020	2021
Hagar	[40-45]%	[40-45]%	[40-45]%
Eldum rétt	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samrunaaðilar</b>	<b>[40-45]%</b>	<b>[40-45]%</b>	<b>[40-45]%</b>
Festi	[20-25]%	[20-25]%	[25-30]%
Samkaup	[20-25]%	[20-25]%	[20-25]%
Costco	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Fjarðarkaup ehf.	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>Samtals</b>	<b>[150-160] ma.kr.</b>	<b>[170-180] ma.kr.</b>	<b>[180-190] ma.kr.</b>
<b>Höfuðborgarsvæðið</b>	2019	2020	2021
Hagar	[45-50]%	[40-45]%	[40-45]%
Eldum rétt	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samrunaaðilar</b>	<b>[45-50]%</b>	<b>[40-45]%</b>	<b>[40-45]%</b>
Festi	[25-30]%	[25-30]%	[25-30]%
Samkaup	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
Costco	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Fjarðarkaup ehf.	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>[100-110] ma.kr.</b>	<b>[110-120] ma.kr.</b>	<b>[120-130] ma.kr.</b>
<b>Akureyri og Eyjafjarðarsvæði</b>	2019	2020	2021
Hagar	[55-60]%	[55-60]%	[55-60]%
Eldum rétt	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samrunaaðilar</b>	<b>[55-60]%</b>	<b>[55-60]%</b>	<b>[55-60]%</b>
Samkaup	[35-40]%	[35-40]%	[35-40]%
Skeljungur/Basko	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>[10-20] ma.kr.</b>	<b>[10-20] ma.kr.</b>	<b>[10-20] ma.kr.</b>
<b>Landsbyggðin</b>	2019	2020	2021
Hagar	[35-40]%	[35-40]%	[35-40]%
Eldum rétt	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Samrunaaðilar</b>	<b>[35-40]%</b>	<b>[35-40]%</b>	<b>[35-40]%</b>
Samkaup	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%
Festi	[20-25]%	[15-20]%	[20-25]%
KS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Aðrir	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b>Samtals</b>	<b>[60-70] ma.kr.</b>	<b>[60-70] ma.kr.</b>	<b>[70-80] ma.kr.</b>

21. Þegar sala á samsettum matarpökkum, sem ætlaðir eru til eldunar samkvæmt uppskriftum sem fylgja með, er talin til dagvörumarkaðarins, að meðtalinni dagvorusölu Costco og netsölu dagvara, mælist hlutdeild Haga [40-45]% og hlutdeild Eldum rétt [0-5]% á landsvísu árið 2021



22. Þá liggur jafnframt fyrir að samþjöppun á þeim mörkuðum sem samrunaaðilar starfa á er mjög mikil fyrir samruna. Þrátt fyrir að samþjöppun aukist ekki mikið við samrunann er það frummat Samkeppniseftirlitsins að af samrunanum hljótist samt sem áður skaði, m.a. þar sem Eldum rétt hefur verið í fararbroddi með vissar nýjungar á markaði, s.s. matarpakkafyrirkomulagið og sölu á matvöru í gegnum netverslun, og einnig þar sem líta megi á félagið sem eins konar „maverick“ fyrirtæki, þ.e. fyrirtæki sem eru að jafnaði fyrst til þess að lækka verð eða bjóða upp á ýmsar nýjungar sem geta haft mikil áhrif á það sem gerist á markaðnum þrátt fyrir að styrkur þeirra komi ekki fram í markaðshlutdeild.

#### 4. Efnahagslegur styrkleiki samrunaaðila mikill í samanburði við keppinauta

23. Í töflu 5 er að finna yfirlit yfir efnahagslegan styrkleika helstu dagvörukeðja og helstu aðila í sölu samsettra matarpakka.

Tafla 5: Yfirlit yfir rekstrartekjur, eignir og eigið fé fyrirtækja á mörkuðum fyrir dagvöru, eldsneyti og samsetta matarpakka árið 2021. Fjárhæðir eru birtar í milljörðum króna.

	Rekstrartekjur	Eignir	Eigið fé
Hagar*	131,58	65,78	26,50
Eldum rétt	1,23	0,30	0,18
<b>Samrunaaðilar samtals</b>	<b>132,82</b>	<b>66,08</b>	<b>26,68</b>
Festi	101,05	85,97	33,91
Samkaup	40,13	19,19	3,56
SKEL	34,26	32,98	16,45
Costco**	20,53	11,53	8,49
Einn, tveir og elda (Álfasaga)***	0,76	0,17	0,02
Matseðill	0,03	0,02	-0,01

\*Tímabilið 1. desember 2020 til 30. nóvember 2021

\*\*Tímabilið 1. september 2019 til 31. ágúst 2020

\*\*\*Ársreikningur 2020

24. Af upplýsingum sem fram koma í töflunni er ljóst að fjárhagsleg staða samrunaaðila er sterk, bæði ein og sér og í samanburði við keppinauta, hvort sem litið er á dagvöru markað eða líklegan markað fyrir samsetta matarpakka. Hagar eru með hæstu tekjurnar og næsthæstu eignirnar og eigið fé. Einungis Festi er álíka að stærð og Hagar, önnur fyrirtæki eru töluvert smærri. Costco á Íslandi tilheyrir þektri alþjóðlegri verslanakeðju sem býr yfir umtalsverðum efnahagslegum styrkleika á heimsvísu. Hins vegar ber að meta efnahagslegan styrkleika félagsins eins og hann birtist á hinum íslenska markaði þegar hann er borinn saman við efnahagslegan styrkleika annarra keppinauta<sup>4</sup>. Af upplýsingunum sem fram koma í töflu 5 er ljóst að efnahagslegur styrkleiki Costco á Íslandi er umtalsvert minni en hjá t.d. Högum og Festi. Þá hefur komið fram að tekjur Haga af dagvörusölu eru áþekkar samanlögðum tekjum Festi og Samkaupa af

<sup>4</sup> Þetta hefur skýrlega komið fram í réttarframkvæmd hér á landi. Fyrir samkeppnisyfirdömdum og dómstólum vísaði Valitor til þess að félagið væri að keppa við öflugan erlendan aðila (PBS) og að Valitor hafi ekki „ekki getað hagað sér án tillits til PBS, en fjárhagslegur styrkur þess fyrirtækis sé margfaldur á við stefnanda“ Héraðsdómur Reykjavíkur féllst ekki á þetta og benti á að það hafi verið „réttmætt að horfa fram hjá styrk PBS á öðrum mörkuðum þegar staðan á markaðnum hér á landi er metin.“ Staðfesti Hæstiréttur þetta, sbr. dóm hans í máli nr. 419/2015.





dagvörusölu. Þegar fjárhagsleg staða Haga er virt í samhengi við markaðshlutdeild fyrirtækisins á dagvörumarkaði þá gefur það vísbendingu um sterka stöðu fyrirtækisins í samanburði við keppinauta þess.

25. Á meðal fyrirtækja sem selja matarpakka er ljóst að Eldum rétt er í yfirburðarstöðu, en félagið er með töluvert hærri rekstrartekjur, eignir og eigið fé en keppinautar þess.
26. Að framangreindu virtu er það frummat Samkeppniseftirlitsins að staða Haga sé sterk í samanburði við keppinauta þess á dagvörumarkaði og að staða Eldum rétt sé umtalsvert sterkari en staða keppinauta þess á markaði fyrir samsetta matarpakka. Að frummati telur Samkeppniseftirlitið að samruninn sé til þess fallinn að styrkja stöðu Haga á dagvörumarkaði en einnig stöðu Eldum rétt á markaði fyrir samsetta matarpakka.

## **5. Lárétt áhrif**

### **5.1. Eldum rétt mögulegur keppinautur á dagvörumarkaði**

27. Að frummati Samkeppniseftirlitsins benda gögn málsins sterklega til þess að Eldum rétt sé mögulegur keppinautur Haga í sölu á dagvörum, en í gögnum málsins koma m.a. fram vísbendingar um það. Ljóst er að Hagar selja bæði dagvörur í verslunum sínum og í gegnum netverslun Hagkaups. Þá sýna opinberar upplýsingar frá Högum að uppbygging fyrirtækisins til framtíðar muni að töluverðu leyti grundvallast á upplýsingatækni og stafrænum lausnum<sup>5</sup>. Er það frummat Samkeppniseftirlitsins að kaupin á Eldum rétt sé þáttur í þeirri vegferð.

### **5.2. Hagar mögulegur keppinautur á markaði fyrir samsetta matarpakka**

28. Varðandi sölu á samsettum matarpökkum eru ekki skýrar vísbendingar um það í fyrirliggjandi gögnum að Hagar hafi ætlað sér innkomu á þann markað. Hagar benda þó sjálfir á það að fyrirtækið gerði tilraun til þess að selja samsetta matarpakka í verslunum sínum undir vörumerkinu 20/30 en að sú tilraun hafi ekki náð árangri, m.a. vegna skorts á mismunandi söluleiðum. Að frummati Samkeppniseftirlitsins ættu Hagar þó með tiltölulega einföldum hætti að geta hafið aftur sölu á samsettum matarpökkum í gegnum netverslun í samkeppni við Eldum rétt.

### **5.3. Hagar og Eldum rétt nánir og mikilvægir keppinautar**

29. Eins og fram kemur í umfjöllun í kafla 2 þá er frummat Samkeppniseftirlitsins að markaður málsins sé hefðbundinn dagvörumarkaður, ásamt sölu dagvara í gegnum netið, dagvörusölu Costco og sölu samsettra matarpakka. Í ljósi vísbendinga um líklegan aðgreindan markað fyrir sölu á samsettum matarpökkum tók Samkeppniseftirlitið jafnframt tillit til þess markaðar við efnislegt mat á samrunanum.
30. Niðurstöður neytendakönnunar gefa til kynna að samrunaaðilar séu nánir keppinautar. Þannig leiddi greining á tilfærsluhlutföllum í ljós að Krónan er nánasti keppinautur Eldum rétt, en næst á eftir kemur Bónus. Þá hækkar tilfærsluhlutfallið lítillega ef litið er á tilfærslu á milli Eldum rétt og Haga (þ.e. Bónuss og Hagkaups). Niðurstöður varðandi tilfærsluhlutföll frá Eldum rétt er að finna í töflu 6 hér að neðan.

---

<sup>5</sup> <https://www.hagar.is/arsskyrsla-2021/avarp/>, skoðað 29. ágúst 2022.



Tafla 6: Tilfærsluhlutföll viðskiptavina Eldum rétt í kjölfar verðhækkana<sup>6</sup>.

	5% verðhækkun	10% verðhækkun
<b>Engin tilfærsla</b>	[50-55]%	[15-20]%
<b>Matvöruverslanir</b>	[35-40]%	[60-65]%
<i>Þar af Krónan</i>	[15-20]%	[25-30]%
<i>Þar af Bónus</i>	[15-20]%	[25-30]%
<i>Þar af Hagkaup</i>	[0-5]%	[0-5]%
<b>Netverslanir</b>	[0-5]%	[5-10]%
<b>Tilbúnir/hálftilbúnir réttir í netverslun/matvöruverslun</b>	[0-5]%	[0-5]%
<b>Sérverslanir</b>	[0-5]%	[0-5]%
<b>Veitingastaðir</b>	[0-5]%	[0-5]%
<b>Draga úr / hætta kaupum</b>	[5-10]%	[10-15]%

31. Þá er það jafnframt frummat Samkeppniseftirlitsins að Eldum rétt sé mikilvægur keppinautur Haga á dagvörumarkaði. Helgast það mat af þeirri staðreynd að Eldum rétt hefur verið leiðandi í að bjóða upp á ýmsar nýjungar, s.s. matarpakkafyrirkomulagið og sölu á matvöru í gegn um netið, sem höfða til breyttrar neysluhegðunar og aukinna krafna viðskiptavina um þægindi og fljótlegar lausnir. Þannig megi líta á Eldum rétt sem svokallað „maverick“ fyrirtæki.

#### 5.4. Sameinað félag líklegt til að geta hindrað stækkun keppinauta

32. Þá er það frummat Samkeppniseftirlitsins að líklegt sé að sameinað félag sé í aðstöðu til þess að geta hindrað stækkun keppinauta á þeim mörkuðum sem þeir starfa á, hvort sem litið er á sölu matarpakka sem sérstakan markað eða hluta af dagvörumarkaðnum. Í því samhengi vísast til fjárhagslega sterkrar stöðu hvors samrunaaðila um sig á þeim mörkuðum sem þeir starfa, en einnig til sterkrar stöðu sameinaðs félags á dagvörumarkaði ef litið er á sölu matarpakka sem hluta af þeim markaði. Þar að auki ber að líta til þeirra aðgangshindrana sem eru til staðar inn á markaðina sem og þess samkeppnisforskots sem felst í lóðréttri samþættingu Haga. Er það frummat Samkeppniseftirlitsins að með samrunanum skapist tækifæri fyrir hið sameinaða félag til að tryggja sterka stöðu sína enn frekar og samhlíða takmarkist verulega möguleiki nýrra eða smærri aðila til vaxtar.

#### 6. Innkaupastyrkur samrunaaðila styrkist

33. Hagar njóta töluverðs innkaupastyrks gagnvart heildsölum sem selja dagvöru. Innan samstæðu Haga eru einnig starfræktar einingar sem starfa á heildsölustigi dagvörumarkaðar, þ. á m. Aðföng og Bananar. Með samrunanum rennur Eldum rétt inn í samstæðu Haga og mun innkaupastyrkur Eldum Rétt aukast svo um munar í kjölfarið. Að frummati Samkeppniseftirlitsins má ætla að með auknum innkaupastyrk Eldum rétt nái félagið enn

<sup>6</sup> Niðurstöður eru byggðar á svörum þeirra sem tóku afstöðu til eftirfarandi spurningar: „Ímyndaðu þér að verð á samsettum matarpökkum frá öllum matarpakkafyrirtækjum hækki um 5%/10% (500/1.000 kr. verðhækkun á matarpakka sem kostar 10.000 kr. fyrir hækkun), en verð á allri annarri matvöru haldist óbreytt, s.s. í hefðbundnum matvöruverslunum, netverslunum sem og veitingastöðum. Hver yrðu viðbrögð þín?“. Þeir sem svöruðu því til að þeir hefðu dregið úr kaupum á samsettum matarpökkum í kjölfar verðhækkunar voru spurðir hvort þeir myndu auka innkaup sín á matvöru eftir öðrum leiðum í kjölfarið. Þeir sem svöruðu því játandi voru þá spurðir: "Eftir hvaða leiðum myndir þú auka innkaup þín á matvöru í kjölfar 5%/10% verðhækkunar á matarpökkum?"

Þeir sem sögðust myndu alfarið hætta að kaupa samsetta matarpakka í kjölfar verðhækkunar voru jafnframt spurðir hvort þeir myndu breyta innkaupum sínum á matvöru eftir öðrum leiðum í kjölfarið. Þeir sem svöruðu því játandi voru þá spurðir: "Hvernig myndir þú haga innkaupum í staðinn fyrir kaup á samsettum matarpökkum í kjölfar 5%/10% verðhækkunar á matarpökkum?". Til þess að meta hvernig svarendur skiptast á milli einstakra matvöruverslana í kjölfar 5%/10% verðhækkunar var stuðst við sömu skiptingu og fékkst þegar spurt var um tilfærslu vegna tímabundinnar lokunar.



frekari yfirburðum yfir keppinauta sína í sölu á samsettum matarpökkum, enda er hráefniskostnaður einn stærsti kostnaðarliðurinn í rekstri matarpakkafyrirtækja. Samtímagögn málsins styðja það mat, en af innanhússgögnum sést að Hagar gera ráð fyrir að geta aukið framlegð töluvert í kjölfar samrunans, sem að frummati Samkeppniseftirlitsins er til þess fallið að auka markaðsstyrk Eldum rétt í sölu á samsettum matarpökkum töluvert og einnig að skapa aðgangshindranir að líklegum markaði fyrir samsetta matarpakka. Þá leiðir af samruna þessum að innkaupastyrkur Haga styrkist sem nemur innkaupum Eldum Rétt á dagvörumarkaði.

## **7. Aðgangshindranir að dagvörumarkaði og markaði fyrir samsetta matarpakka umtalsverðar**

34. Samkeppniseftirlitið hefur áður komist að þeirri niðurstöðu að aðgangshindranir inn á dagvörumarkaðinn séu töluverðar. Geri það öðrum aðilum erfitt um vik að ná fótfestu á markaðnum eða efla stöðu sína þar. Samrunaaðilar halda því fram að innkoma Costco á dagvörumarkað falli undir það að fyrirtækinu hafi tekist að hasla sér völl svo um munar á markaðnum. Í því sambandi telur Samkeppniseftirlitið rétt að áréttu að það eitt að Costco hafi hafið starfsemi á skilgreindum smásölumarkaði þessa máls þýðir ekki að litlar aðgangshindranir séu fyrir hendi á skilgreindum markaði. Samkvæmt opinberum upplýsingum hefur fyrirtækjum reynst erfitt að ná fótfestu á dagvörumarkaði. Í því samhengi má nefna innkomu og útgöngu verslana Super1 af markaðnum, en Super1 tókst ekki að hasla sér völl á markaðnum þrátt fyrir tiltölulega lágt kaupverð á tilteknum verslunum Haga og sérstakan heildsölusamning við Aðföng. Það er því frummat Samkeppniseftirlitsins að enn séu fyrir hendi umtalsverðar aðgangshindranir inn á dagvörumarkað.
35. Þá er það einnig frummat Samkeppniseftirlitsins að ekki sé unnt að fallast á framkomin sjónarmið samrunaaðila í fyrirliggjandi máli um að ekki séu aðgangshindranir inn á markað fyrir netviðskipti með samsetta matarpakka. Þvert á móti virðist erfitt fyrir nýja aðila að koma inn á markaðinn eða fyrir smærri aðila að auka umsvif sín á þeim markaði. Samkvæmt framkomnum upplýsingum frá markaðsaðilum hefur Eldum rétt starfað lengi á markaðnum og nýtur mikillar viðskiptavinatryggðar. Þegar kemur að möguleikum annarra fyrirtækja á markaðnum til vaxtar, eða nýrra fyrirtækja að hefja starfsemi, telja markaðsaðilar að helsta hindrunin felist í að erfitt geti reynst að ná til sín viðskiptavinum í viðskipti vegna þess hve vel Eldum rétt hefur fest sig í sessi í hugum neytenda. Fá þau sjónarmið stóð í hægum vexti keppinauta Eldum rétt.
36. Með vísan til framangreinds er það frummat Samkeppniseftirlitsins að töluverðar aðgangshindranir séu inn á líklegan markað fyrir samsetta matarpakka.

## **8. Lóðrétt áhrif og samsteypuáhrif**

37. Að frummati Samkeppniseftirlitsins felast skaðleg lóðrétt eða samsteypuáhrif af samrunanum ekki í útilokunaráhrifum. Hins vegar liggur fyrir að um er að ræða samruna tveggja fyrirtækja sem hvort um sig hafi yfirburði yfir aðra samkeppnisaðila á þeim mörkuðum sem þau starfa og eru að frummati Samkeppniseftirlitsins markaðsráðandi á sínum mörkuðum. Þannig eru Hagar stærsti aðilinn á dagvörumarkaði og Eldum rétt stærsti aðilinn á líklegum markaði fyrir sölu á samsettum matarpökkum.
38. Hagar eru lóðrétt samþætt fyrirtæki en lóðrétt samþætting getur veitt þeim fyrirtækjum sem yfir henni búa talsvert samkeppnisforskot og um leið falið í sér aðgangshindrun fyrir nýja keppinauta eða hindrað möguleika þeirra á að auka umsvif sín á markaðnum. Gangi samruni Haga og Eldum rétt í gegn verður Eldum rétt hluti af lóðréttu samþættingu samstæðu Haga sem að frummati Samkeppniseftirlitsins getur orðið til þess að auka enn frekar á



samkeppnisforskot Eldum rétt í sölu á samsettum matarpökkum. Er það frummat Samkeppniseftirlitsins að með samrunanum skapist tækifæri fyrir hið sameinaða félag til að tryggja sterka stöðu sína enn frekar og að samhliða takmarkist verulega möguleiki nýrra eða smærri aðila til vaxtar.

39. Það er því frummat Samkeppniseftirlitsins að skaðleg lóðrétt og samsteypuáhrif samrunans felist í því að með því að Eldum rétt verði hluti af lóðréttri samþættingu samstæðu Haga styrkist innkaupastyrkur Eldum rétt til muna sem leiði til enn frekari styrkingar á stöðu félagsins í sölu á samsettum matarpökkum. Í kjölfarið skapist enn frekari aðgangshindranir inn á markaðinn.

## **9. Möguleg hagræðing**

40. Samrunaaðilar bera ábyrgð á því að sýna fram á að samruni sé neytendum til hagsbóta haldi þeir slíku fram. Í samrunaskrá segir að ávinningur af samrunanum felist aðallega í því að tryggja Högum þátttöku á nýjum markaði og ákveðinni samþættingu á starfseminni.
41. Í samrunaskrá segir þó að hefðbundin samlegðaráhrif af samrunanum liggi ekki fyrir í smáatriðum. Þar sem ekki liggur fyrir með fullnægjandi hætti hvernig samrunaaðilar ætla að tryggja að samruninn verði til hagsbóta fyrir neytendur telur Samkeppniseftirlitið ekki forsendur til þess að taka tillit til mögulegrar hagræðingar af samrunanum.

## **10. Samandregið frummat Samkeppniseftirlitsins**

42. Með vísan til alls framangreinds var það frummat Samkeppniseftirlitsins að samruni Haga og Eldum rétt leiði til styrkingar á markaðsráðandi stöðu Haga á dagvörumarkaði og sömuleiðis á markaðsráðandi stöðu Eldum rétt á líklegum markaði fyrir sölu samsettra matarpakka í gegnum netið. Þannig sé um að ræða samruna tveggja markaðsráðandi fyrirtækja á tengdum mörkuðum. Sé sala samsettra matarpakka meðtalin á dagvörumarkaði mun samruninn jafnframt styrkja markaðsráðandi stöðu Haga.
43. Enn fremur er það frummat Samkeppniseftirlitsins að Eldum rétt sé mögulegur keppinautur Haga á dagvörumarkaði og sömuleiðis að Hagar séu mögulegur keppinautur Eldum rétt á líklegum markaði fyrir samsetta matarpakka. Það er frummat Samkeppniseftirlitsins að samruninn feli í sér samruna nánna keppinauta og jafnframt að Eldum rétt séu mikilvægur keppinautur Haga á dagvörumarkaði. Sameinað félag sé líklegt til að geta hindrað stækkun keppinauta sinna. Þá er það einnig frummat Samkeppniseftirlitsins talsverðar aðgangshindranir séu inn á bæði dagvörumarkað og líklegan markað fyrir verslun með samsetta matarpakka. Að lokum er það frummat Samkeppniseftirlitsins að í lóðréttri samþættingu og innkaupastyrk Haga felist skaðleg lóðrétt og samsteypuáhrif.
44. Með hliðsjón af öllu framangreindu var það frummat Samkeppniseftirlitsins að samruni Haga og Eldum rétt hindri virka samkeppni í skilningi 17. gr. c samkeppnislaga. Sökum þessa er það frummat Samkeppniseftirlitsins að ástæða sé til að grípa til íhlutunar vegna samrunans. Íhlutun getur falist í ógildingunni eða setningu skilyrða.

## **11. Ósk um umsögn**

45. Samkeppniseftirlitið óskar hér með eftir athugasemdum og sjónarmiðum markaðsaðila um annars vegar frummat Samkeppniseftirlitsins og hins vegar andmæli samrunaaðila við andmælaskjalinu.
46. Sérstaklega er óskað eftir sjónarmiðum um andmæli samrunaaðila sem snúa að:



- a) Stöðu Haga á dagvörumarkaði en Hagar mótmæla frummati Samkeppniseftirlitsins um að Hagar séu í markaðsráðandi stöðu á dagvörumarkaði og benda á að niðurstaða frumattsins sé að markaðshlutdeild Haga sé undir 50%.
  - b) Stöðu Eldum rétt á markaði fyrir samsetta matarpakka en samrunaaðilar mótmæla því að Eldum rétt sé skilgreint sem markaðsráðandi á mögulegum markaði fyrir samsetta matarpakka þar sem að um tiltölulega nýjan markað sé að ræða sem sé enn í mótun.
  - c) Eldum rétt sem mögulegum keppinauti Haga á dagvörumarkaði en samrunaaðilar mótmæla því mati þar sem áætlanir Eldum rétt hafi ekki falið í sér mögulega innkomu á dagvörumarkað, enda sé félagið ekki í stakk búið til þess.
  - d) Högum sem mögulegum keppinauti Eldum rétt á markaði fyrir samsetta matarpakka en samrunaaðilar mótmæla þeirri ályktun í frummati eftirlitsins.
  - e) Tillögur samrunaaðila að mótvægisáðgerðum. Til að bregðast við áhyggjum Samkeppniseftirlitsins hafa Hagar lýst sig reiðubúna til að undirgangast bann við undirverðlagningu á vörum og þjónustu Eldum rétt og bann við samtvinnun á milli vöru og þjónustu dagvöruverslana Haga annars vegar og Eldum rétt hins vegar. Enn fremur að ítreka það jafnræði, gagnsæi og takmörkun á upplýsingamiðlun sem komið var á í rekstri Banana með ákvörðun nr. 38/2002 og því til viðbótar að undirgangast sambærilega skuldbindingu í viðskiptum Stórkaupa við fyrirtæki á matarpakkamarkaði.
47. Þá er jafnframt óskað sjónarmiða um:
- i. Hvaða fyrirtæki gætu talist til 5 helstu keppinauta Eldum Rétt.
  - ii. Almennt um samkeppnisleg áhrif samrunans.
48. Um heimild Samkeppniseftirlitsins til að afla framangreindra sjónarmiða vegna málsmeðferðar vísast til 19. gr. samkeppnislaga nr. 44/2005. Innihaldi umsögn fyrirtækisins trúnaðarupplýsingar er mikilvægt að slíkt komi fram og að Samkeppniseftirlitinu berist einnig afrit af svarinu án trúnaðarupplýsinga, sbr. 4. mgr. 16. gr. reglna nr. 880/2005 um málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins.
49. Samkvæmt lögum ber Samkeppniseftirlitinu að ljúka meðferð samrunamála innan tiltekinna tímafresta. Því er nauðsynlegt að gagnaöflun gangi hratt fyrir sig. Er þess vinsamlegast óskað að sjónarmið fyrirtækisins berist sem fyrst, en þó eigi síðar en fyrir lok dags þann 5. september 2022 með tölvupósti á netfangið [samkeppni@samkeppni.is](mailto:samkeppni@samkeppni.is).

Virðingarfyllst,  
Samkeppniseftirlitið