

## Samrunaskrá

- (1) Samrunatilkynning þessi er lögð fram fyrir hönd umbjóðanda okkar, Festi hf., kt. 540206-2010, Dalvegi 10-14, 201 Kópavogi („Festi“), vegna kaupa Festi á Lyfju hf., kt. 531095-2279, Hagasmára 1, 201 Kópavogi („Lyfja“) af **SID ehf.**, kt. 660118-0470, Borgartúni 19, 105 Reykjavík („**SID**“ eða „seljandi“).
- (2) Skránni er eingöngu ætlað að vera til afnota fyrir Samkeppniseftirlitið („**SE**“). Óskað er eftir því að farið verði með þær upplýsingar sem fara hér á eftir, og eru innan hornklofa, sem trúnaðarmál, sbr. 17. gr. stjórnáskýslulaga nr. 37/1993 og 2. mgr. 16. gr. reglna um málsmeðferð SE nr. 880/2005, þar sem um er að ræða viðkvæmar viðskiptaupplýsingar. Gögn sem bundin eru trúnaði eru einnig merkt sérstaklega.<sup>1</sup>
- (3) Þessi samrunaskrá er tekin saman í samræmi við 5. mgr. 17. gr. a. samkeppnislaga nr. 44/2005 („**samkeppnislög**“) og reglur SE um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum nr. 1390/2020 og viðauka I við þær reglur. Allar upplýsingar sem veittar eru í þessari skrá eru réttar og fullnægjandi eftir bestu vitund forráðamanna samrunaaðila. Kaflaskipting samrunaskrárinnar tekur mið af viðauka I við reglur nr. 1390/2020 eftir því sem við á.
- (4) Tengiliðir tilkynnanda vegna málsmeðferðar þessarar eru Guðrún Lilja Sigurðardóttir, lögmaður, [gudrun@lex.is](mailto:gudrun@lex.is) og Fjölur Ólafsson, lögmaður, [fjolur@lex.is](mailto:fjolur@lex.is), LEX, Borgartúni 26 í Reykjavík, sími 590 2600, sbr. umboð á **fylgiskjali 1**.
- (5) Samrunagjald að fjárhæð 500.000 kr. hefur verið greitt.

---

<sup>1</sup> Texti yfirstrikaður með **gulum** hefur að geyma trúnaðarupplýsingar frá Festi, texti yfirstrikaður með **grænum** hefur að geyma trúnaðarupplýsingar frá Lyfju, og texti yfirstrikaður með **fjólubláum** hefur að geyma trúnaðarupplýsingar frá báðum aðilum.

## Efnisyfirlit

<b>1</b>	<b>Stutt lýsing samruna</b> .....	<b>5</b>
1.1	Almennt.....	5
1.2	Samandregin lýsing á samruna .....	5
<b>2</b>	<b>Grunnupplýsingar um samrunaaðila</b> .....	<b>7</b>
2.1	Heiti og pósthfang.....	7
2.2	Starfsemi.....	7
2.2.1	<i>Festi og tengd félög</i> .....	7
2.2.2	<i>Hið keypta félag – Lyfja</i> .....	8
2.2.3	<i>Seljandi</i> .....	9
2.3	Tengiliðir .....	9
<b>3</b>	<b>Upplýsingar um samrunann</b> .....	<b>10</b>
3.1	Aðdragandi samrunans .....	10
3.2	Tilgangur og markmið samrunans .....	10
3.3	Eðli samrunans .....	10
3.4	Atvinnuvegir sem samruninn nær til .....	11
3.5	Kaupverð .....	11
3.6	Velta.....	11
3.7	Mögulegur ávinningur, samlegðaráhrif og viðskiptalegar forsendur.....	12
3.7.1	<i>Breiðara úrval af nauðsynjavörum</i> .....	12
3.7.2	<i>Innkaup á einum stað og aukin heimsendingarþjónusta</i> .....	12
3.7.3	<i>Bætt afkoma Lyfju og aukin þjónusta á landsbyggðinni</i> .....	12
3.7.4	<i>Aukið samkeppnislegt aðhald gagnvart Högum</i> .....	13
3.7.5	<i>Lækkun miðlægs kostnaðar</i> .....	13
<b>4</b>	<b>Eignarhald og yfirráð</b> .....	<b>14</b>
4.1	Fyrirtæki eða einstaklingar sem ráða yfir samrunaaðilum.....	14
4.2	Fyrirtæki undir yfirráðum samrunaaðila .....	14
4.3	Formlegt eða óformlegt samstarf við fyrirtæki á sama eða tengdum mörkuðum .....	15
4.3.1	<i>Festi og tengd félög</i> .....	15
4.3.2	<i>Lyfja og tengd félög</i> .....	15
<b>5</b>	<b>Persónuleg og fjárhagsleg tengsl og fyrri yfirtökur</b> .....	<b>16</b>
5.1	Fyrirtæki á mörkuðum þar sem áhrifa gætir þar sem samrunaaðilar eiga yfir 10% atkvæðisréttar eða hlutfjár .....	16
5.2	Einstaklingar sem eiga sæti í stjórn annars fyrirtækis á mörkuðum þar sem áhrifa gætir ....	16
5.3	Yfirtökur á síðustu þremur árum.....	17
<b>6</b>	<b>Skilgreiningar á mörkuðum</b> .....	<b>19</b>
6.1	Almennt.....	19
6.2	Vörumarkaðirnir .....	20
6.2.1	<i>Markaður fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum</i> .....	20
6.2.2	<i>Markaður fyrir smásölu á heilsuvörum</i> .....	22
6.2.3	<i>Markaður fyrir smásölu lyfja</i> .....	23
6.2.4	<i>Markaður fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum</i> .....	23
6.2.5	<i>Dagvörumarkaður</i> .....	23
6.2.6	<i>Raftæki</i> .....	24
6.2.7	<i>Eldsneytismarkaður</i> .....	25
6.2.8	<i>Rekstrarvörur</i> .....	25
6.2.9	<i>Smásala á rafmagni</i> .....	26
6.2.10	<i>Útleiga á atvinnuhúsnæði</i> .....	26
6.2.11	<i>Vöruhúsaþjónusta</i> .....	26
6.3	Landfræðilegi markaðurinn.....	27
6.3.1	<i>Smásölumarkaður fyrir almennar hreinlætis- og snyrtivörur</i> .....	27
6.3.2	<i>Markaður fyrir smásölu á heilsuvörum</i> .....	29
6.3.3	<i>Markaður fyrir smásölu lyfja</i> .....	29
6.3.4	<i>Markaður fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum</i> .....	30
6.3.5	<i>Dagvörumarkaður</i> .....	30

6.3.6	Sala á vörum á eldsneytisafgreiðslum.....	30
6.3.7	Smásala á raftækjum.....	30
6.3.8	Rekstrarvörur.....	31
6.3.9	Útleiga á atvinnuhúsnæði.....	31
6.3.10	Vöruhúsaþjónusta.....	31
<b>7</b>	<b>Upplýsingar um markaði þar sem áhrifa gætir.....</b>	<b>32</b>
7.1	Áætluð heildarstærð markaða.....	32
7.1.1	Markaðir þar sem áhrifa samrunans gætir helst.....	32
7.1.2	Aðrir markaðir.....	32
7.2	Markaðshlutdeild samrunaaðila.....	33
7.2.1	Skörun í starfsemi aðila.....	33
7.2.2	Markaður fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum.....	35
7.2.3	Markaðir fyrir smásölu á heilsuvörum.....	38
7.2.4	Markaður fyrir heilidsölu á heilsuvörum.....	43
7.2.5	Markaður fyrir smásölu lyfja.....	45
7.2.6	Markaður fyrir sölu á dagvöru í dagvöruverslunum.....	49
7.2.7	Markaður fyrir raftæki.....	53
7.2.8	Markaður fyrir útleigu á atvinnuhúsnæði.....	56
7.2.9	Markaður fyrir vöruhúsaþjónustu.....	56
7.2.10	Eldsneytismarkaður.....	57
7.3	Aðrir markaðir.....	58
7.4	Listi yfir keppinauta og markaðshlutdeild keppinauta.....	58
7.5	Heildarverðmæti, -magn og -uppruni innflutnings.....	61
7.6	Eðli framleiðslu og sölu á vörum og þjónustu.....	61
7.6.1	Söluleiðir.....	61
7.7	Samanburður á verði sem aðilar samrunans bjóða á Íslandi og erlendis.....	61
7.8	Eðli og umfang lóðréttar samþættingar.....	61
7.8.1	Festi.....	61
7.8.2	Lyfja.....	62
7.8.3	Lóðrétt samþætting keppinauta.....	62
7.9	Sundurliðun á heildartekjum.....	62
7.9.1	Festi.....	62
7.9.2	Lyfja.....	62
7.10	Helstu kostnaðarliðir og kostnaðaruppygging samrunaaðila.....	62
7.10.1	Festi.....	63
7.10.2	Lyfja.....	63
<b>8</b>	<b>Almenn skilyrði á mörkuðum þar sem áhrifa gætir.....</b>	<b>64</b>
8.1	Fimm stærstu sjálfstæðu birgjar.....	64
8.1.1	Hreinlætis- og snyrtivörur.....	64
8.2	Helstu dreifileiðir og þjónustukerfi.....	64
8.3	Heildarafkastageta.....	65
8.4	Aðrir þættir framboðs sem skipta máli.....	65
8.5	Tíu stærstu viðskiptavinir.....	65
8.6	Eftirspurn á mörkuðum.....	66
8.6.1	Þróun markaðarins.....	66
8.6.2	Vægi viðskiptavinavildar.....	66
8.6.3	Samþjöppun eða dreifing neytenda.....	66
8.6.4	Skipting viðskiptavina í ólíka flokka.....	66
8.6.5	Vægi samninga um einkadreifingu eða annars konar langtímasamninga.....	66
8.6.6	Vægi eftirspurnar frá opinberum aðilum.....	67
8.7	Markaðsaðgangur.....	67
8.7.1	Innkoma nýrra aðila.....	67
8.7.2	Aðgangshindranir.....	67
8.7.3	Þróun á vörum og framleiðslu.....	68
8.8	Líkleg innganga nýrra aðila.....	68

8.9	Ýmsir þættir sem hafa áhrif á aðgang að mörkuðum .....	68
8.10	Rannsóknir og þróun .....	68
8.11	Samstarfssamningar .....	69
8.11.1	<i>Samstarfssamningar vegna rannsókna og þróunar</i> .....	69
8.12	Atvinnugreinasamtök .....	69
<b>9</b>	<b>Áhrif á neytendur og milliliði</b> .....	<b>70</b>
<b>10</b>	<b>Fylgiskjöl</b> .....	<b>71</b>
<b>11</b>	<b>Yfirlýsing</b> .....	<b>75</b>

## 1 Stutt lýsing samruna

### 1.1 Almennt

- (6) Samrunatilkynning þessi fjallar um kaup Festi á Lyfju sem tilkynnt var um til kauphallarinnar á Íslandi þann 13. júlí 2023,<sup>2</sup> sbr. **fylgiskjal 3**.
- (7) Festi er fyrirtæki sem skráð er á markað kauphallarinnar á Íslandi undir auðkenninu „FESTI“. Festi er móðurfélag smásöluvyrirtækjanna Krónunnar ehf., N1 ehf. og Elko ehf. Félagið á einnig Bakkann vöruhótel ehf. sem annast vöruhúsaþjónustu, fyrst og fremst fyrir félög innan samstæðunnar. Þá á félagið allt hlutafé í Festi fasteignum ehf. sem á og leigir út atvinnuhúsnæði, einkum til félaga innan samstæðunnar.
- (8) Lyfja rekur net lyfjaverslana um land allt auk þess sem félagið flytur inn og selur lyf og tengdar vörur. SID ehf. á 99,99% hlut í Lyfju og SÍA III slhf. á einn hlut. Lyfja á allt hlutafé í dótturfélagunum Heilsu ehf., Heilsuhúsinu ehf., Árkaupum ehf. og Mengi ehf.
- (9) Þann 13. júlí 2023 rituðu Festi, sem kaupandi, og SID, sem seljandi, undir samning um kaup á 99,99% af heildarhlutafé Lyfju, sbr. **fylgiskjal 4**. Nánar tiltekið er um að ræða 220.149.799 hluti, hver að nafnverði 1 króna. Viðskiptin fela þannig í sér samruna í skilningi c-liðar 1. mgr. 17. gr. samkeppnislaga. Á kaupsamningsdegi var heildarvirði Lyfju tilgreint að fjárhæð 7.790 m.kr., en endanlegt kaupverð ræðst af skuldastöðu Lyfju á efndadegi sem og gengi hluta í Festi við sama tímamark. Mun kaupverðið verða greitt að hluta með reiðufé og að hluta með nýjum hlutum í Festi sem gefnir verða út í tengslum við uppgjör viðskiptanna.
- (10) Kaup Festi á Lyfju skapa tækifæri til að byggja upp öflugra félag sem er betur í stakk búið til að takast á við síbreytilegt samkeppnisumhverfi. Festi er á meðal stærri smásöluvyrirtækja landsins og eru vissir möguleikar á samþættingu í rekstri fyrirtækjanna auk þess sem ná má betri nýtingu á staðsetningum verslana og þjónustustöðva fyrirtækjanna. Þá bindur Festi vonir við að mögulegt verði að ná fram auknu hagræði í miðlægum kostnaði, svo sem yfirstjórn, stoðeildum og eftir atvikum innkaupum og dreifingu á vörum. Nánari umfjöllun um ætlaðan ávinning samrunans má finna í köflum 3.2 og 3.7.
- (11) Þá er rétt að nefna að með samrunanum er skorið á eignatengsl við viðskiptabanka sem SE hefur í ákvörðunum sínum álitð hafa í för með sér hættu á samkeppniströskun. Hefur SE meðal annars séð ástæðu til þess að beita íhlutun í samrunamálum þar sem slík eignatengsl komast á í því skyni að tryggja óhæði, þar á meðal í þeirri ákvörðun þar sem fjallað var um kaup SID á hlutafé í Lyfju.
- (12) Um starfsemi aðila og þá markaði þar sem starfsemi þeirra skarast vísast til kafla 2 og 6 í samrunaskrá þessari.

### 1.2 Samandregin lýsing á samruna

- (13) Viðskiptin leiða til breytinga á yferráðum Lyfju í skilningi 17. gr. samkeppnislaga. Í kjölfar samrunans mun Festi fara með yferráð yfir Lyfju með eignarhaldi á hlutafé, en eignarhald Lyfju á dótturfélagum þess verður óbreytt.

<sup>2</sup> Tilkynninguna má sjá hér:

<https://view.news.eu.nasdaq.com/view?id=bad9cc8aaeffb651180aefcb70452529b&lang=is&src=listed>

- (14) Gert er ráð fyrir því að Lyfja verði áfram rekið sem sjálfstætt félag innan samstæðu Festi, með sama hætti og gert er með önnur félög samstæðunnar.

## 2 Grunnupplýsingar um samrunaaðila

### 2.1 Heiti og pósthfang

- (15) Aðilar að viðskiptunum eru:
- Kaupandi: Festi hf., kt. 540206-2010, Dalvegi 10-14, 201 Kópavogi
  - Hið keypta: Lyfja hf., kt. 531095-2279, Hagasmári 1, 201 Kópavogi

### 2.2 Starfsemi

#### 2.2.1 Festi og tengd félög

- (16) Festi er hlutafélag í dreifðu eignarhaldi og er skráð á markað kauphallarinnar á Íslandi undir auðkenninu „FESTI“. Tilgangur félagsins samkvæmt samþykktum þess, sbr. samþykkt á hluthafafundi 23. ágúst 2023, er að eiga og reka fyrirtæki sem eru leiðandi á sínum mörkuðum, þar á meðal en ekki takmarkað við sölu á mat- og drykkjarvöru, orku, raftækjum, lyfjum og heilbrigðistengdri þjónustu. Þá er tilgangur félagsins kaup, sala, eignarhald og rekstur fasteigna, kaup, sala og eignarhald á verðbréfum, ásamt lánstarfsemi tengdri rekstrinum og öðrum skyldum rekstri. Hluthafar félagsins voru 1.268 í árslok 2022.
- (17) Heildarvelta samstæðu Festi nam 123.785 m.kr. árið 2022, sbr. ársreikning Festi vegna ársins 2022 á **fylgiskjali 6**.
- (18) Festi fer með yfirráð í eftirtöldum félögum á grundvelli eignarhalds:
- Krónan ehf.
    - Icelandic Food Company ehf.
      - Matseðill ehf.
    - Vínportið ehf.
  - Elko ehf.
  - Festi fasteignir ehf.
  - Bakkinn vöruhótel ehf.
  - N1 ehf.
    - Hlaða heildsala ehf.
- (19) Verslanir og þjónustustöðvar Festi ná til stórs hluta íslenskra neytenda og fyrirtækja á Íslandi, víðsvegar um landið.
- (20) **Krónan** rekur 26 dagvöruverslanir víðsvegar um landið, auk netverslunar. Markmið Krónunnar er fyrst og fremst að koma réttu vöruúrvali í hendur neytenda á eins hagstæðan hátt og mögulegt er. Í eigu Krónunnar eru **Icelandic Food Company** og **Vínportið**. Fyrirnefnda félagið annast framleiðslu á ýmis konar sósum og tilbúnum réttum til sölu í Krónunni og er einnig eigandi alls hlutfjár í **Matseðli** sem framleiðir tilbúna rétti. Þess skal getið að tilkynning um félagaréttarlegan samruna þessara tveggja félaga, þar sem Icelandic Food Company tekur yfir Matseðil, hefur verið send

til fyrirtækjaskrár og tilkynning um fyrirhugaðan samruna þeirra var birt í Lögbirtingarblaðinu um miðjan ágúst sl. Viðmiðunardagsetning samrunans er 1. janúar 2023. Til stendur að samrunaferlinu ljúki í október 2023 og Matseðill verði í kjölfarið afskráð úr fyrirtækjaskrá. **Vínportið** sérhæfir sig hins vegar í innflutningi og heildsölu á áfengi til verslana ÁTVR og Fríhafnarinnar á Keflavíkurflugvelli.

- (21) **N1** rekur 97 afgreiðslustaði með fljótandi eldsneyti (29 þjónustustöðvar og 68 eldsneytisafgreiðslur), auk þess sem félagið sinnir beinni þjónustu við sjávarútveg um allt land og flugrekstraraðila á Keflavíkurflugvelli og Reykjavíkurflugvelli, til viðbótar við að reka sex fyrirtækjaverslanir, 12 hjólbarða- og smurverkstæði og 26 hraðhleðslustöðvar. Í eigu N1 er Hlaða heildsala ehf. auk þess sem N1 Rafmagn ehf. var dótturfélag félagsins. Engin starfsemi hefur verið í fyrrnefnda félaginu en N1 Rafmagn seldi raforku í smásölu til endanotenda. N1 Rafmagn (áður Íslensk orkumiðlun ehf.) var sameinað N1 frá 1. janúar 2023 og er nú rekið sem afkomueining innan félagsins.
- (22) **Elko** flytur inn og selur raftæki hér á landi í eigin verslunum og á netinu. Verslanir Elko eru staðsettar í Lindum Kópavogi, á Grandanum og í Skeifunni í Reykjavík, á Tryggvabraut Akureyri og á Keflavíkurflugvelli (í brottfarar- og komusal).
- (23) **Festi fasteignir** er fasteignafélag sem á og leigir út atvinnuhúsnæði. Eru rekstrarfélög innan samstæðu Festi stærstu leigutakar félagsins en um 30% leigutekna koma frá félögum utan samstæðu.
- (24) **Bakkinn vöruhótel** rekur tvö vöruhús sem bæði eru staðsett við Sundahöfn í Reykjavík. Vöruhúsin eru sérhönnuð fyrir geymslu á annars vegar þurrvörum og rekstrarvörum og hins vegar fyrir geymslu á smurolíu, hjólbörðum og öðrum bílavörum. Frá þessum vöruhúsum er vörum dreift daglega til starfsstöðva samstæðunnar, auk þess sem félagið annast afhendingu á vörum til viðskiptavina fyrir vefverslun Elko. Bakkinn þjónustar aðallega fyrirtæki innan samstæðu Festi en um [...]³ af tekjum koma frá félögum utan samstæðu, sbr. síðari umfjöllun.
- (25) Nánari upplýsingar um Festi má nálgast á heimasíðu félagsins <https://www.festi.is/>

### 2.2.2 Hið keypta félag – Lyfja

- (26) Tilgangur Lyfju samkvæmt samþykktum þess er lyfsala svo og sala annarra almennra neyslu- og neytendavöru. Lyfja rekur net lyfjaverslana um land allt auk þess sem félagið flytur inn og selur lyf og tengdar vörur. Lyfjaverslanir Lyfju eru 45 talsins og félagið rekur einnig Heilsuhúsið í Kringlunni og Lyfju Heyrn.
- (27) Heildarvelta samstæðu Lyfju var 15.097 m.kr. árið 2022, sbr. ársreikning Lyfju vegna ársins 2022 á **fylgiskjali 8**.
- (28) Lyfja fer með yfirráð í eftirfarandi félögum á grundvelli eignarhalds á öllu hlutfé:
- Árkaup ehf. – Tilgangur félagsins er starfsemi eignarhaldsfélags.
  - Heilsa ehf. – Tilgangur félagsins er innflutningur, framleiðsla og dreifing á heilsuvörum.

<sup>3</sup> Trúnaðarmál.



- Heilsuhúsið ehf. – Tilgangur félagsins er að reka lífstílsverslun sem leggur áherslu á vörur sem eru umhverfisvænar, lífrænar og án aukaefna.
- Mengi ehf. – Tilgangur félagsins er leiga atvinnuhúsnæðis.

(29) Nánari upplýsingar um Lyfju má nálgast á heimasíðu félagsins <https://www.lyfja.is/>

### 2.2.3 Seljandi

(30) Við undirritun kaupsamnings um viðskiptin var SID í eigu eftirfarandi aðila:

- SÍA III slhf., kt. 420216-0920, Borgartún 19, 105 Reykjavík („**SÍA**“), sem er eigandi 70% heildarhlutafjár;
- Kasks ehf. kt. 500804-2030, Suðurlandsbraut 48, 108 Reykjavík („**Kaskur**“), sem eigandi 15% heildarhlutafjár; og
- Þarabakka ehf., kt. 420299-2579, Ofanleiti 27, 103 Reykjavík („**Þarabakki**“), sem eigandi 15% heildarhlutafjár.

(31) Allt hlutafé í Kaski ehf. er í eigu Inga Guðjónssonar, kt. 260759-4939, annars stofnanda Lyfju. Allt hlutafé í Þarabakka ehf. er í eigu Daníels Helgasonar, kt. 240459-2139.

### 2.3 Tengiliðir

(32) Tengiliðir Festi vegna málsmeðferðar þessarar eru Guðrún Lilja Sigurðardóttir lögmaður, [guðrun@lex.is](mailto:guðrun@lex.is) og Fjölur Ólafsson lögmaður, [fjolnur@lex.is](mailto:fjolnur@lex.is), LEX, Borgartúni 26 í Reykjavík, sími 590 2600, sbr. umboð á **fylgiskjali 1**.

(33) Tengiliðir Lyfju og SID vegna málsmeðferðar þessarar eru Einar Baldvin Árnason lögmaður, [einarbaldvin@bbafieldco.is](mailto:einarbaldvin@bbafieldco.is) og Þorbjörg Ásta Leifsdóttir, lögmaður [thorbjorg@bbafieldco.is](mailto:thorbjorg@bbafieldco.is), BBA // Fjeldco, Katrínartúni 2, 105 Reykjavík, 550-0500, sbr. umboð á **fylgiskjali 2**.

### 3 Upplýsingar um samrunann

#### 3.1 Aðdragandi samrunans

- (34) [...] <sup>4</sup>
- (35) [...] <sup>5</sup> Leiddi það til þess að Festi og Lyfja komu sér saman um helstu skilmála kaupanna. Voru þeir undirritaðir 17. mars 2023 (**fylgiskjal 37**) og tilkynnt um samkomulag í kauphöll þann sama dag (**fylgiskjal 38**). Í kjölfarið hófst vinna við áreiðanleikakönnun (**fylgiskjöl 40 og 41**). [...] <sup>6</sup>
- (36) Þann 13. júlí 2023 rituðu Festi, sem kaupandi, og SID, sem seljandi, undir kaupsamning um 99,99% hlutafjár í Lyfju, samtals 220.149.799 hlutir, þar sem hver hlutur er 1 kr. að nafnverði. Viðskiptin fela þannig í sér samruna í skilningi c-liðar 1. mgr. 17. gr. samkeppnislaga.
- (37) [...] <sup>7</sup>
- (38) [...] <sup>8</sup>
- (39) [...] <sup>9</sup>
- (40) [...] <sup>10</sup>
- (41) Skilyrði það sem lýtur að afgreiðslu hluthafafundar Festi var uppfyllt með því að samþykkt var heimild til handa stjórn félagsins til hækkunar á hlutfé til efnda á skuldbindingum félagsins um greiðslu kaupverðs samkvæmt kaupsamningnum á hluthafafundi sem haldinn var þann 23. ágúst 2023 (**fylgiskjal 44**). Rétt er einnig að geta þess að viðræður við VÍS um efni og orðalag váttryggingarskírteinis fyrir þá váttryggingu sem skilgreind er í kaupsamningnum eru á lokastigum og stefnt að frágangi þess máls innan skamms tíma. Hvað önnur skilyrði varðar er það mat samrunaaðila að þau muni ekki standa í vegi fyrir efndum viðskiptanna og er það sameiginlegur vilji aðila að viðskiptin gangi eftir. Mun samruninn því að óbreyttu koma til framkvæmda að fengnu samþykki SE, sbr. 2. mgr. 7. gr. reglna nr. 1390/2020.

#### 3.2 Tilgangur og markmið samrunans

- (42) [...] <sup>11</sup>
- (43) Nánar er fjallað um mögulegan ávinning, samlegðaráhrif og viðskiptalegar forsendur samrunans í kafla 3.7.

#### 3.3 Eðli samrunans

---

<sup>4</sup> Trúnaðarmál.

<sup>5</sup> Trúnaðarmál.

<sup>6</sup> Trúnaðarmál.

<sup>7</sup> Trúnaðarmál.

<sup>8</sup> Trúnaðarmál.

<sup>9</sup> Trúnaðarmál.

<sup>10</sup> Trúnaðarmál.

<sup>11</sup> Trúnaðarmál.

(44) [...] <sup>12</sup>

(45) Svo sem nánar er fjallað um í kafla 3.5 hér á eftir mun hluti kaupverðs viðskiptanna greiðast með nýju hlutafé í Festi, eða 10 m.kr. að nafnverði. [...] <sup>13</sup>

(46) Hvorugur samrunaaðila hefur þegið opinbera fjárhagsaðstoð. [...] <sup>14</sup>

### 3.4 Atvinnuvegir sem samruninn nær til

(47) Þeir atvinnuvegir sem viðskiptin varða er lýst í kafla 6 þessarar samrunaskrár.

### 3.5 Kaupverð

(48) [...

(49) ...

(50) ...] <sup>15</sup>

### 3.6 Velta

(51) Heildarvelta samstæðu Festi var 123.785 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 6**).

(52) Heildarvelta Krónunnar ehf. var um 51,4 ma. kr. árið 2022 (**fylgiskjal 25**)

(53) Heildarvelta N1 var um 54,5 ma. kr. árið 2022 (**fylgiskjal 32**)

(54) Heildarvelta N1 rafmagn ehf. var um 3,01 ma. kr. árið 2022 (**fylgiskjal 33**)

(55) Heildarvelta Elko var um 16,9 ma. kr. árið 2022 (**fylgiskjal 14**)

(56) Heildarvelta Icelandic Food Company ehf. var um 826,2 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 23**)

(57) Heildarvelta Matseðils ehf. var um 28 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 27**)

(58) Heildarvelta Vínportsins ehf. var um 6,9 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 35**)

(59) Heildarvelta Festi fasteigna ehf. var um 1.663 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 16**)

(60) Heildarvelta Bakkans vöruhótel ehf. var um 1.698 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 12**)

(61) Heildarvelta Hlaða heildsölu ehf. var 0 kr. árið 2022 (**fylgiskjal 22**)

(62) Heildarvelta samstæðu Lyfju var 15.097 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 8**).

(63) Heildarvelta Árkaupa ehf. var 0 kr. árið 2022 (**fylgiskjal 10**)

(64) Heildarvelta Heilsu ehf. var um 1.373 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 18**)

(65) Heildarvelta Heilsuhússins ehf. var 0 kr. árið 2022 (**fylgiskjal 20**)

(66) Heildarvelta Mengi ehf. var um 6,15 m.kr. árið 2022 (**fylgiskjal 29**)

(67) Starfsemi samrunaaðila er takmörkuð við Ísland að frátalinni starfsemi Malik Supply A/S sem Festi á 24,85% eignarhlut í og selur flotaeldsneyti, smurolíur og rekstrarvörur til skipa á hafsvæðinu í kringum Danmörku og við Grænland. Velta samrunaaðila á

<sup>12</sup> Trúnaðarmál.

<sup>13</sup> Trúnaðarmál.

<sup>14</sup> Trúnaðarmál.

<sup>15</sup> Trúnaðarmál.

erlendum mörkuðum er því afar takmörkuð. Rétt er að benda á að því mætti halda fram að sala N1 til skipa í íslenskum höfnum eða erlendra lofffara á íslenskum flugvöllum teldist velta á erlendum mörkuðum þar sem samkeppni getur gætt erlendis frá í þeim tilvikum. Þar sem áhrifa samrunans gætir ekki á mörkuðum fyrir sölu eldsneytis þykir ekki ástæða til að fjalla nánar um veltu af slíkum viðskiptum hér.

### 3.7 Mögulegur ávinningur, samlegðaráhrif og viðskiptalegar forsendur

(68) Fjölmargar ástæður eru fyrir kaupum Festi á Lyfju. Festi telur mikil tækifæri felast í kaupunum fyrir samrunaaðila, og að ávinningurinn muni skila sér í aukinni samkeppni á smásölumörkuðum, til hagbóta fyrir neytendur. Helstu ástæður þessa eru reifaðar hér að neðan.

#### 3.7.1 Breiðara úrval af nauðsynjavörum

(69) [...]<sup>16</sup>

(70) [...]<sup>17</sup>

(71) Viðtal við Ástu S. Fjeldsted, forstjóra Festi, birtist í Viðskiptablaðinu 1. september 2023, þar sem meðal annars kom fram það sjónarmið að mikilvægt væri að einkageirinn, þar á meðal Lyfja, taki meiri þátt í að auka þjónustu við almenning þegar kemur að heilbrigðisþjónustu. Vísaði Ásta meðal annars í þá þróun sem hefur átt sér stað erlendis að tengja rekstur apóteka við hefðbundnar dagvöruverslanir. Þannig hafi stærstu smásalarnir erlendis á undanförunum árum aukið áherslu á lyf og heilsuvörur ásamt því að bjóða upp á fjarheilbrigðisþjónustu.<sup>18</sup>

#### 3.7.2 Innkaup á einum stað og aukin heimsendingarþjónusta

(72) Samruninn er til þess fallin að styrkja þá [...]<sup>19</sup>

(73) [...]<sup>20</sup>

(74) Það má einnig vísa til viðtals við Ástu forstjóra Festi hvað þetta varðar. Ásta segir að viðhorfsbreyting hafi orðið í samfélaginu varðandi auknar kröfur neytenda til aðgengis að vörum og þjónustu í gegnum síma: „Fólk vill helst geta framkvæmt allt í símanum hvar sem er og hvenær sem er, sérstaklega yngri kynslóðir. Þær vilja helst geta klárað sem mest í gegnum sjálfsafgreiðslu í símanum í stað þess að þeysast milli mismunandi staða. Tímapressan er mikil og með kaupum á Lyfju erum við að svara því kalli að fólk geti nálgast sem víðtækasta þjónustu á nauðsynjavörum í gegnum símann. En það verður áfram alltaf hægt að fara í apótek að hitta lyfjafræðing í eigin persónu eða annað heilbrigðismenntað starfsfólk – og við viljum líka auka þjónustu þeirra.“<sup>21</sup>

#### 3.7.3 Bætt afkoma Lyfju og aukin þjónusta á landsbyggðinni

(75) [...]<sup>22</sup>

<sup>16</sup> Trúnaðarmál.

<sup>17</sup> Trúnaðarmál.

<sup>18</sup> <https://vb.is/frettir/apotekin-taki-ser-staerra-hlutverk/>.

<sup>19</sup> Trúnaðarmál.

<sup>20</sup> Trúnaðarmál.

<sup>21</sup> <https://vb.is/frettir/taegindamenning-er-rikjandi-i-samfelaginu/>

<sup>22</sup> Trúnaðarmál.

(76) [...] <sup>23</sup>

### 3.7.4 Aukið samkeppnislegt aðhald gagnvart Högum

- (77) Samruninn er til þess fallinn að auka samkeppnislegt aðhald gagnvart Högum, sem að mati SE hafa um árabíl borið höfuð og herðar yfir keppinauta sína á dagvörumarkaði. Mat SE var að markaðshlutdeild Haga væri rúmlega 50% í ákvörðun nr. 28/2017 og var álitnið að félagið væri með tvöfalt hærri markaðshlutdeild en næsti keppinautur þess.
- (78) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 segir meðal annars, á bls. 153: „*Sem fyrr segir eru Festi og Samkaup helstu keppinautar Haga og í raun einu fyrirtækin sem raunverulega eru í stakk búin til að veita Högum eitthvert samkeppnislegt aðhald. Hlutdeild þessara fyrirtækja er þó lítil í samanburði við sterka stöðu Haga, sbr. umfjöllun hér að framan.*“
- (79) Að mati samrunaaðila má leiða að því líkum að slagkraftur sameinaðs félags Festi og Lyfju yrði meiri gagnvart Högum sem markaðsráðandi aðila en ella. Með því, og auknu svigrúmi til verðlækkana, má leiða að því líkum að samruni Festi og Lyfju myndi hafa í för með sér aukna samkeppni á þeim mörkuðum þar sem þessir aðilar starfa og þannig hafa í för með sér jákvæð áhrif fyrir samkeppni og neytendur, en á sama tíma sé markaðsstyrkur sameinaðs félags lítil í samanburði við sterka stöðu Haga.

### 3.7.5 Lækkun miðlægs kostnaðar

- (80) Samruninn er til þess fallinn að [...] <sup>24</sup>
- (81) [...] <sup>25</sup>
- (82) [...] <sup>26</sup>
- (83) [...] <sup>27</sup>
- (84) [...] <sup>28</sup>
- (85) [...] <sup>29</sup>

---

<sup>23</sup> Trúnaðarmál.

<sup>24</sup> Trúnaðarmál.

<sup>25</sup> Trúnaðarmál.

<sup>26</sup> Trúnaðarmál.

<sup>27</sup> Trúnaðarmál.

<sup>28</sup> Trúnaðarmál.

<sup>29</sup> Trúnaðarmál.

## 4 Eignarhald og yfirráð

### 4.1 Fyrirtæki eða einstaklingar sem ráða yfir samrunaaðilum

- (86) Fyrir viðskiptin er Festi ekki undir yfirráðum tiltekins einstaklings eða fyrirtækis. Félagið er sem áður segir skráð á markað og er í dreifðu eignarhaldi. Lista yfir 20 stærstu hluthafa Festi má nálgast á heimasíðu félagsins.<sup>30</sup>
- (87) Lyfja er í 99,99% eigu SID. Líkt og að framan greinir er SID í meirihlutaeigu framtakssjóðsins SÍA sem er með rekstrarsamning við sjóðastýringarfyrirtækið Stefni hf. dótturfélag Arion banka hf. Fjallað var um kaup SID á Lyfju í ákvörðun SE nr. 1/2019.

### 4.2 Fyrirtæki undir yfirráðum samrunaaðila

- (88) Í kafla 2.2 er að finna upplýsingar um fyrirtæki og/eða aðila sem njóta yfirráða yfir samrunaaðilum, og um önnur fyrirtæki undir þeirra yfirráðum. Til viðbótar er hér gerð grein fyrir öðru eignarhaldi samrunaaðila yfir félögum sem þeir fara þó ekki með yfirráð yfir.
- (89) Festi er eigandi 60% hlutafjár í Olíudreifingu, sem starfar á grundvelli skilyrða sem komu fram í ákvörðun samkeppnisráðs nr. 23/1995 og 21/2004. Um skilyrði í starfsemi Olíudreifingar vísast einnig til skilyrða sáttar í ákvörðun SE nr. 8/2019. Leiðir af skilyrðunum að Festi hefur ekki þau yfirráð yfir félaginu sem eignarhlutur Festi gefur til kynna. Þess fyrir utan er í gildi hluthafasamkomulag um starfsemi félagsins. Hluthafasamkomulag Olíudreifingar fylgir samrunaskrá þessari, sbr. **fylgiskjal 48**.
- (90) Festi er eigandi 32,9% hlutafjár í Dropp ehf., kt. 580619-1260. Aðrir eigendur hlutafjár eru Boozt AB (25%), Tennin ehf. (14%) HAKK ehf. (10%), Order ehf. (10%) og aðrir minni hluthafar sem eiga á bilinu 1-6% hlutafjár. Starfsemi félagsins er póst- og boðberaþjónusta, en félagið annast póstsendingar frá netverslunum í heimahús á völdum svæðum, á afgreiðslustaði Dropp um land allt og í póstbox Dropp um land allt. [...] <sup>31</sup>
- (91) Festi er eigandi 24,85% hlutafjár í Malik Supply A/S, dönsku hlutfélagi sem var stofnað 1989 til að þjónusta alþjóðlega togarafloata á grænlenzku hafsvæði og í Norður-Atlantshafi með olíu, smurolíu og aðrar vörur.
- (92) Festi er eigandi 33,33% hlutafjár í Eldsneytisafgreiðslunni á Keflavíkurflugvelli ehf., kt. 410904-2090 (EAK). Aðrir hluthafar eru Olíuverzlun Íslands ehf. (33,33%) og Skeljungur ehf. (33,33%). Félagið annast eldsneytisafgreiðslu á Keflavíkurflugvelli. Festi er einnig hluthafi í EBK ehf., kt. 460406-0210 á móti Olíuverzlun Íslands ehf., Gallon ehf. og Icelandair ehf., sem hvert eiga 25% hlutafjár í félaginu. Félagið annast birgðageymslu á flugvélaeldsneyti á Keflavíkurflugvelli. Þá er Festi eigandi 33,33% hlutafjár í Fjölveri ehf., kt. 530283-0279, auk Olíuverzlunar Íslands og Skeljungs sem hvort um sig eiga 33,33% hlutafjár. Félagið er efnarannsóknarstofa sem annast rannsóknir og úttektir á gæðum eldsneytis og olíuvara hér á landi. Festi er jafnframt eigandi 50% hlutafjár í Olíustöðinni í Helguvík ehf., kt. 640490-1019 á móti Reykjanesbæ en starfsemi félagsins hefur legið niðri um árabil. Þá á Festi 20% hlut í Birtingahúsinu ehf., kt.

<sup>30</sup> Sjá hér: <https://www.festi.is/s/shares-content-page>

<sup>31</sup> Trúnaðarmál.

541100-2610, sem veitir faglega ráðgjöf um auglýsingabirtingar, uppbyggingu auglýsingaherferða og val og notkun fjölmiðla.

#### 4.3 Formlegt eða óformlegt samstarf við fyrirtæki á sama eða tengdum mörkuðum

##### 4.3.1 Festi og tengd félög

(93) [...] <sup>32</sup>

(94) [...] <sup>33</sup>

(95) [...]

(96) [...]

(97) [...] <sup>34</sup>

##### 4.3.2 Lyfja og tengd félög

(98) [...] <sup>35</sup>

(99) [...] <sup>36</sup>

(100) [...] <sup>37</sup>

(101) [...] <sup>38</sup>

(102) [...] <sup>39</sup>

---

<sup>32</sup> Trúnaðarmál.

<sup>33</sup> Trúnaðarmál.

<sup>34</sup> Trúnaðarmál.

<sup>35</sup> Trúnaðarmál.

<sup>36</sup> Trúnaðarmál.

<sup>37</sup> Trúnaðarmál.

<sup>38</sup> Trúnaðarmál.

<sup>39</sup> Trúnaðarmál.

## 5 Persónuleg og fjárhagsleg tengsl og fyrri yfirtökur

### 5.1 Fyrirtæki á mörkuðum þar sem áhrifa gætir þar sem samrunaaðilar eiga yfir 10% atkvæðisréttar eða hlutafjár

- (103) Varðandi yferráð Festi og Lyfju yfir öðrum félögum vísast til umfjöllunar hér að framan. Að öðru leyti eiga aðilar ekki yfir 10% í öðrum félögum á mörkuðum þar sem áhrifa gætir.

### 5.2 Einstaklingar sem eiga sæti í stjórn annars fyrirtækis á mörkuðum þar sem áhrifa gætir

- (104) Upplýsingar um hlutafélagabátttöku núverandi stjórnarmanna og framkvæmdastjóra samrunaaðila og félaga undir þeirra yferráðum, sbr. umfjöllun í 2. kafla og 4. kafla, fylgja með samrunaskrá þessari, sbr. **fylgiskjal 92**. Samrunaaðilar telja hlutafélagabátttöku fyrrgreindra aðila, með hliðsjón af þeim samruna sem fjallað er um í samrunaskrá þessari ekki hafa áhrif á skilgreinda markaði málsins.

- (105) Í þessu sambandi skal þó nefnt að:

- (106) Guðjón Karl Reynisson, stjórnarformaður Festi, er einnig í stjórn eftirtalinna félaga:
- Hakk ehf., kt. 650313-0380. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
  - Vari fasteignafélag ehf., kt. 570204-2380. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
  - Dropp ehf., kt. 580619-1260. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins önnur póst- og boðberaþjónusta.
  - Kvika banki hf., kt. 540502-2930.
- (107) Hjörleifur Pálsson, stjórnarmaður í Festi, er einnig í stjórn eftirtalins félags:
- Ankra ehf., kt. 541113-2310. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins heildverslun með ilmvötn og snyrtivörur.
- (108) Magnús Júlíusson, stjórnarmaður í Festi, er einnig í stjórn eftirtalinna félaga:
- Alnitak ehf., kt. 510816-0560. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
- (109) Margrét Guðmundsdóttir, stjórnarmaður í Festi, er einnig í stjórn eftirtalinna félaga:
- Hekla hf., kt. 600169-5139. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins bílasala, sala á öðrum ótöldum vélknúnum ökutækjum og tengivögnum, almenn bílaverkstæði, heildverslun með varahluti og aukabúnað í bíla og smásala á varahlutum og aukabúnaði í bíla.
  - Hekla fasteignir ehf., kt. 631202-3060. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
  - Lyfjaþjónustan ehf., kt. 501109-0530. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins viðskiptaráðgjöf og önnur rekstraráðgjöf.



- Eimskipafélag Íslands hf., kt. 690409-0460. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins starfsemi eignarhaldsfélaga.
- (110) Ingi Guðjónsson, stjórnarformaður Lyfju, er einnig í stjórn eftirtalinna félaga:
- Rauðsvík ehf., kt. 531006-3210. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis og starfsemi verkfræðinga.
- (111) Daníel Helgason, stjórnarmaður í Lyfju, er einnig í stjórn eftirtalinna félaga:
- One Systems Ísland ehf., kt. 500902-3530. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins hugbúnaðargerð og leiga atvinnuhúsnæðis.
  - Þarabakki ehf., kt. 420299-2579. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
  - Vesturbakki ehf., kt. 651012-0820. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
- (112) Jón Óttar Birgisson, stjórnarmaður í Lyfju, er einnig í stjórn eftirtalinna félaga:
- Síðumúli 27 ehf., kt. 700321-2150. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
  - GP Holding ehf. kt. 460217-1720. Samkvæmt fyrirtækjaskrá RSK er tilgangur félagsins leiga atvinnuhúsnæðis.
- (113) [...] <sup>40</sup>

### 5.3 Yfirtökur á síðustu þremur árum

- (114) Samkvæmt 33. gr. sáttar SE og N1, vegna samruna N1 og Festi, sbr. ákvörðun SE nr. 8/2019, er skylt að upplýsa SE um allar breytingar sem verða á skipulagi samstæðu Festi. Var slíkt síðast gert með erindi dags. 31. janúar 2023, þar sem upplýst var um að Festi myndi ljúka samruna N1 og N1 Rafmagns, miðað við 1. janúar 2023, fyrir sumarið og að félagið hefði eignast allt hlutfé í Icelandic Food Company (eignarhlutur áður 55%) og framselt til Krónunnar. Frá því að framangreind sátt var undirrituð liggja einnig fyrir ákvarðanir SE vegna kaupa Festi á verslun Super1 að Hallveigarstíg 1 í Reykjavík, sbr. ákvörðun nr. 28/2020 um samruna Festi og Íslenskrar orkumiðlunar ehf., sbr. ákvörðun nr. 22/2020 og um kaup N1 á rekstri og eignum fjögurra veitingarstaða Skyrboozt ehf., sbr. ákvörðun nr. 29/2020.
- (115) Engar frekari yfirtökur hafa átt sér stað á síðastliðnum þremur árum hjá Festi eða tengdum félögum.
- (116) Lyfja keypti rekstur Árbæjarapóteks ehf. í lok árs 2019, sbr. ákvörðun SE nr. 1/2020, þar sem Samkeppniseftirlitið ákvað að íhlutast ekki vegna samrunans.
- (117) Lyfja keypti Opnu ehf., sem rak Apótek MOS í Mosfellsbæ, á árinu 2020, sbr. ákvörðun SE nr. 9/2021, þar sem Samkeppniseftirlitið ákvað að íhlutast ekki vegna yfirtökunnar.

<sup>40</sup> Trúnaðarmál.

- (118) Þá keypti Lyfja rekstur Reykjavíkur Apóteks í Skeifunni á árinu 2021. Viðskiptin voru undir veltumörkum, en SE var upplýst um þau bréflaga.
- (119) Engar frekari yfirtökur hafa átt sér stað hjá Lyfju eða tengdum félögum á síðastliðnum þremur árum.

## 6 Skilgreiningar á mörkuðum

### 6.1 Almennt

- (120) Starfsemi samrunaaðila er að stærstum hluta á aðskildum mörkuðum, svo sem merkja má af umfjöllun í kafla 2 hér að framan. Þannig er megináhersla Krónunnar á matvörur, Elko selur raftæki og N1 selur eldsneyti og aðra orkugjafa, rekstrar- og bílavörur ásamt veitingum og skyndibita á þjónustustöðvum félagsins. Megináhersla Lyfju er á lyf. Segja má að starfsemi samrunaaðila skarist aðallega á mörkuðum fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum annars vegar og markaði fyrir heilsuvörur hins vegar, auk þess sem lítilsháttar skörunar er að gæta á öðrum skilgreindum mörkuðum, þ.e. lyfjamarkaði og raftækjamarkaði, eins og fjallað er um hér á eftir. Þá kann áhrifa samrunans að gæta með takmörkuðum hætti á markaði fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum og markaði fyrir vöruhúsþjónustu, sbr. síðari umfjöllun.
- (121) Í eftirfarandi umfjöllun er fjallað um þá markaði sem samrunaaðilar starfa á, en áhersla lögð á þá markaði sem teljast markaðir viðkomandi samrunanum, sbr. 3. lið í VI. kafla viðauka I í reglum nr. 1390/2020, sbr. 5. mgr. 17. gr. a samkeppnislaga, svo sem:
- markaður fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum
  - markaður fyrir smásölu á heilsuvörum
  - markaður fyrir smásölu á raftækjum
  - markaður fyrir smásölu á lyfjum
- (122) SE hefur í fyrri ákvörðunum sínum fjallað nokkuð ítarlega um þá markaði sem samrunaaðilar starfa helst á, auk þess sem fjallað er um hlutaðeigandi markaði í ýmsu öðru útgefnu efni af hálfu SE. Má í dæmaskyni nefna ákvarðanir SE nr. 64/2008, 68/2008, 7/2014, 8/2016, 28/2017, 1/2019, 8/2019, 22/2020 og skýrslu SE nr. 1/2015 um leiðbeiningu um samkeppni á dagvörumarkaði. Í eftirfarandi umfjöllun um markaðsskilgreiningar er í meginatriðum stuðst við fyrri ákvarðanir SE þar að lútandi, auk þess sem litið er til ákvarðana framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins.
- (123) Hvað Festi varðar má sérstaklega nefna ákvörðun SE nr. 8/2019, þar sem fjallað var um samruna N1 og Festi. Í þeirri ákvörðun voru þeir vörumarkaðir sem Festi starfar á skilgreindir á eftirfarandi hátt:
- Markaður fyrir smásölu dagvöru
  - Eldsneytismarkaður
  - Markaður fyrir leigu á atvinnuhúsnæði til ótengdra aðila
  - Markaður fyrir bílavörur
  - Markaður fyrir rekstrarvörur
- (124) Í ákvörðun SE nr. 8/2019 skilgreindi eftirlitið landfræðilega markaði fyrir dagvöru sem staðbundna, þar sem höfuðborgarsvæðið var skilgreint sem sérstakur markaður, sem og aðrir þéttbýliskjarnar og svæði á landinu, með vísan til ákvörðunar SE nr. 28/2017, *Samruni Haga hf. og Lyfju hf.* Vísað var til þess að í fyrri málum SE hefði verið vísað til þess að verslun geti að öðru jöfnu laðað til sín neytendur sem eru staddir í allt að 20-

30 mínútna akstursfjarlægð frá versluninni. Miðað við þær forsendur voru eftirfarandi markaðssvæði smásölumarkaðar tekin til skoðunar í ákvörðun SE nr. 8/2019: höfuðborgarsvæðið, Borgarbyggð, Snæfellsnes, Norðanverðir Vestfirðir, Sunnanverðir vestfirðir, Norðurland vestra, Akureyri og Eyjafjarðarsvæðið, Norðurland eystra, Austurland, Suðausturland, Suðurland, Vestmannaeyjar og Suðurnes. Hvað aðra vörumarkaði varðaði taldi SE ekki ástæðu til þess að skilgreina landfræðilega markaði, heldur þótti nægja að líta til markaðshlutdeildar aðila á landinu öllu.

- (125) Að því er varðar Lyfju var síðast fjallað um þá markaði sem félagið starfar á í ákvörðun SE nr. 1/2019, sem laut að rannsókn SE á samruna SID og Lyfju. Í því máli voru þeir vörumarkaðir sem félagið starfar á skilgreindir með eftirfarandi hætti:
- Markaður fyrir smásölu lyfja
  - Markaður fyrir smásölu hreinlætis- og snyrtivara
  - Markaður fyrir heilsuvörur í smásölu
  - Markaður fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum
- (126) Í framangreindri ákvörðun SE féllst eftirlitið jafnframt á það með samrunaaðilum að sá landfræðilegi markaður sem Lyfja starfaði á væri landið allt, Ísland.
- (127) Í þessu sambandi er þó rétt að nefna að í áðurnefndri ákvörðun SE nr. 28/2017 var landfræðilegum mörkuðum skipt með sambærilegum hætti og lýst er í efnisgrein 124 hér að framan, nema að því er varðaði markað fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum, þar sem SE leit svo á að landfræðilegur markaður væri landið allt, Ísland.

## 6.2 Vörumarkaðirnir

### 6.2.1 Markaður fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum

- (128) Í apótekum Lyfju og verslunum Krónunnar eru seldar hreinlætis- og snyrtivörur í smásölu. Er hér einkum um að ræða almennar vörur á borð við handsápu, sturtusápu, sjampó, hárnæringu, aðrar hárvörur (svo sem þurrsjampó og mótunaryörur fyrir hár), húðhreinsivörur og krem, svitalyktareyði, tannhirðuvörur, tíðavörur, bleyjur, blautklúta og fleira þess háttar. Einnig förðunaryörur og naglavörur í takmörkuðu úrvali. Afmarkað framboð vara af þessu tagi er einnig til sölu á þjónustustöðvum N1, eins og nánar er fjallað um síðar.
- (129) Fjallað hefur verið um skilgreiningu á markaði fyrir hreinlætis- og snyrtivörur í fyrri ákvörðunum SE, sem og á vettvangi framkvæmdastjórnar Evrópu. Til dæmis má nefna áðurnefnda ákvörðun SE nr. 28/2017, sem sneri að rannsókn SE á samruna Haga hf. og Lyfju hf. Í ákvörðuninni var það niðurstaða SE að smásölu á hreinlætis- og snyrtivörum megi skipta í tvo vöru- eða þjónustumarkaði. Annars vegar markað fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum og hins vegar markað fyrir smásölu á „sér“ hreinlætis- og snyrtivörum. Vörur sem falla undir fyrrnefnda markaðinn séu fjöldaframleiddar og ódýrari og ekki sömu gæðakröfur gerðar til þeirra eða þeirra aðila sem þær selja. Slíkar vörur séu seldar hjá ýmsum söluaðilum. Vörur sem falla undir síðarnefnda markaðinn séu dýrari vörur og almennt markaðssettar sem meiri gæðavara. Þá sé ákveðin þjónusta og umgjörð alla jafna boðin í tengslum við sölu á þeim hjá smásöllum.

- (130) Framangreind niðurstaða SE byggir á markaðs- og neytendakönnunum sem framkvæmdar voru í tengslum við rannsókn eftirlitsins á fyrirhugðum samruna Haga og Lyfju. Að mati samrunaaðila hafa aðstæður á umræddum mörkuðum lítið breyst frá því framangreind ákvörðun var birt, ef frá er talin innganga Costco á markaðinn í maí 2017, en umrædd ákvörðun var birt í júlí hið sama ár. Samrunaaðilar telja inngöngu Costco á markaðinn hafa aukið samkeppnislegt aðhald á umræddum markaði. Einnig má nefna mikla aukningu netverslunar frá árinu 2017, bæði innanlands sem og erlendis frá, sbr. síðari umfjöllun í efnisgrein 275. Má þar t.d. nefna Boozt, sem selur snyrtivörur í miklu úrvali.
- (131) Niðurstaða SE í ákvörðun nr. 28/2017 virðist vera í samræmi við framkvæmd á vettvangi framkvæmdastjórnar Evrópu í samrunamálum, en þar hefur verið litið svo á að markaði fyrir hreinlætis- og snyrtivörur megi skipta í tvennt eftir því hvort um fínna vörur sé að ræða eða almennari fjöldaframleiddar vörur.<sup>41</sup> Bæði SE og framkvæmdastjórn Evrópu hafa vikið að því í ákvörðunum sínum að hugsanlega megi greina markaðina enn frekar niður í undirmarkaði, einkum horft frá sjónarhóli neytenda, þótt ekki hafi þótt ástæða til þess að setja fram slíkar skilgreiningar í þeim málum sem komið hafa til rannsókna.<sup>42</sup> Þá hefur verið fjallað um skiptingu umræddra markaða eftir tegundum verslana.
- (132) Sé litið til vöruframboðs samrunaaðila á markaði fyrir hreinlætis- og snyrtivörur má sjá að í tilviki Krónunnar eru fyrst og fremst seldar hreinlætis- og snyrtivörur sem tilheyra hinum almenna flokki og almennt eru seldar í dagvöruverslunum. Einnig eru seldar förðunarvörur í Krónunni í takmörkuðu úrvali. Slíkar vörur eru að jafnaði staðsettar í svokölluðum snyrtivöruhúsum innan verslana. Með snyrtivöruhúsum er átt við rekka sem förðunarvörum er raðað í völdum verslunum Krónunnar. Um er að ræða sérstaka framsetningu á vörunum sem aðskilur þær frá hinum almennu hreinlætis- og snyrtivörum. Þau vörumerki sem Krónan selur með þessum hætti eru t.d. Essence, Maybelline, Rimmel, Max Factor. Vert er að nefna að ekki er um að ræða dýrari vörur eða vörur sem sérstaklega eru markaðssettar sem gæðavörur, sbr. sundurgreiningu í fyrri málum á almennum og „sér“ snyrtivörum. Í þessu sambandi má nefna sem dæmi ákvörðun framkvæmdastjórnar Evrópu í máli M.7726, þar sem vörumerki á borð við L'oreal Paris, Maybelline og Essie, Rimmel og Max Factor voru öll talin tilheyra hinum almenna flokki. Í tilviki Lyfju samanstendur vöruframboð af förðunarvörum sem og almennum hreinlætis- og snyrtivörum. Skörun á milli aðilanna er þannig bundin við hinar almennu vörur.
- (133) Það er mat samrunaaðila með vísan til framangreinds að sá vörumarkaður sem áhrifa samrunans gætir, að því er varðar sölu á snyrtivörum, sé **markaður fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum.**

<sup>41</sup> Sjá til hliðsjónar ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB í máli M.4193 (L'Oreal/The Body Shop, ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar í málum Coty/Procter & Gamble Beauty Business M.7726 og Sephora S.A./El Corte Inglés S.A./NewCo. M.3642, ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar í málum Pinault-Printemps-Redoute/Gucci IV/M.1534, mgr. 10, Yves Saint Laurent Parfums IV/33.242 [1992] OJ L12/24 og Sanofi/Yves St. Laurent IV/M.312 [1993] OJ C89/3.

<sup>42</sup> Vísast í þessu samhengi til dæmis til ákvarðana SE nr. 28/2017 og 22/2013, Kaup Nathan og Olsen hf. á snyrtivörudeild Forvals heildverslunar ehf. Einnig ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB í máli M.4193 (L'Oreal/The Body Shop). Sjá t.d. ákvarðanir framkvæmdastjórnarinnar í málum Sanofi/Yves St. Laurent IV/M.312 [1993] OJ C89/3, Henkel/Nobel IV/M.186 [1992] OJ C96/23, L'Oreal/The Body Shop M.4193, Artemis/Sanofi Beaute IV/M.1533, A.S. Watson/Kruidvat COMP/M.2957, Sephora/El Corte Ingles/JV COMP/M.3643 og Advent International Corporation/Le Groupe Nocibé SAS COMP/M.7084.

- (134) Tekið skal fram að SE, sem og framkvæmdastjórn ESB, hafa bent á að skilin milli markaða fyrir almennar og „sér“ hreinlætis- og snyrtivörur séu að verða óljósari.<sup>43</sup> Verði það niðurstaða SE í þessu máli að um sé að ræða einn og sama markaðinn gera samrunaaðilar ekki athugasemd við það, enda leiði það í reynd til mun víðtækari markaðsskilgreiningar og þar af leiðandi lægri markaðshlutdeildar samrunaaðila.

### 6.2.2 Markaður fyrir smásölu á heilsuvörum

- (135) Starfsemi Lyfju og Krónunnar skarast að því er varðar smásölu á heilsuvörum. Er þar vísað til vörutegunda sem samkvæmt ákvörðun SE nr. 28/2017 má flokka sem „heilsuvörur“, einkum vítamín og bætiefni, lífrænt ræktaða mat- og drykkjarvöru og aðra mat- og drykkjarvöru sem gæti flokkast sem heilsuvara, s.s. náttúrulegar vörur, mjólkurlausar vörur, hráfæði og glúteinlausar vörur.
- (136) Niðurstaða SE í framangreindu máli um skilgreiningu vörumarkaða fyrir heilsuvörur byggði á ítarlegri rannsókn SE, sem fólst meðal annars í markaðskönnun á meðal söluaðila.
- (137) Í umræddri ákvörðun kemur fram það mat SE að ljóst sé að heildarmarkaður fyrir heilsuvörur í víðum skilningi sé mjög fjölbreyttur. Þegar horft sé á einstaka vöruflokka sem þar séu tilgreindir út frá sjónarhóli viðskiptavina (endanlegra neytenda) sé ljóst að flokka megi vörur innan hans í marga undirflokka eftir eðli og ætlaðri notkun. Niðurstaða SE um skilgreiningu markaða að þessu leyti í umræddri ákvörðun var sú að markaði fyrir heilsuvörur mætti skipta í (i) markað fyrir vítamín, steinefni og bætiefni; (ii) heildarmarkað fyrir smásölu á lífrænni mat- og drykkjarvöru; (iii) heildarmarkað fyrir smásölu á mat- og drykkjarvöru sem flokkast sem heilsuvara, en hafa aftur á móti hvorki lífræna vottun né eru merktar með áreiðanlegum umhverfismerkjum.<sup>44</sup> Þá taldi SE mögulegt að greina tilgreinda markaði í enn frekari undirmarkaði eftir vörutegundum og/eða eftir söluleiðum, s.s. dagvöruverslunum, apótekum og sérvörum. SE mat það þó ónauðsynlegt fyrir niðurstöðu ákvörðunar sinnar í umræddu máli.
- (138) Í máli þessu er á því byggt að skilgreindir markaðir fyrir smásölu á heilsuvörum séu hinir sömu og skilgreindir voru í framangreindu máli. Þannig sé um að ræða eftirfarandi vörumarkaði:
- **Markað fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum**
  - **Heildarmarkað fyrir smásölu á lífrænni mat- og drykkjarvöru**
  - **Heildarmarkað fyrir smásölu á mat- og drykkjarvöru sem flokkast sem heilsuvara.**
- (139) Á því er byggt af hálfu samrunaaðila að ekki sé nauðsynlegt að greina hina tilgreindu markaði frekar í undirmarkaði, hvort sem er eftir vörutegundum eða söluleiðum.

<sup>43</sup> Sjá ákvörðun SE nr. 28/2017. Því til stuðnings benti SE á ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar í máli *Coty/Procter & Gamble Beauty Business* nr. M.7726, þar sem segir: „... On the other hand, there has been some blurring in recent years: the selective distribution model has not been watertight allowing for some mixing of mass and prestige and the „masstige“ segment has progressively become more important.“, sbr. mgr. 30 og 36.

<sup>44</sup> Dæmi um slíkar vörur eru samkvæmt ákvörðun 28/2017 vörur með náttúrulegum efnum, hráfæði, vegan og glúteinlausar vörur.

### 6.2.3 Markaður fyrir smásölu lyfja

- (140) Samkeppnisyfirkvöld hafa áður fjallað um og skilgreint markað fyrir smásölu lyfja, sbr. t.d. ákvarðanir SE nr. 8/2016, 28/2006, 4/2010, 28/2017, 28/2019, 1/2020 og 9/2021, sbr. einnig dóm Hæstaréttar í máli nr. 355/2012. Orðið hefur til nokkuð fastmótuð framkvæmd á skilgreiningu markaða sem apótek starfa á, þar sem almennt er litið svo á að markaður fyrir smásölu á lyfjum sé sá markaður þar sem aðalstarfsemi apóteka fer fram, auk þess sem aðrar markaðsskilgreiningar geta átt við, enda vöruúrval apóteka gjarnan fjölbreyttara en bara lyf.
- (141) Í framkvæmd SE hefur verið litið svo á að markaður fyrir smásölu lyfja skiptist annars vegar milli sölu á lyfseðilsskyldum lyfjum og hins vegar lausasölulyfjum. Vísast í þessu sambandi t.d. til ákvörðunar nr. 28/2017, en í því máli taldi SE að ekki væri ástæða til að greina á milli sölu þessara tveggja tegunda við mat á vörumarkaðnum, enda bjóði lyfjabúðir almennt upp á hvort tveggja. Taka samrunaaðilar undir það mat SE og telja það eiga við í þessu máli.
- (142) Þar sem einungis annar samrunaaðila starfar á markaði fyrir smásölu lyfja þykir ekki tilefni til þess að fjalla nánar um skilgreiningu markaðarins hér.
- (143) Það skal þó tekið fram að N1 selur nikótínvörur í minnstu pakkningu og minnsta styrkleika á grundvelli undanþágu í 2. mgr. 33. gr. lyfjalaga. Þá eru tiltekin lausasölulyf seld í þjónustustöð N1, Staðarskála Hrútafirði vegna fjarlægðar í næsta apótek, á grundvelli sérstakrar undanþágu frá Lyfjastofnun.<sup>45</sup> Þessar vörur falla innan framangreindrar markaðsskilgreiningar, sbr. nánari umfjöllun í kafla 7.2.5. hér á eftir.

### 6.2.4 Markaður fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum

- (144) Líkt og að framan greinir sérhæfir Heilsa ehf., dótturfélag Lyfju, sig í innflutningi og dreifingu á heilsusamlegum og lífrænt ræktuðum matvörum, vítamínum, almennum og lífrænum snyrtivörum, vistvænum hreingerningavörum og almennri apóteksvöru. Með vísan til niðurstöðu SE í ákvörðun nr. 28/2017 telja samrunaaðilar rétt að skilgreina þann markað sem Heilsa starfar á sem **heildarmarkað fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum**. Hugsanlega megi skilgreina markaðinn í frekari undirmarkaði, s.s. vítamín og bætiefni, lífrænar mat – og drykkjarvörur og mat- og drykkjarvörur sem flokkast sem heilsuvörur í framangreindum skilningi. Slíkt er þó að mati samrunaaðila ekki nauðsynlegt í málinu.

### 6.2.5 Dagvörumarkaður

- (145) Í fyrri ákvörðunum SE hefur dagvörumarkaður verið skilgreindur sem sala á dagvöru í matvöruverslunum, sbr. t.d. ákvarðanir SE nr. 64/2008, 68/2008, 28/2014, 15/2017, 28/2017, 8/2019 og skýrsla SE nr. 1/2015 um leiðbeiningu um samkeppni á dagvörumarkaði. Hefur verið talið að undir markaðinn falli svokallaðar hefðbundnar dagvöruverslanir, þ.e. aðallega lágvöruverslanir, stórmarkaðir, þægindaverslanir/klukkubúðir og minni verslanir. Sérverslanir eins og bakarí, fiskbúðir, bensínstöðvar og söluturnar o.fl. hafa ekki verið taldar falla undir dagvörumarkaðinn.

<sup>45</sup> Sjá nánari upplýsingar á heimasíðu Lyfjastofnunar: <https://www.lyfjastofnun.is/leyfisskyld-starfsemi/sala-lausasolulyfja-i-almennum-verslunum/>



- (146) Í skýrslu SE nr. 1/2015 var hugtakið dagvöruverslun skilgreint sem „[V]erslun sem selur dagvörur, þ.e. vörur sem tengjast daglegum neyslubörfum fólks, mat- og drykkjarvörur, hreinlætis- og snyrtivörur og óvaranlegar heimilissvörur (aðallega hreingerningavörur)” og tekið fram að hugtakið væri notað „sem samheiti fyrir verslanakeðjur og einstakar matvöruverslanir“. Í samræmi við fyrri framkvæmd samkeppnisyfirvalda og dómstóla var í skýrslunni miðað við að dagvöruverslanir byðu upp á allt það vöruúrval sem neytendur mættu vænta til að uppfylla daglegar neyslufarfir sínar. Sala á sérvöru, t.d. fatnaði og búsáhöldum, var ekki talin tilheyra sama markaði og sala á dagvöru né heldur sérverslanir, eins og t.d. bensínstöðvar, bakarí og söluturnar, þar sem þær uppfylltu ekki þarfir neytenda með sama hætti og dagvöruverslanir. Telja samrunaaðilar að sömu sjónarmið gildi að því er varðar apótek. Einstaka tegundir sérverslana voru þó taldar geta tilheyrt sérstökum mörkuðum. Þá var líkt og í fyrri framkvæmd greint á milli meginflokka dagvöruverslana, þ.e. lágvöruverðsverslana, stórmarkaða og almennra matvöruverslana, klukkubúða og smærri matvörubúða, og bent á að þrátt fyrir að fræðilegar forsendur geti staðið til þess að skipta markaðnum í undirmarkaði (t.d. lágvöruverðsverslanir, stórmarkaðir, klukkubúðir) hafi það hingað til ekki verið gert í ákvörðunum SE.
- (147) Ljóst er að þeir markaðir þar sem áhrifa samrunans gætir einna helst og fjallað er um hér að framan, þ.e. markaður fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum annars vegar og markaður fyrir smásölu á heilsuvörum hins vegar geta hvor tveggja talist til undirmarkaða dagvörumarkaðar. Hins vegar, í ljósi þess að einungis annar samrunaaðila starfar á hefðbundnum dagvörumarkaði, þykir ekki þörf á nánari umfjöllun um þann markað.

### 6.2.6 Raftæki

- (148) Bæði Lyfja og Festi selja raftæki í smásölu. Að framan er greint frá yfirráðum Festi yfir Elko, sem selur breitt úrval heimilis- og raftækja.
- (149) Lyfja selur raftæki í litlum mæli og má þar nefna lækningatæki, svo sem blóðþrýstingsmæla, hitamæla, brjóstapumpur, nuddtæki, hitateppi og fleiri smærri raftæki.
- (150) SE hefur til þessa ekki fjallað um markað fyrir smásölu raftækja með ítarlegum hætti í ákvarðanaframkvæmd sinni. Virðist eftirlitið eftir sem áður leggja til grundvallar að Elko starfi á markaði fyrir smásölu raftækja, sbr. ákvörðun eftirlitsins nr. 7/2014. Í ákvörðunum SE hefur komið fram að forsendur geti verið fyrir skiptingu markaðarins í undirmarkaði, t.d. með því að greina á milli svokallaðra „hvíttra“ rafmagnstækja og annarra rafmagnstækja, en í umræddu máli var ekki talin þörf á því.
- (151) Nálgun SE að því er viðkemur skilgreiningum markaða fyrir sölu á raftækjum er í samræmi við þá framkvæmd sem myndast hefur hjá framkvæmdastjórn ESB. Framkvæmdastjórnin hefur lagt til grundvallar að til staðar sé markaður fyrir „consumer electronics“, sem verði skipt upp í frekari undirmarkaði, sbr. t.d. ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar nr. [IV/29.598 \(SABA's EEC distribution system\)](#). Í ákvörðunum framkvæmdastjórnarinnar í málum nr. [COMP/M.4226 \(DSGI/FOTOVISTA\)](#) og nr. [IV/M.1482 \(Kingfisher/Grosslabor\)](#) tók framkvæmdastjórnin ekki endanlega afstöðu til skilgreiningar markaðarins en fjallaði um að markaðnum fyrir smásölu raftækja (e. *electrical retailing*) gæti verið gróflega skipt upp í fjóra flokka; útvarps- og



sjónvarpstæki, stór heimilistæki (s.s. frysta og þvottavélar), lítil heimilistæki (s.s. straujárn og brauðristar) og fjarskipta- og tölvutæki. Eftir því sem tilkynnandi kemst næst hefur framkvæmdastjórn ESB ekki skilgreint sérstakan undirmarkað fyrir smásölu raftækja vegna þeirra vara eða annarra sambærilegra og þeirra sem skarast hjá samrunaaðilum.

- (152) Af ákvarðanaframkvæmd SE verður ekki séð að sérstakur undirmarkaður, að því varðar skörun á raftækjaframboði samrunaaðila, hafi verið skilgreindur eða um hann fjallað sérstaklega. Verður eftir sem áður að telja að þær vörur sem báðir samrunaaðilar hafa í smásölu falli undir **markað fyrir smásölu á raftækjum**. Hugsanlega megi skilgreina markaðinn þrengra en í ljósi óverulegrar skörunar, takmarkaðrar veltu Lyfju og aðstæðna á þessum markaði að öðru leyti, sbr. síðari umfjöllun, verður ekki séð að þörf sé á nákvæmari skilgreiningu umrædds markaðar.

### 6.2.7 Eldsneytismarkaður

- (153) Líkt og að framan greinir starfar N1 á eldsneytismarkaði. SE hefur á undanförunum árum fjallað ítarlega um þann markað, bæði í tengslum við markaðsrannsókn sína á umræddum markaði og einnig í tengslum við ýmis samrunamál sem hafa átt sér stað, meðal annars samruna N1 og Festi sem fjallað var um í ákvörðun SE nr. 8/2019.
- (154) Samrunaaðilar telja að áhrifa samrunans muni ekki gæta á eldsneytismarkaði eða tengdum mörkuðum, enda fer starfsemi Lyfju ekki fram þar að neinu leyti. Af þeim sökum þykir ekki ástæða til ítarlegrar umfjöllunar um þá markaði.
- (155) Þó er ástæða til þess að nefna að á þjónustustöðvum eldsneytisfyrirtækja eru einnig seldar annars konar vörur en eldsneyti. Aðallega er þar um að ræða ýmis konar bílavörur fyrir neytendur á borð við smurolíur og aðrar olíuvörur en einnig eru almennt til sölu fatnaður á borð við vinnuvettlinga, lítil vasaljós, rúðuvökva, hreinsiefni, ýmsar dagvörur, snyrtivörur í takmörkuðu úrvali, matvörur í flokki heilsuvara, skyndibita og ýmislegt fleira. Vöruframboðið að þessu leyti er almennt sniðið að þörfum viðskiptavina hverju sinni.
- (156) Í ákvörðun SE nr. 8/2019 var sérstaklega fjallað um markað fyrir sölu vara á eldsneytisafgreiðslustöðvum. Þar voru skilgreindir eftirfarandi undirmarkaðir:
- Markaður fyrir sölu eldsneytis (undirmarkaður).
  - Markaður fyrir sölu á dagvöru, samlokum og einföldum tilbúnum réttum (undirmarkaður).
  - Markaður fyrir sölu á rekstrarvöru bifreiða (undirmarkaður).

- (157) Að mati samrunaaðila er hugsanlegt að áhrifa samrunans gæti á undirmarkaði fyrir sölu vara á eldsneytisafgreiðslustöðvum, en þau áhrif séu verulega takmörkuð, sbr. nánari umfjöllun í kafla 6.3.6. hér á eftir.

### 6.2.8 Rekstrarvörur

- (158) N1 flytur inn og selur ýmis konar rekstrarvörur fyrir bifreiðar. Þar á meðal eru hjólbarðar og smurolíur. Þessar vörur er jafnan seldar á þjónustustöðvum félagsins samhliða bensíni, dísel og dagvöru ásamt því sem þær eru seldar til endursöluaðila og verkstæða. Hér að framan var sala á slíkum vörum á eldsneytisstöðvum skilgreind sem

undirmarkaður markaðarins fyrir sölu á eldsneytisstöðvum en þar er um að ræða sölu á vörum í neytendapakningum. Rekstrarvörur eru einnig seldar beint af lager til fyrirtækja. Þannig er smurolía til að mynda seld sjávarútvegsfyrirtækjum samkvæmt pöntunum. Í einhverjum tilvikum er um að ræða vörur sem krefjast þess að þjónusta sé veitt með og rekur Festi nokkur þjónustuverkstæði þar sem hægt er að fá skipt um hjólbarða og ljósaperur eða smurolíu. Líkt og fram kom hér að framan er sala á verkstæðum að mati samrunaaðila sjálfstæður markaður enda eru þar seldar saman þjónusta og vörur.

- (159) Þar sem Lyfja starfar ekki á umræddum markaði, eða mörkuðum honum tengdum, telja samrunaaðilar að áhrifa samrunans muni ekki gæta á honum. Er því ekki ástæða til frekari umfjöllunar um hann að mati samrunaaðila.

### 6.2.9 Smásala á rafmagni

- (160) Líkt og að framan greinir stundar N1 smásölu á raforku sem fyrirtækið kaupir af innlendum birgjum. Starfsemin fer fram á sérstöku sviði, orkusviði, innan N1. Ætla má að skilgreindur markaður sem félagið starfar á sé sala á rafmagni til endanotenda, sbr. ákvörðun SE nr. 22/2020. Þar sem starfsemi Lyfju tengist ekki þessum markaði þykir ekki tilefni til frekari umfjöllunar um hann.

### 6.2.10 Útleiga á atvinnuhúsnæði

- (161) Festi móðurfélagið og Festi fasteignir eiga og leigja út atvinnuhúsnæði um land allt. Fasteignir móðurfélagsins eru að mestu leyti leigðar til N1 en fasteignir Festi fasteigna til margra aðila sem starfa í smásölu eða þjónustu. Krónan er stærsti einstaki leigutaki Festi fasteigna. Af heildartekjum Festi Fasteigna þá er um 30% leiga til félaga utan samstæðu en ef horft er á leigutekjur samstæðunnar í heild þá er hlutfall leigutekna frá félögum utan samstæðu um 12%.
- (162) Svo sem fram kemur hér á undan hefur N1 leigt hluta af þjónustustöðvum sínum til rekstraraðila veitingastaða, t.d. Subway, sem reka staði sína inni á þjónustustöðvum N1. Í flestum tilvikum er um að ræða framleigusamninga, en Festi sem eigandi leigir húsnæðið til N1, sem framleigir afmarkaða hluta undir rekstur veitingastaða til þriðju aðila.
- (163) Sé tekið mið af fyrri ákvörðunum SE þar sem fjallað hefur verið um útleigu á atvinnuhúsnæði má að mati Festi skilgreina þann markað sem Festi fasteignir starfar á sem markað fyrir **útleigu á atvinnuhúsnæði til ótengdra aðila**, að því er varðar útleigu félagsins á fasteignum til þriðju aðila.
- (164) Mengi ehf., eitt af dótturfélögum Lyfju samkvæmt framansögðu, á eina fasteign og leigir hana til Lyfju.

### 6.2.11 Vöruhúsaþjónusta

- (165) Bakkinn vöruhótel, í eigu Festi, býður upp á hefðbundna vöruhúsaþjónustu, þ.e. vöruhýsingu, pökkun, vörumerkingu, afgreiðslu og dreifingu á vörum fyrir viðskiptavinum sína. Bakkinn veitir smásöluverslunum innan samstæðu Festi slíka þjónustu frá vöruhúsi sínu á Bakka, auk þess sem vörum úr vefverslun Elko er dreift beint frá vöruhúsinu til viðskiptavina Elko.

- (166) Í grundvallaratriðum má segja að um sé að ræða hefðbundna vöruhúsa- og dreifingarþjónustu sem nauðsynleg er öllum smásölum. Í ákvörðun SE nr. 7/2014 var fjallað um þann möguleika að vöruhús á borð við Bakkann kynni að starfa á sérstökum vöruhúsamarkaði.
- (167) Ber að nefna að á heimasíðu Bakkans segir að félagið veiti vöruhúsþjónustu og hefur [...].<sup>46</sup> Þá hefur Bakkinn tekið að sér tilfallandi verkefni fyrir þriðja aðila. [...]<sup>47</sup>
- (168) Heilsa, í eigu Lyfju, rekur eigið vöruhús og sér um vöruhýsingu og dreifingu á vörum fyrir Lyfju og Heilsuhúsið. [...]<sup>48</sup>

### 6.3 Landfræðilegi markaðurinn

#### 6.3.1 Smásölumarkaður fyrir almennar hreinlætis- og snyrtivörur

- (169) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 vísaði SE til þess að almennt sé litið svo á í samkeppnisrétti að smásölumarkaðir séu staðbundnir, sbr. umfjöllun hér að framan. Í málinu var það niðurstaða SE að landfræðilegur markaður hvað varðar tilgreinda vörumarkaði á smásölustigi séu staðbundnir markaðir. Er það í samræmi við fyrri ákvarðanir um skilgreiningu landfræðilegra markaða fyrir smásölu dagvöru og lyfja. Vísaði SE í þessu sambandi til þess að í eldri málum varðandi dagvörumarkað hafi verið miðað við að verslanir geti að öðru jöfnu náð til sín viðskiptavinum sem ekki þurfi að leggja á sig lengri en 20 mínútna akstur í viðkomandi verslun. Einnig hafi í einstökum málum verið vísað til 20 km. fjarlægðar frá verslun. Þessi viðmið verður þó að skoða í ljósi aðstæðna hverju sinni, t.d. hvað varðar strjálbýlli svæði.
- (170) Í umræddri ákvörðun komst SE að þeirri niðurstöðu „að þeir landfræðilegu markaðir sem um ræðir séu þau markaðssvæði þar sem verslanir samrunaaðila eru starfræktar, auk þess sem vissa hliðsjón [megi] hafa af stöðu þeirra á höfuðborgarsvæðinu annars vegar og landinu í heild hins vegar“.
- (171) Samrunaaðilar telja að aukin netverslun, sé litið til þróunar sem orðið hefur í slíkri starfsemi frá árinu 2017, sbr. síðari umfjöllun, kunni að vera til þess að framangreindar markaðsskilgreiningar verði teknar til endurskoðunar, í það minnsta hvað varðar markaði fyrir smásölu á snyrtivörum og heilsuvörum. Í öllu falli sé ljóst að smásala í gegnum netið veiti verulegt samkeppnislegt aðhald á landinu öllu.
- (172) Þá sé til þess að líta í því máli sem hér er til umfjöllunar eiga við sjónarmið sem SE hefur byggt á í fyrri ákvörðunum, þar á meðal ákvörðun nr. 28/2017, að framboð á hlutaðeigandi mörkuðum nái upp að vissu marki til landsins alls. Þannig er að bæði í tilviki Krónunnar og Lyfju er sama verð á vörum um land allt. Samrunaaðilar telja því mikilvægt að líta til markaðshlutdeildar á landinu öllu og höfuðborgarsvæðinu.
- (173) Verði ekki fallist á framangreint af hálfu SE telja samrunaaðilar að framangreind sjónarmið um afmörkun hins landfræðilega markaðar að því er varðar smásölumarkað fyrir almennar hreinlætis- og snyrtivörur eigi einnig við samrunann sem hér er til umfjöllunar, þannig að miðað verði við þau markaðssvæði þar sem verslanir samrunaaðila eru starfræktar.

<sup>46</sup> Trúnaðarmál.

<sup>47</sup> Trúnaðarmál.

<sup>48</sup> Trúnaðarmál.

(174) Hér á eftir má sjá dreifingu verslana og þjónustustöðva samrunaaðila á landsvísu:



(175) Verslanir Krónunnar eru staðsettar á Höfuðborgarsvæðinu, Akranesi, Akureyri, Fitjum Reykjanesbæ, Hvalsveli, Reyðarfirði, Selfossi, í Vestmannaeyjum, Vík og Þorlákshöfn.

- (176) Líkt og áður greinir rekur N1 29 þjónustustöðvar á landsvísu. Upptalningu þeirra, auk staðsetningu á öðrum eldsneytisafgreiðslum og þar sem bílapjónusta fer fram á vegum félagsins, má finna á heimasíðu N1: [www.n1.is/stodvar](http://www.n1.is/stodvar). Dreifast þjónustustöðvar félagsins á Höfuðborgarsvæðið, Akranes, Akureyri, Blönduós, Borgarnes, Egilsstaði, Höfn, Húsavík, Ísafjörð, Ólafsvík, Patreksfjörð, Reyðarfjörð, Sauðárkrók, Selfoss, Staðarskála í Hrutafirði og Suðurnes.
- (177) Verslanir ELKO eru staðsettar á Höfuðborgarsvæðinu, á Akureyri og í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í Keflavík.
- (178) Apótek Lyfju eru staðsett á Höfuðborgarsvæðinu, Akureyri, Blönduósi, Borgarnesi, Búðardal, Djúpavogi, Egilsstöðum, Eskifirði, Grindavík, Grundarfirði, Hvammstanga, Höfn, Húsavík, Ísafirði, Kópaskeri, Mývatni, Neskaupstað, Patreksfirði, Raufarhöfn, Reyðarfirði, Reykjanesbæ, Sauðárkróki, Selfossi, Seyðisfirði, Skagaströnd, Stykkishólmi, Stöðvarfirði, Þingeyri, og Þorlákshöfn.
- (179) Verslun Heilsuhússins og Lyfja Heyrn eru staðsettar í Reykjavík.
- (180) Sé litið til fyrri skilgreininga SE á landfræðilegum mörkuðum á þeim smásölumörkuðum sem mál þetta varðar telja samrunaaðilar að skörun í starfsemi þeirra sé að finna á eftirfarandi mörkuðum:
- Höfuðborgarsvæðið
  - Austurland
  - Akureyri og Eyjafjarðarsvæðið
  - Suðurland (Árborg)
  - Suðurnes
- (181) Er í því sambandi litið til þess hvar starfsemi Krónunnar og Lyfju skarast, en taka má fram að á öðrum mörkuðum eru dæmi þess að Lyfja reki apótek og N1 þjónustustöð á sama svæði, svo sem í Borgarbyggð, á Snæfellsnesi, á Norðan- og sunnanverðum Vestfjörðum, á Norðurlandi vestra og Norðurlandi eystra. Samrunaaðilar telja þó að áhrif samrunans á þessa markaði verði takmörkuð, vegna eðlisólíkrar starfsemi Lyfju og N1.

### **6.3.2 Markaður fyrir smásölu á heilsuvörum**

- (182) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 um samruna Haga hf. og Lyfju var einnig fjallað um markað fyrir smásölu á heilsuvörum sem fyrr segir. Hvað varðar skilgreiningu á landfræðilegum markaði byggja samrunaaðilar á sömu sjónarmiðum og rakin hafa verið um svæðisbundnar skilgreiningar landfræðilegra markaða í kafla 6.3.1 og vísast til þeirrar umfjöllunar.

### **6.3.3 Markaður fyrir smásölu lyfja**

- (183) Líkt og fjallað var um í kafla 6.2.3. hefur SE áður fjallað um markaðinn fyrir smásölu lyfja. Í ákvörðunum SE um markaðinn hefur hinn landfræðilegi markaður yfirleitt verið metinn staðbundinn, þar sem staðsetning lyfjabúða og nálægð viðskiptavina skiptir miklu máli, sbr. t.d. ákvarðanir SE nr. 28/2006, 4/2010, 8/2016 og 28/2017.

- (184) Í ákvörðun nr. 28/2019 fjallaði SE um kaup Lyf og heilsu hf. á Opnu ehf. Í málinu var lagt til grundvallar að vörumarkaðurinn væri smásala lyfja og sá landfræðilegi markaður sem Opna starfaði á væri Mosfellsbær. Að mati samrunaaðila verður að taka tillit til þess að Opna ehf. rak einungis eitt apótek, staðsett í Mosfellsbæ, sem væntanlega skýri svo þröngt skilgreindan landfræðilegan markað í umræddu máli.
- (185) Apótek Lyfju eru staðsett vítt og breitt um landið, sbr. umfjöllun að framan, og í ákvörðun SE nr. 1/2019 féllst SE á það með samrunaaðilum að landfræðilegur markaður Lyfju væri landið allt, Ísland. Er á því byggt að landfræðilegan markað beri að skilgreina með sama hætti í þessu máli. Í því sambandi er einnig á það bent að verðlagning á vörum er sú sama um allt land, óháð staðsetningu.
- (186) Verði ekki fallist á framangreinda skilgreiningu á landfræðilegum markaði fyrir smásölu á lyfjum er á því byggt að skipting í svæðisbundna markaði sé í samræmi við umfjöllun í kafla 6.3.1. að framan. Hins vegar, í ljósi þess að einungis Lyfja starfar á þessum markaði, fyrir utan verulega takmarkaða starfsemi N1, þykir ekki ástæða til nánari útlistunar á þeim hér.

#### **6.3.4 Markaður fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum**

- (187) Með vísan til ákvörðunar SE nr. 28/2017 telja aðilar að landfræðilegur markaður fyrir innflutning og dreifingu á heilsuvörum sé landið allt, Ísland.

#### **6.3.5 Dagvörumarkaður**

- (188) Um skilgreiningu á landfræðilegum markaði dagvörumarkaðar vísast til umfjöllunar í kafla 6.3.1 að framan.

#### **6.3.6 Sala á vörum á eldsneytisafgreiðslum**

- (189) Í framkvæmd SE hefur verið litið svo á að landfræðilegir markaðir fyrir eldsneytismarkaðinn, eða undirmarkaði hans, séu afmarkaðir og svæðisbundnir. Afstaða SE virðist því vera sú að eldsneytisstöðvar starfi á mjög staðbundnum mörkuðum sem þó geti haft áhrif hver á annan. Að mati samrunaaðila gæti samkeppnislegs aðhalds á milli eldsneytisstöðva þó að lengra sé á milli þeirra en SE áætla.
- (190) Hins vegar, í ljósi þess að á framangreindum markaði er lítil sem engin skörun á milli aðila, þykir ekki ástæða til þess að fjalla nánar um landfræðilega afmörkun hans.

#### **6.3.7 Smásala á raftækjum**

- (191) Sala á raftækjum fer fram í gegnum verslanir og á netinu. Það er auðvelt að kanna raftæki á netinu á hinum ýmsu heimasíðum, bæði hérlendis og erlendis. Þegar um er að ræða dýrari raftæki er ekki óalgengt að neytendur kanni markaðinn vel, skoði í búðir og leiti svo á netinu eftir hagstæðasta verðinu.
- (192) Í tilviki Elko er vörusala í gegnum netið mikil og vex einnig hvað mest milli ára. Nú er svo komið að netsalan jafnast á við sumar af verslunum félagsins og með sama áframhaldi verður, að mati Festi, ekki langt að bíða í að netverslunin verði orðin veltumesta verslun félagsins. Elko hefur ekkert sérstakt forskot á erlendar vefverslanir nema ef vera skyldi stuttan sendingartíma og tungumál vefsíðunnar. Að öðru leyti er



almennt hægt að panta vörur erlendis frá, án aukinnar fyrirhafnar. Raftæki eru einnig á boðstólnum í vefverslun Lyfju.

- (193) Færa má sterk rök fyrir því að landfræðilegur markaður fyrir sölu á raftækjum nái út fyrir landsteinana. Hins vegar hafa samrunaaðilar aðallega beint sjónum sínum að íslenska markaðnum og markaðssett sig hér á landi. Þá eru stærri raftæki sennilega fyrst og fremst keypt innanlands. Verður því miðað við hér á eftir að um sé að ræða landsmarkað en hafa ber í huga að mikillar alþjóðlegrar samkeppni gætir.

### **6.3.8 Rekstrarvörur**

- (194) Líkt og fram er komið flytur N1 inn og selur rekstrarvörur af ýmsu tagi. Framangreind þjónusta er veitt af N1 um land allt og á samstæðan í samkeppni við ýmsa söluaðila á sambærilegum rekstrarvörum. Telur Festi því ekki rök standa til annars en að líta svo á sem um sé að ræða markað sem nær yfir allt Ísland.

### **6.3.9 Útleiga á atvinnuhúsnæði**

- (195) Í ákvörðun SE nr. 32/2013, var hinn landfræðilegi markaður greindur niður í einstök sveitarfélög, og eftir atvikum, eitt eða fleiri sveitarfélög sem mynduðu eitt atvinnu- og búsetusvæði. Almennt hefur landfræðilegi markaðurinn verið afmarkaður við „höfuðborgarsvæðið“ sem eitt svæði í ákvörðunum SE. Hafa samrunar á þessu sviði aðallega varðað húsnæði á höfuðborgarsvæðinu. Vegna takmarkaðra umsvifa á þessum markaði og þar af leiðandi takmarkaðra áhrifa samrunans á samkeppni á honum þykir ekki tilefni til nánari umfjöllunar um landfræðilega afmörkun markaðarins fyrir útleigu á atvinnuhúsnæði.

### **6.3.10 Vöruhúsaþjónusta**

- (196) Að mati samrunaaðila standa ekki rök til annars en að líta svo á sem markaðurinn fyrir vöruhúsaþjónustu sé landsmarkaður. Auðvelt er flytja og dreifa vörum úr vöruhúsum um land allt. Almennt eru stærri vöruhús á höfuðborgarsvæðinu og vörum dreift þaðan um land allt. Skiptir nálægð við samgöngukerfi ekki hvað síst máli í því sambandi.

## 7 Upplýsingar um markaði þar sem áhrifa gætir

### 7.1 Áætluð heildarstærð markaða

#### 7.1.1 Markaðir þar sem áhrifa samrunans gætir helst

- (197) Líkt og að framan greinir er það mat samrunaaðila að áhrifa samrunans gæti einna helst á markaði fyrir **smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum** annars vegar og markaði fyrir **smásölu á heilsuvörum** hins vegar. Til þess að geta lagt mat á heildarstærð þessara markaða er nauðsynlegt að hafa aðgengi að upplýsingum um veltu aðila sem á þeim starfa, þ.e. veltu sem einskorðast við téða markaði. Líóst er að samrunaaðilar hafa ekki aðgengi að slíkum upplýsingum og geta því ekki lagt mat á heildarstærð umræddra markaða. Þetta skýrist einkum af þeirri staðreynd að starfsemi aðila sem starfa á hlutaðeigandi mörkuðum, þar á meðal samrunaaðila, er fjölpætt og því ekki hægt að styðjast við opinberar upplýsingar um veltu við mat á stærð markaðanna og markaðshlutdeild einstakra markaðsaðila. Þess má geta að í ákvörðun SE nr. 28/2017 var heildarstærð markaðar fyrir sölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum metin 6,5-7 ma. kr. og heildarstærð markaðar fyrir smásölu á heilsuvörum var metin 9,5-11 ma. kr. (samtala undirmarkaða, sbr. síðari umfjöllun).
- (198) Þá er þess jafnframt að geta að landfræðilegum mörkuðum framangreindra vörumarkaða hefur verið skipt niður eftir landsvæðum í ákvarðanaframkvæmd SE. Aðilar hafa ekki upplýsingar um skiptingu veltu þeirra aðila sem starfa á umræddum mörkuðum eftir landsvæðum eða mögulegum skilgreindum landfræðilegum mörkuðum.
- (199) Það er mat samrunaaðila að báðir framangreindir markaðir séu stórir og á þeim starfi margir aðilar. Hvað varðar báða markaðina má nefna dagvöruverslanir svo sem Hagkaup, Bónus, Krónuna, Samkaup, Nettó, Iceland, Fjarðarkaup, Melabúðina, Costco og aðrar verslanir. Einnig eru vörur sem falla innan beggja markaða seldar í apótekum, svo sem Lyfju, Lyf og heilsu – Apótekaranum, Lyfjavalí, Lyfjaveri og hjá fleiri minni aðilum. Hvað varðar smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum sérstaklega má nefna verslanirnar Beautybar, Fotia, Heimkaup og fleiri snyrtivöruverslanir. Snyrtivörur eru einnig seldar hérlendis í gegnum erlendar netverslanir, svo sem Coolshop og Boozt, sem bjóða mjög samkeppnishæf verð. Hvað varðar markað fyrir smásölu á heilsuvörum má sérstaklega minnst á verslanir með heilsuvörur, svo sem Uglan heilsuvörur, Mamma veit best og fleiri.

#### 7.1.2 Aðrir markaðir

- (200) Hvað varðar stærð markaðar fyrir **smásölu lyfja**, þá nam heildarvelta í flokknum *lyfjaverslanir*, byggt á innsendum virðisaukaskattskýrslum, samtals 42 ma. kr. án VSK árið 2022.<sup>49</sup> Telja samrunaaðilar þá tölu veita vísbendingar um heildarstærð markaðarins á landsvísu. Upplýsingar um skiptingu veltu á milli landsvæða eru ekki aðgengilegar samrunaaðilum.
- (201) Auk þess má nefna að heildarsala lyfseðilsskyldra lyfja í smásölu á árinu 2022 nam samtals 24,222 m.kr., án VSK, samkvæmt upplýsingum Sjúkratrygginga Íslands.<sup>50</sup> Upplýsingar um sölu lausasölulyfja eru ekki aðgengilegar opinberlega.

<sup>49</sup> Sjá: [Velta í nokkrum atvinnugreinaflokkum, eftir vsk-tímabilum, 2008-. PxWeb \(hagstofa.is\)](#)

<sup>50</sup> Sjá undirsíðuna „Lyf“ inn á [yfirliti Sjúkratrygginga Íslands yfir starfsemi og rekstur](#).



- (202) Samkvæmt upplýsingum frá Hagstofu Íslands nam heildarvelta í flokknum *stórmarkaðir og matvöruverslanir*, byggt á innsendum virðisaukaskattskýrslum, samtals 258 ma. kr. án VSK árið 2022.<sup>51</sup> Telja samrunaaðilar þá tölu veita vísbendingar um heildarstærð **dagvörumarkaðar** á landsvísu. Upplýsingar um skiptingu veltu á milli landsvæða eru ekki aðgengilegar samrunaaðilum.
- (203) Samrunaaðilar telja stærstu aðila á markaði fyrir **vöruhúsaþjónustu** vera Eimskip og Samskip. Upplýsingar um veltu þeirra á umræddum markaði eru ekki aðgengilegar opinberlega og er samrunaaðilum því ófært að áætla heildarstærð viðkomandi markaðar. Þá má nefna Aðföng, í eigu Haga, sem reka vöruhúsaþjónustu fyrir fyrirtæki í samstæðu Haga. Einnig má nefna Górilla vöruhús, sem veitir vöruhúsaþjónustu til þriðju aðila.
- (204) Á markaði fyrir **smásölu raftækja** starfa fjölmargir aðilar, sem ýmist sérhæfa sig í sölu raftækja eða stunda margþætta starfsemi. Þar má nefna, auk Elko, Heimilistæki, Rafland, Ormsson, Rafha, Skakkiturn, Tölvutek, Tölvulistinn, Eirberg, Byko, Húsasmiðjuna, Smith og Norland, Costco, Heimkaup, Coolshop, Byggt og búið og fleiri. Um er að ræða stóran markað með fjölbreyttu vöruúrvali. Líkt og að framan greinir, og nánar er rakið í kafla 7.2.7. hér á eftir, gætir smávægilegrar skörunar í sölu á afmörkuðu úrvali af raftækjum hjá samrunaaðilum. Fleiri dæmi um aðila sem selja vörur af þessu tagi í samkeppni við aðila eru barnavöruverslanir (brjóstapumpur), Hreysti, Pfaff og upandgo.is (nuddtæki). Samrunaaðilar hafa ekki aðgang að upplýsingum til þess að meta heildarstærð markaðarins, en telja jafnframt að slíkt mat hafi takmarkaða þýðingu við mat á samkeppnislegum áhrifum samrunans, þar sem áhrif samrunans á þennan markað séu hverfandi.
- (205) Þar sem áhrifa samrunans gætir ekki, eða verulega takmarkað, á mörkuðum fyrir **eldsneyti, rekstrarvörur, útleigu á atvinnuhúsnæði og smásölu á rafmagni**, telja aðilar ekki þörf á nánari umfjöllun um áætlaða heildarstærð þeirra markaða.

## 7.2 Markaðshlutdeild samrunaaðila

### 7.2.1 Skörun í starfsemi aðila

- (206) Samrunaaðilar starfa í meginatriðum á ólíkum mörkuðum. Þannig mun samruninn að mati samrunaaðila leiða til óverulegrar samþjöppunar, nema hugsanlega á afmörkuðum svæðum, sbr. síðari umfjöllun. Í köflum 7.2.2. og áfram hér á eftir verður fjallað sérstaklega um þá markaði þar sem starfsemi aðila skarast helst, þ.e. markaður fyrir smásölu á hreinlætis- og snyrtivörum og markaður fyrir smásölu á heilsuvörum. Einnig verður stuttlega vikið að þeim mörkuðum þar sem starfsemi samrunaaðila skarast eingöngu að smávægilegu leyti.
- (207) Í eftirfarandi töflu eru talin þau landfræðilegu markaðssvæði sem sérstaklega verða tekin til skoðunar í eftirfarandi umfjöllun og verslanir/apótek/þjónustustöðvar í eigu samrunaaðila á hverju svæði útlistuð:

	Austurland	Suðurland (Árborg)	Suðurnes
--	------------	--------------------	----------

<sup>51</sup> Sjá: [Velta í nokkrum atvinnugreinaflokkum, eftir vsk-tímabilum, 2008-. PxWeb \(hagstofa.is\)](#)

Festi/Krónan	Krónan Reyðarfirði, N1 Reyðarfirði og Egilsstöðum	Krónan Hvolsvelli, Selfossi og Þorlákshöfn, N1 Hveragerði, Selfossi og Hvolsvelli	Krónan Fitjum, N1 Reykjanesbæ
Lyfja	Lyfja Reyðarfirði, Eskifirði, Neskaupsstað, Seyðisfirði og Egilsstöðum	Lyfja Selfossi	Lyfja Grindavík og Reykjanesbæ
Samkeppnisaðilar (bæði Festi og Lyfja)	Bónus Egilsstöðum, Nettó Egilsstöðum, Kjörbúðin Djúpavogi, Eskifirði, Fáskrúðsfirði, Neskaupstað, Seyðisfirði og Þórshöfn, Olís Reyðarfirði og Neskaupstað, Kría veitingasala á Eskifirði	Bónus Selfossi og Hveragerði, Nettó Selfossi, Kjörbúðin Hellu, Apótekarinn Selfossi, Hveragerði, Þorlákshöfn, Hellu og Hvolsvelli, Apótek Suðurlands, Krambúðin Selfossi, Flúðum og Laugarvatni, Shay verslun Selfossi, Olís Selfossi og Hellu	Bónus Reykjanesbæ og Fitjum, Apótekarinn Keflavík, Nettó Grindavík, Keflavík og Reykjanesbæ, Kjörbúðin Sandgerði, Krambúðin Keflavík og Innri Njarðvík, Lyfjaval Reykjanesi, Reykjanesapótek, Olís Reykjanesbæ

- (208) Framangreind markaðssvæði voru sérstaklega tekin til athugunar í ákvörðun 28/2017 og byggir eftirfarandi umfjöllun að miklu leyti á því sem fram kemur í téðri ákvörðun SE. Svo sem fram er komið er samrunaaðilum ófært að leggja fullnægjandi mat á stöðu á þessum mörkuðum, þar sem þeir hafa ekki aðgengi að þeim upplýsingum sem nauðsynlegar eru fyrir slíkt mat. Því hafa samrunaaðilar leitast við að taka saman upplýsingar um eigin veltu á tilteknum mörkuðum í því skyni að gera SE kleift að framkvæma rannsókn á samkeppnisaðstæðum á viðkomandi mörkuðum. Þá hafa samrunaaðilar tekið saman sjónarmið um breytingar á hlutaðeigandi mörkuðum sem átt hafa sér stað frá árinu 2017, í því skyni að reyna að varpa skýrara ljósi á stöðu þeirra í dag.
- (209) Til að fyrirbyggja misskilning, þá er rétt að halda því til haga að samrunaaðilar líta síður en svo á að tilvísanir í samrunaskrá til ákvörðunar SE nr. 28/2017 feli í sér fullnægjandi mynd af stöðu samrunaaðila og keppnauta þeirra á skilgreindum mörkuðum málsins. Hins vegar verður ekki framhjá því litið að umrædd ákvörðun SE varðaði í meginatriðum sömu markaði og eru til umfjöllunar í máli þessu og getur því gefið ákveðnar vísbendingar um stöðu á hlutaðeigandi mörkuðum. Auk þess gefur ákvörðunin til kynna að við rannsókn umrædds máls hafi SE framkvæmt mjög ítarlega rannsókn á þeim mörkuðum sem um ræddi í málinu og markaðshlutdeild aðila á þeim. Þannig kemur meðal annars fram að SE hafi meðal annars sent umsagnar- og gagnabeiðnir þar sem

m.a. var óskað eftir upplýsingum um tekjur á afmörkuðum vöruflokkum og spurningakönnun um málið til á níunda tug fyrirtækja starfandi á mörkuðum málsins.<sup>52</sup>

## 7.2.2 Markaður fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum

### 7.2.2.1 Festi

(210) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að á markaði fyrir almennar hreinlætis- og snyrtivörur væri Festi með **10-15%** markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu. Lítið til einstakra landshluta var metin markaðshlutdeild félagsins eftirfarandi:

Austurland	10-15%
Suðurland	25-30%
Suðurnes	10-15%

(211) Helstu breytingar sem hafa átt sér stað frá því framangreind ákvörðun var birt og gætu haft áhrif til breytinga á framangreindu eru opnun Krónunnar á Akureyri og þar með innganga Festi á markaðinn sem skilgreindur var af SE sem Akureyri og Eyjafjarðarsveit. Hvað varðar sérstaklega markaðinn á Suðurlandi má nefna brotthvarf Festi frá Hellu við sölu á Kjarvals verslun, sem nú er í eigu Samkaupa og rekin undir merkjum Kjörbúðarinnar, auk lokunar Hagkaupa á Selfossi árið 2021. Einnig má nefna lokun Hagkaupa í Reykjanesbæ 2020. Nefna má opnun Apóteks Suðurlands á Selfossi 2019, opnun Reykjanes Apóteks árið 2017 og Lyfjavalis á Suðurnesjum árið 2023. Þá benda samrunaaðilar á að taka skuli mið af umsvifum Costco við mat á stærð markaðarins og áhrifum samrunans á landsvísu og höfuðborgarsvæðinu, en verslunin selur almennar hreinlætis- og snyrtivörur, gjarnan í stórum umbúðum eða magnpakkningum sem fólk utan af landi kaupir í magninnkaupum. Eins og áður hefur verið bent á var verslun Costco á Íslandi nýopnuð þegar umrædd ákvörðun SE var birt og því ljóst að þar er ekki gert ráð fyrir áhrifum Costco og hlutdeild verslunarinnar á markaðnum. Þá hafa orðið breytingar á rekstri apóteka, sbr. umfjöllun í efnisgrein 315 hér á eftir.

(212) Velta Krónunnar í sölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum á landsvísu var [...] <sup>53</sup> árið 2021 og [...] <sup>54</sup> á árinu 2022. Þeir vöruflokkar sem Krónan býður upp á innan þessa markaðar eru til dæmis húðvörur, hárvörur, tannvörur, tíðavörur, rakvélar og rakvélablöð og bleiur og blautklútar. Krónan selur einnig vörur sem í kerfum fyrirtækisins eru merktar sem förðunarvara. Um er að ræða förðunarbústa og vörur í svokölluðum „húsum“, sbr. fyrri umfjöllun, þ.e. förðunar- og naglavörur í vörumerkjum sem skilgreind hafa verið sem „almenn“ í framkvæmd Framkvæmdastjórnar Evrópu sbr. fyrri umfjöllun. Á árinu 2021 nam heildarvelta Krónunnar vegna slíkra vara um [...] <sup>55</sup> og [...] <sup>56</sup> á árinu 2022. Um nánari sundurliðun veltu á þessum markaði vísast til fylgiskjals 69.

<sup>52</sup> Ákvörðun SE nr. 28/2017, bls. 4-5.

<sup>53</sup> Trúnaðarmál.

<sup>54</sup> Trúnaðarmál.

<sup>55</sup> Trúnaðarmál.

<sup>56</sup> Trúnaðarmál.

- (213) Þá eru almennar hreinlætis- og snyrtivörur einnig seldar hjá N1, sem tilheyrir félagasamstæðu Festi. Til dæmis bleyjur, tíðavörur, snyrtivörur og tannhirðuvörur. Var velta N1 vegna þessara vöruflokka [...] <sup>57</sup> á árinu 2021 og [...] <sup>58</sup> á árinu 2022. (fylgiskjal 74)

#### 7.2.2.2 Lyfja

- (214) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram að á markaði fyrir almennar hreinlætis- og snyrtivörur væri Lyfja með **10-15%** markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu.
- (215) Litið til afmarkaðra landfræðilegra markaða á landsbyggðinni var metin markaðshlutdeild Lyfju fyrir almennar hreinlætis- og snyrtivörur eftirfarandi:

Borgarbyggð	30-35%
Snæfellsbær	35-40%
Norðanverðir Vestfirðir	40-45%
Norðurland vestra	30-35%
Akureyri og Eyjafjörður	5-10%
Norðurland eystra	45-50%
Austurland	40-45%
Suðurland	25-30%
Suðurnes	10-15%

- (216) Helstu breytingar sem hafa orðið frá því framangreind ákvörðun var birt og gætu haft áhrif til breytinga á framangreindu eru raktar í efnisgrein 210 að framan, en til viðbótar má nefna lokun Hagkaupa í Borgarnesi og opnun á Apóteki Vesturlands.
- (217) Á árinu 2021 nam heildarvelta Lyfju vegna sölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum [...] <sup>59</sup> og [...] <sup>60</sup> á árinu 2022. Húðlækningarvörur á borð við Vichy, La Roche Posay og Neostrata eru almennt bara seldar í apótekum en ekki í stórmörkuðum. Þær eru einnig almennt dýrari en vörur frá merkjum á borð við L'Oréal og Rimmel, sem seldar eru í stórmörkuðum. Þær eru því flokkaðar sem sérvörur m.t.t. fyrri markaðsskilgreininga Samkeppniseftirlitsins og Framkvæmdastjórnarinnar. [...] <sup>61</sup>

#### 7.2.2.3 Samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila

- (218) Samkvæmt ákvörðun SE nr. 28/2017 var samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila eftirfarandi á markaði fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum:

<sup>57</sup> Trúnaðarmál.

<sup>58</sup> Trúnaðarmál.

<sup>59</sup> Trúnaðarmál.

<sup>60</sup> Trúnaðarmál.

<sup>61</sup> Trúnaðarmál.

Hreinlætis og snyrtivörur (alm)	Festi	Lyfja	Samanlagt
Höfuðborgarsvæðið	10-15%	10-15%	<b>20-30%</b>
Borgarbyggð		30-35%	<b>30-35%</b>
Snæfellsbær		35-40%	<b>35-40%</b>
Norðanverðir Vestfirðir		40-45%	<b>40-45%</b>
Norðurland vestra		30-35%	<b>30-35%</b>
Akureyri og Eyjafjörður		5-10%	<b>5-10%</b>
Norðurland eystra		45-50%	<b>45-50%</b>
Austurland	10-15%	40-45%	<b>50-60%</b>
Suðurland	25-30%	10-15%	<b>35-45%</b>
Suðurnes	10-15%	15-20%	<b>25-35%</b>
<b>Landið allt</b>	<b>10-15%</b>	<b>10-15%</b>	<b>20-30%</b>

- (219) Líkt og framangreindar tölur gefa til kynna er mögulegt að samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila verði um eða yfir 50% á Austurlandi, auk þess sem markaðshlutdeild á Suðurlandi kann að verða í hærra lagi. Af þessari ástæðu hafa samrunaaðilar tekið saman upplýsingar um veltu á markaði fyrir smásölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum á þessum landfræðilegu mörkuðum og eru þær tölur að finna í töflunni sem hér kemur á eftir.
- (220) Það skal áréttað að samrunaaðilar hafa ekki aðgengi að upplýsingum sem nauðsynlegar eru til þess að leggja mat á markaðshlutdeild þeirra á umræddum landfræðilegu mörkuðum í dag, sex árum eftir að ákvörðun nr. 28/2017 var birt. Hins vegar, þá er rétt að ítreka það sem kemur fram hér á undan, að orðið hafa breytingar á umræddum mörkuðum, einkum á Suðurlandi og Suðurnesjum, með lokun fyrirtækja sem voru á markaðnum og opnun nýrra. Þá hefur sem áður segir orðið bylting í netsölu undanfarin ár, en miðað við þróun Lyfju hefur markaðurinn u.þ.b. fjórfaldast frá árinu 2017, sbr. upplýsingar um þróun í netsölu Lyfju á **fylgiskjali 89**.
- (221) Rétt er að taka fram að samrunaaðilar draga í efa háar tölur um markaðshlutdeild á Austurlandi og Norðurlandi eystra, samkvæmt framansögðu. Byggt á reynslu aðila af starfsemi á umræddum markaði benda þeir á að um almennar vörur er að ræða, ekki sérhæfðar, sem neytendur sækja sér fyrst og fremst til stórmarkaða. Norðurland eystra er stórt svæði sem leitar inn á Akureyri eftir meiri valkostum og lægra verði. Samgöngur hafa batnað mikið á svæðinu. Sama er að segja af Austurlandi, þar sem aðilar telja að hlutdeild stórmarkaða sé miklu hærri en apóteka í almennri hreinlætis og snyrtivöru.
- (222) Samandregið var velta samrunaaðila vegna sölu á almennum hreinlætis- og snyrtivörum á árinu 2022 eftirfarandi:

	Landið allt	Austurland	Suðurland
Festi	[...] <sup>62</sup>	[...] <sup>63</sup>	[...] <sup>64</sup>
Lyfja	[...] <sup>65</sup>	[...] <sup>66</sup>	[...] <sup>67</sup>

<sup>62</sup> Trúnaðarmál.

<sup>63</sup> Trúnaðarmál.

<sup>64</sup> Trúnaðarmál.

<sup>65</sup> Trúnaðarmál.

<sup>66</sup> Trúnaðarmál.

<sup>67</sup> Trúnaðarmál.

Samtals	[...] <sup>68</sup>	[...] <sup>69</sup>	[...] <sup>70</sup>
---------	---------------------	---------------------	---------------------

### 7.2.3 Markaðir fyrir smásölu á heilsuvörum

#### 7.2.3.1 Markaður fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum

##### 7.2.3.1.1 Festi

(223) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að á heildarmarkaði fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum væri Festi með 10-15% markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu. Litið til einstakra landshluta var metin markaðshlutdeild félagsins eftirfarandi:

Austurland	5-10%
Suðurland	15-20%
Suðurnes	5-10%

(224) Helstu breytingar sem hafa átt sér stað frá því framangreind ákvörðun var birt og gætu haft áhrif til breytinga á framangreindu eru opnun Krónunnar á Akureyri og þar með innganga Festi á markaðinn sem skilgreindur var af SE sem Akureyri og Eyjafjarðarsveit. Bónus opnaði jafnframt sína þriðju verslun á Akureyri á árinu 2022. Þá hefur verslunum Heilsuhússins á Selfossi og á Akureyri verið lokað. Þá er vísað til sölu Kjarvals á Hellu til Samkaupa og innkomu Costco, sem samrunaaðilar telja að hafi áhrif á landinu öllu. Þá er einnig að merkja breytingar á markaðnum með innkomu netsölufyrirtækja á borð við Venju ([www.venja.is](http://www.venja.is)), sem sendir vörur til viðskiptavina um land allt og Mín Vítamín ehf. ([www.minvitamin.is](http://www.minvitamin.is)).

(225) Velta Festi á markaði fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum á árinu 2021 var samtals [...].<sup>71</sup> Á árinu 2022 var velta Festi á umræddum markaði samtals [...].<sup>72</sup> Er þar undanskilin velta vegna sölu á bætiefnum til vaxtarræktar, sem SE hefur álitid sérstakan markað og ekki hluta af þeim markaði sem hér er til umfjöllunar, sbr. ákvörðun SE nr. 28/2017.

##### 7.2.3.1.2 Lyfja

(226) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að á heildarmarkaði fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum væri Lyfja með 15-20% markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu. Litið til einstakra landshluta var metin markaðshlutdeild Lyfju eftirfarandi:

Borgarbyggð	55-60%
Snæfellsbær	45-50%

<sup>68</sup> Trúnaðarmál.

<sup>69</sup> Trúnaðarmál.

<sup>70</sup> Trúnaðarmál.

<sup>71</sup> Trúnaðarmál.

<sup>72</sup> Trúnaðarmál.

Norðanverðir Vestfirðir	60-65%
Norðurland vestra	55-60%
Akureyri og Eyjafjörður	5-10%
Norðurland eystra	65-70%
Austurland	55-60%
Suðurland	15-20%
Suðurnes	20-25%

- (227) Helstu breytingar sem hafa átt sér stað frá því ákvörðun SE nr. 28/2017 var birt hafa þegar verið reifaðar, sbr. fyrri umfjöllun. Til viðbótar hefur verslun Heilsuhússins á Selfossi verið lokað.
- (228) Á ný draga samrunaaðilar í efa háar tölur um markaðshlutdeild á Austurlandi og Norðurlandi eystra, samkvæmt framansögðu. Er það mat samrunaaðila að vöruval smásöluverslana í þessum flokkum hafi aukist umtalsvert á síðustu árum og matvöruverslanir auki hlutdeild sína á kostnað apóteka.
- (229) Velta Lyfju á markaði fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum á árinu 2021 var samtals [...].<sup>73</sup> Á árinu 2022 var velta Lyfju á umræddum markaði samtals [...].<sup>74</sup>

#### 7.2.3.1.3 Samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila

- (230) Samkvæmt ákvörðun SE nr. 28/2017 var samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila eftirfarandi á markaði fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum:

	Festi	Lyfja	Samtals
Landið allt	10-15%	15-20%	25-35%
Höfuðborgarsvæðið	10-15%	15-20%	25-35%
Borgarbyggð		55-60%	55-60%
Snæfellsbær		45-50%	45-50%
Norðanverðir Vestfirðir		60-65%	60-65%
Norðurland vestra		55-60%	55-60%
Akureyri og Eyjafjörður		5-10%	5-10%
Norðurland eystra		65-70%	65-70%
Austurland	5-10%	55-60%	60-70%
Suðurland	15-20%	15-20%	30-40%

<sup>73</sup> Trúnaðarmál.

<sup>74</sup> Trúnaðarmál.



Suðurnes	5-10%	20-25%	25-35%
----------	-------	--------	--------

- (231) Líkt og framangreindar tölur gefa til kynna er mögulegt að samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila verði yfir 50% á Austurlandi, auk þess sem markaðshlutdeild á Suðurlandi kann að verða í hærra lagi. Af þessari ástæðu hafa samrunaaðilar tekið saman upplýsingar um veltu á markaði fyrir smásölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum á þessum landfræðilegu mörkuðum og er þær tölur að finna í töflunni sem hér kemur á eftir. Á öðrum landfræðilegum mörkuðum þar sem samþjöppun á sér stað í kjölfar samrunans má ætla, sé tekið mið af tölum frá 2017, að sameiginleg markaðshlutdeild samrunaaðila verði að mesta lagi um þriðjungur. Ekki er gert ráð fyrir að samruninn hafi samþjöppun í för með sér á öðrum mörkuðum, fyrir utan Akureyri og Eyjafjörð, vegna opunar nýrrar Krónuverzlunar þar árið 2022.
- (232) Það skal áréttað að samrunaaðilar hafa ekki aðgengi að upplýsingum sem nauðsynlegar eru til þess að leggja mat á markaðshlutdeild þeirra á umræddum landfræðilegu mörkuðum í dag, sex árum eftir að ákvörðun nr. 28/2017 var birt. Hins vegar, þá er rétt að ítreka það sem kemur fram hér á undan, að ýmsar breytingar hafa orðið með opnun nýrra verslana, lokun verslana og sölu þeirra til þriðja aðila, auk mikillar sóknar frá innlendri og erlendri netverslun.
- (233) Samandregið var velta samrunaaðila vegna sölu á vítamínum, steinefnum og bætiefnum á árinu 2022 eftirfarandi:

	Landið allt	Austurland	Suðurland
Festi	[...] <sup>75</sup>	[...] <sup>76</sup>	[...] <sup>77</sup>
Lyfja	[...] <sup>78</sup>	[...] <sup>79</sup>	[...] <sup>80</sup>
Samtals	[...] <sup>81</sup>	[...] <sup>82</sup>	[...] <sup>83</sup>

### 7.2.3.2 Markaður fyrir smásölu á lífrænum vörum og heilsuvörum

#### 7.2.3.2.1 Festi

- (234) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að í smásölu á heildarmarkaði fyrir lífræna-mat og drykkjarvöru væri Festi með 25-30% markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu.

<sup>75</sup> Trúnaðarmál.

<sup>76</sup> Trúnaðarmál.

<sup>77</sup> Trúnaðarmál.

<sup>78</sup> Trúnaðarmál.

<sup>79</sup> Trúnaðarmál.

<sup>80</sup> Trúnaðarmál.

<sup>81</sup> Trúnaðarmál.

<sup>82</sup> Trúnaðarmál.

<sup>83</sup> Trúnaðarmál.

- (235) Velta Festi í smásölu á lífrænum vörum og heilsuvörum á árinu 2021 var samtals [...].<sup>84</sup> Á árinu 2022 var heildarvelta Festi á umræddum markaði [...].<sup>85</sup>
- (236) [...].<sup>86</sup> Með hækkandi matvöruverði hafa íslenskir neytendur fært sig úr lífrænum vörum í ólífrænar, sem almennt eru ódýrari. Samkvæmt þeim upplýsingum sem Krónan hefur er þróun sambærileg í Skandinavíu, en Krónan telur jafnframt að þessi þróun muni snúast aftur við þegar betur árar.

#### 7.2.3.2.2 Lyfja

- (237) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að í smásölu á heildarmarkaði fyrir lífræna-mat og drykkjarvöru væri Lyfja með 0-5% markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu. Hvað varðar Akureyri og Eyjafjarðarsvæðið væri Lyfja með 0-5% á umræddum markaði. Það athugast að síðan ákvörðun SE var birt hefur Heilsuhúsinu á Akureyri verið lokað.
- (238) Velta Lyfju í smásölu á lífrænum vörum og heilsuvörum á árinu 2021 var samtals [...].<sup>87</sup> Á árinu 2022 var heildarvelta Lyfju á umræddum markaði [...].<sup>88</sup> Matvara, drykkjarvara og sælgæti hefur dregist verulega saman samhliða fækkun Heilsuhúsanna undanfarin ár. Áætlun ársins 2023 tekur mið af því.

#### 7.2.3.3 Markaður fyrir smásölu á heilsuvörum – mat og drykk

##### 7.2.3.3.1 Festi

- (239) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að í smásölu á markaði fyrir heilsuvörur – mat og drykk væri Festi með 15-20% markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu.
- (240) Velta Festi í smásölu á heilsuvörum – mat og drykk á árinu 2021 var samtals [...].<sup>89</sup> Á árinu 2022 var heildarvelta Festi á umræddum markaði [...].<sup>90</sup> Í tölulegum gögnum frá Krónunni sem fylgja samrunaskrá þessari (**fylgiskjal 70**, flípa 3 „Heilsuvörur án lífrænt“ hefur sala Krónunnar árin 2022 og 2021 á vörum sem eru ekki lífrænar, en eru skilgreindar af Krónunni sem heilsuvörur, verið tekin saman. Ástæða er til þess að nefna að þar undir falla t.d. ekki vörur sem merktar eru sem vegan, en Krónan skilgreinir ekki sem heilsuvörur, svo sem Coca Cola og ýmsar tegundir sælgætis.

##### 7.2.3.3.2 Lyfja

- (241) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að í smásölu á heilsuvörum – mat og drykk væri Lyfja með með 0-5% markaðshlutdeild á höfuðborgarsvæðinu og á landinu öllu, sem og á Akureyri og Eyjafjarðarsvæðinu.

<sup>84</sup> Trúnaðarmál.

<sup>85</sup> Trúnaðarmál.

<sup>86</sup> Trúnaðarmál.

<sup>87</sup> Trúnaðarmál.

<sup>88</sup> Trúnaðarmál.

<sup>89</sup> Trúnaðarmál.

<sup>90</sup> Trúnaðarmál.

(242) Velta Lyfju í smásölu á heilsuvörum – mat og drykk á árinu 2021 var samtals [...].<sup>91</sup> Á árinu 2022 var heildarvelta Lyfju á umræddum markaði [...].<sup>92</sup>

#### 7.2.3.4 Samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila á mörkuðum fyrir heilsuvörur

(243) Af framangreindu leiðir að samanlögð velta Festi á markaði fyrir smásölu á heilsuvörum árið 2021 var [...].<sup>93</sup> Á árinu 2022 var heildarvelta Festi að því er varðar smásölu á heilsuvörum [...].<sup>94</sup> [...].<sup>95</sup>

(244) Þá var velta Lyfju á markaði fyrir smásölu á heilsuvörum á árinu 2021 samtals [...],<sup>96</sup> þar af [...].<sup>97</sup> á höfuðborgarsvæðinu, og [...].<sup>98</sup> í netsölu. Á árinu 2022 var heildarvelta Lyfju [...].<sup>99</sup> þar af [...].<sup>100</sup> á höfuðborgarsvæðinu og [...].<sup>101</sup> í netsölu.

(245) Samkvæmt ákvörðun SE nr. 28/2017 var markaðshlutdeild samrunaaðila á undirmörkuðum fyrir lífrænar mat- og drykkjarvörur annars vegar og heilsuvörur – mat og drykk hins vegar eftirfarandi:

#### Markaður fyrir smásölu á lífrænum mat- og drykkjarvörum

	Festi	Lyfja	Samtals
Allt Ísland	25-30%	0-5%	<b>25-35%</b>
Höfuðborgarsvæðið	25-30%	0-5%	<b>25-35%</b>
Akureyri og Eyjafjarðarsvæðið		0-5%	<b>0-5%</b>

#### Markaður fyrir smásölu á heilsuvörum – mat og drykk

	Festi	Lyfja	Samtals
Allt Ísland	15-20%	0-5%	<b>15-25%</b>
Höfuðborgarsvæðið	15-20%	0-5%	<b>15-25%</b>
Akureyri og Eyjafjarðarsvæðið		0-5%	<b>0-5%</b>

(246) Ef horft er til niðurstöðu SE um markaðshlutdeild í framangreindu máli, þá er ljóst að samþjöppun er mjög takmörkuð á undirmörkuðum fyrir smásölu á lífrænni mat- og drykkjarvöru annars vegar og mat- og drykkjarvöru sem flokkast sem heilsuvara hins

<sup>91</sup> Trúnaðarmál.

<sup>92</sup> Trúnaðarmál.

<sup>93</sup> Trúnaðarmál.

<sup>94</sup> Trúnaðarmál.

<sup>95</sup> Trúnaðarmál.

<sup>96</sup> Trúnaðarmál.

<sup>97</sup> Trúnaðarmál.

<sup>98</sup> Trúnaðarmál.

<sup>99</sup> Trúnaðarmál.

<sup>100</sup> Trúnaðarmál.

<sup>101</sup> Trúnaðarmál.

vegar, vegna lágrar markaðshlutdeildar Lyfju á umræddum mörkuðum. Telja samrunaaðilar jafnframt að velta Lyfju og Heilsuhússins á umræddum mörkuðum sé slík að ekki sé ástæða til að telja miklar breytingar hafi orðið á stöðu félagsins á umræddum mörkuðum, nema að því leyti að verslunum Heilsuhússins, að undanskilinni verslun í Kringlunni, hefur verið lokað og hefur velta Heilsuhússins á þessum mörkuðum minnkað. Í því sambandi er það mat Lyfju/Heilsuhússins að úrvalið í þessum vöruflokki hafi aukist mjög í dagvöruverslunum og vægi sérvæslana á borð við Heilsuhúsið því minnkað.

- (247) Þá var velta Lyfju á markaði fyrir smásölu á heilsuvörum á árinu 2021 samtals [...],<sup>102</sup> þar af [...]<sup>103</sup> á höfuðborgarsvæðinu, og [...]<sup>104</sup> í netsölu. Á árinu 2022 var heildarvelta Lyfju [...],<sup>105</sup> þar af [...]<sup>106</sup> á höfuðborgarsvæðinu og [...]<sup>107</sup> í netsölu.

## 7.2.4 Markaður fyrir heildsölu á heilsuvörum

### 7.2.4.1 Festi

- (248) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að markaðshlutdeild Festi hvað varðar innflutning og dreifingu væri 0% hvað snertir vítamín, bætiefni og steinefni, 0-5% að því er varðar lífræna mat- og drykkjarvöru og 0-5% að því er varðar mat- og drykkjarvöru í flokki heilsuvara.
- (249) Eigin innflutningur Krónunnar á mat- og drykkjarvörum í flokki heilsuvara nam [...]<sup>108</sup> árið 2022, eða sem nemur [...]<sup>109</sup> af heildarinnkaupum Krónunnar í þeim vöruflokki. Eigin innflutningur Krónunnar á vítamínum, bætiefnum og steinefnum nam [...]<sup>110</sup> árið 2022, eða sem nemur [...]<sup>111</sup> af innkaupum í þeim vöruflokki. Þær vörur sem Krónan flytur inn eru að langstærstum hluta seldar í eigin verslunum félagsins, nema að því er varðar [...].<sup>112</sup> Í því sambandi er rétt að nefna að sala Krónunnar til þriðju aðila nam [...]<sup>113</sup> á árinu 2022 á meðan velta Krónuverzlana var [...].<sup>114</sup>

### 7.2.4.2 Lyfja/Heilsa

- (250) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 kom fram það mat að markaðshlutdeild Lyfju hvað varðar innflutning og dreifingu væri 20-25% hvað snertir vítamín, bætiefni og steinefni, 10-15% að því er varðar lífræna mat- og drykkjarvöru og 15-20% að því er varðar mat- og drykkjarvöru í flokki heilsuvara.

<sup>102</sup> Trúnaðarmál.

<sup>103</sup> Trúnaðarmál.

<sup>104</sup> Trúnaðarmál.

<sup>105</sup> Trúnaðarmál.

<sup>106</sup> Trúnaðarmál.

<sup>107</sup> Trúnaðarmál.

<sup>108</sup> Trúnaðarmál.

<sup>109</sup> Trúnaðarmál.

<sup>110</sup> Trúnaðarmál.

<sup>111</sup> Trúnaðarmál.

<sup>112</sup> Trúnaðarmál.

<sup>113</sup> Trúnaðarmál.

<sup>114</sup> Trúnaðarmál.

- (251) Velta Heilsu á markaði fyrir heildsölu á heilsuvörum á árinu 2021 var samtals [...],<sup>115</sup> þar af [...] <sup>116</sup> og [...] <sup>117</sup>. Á árinu 2022 var velta Heilsu á sama markaði samtals [...],<sup>118</sup> þar af [...] <sup>119</sup> og [...] <sup>120</sup>.
- (252) Svo sem kemur fram í kafla 8.5. hér á eftir eru stærstu utanaðkomandi viðskiptavinir Heilsu dagvöruverslanir og Lyf og Heilsa. Heilsa hefur gert viðskiptasamninga við Aðföng, Hagkaup, Krónuna, Samkaup, Lyfjaver, Lyfju og Lyf og Heilsu (**fylgiskjöl 52-58**). Viðskiptasamningar Heilsu við keppinauta Krónunnar eru uppsegjanlegir með 3-4 mánaða fyrirvara.
- (253) Af þeim vörumerkjum sem Heilsa flytur inn má helst nefna Yogi tea, Schar, Biona og Whole earth í flokki matvara. Í flokki vítamína og bætiefna má nefna Solaray, Optibac, Natures Plus, Terra Nova o.fl. Þá selur Heilsa vítamín og bætiefni með vörumerkinu Guli miðinn sem vel er þekkt hér á landi, en þar er um að ræða vörur sem eru þróaðar og valdar sérstaklega með þarfir Íslendinga í huga.
- (254) Ekki liggur fyrir hvort samruni Festi og Lyfju muni hafa áhrif á starfsemi Heilsu, en rétt er að taka fram að samrunaaðilar hafa gert sér í hugarlund að svo verði. Í því sambandi má hugsanlega gera ráð fyrir tvíþættum áhrifum:
- [...]
  - ...]<sup>121</sup>
- (255) Það skal ítrekað að þegar samrunatilkynning þessi er send hafa áhrif af því tagi sem hér er lýst ekki raungerst, en hins vegar er um að ræða atvik sem Festi telur og gerir ráð fyrir að kunni að koma upp í rekstri Heilsu í kjölfar samrunans. [...]<sup>122</sup> Þá má nefna að nýverið var Krónunni tilkynnt um nýjan umboðsaðila Maldon salts á Íslandi, sem er Nathan og Olsen, en þessar vörur voru áður fluttar inn og þeim dreift af Heilsu.
- (256) Hvað varðar mikilvægi Heilsu sem aðila á markaði fyrir heildsölu á heilsuvörum, þá er rétt að nefna að [...] <sup>123</sup> af heildarveltu félagsins er vegna sölu á vörum innan samstæðu, þ.e. til Lyfju og Heilsuhússins, eða sem nemur samtals [...] <sup>124</sup> á árinu 2022 og [...] <sup>125</sup> á árinu 2021. Á markaði fyrir heildsölu á heilsuvörum starfa fjölmargir aðilar, sbr. upptalningu í kafla 7.4. hér á eftir. Vörurnar sem Heilsa selur eru almenns eðlis og geta viðskiptavinir keypt sambærilegar vörur frá öðrum framleiðendum hjá

---

<sup>115</sup> Trúnaðarmál.

<sup>116</sup> Trúnaðarmál.

<sup>117</sup> Trúnaðarmál.

<sup>118</sup> Trúnaðarmál.

<sup>119</sup> Trúnaðarmál.

<sup>120</sup> Trúnaðarmál.

<sup>121</sup> Trúnaðarmál.

<sup>122</sup> Trúnaðarmál.

<sup>123</sup> Trúnaðarmál.

<sup>124</sup> Trúnaðarmál.

<sup>125</sup> Trúnaðarmál.

samkeppnisaðilum Heilsu. Sala Heilsu á vörum undir merki Gula miðans nam [...] <sup>126</sup> á árinu 2022, þar af [...] <sup>127</sup> til aðila utan samstæðu Lyfju, eða um [...]. <sup>128</sup>

#### 7.2.4.3 Samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila á markaði fyrir heildsölu á heilsuvörum

(257) Af ákvörðun SE nr. 28/2017 verður leitt að samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila á Íslandi er með eftirfarandi hætti:

- 20-25% á markaði fyrir innflutning og dreifingu á vítamínum, bætiefnum og steinefnum,
- 10-20% á markaði fyrir innflutning og dreifingu á lífrænni mat- og drykkjarvöru,
- 15-25% á markaði fyrir innflutning og dreifingu á mat- og drykkjarvöru í flokki heilsuvara

### 7.2.5 **Markaður fyrir smásölu lyfja**

#### 7.2.5.1 Festi

(258) Festi er almennt ekki starfandi á markaði fyrir smásölu lyfja. Hins vegar er rétt að nefna að N1 Staðarskála í Hrutafirði selur lyf á grundvelli sérstakrar undanþágu frá Lyfjastofnun. <sup>129</sup> Velta N1 Staðarskála að því er varðar smásölu lyfja var um [...]. <sup>130</sup> Þá selur N1 nikótínvörur, svo sem tyggjó, í lægsta styrkleika, á grundvelli sérstakrar heimildar í 2. mgr. 33. gr. lyfjalaga nr. 100/2020 og nam heildarvelta N1 vegna slíkra vara um [...]. <sup>131</sup>

(259) Samrunaaðilar telja umrædda skörun að því er varðar smásölumarkað lyfja hafa hverfandi áhrif á samkeppni í ljósi takmarkaðrar veltu N1 í þessum vöruflokkum sbr. síðari umfjöllun, stærðar markaðarins og fjölda keppinauta.

#### 7.2.5.2 Lyfja

(260) [...] <sup>132</sup> Samkvæmt ákvörðun SE nr. 28/2017 var Lyfja með um 20-25% markaðshlutdeild á smásölumarkaði fyrir lyf á höfuðborgarsvæðinu árið 2016 og 30-35% hlutdeild á öllu Íslandi hið sama ár.

(261) Samrunaaðilar telja hina takmörkuðu skörun í starfsemi þeirra að því er varðar smásölumarkað lyfja hafa hverfandi áhrif á samkeppni í ljósi stærðar markaðarins og fjölda keppinauta.

(262) Hér að neðan er að finna áætlaða stærð heildarmarkaðar fyrir smásölu lyfja, áætlaða markaðshlutdeild Lyfju á markaðnum, lista yfir keppinauta Lyfju og áætlaða markaðshlutdeild þeirra.

(263) [...] <sup>133</sup>

<sup>126</sup> Trúnaðarmál.

<sup>127</sup> Trúnaðarmál.

<sup>128</sup> Trúnaðarmál.

<sup>129</sup> Sjá til hliðsjónar <https://www.lyfjastofnun.is/leyfisskyld-starfsemi/sala-lausasolulyfja-i-almennum-verslunum/>

<sup>130</sup> Trúnaðarmál.

<sup>131</sup> Trúnaðarmál.

<sup>132</sup> Trúnaðarmál.

<sup>133</sup> Mynd: Trúnaðarmál.

- (264) Ofangreind tafla sýnir áætlaða markaðshlutdeild Lyfju á umræddum markaði, miðað við aðgengilegar upplýsingar um sölu á lyfseðilskyldum lyfjum. Er byggt á upplýsingum frá Sjúkratryggingum Íslands um heildarlyfjakostnað, sem er samtala greiðslna einstaklinga og Sjúkratrygginga, og hlutdeild Lyfju þar af.
- (265) Sambærileg aðferðafræði var notuð við áætlun markaðshlutdeildar í [...].<sup>134</sup> Samrunaaðilar ætla að réttara sé að miða við veltu, frekar en selda pakka, enda er það almennt viðurkennt viðmið við mat á markaðshlutdeild í samrunamálum. [...]<sup>135</sup>
- (266) Að sama skapi var hlutdeild áætluð m.v. [...].<sup>136</sup>
- (267) Lyfja telur Lyf og Heilsu, sem rekur verslanir undir nafni Lyfja og Heilsu og Apótekarans, sinn helsta keppinaut á landsmarkaði og að markaðshlutdeild þeirra sé svipuð. Lyfjaver er að sama skapi sterkur keppinautur þó hlutdeild sé áætluð lægri en hlutdeild Lyfju. Lyfjaval er einnig vaxandi keppinautur eftir kaup Lyfsalans á Lyfjavali árið 2021, sbr. ákvörðun SE nr. 34/2021. Mikill fjöldi aðila keppir á markaðnum og Lyfja telur aðra aðila á markaðnum vera með 0-5% hlutdeild á landsmarkaði. Í þessu samhengi ber að nefna að Lyfja hefur hvorki séð áætlanir varðandi hlutdeild Costco á lyfsölumarkaði, né veltu apóteksins frá innkomu þess árið 2017. [...]<sup>137</sup>
- (268) Að því er varðar áætlaða markaðshlutdeild Lyfju á afmörkuðum landfræðilegum mörkuðum, þá hefur Lyfja ekki aðgang að upplýsingum um lyfsölu keppinauta sinna eftir landsvæðum, en farin var sú leið að áætla lyfjakostnað á hvern íbúa héraðs<sup>138</sup> og áætla þannig heildarlyfjakostnað á hverju svæði. Eingöngu er um að ræða grófa áætlun en ekki rauntölur og ber að taka upplýsingunum með þeim fyrirvara.

Mannfjöldi á Íslandi í lok árs Lyfjakostnaður per íbúa	
387.758	62.664

- (269) Í töflunni hér á eftir er að finna upplýsingar um áætlanir Lyfju um hlutdeild Lyfju niður á landfræðilega markaði, miðað við framangreindar forsendur. [...].<sup>139</sup>
- (270) Vakinn er athygli á því að á landssvæðum þar sem Lyfja rekur eina apótekið (Norðurland vestra, Norðanverðir Vestfirðir og Austurland) er áþreifanlegur samkeppnisþrýstingur frá netsölu og hugsanlegum keppinautum, [...].<sup>140</sup>
- (271) Á Snæfellsnesi er Apótek Vesturlands jafnframt helsti keppinautur Lyfju. Fyrirtækið var stofnað á Akranesi árið 2006 og var komið með hátt í 50% hlutdeild árið 2010, sem varð til þess að Lyf og heilsa lokaði sínu apóteki á Akranesi.<sup>141</sup> Árið 2020 keypti Apótek Vesturlands Apótek Ólafsvíkur í Snæfellsbæ og árið 2022 opnaði keðjan þriðja apótek sitt í Borgarnesi. Fyrirtækið þjónar einkum íbúum á Akranesi, Borgarnesi, Hvalfjarðarsveit og Snæfellsbæ en auk þess er nokkuð um viðskiptavinum af Vesturlandi og Snæfellsnesi sem leita sér lækninga hjá Heilbrigðisstofnun Vesturlands á Akranesi. Það sinnir allri almennri lyfsölu og lyfjatengdri þjónustu, auk þess að bjóða mikið úrval

<sup>134</sup> Trúnaðarmál.

<sup>135</sup> Trúnaðarmál.

<sup>136</sup> Trúnaðarmál.

<sup>137</sup> Trúnaðarmál.

<sup>138</sup> Heildarlyfjakostnaði skv. Sjúkrtryggingum Íslands árið 2022 deilt með íbúafjölda á Íslandi árið 2022.

<sup>139</sup> Trúnaðarmál.

<sup>140</sup> Trúnaðarmál.

<sup>141</sup> <https://vb.is/frettir/lyf-heilsa-lokar-a-akranesi-segjast-ekki-geta-lkka/>



af heilsuvörum, vítamínum, bætiefnum, líkamshirðuvörum og snyrtivörum. Þá er boðið upp á lyfjaskömmun í samstarfi við Lyfjaver, sem er frumkvöðull á Íslandi í vélskömmun lyfja. Hjá fyrirtækinu starfa fjórir lyfjafræðingar og tveir lyfjatæknar.<sup>142</sup> [...].<sup>143</sup>

- (272) Á Eyjafjarðarsvæðinu, Suðurlandi og Suðurnesjum keppa margir aðilar á markaði fyrir smásölu lyfja. Lyfjaval, apótek Suðurnesja, er með sterka stöðu á Suðurnesjunum. Verslunin er staðsett í Keflavík á Aðaltorgi en nýverið opnaði ný einkarekin heilsugæslustöð við hlið apóteksins. Þá hefur verslun Lyfjavals einnig bílalúgu sem veitir því sérstöðu. Reykjanesapótek rekur tvær verslanir í Njarðvík, en önnur þeirra er einungis 800 metra frá verslun Lyfju. Reykjanesapótek er rekið af og í eigu heimafólks og hefur þannig gífurlega sterka tenginu við samfélagið en nýverið var opnað nýtt útibú á Fitjum. Þannig er Reykjanesapótek næst allri Innri-Njarðvíkur byggðinni sem er að verða stærsta byggðarlagið í Reykjanesbæ. Reykjanesapótek hefur því mjög sterka stöðu á Suðurnesjum og veitir Lyfju gífurlegan samkeppnisþrýsting. Þá er Apótekarinn (Lyf og heilsa) við hlið Heilbrigðisstofnunar Suðurnesja og nýtur þar með sérstöðu á svæðinu. Lyfja er ekki í stöðu til að áætla hlutdeild keppinauta sinna á svæðinu en telur ljóst samkeppni á svæðinu er með mesta móti og hefur aukist gífurlega á sl. ári.
- (273) Á Suðurlandi (Árborg) er Lyf og heilsa líklega með hæsta hlutdeild. Lyf og heilsa er staðsett í gamla kaupfélagshúsinu á Selfossi, ásamt Krónunni og fleiri fyrirtækjum. Apótekarinn er eina apótekið og vel staðsett í Hveragerði, n.t.t. í sama verslunarkjarna og Bónus. Verslun Lyfju er staðsett á Selfossi í aðskildu húsnæði, en í húsnæðinu við hliðina er Nettó verslun. Apótek Suðurlands er, líkt og hin apótekin á Selfossi, staðsett við þjóðveg númer eitt, Austurveg, þegar ekið er í gegnum Selfoss. Aðgengi er gott enda bílastæði beint fyrir framan og inngangur hefur verið endurnýjaður samkvæmt ströngustu reglum um aðgengi, en að auki er boðið er upp á ókeypis heimsendingu lyfseðilskyldra lyfja fyrir þá sem ekki eiga heimangengt og lyf eru send með pósti sé þess óskað.<sup>144</sup> Eigendur eru a.m.k. að hluta til Selfyssingar; tveir lyfjafræðingar og einn lyfjatæknir. Lyfja telur að Apótek Suðurlands hafi fengið góðar móttökur á svæðinu og að hlutdeild þess sé að vaxa jafnt og þétt, [...].<sup>145</sup>
- (274) Á Eyjafjarðarsvæðinu keppir Lyfja við Lyf og Heilsu, Glerártorgi (verslunarmiðstöð Akureyrar), Apótekarann, Hafnarstræti (miðbær Akureyrar), Apótekarann, Hrísalundi (sama húsnæði og Nettó), Apótekarann Dalvík (eina apótekið), og Akureyrarapótek, Kaupvangi (verslunarkjarni). Lyfja telur ljóst að Akureyrarapótek hafi hæsta hlutdeild á svæðinu og að markaðshlutdeild Lyfja og heilsu sé mun hærri en markaðshlutdeild Lyfju, á svæðinu.
- (275) Á höfuðborgarsvæðinu telur Lyfja að Lyf og heilsa sé meginkeppinautur félagsins, líkt og á landsmarkaði. Hlutdeild Lyfja og heilsu og Garðs Apóteks var áætluð 25-30% til 30-35% á höfuðborgarsvæðinu á árunum 2018-2020 m.v. lyfjasölu, sbr. ákvörðun 13/2021, Kaup Lyfja og heilsu hf. á Garðs Apóteki ehf. Þá áætlaðu samrunaaðilar að samanlögð hlutdeild Lyfja og heilsu og Apóteks Hafnarfjarðar yrði 20-25% á höfuðborgarsvæðinu eftir samruna fyrirtækjanna, sbr. ákvörðun nr. 18/2023, Kaup Lyfja og heilsu hf. á Apóteki Hafnarfjarðar ehf. Lyfja telur því ljóst að hlutdeild Lyfju og

<sup>142</sup> <https://www.apvest.is/is/um-okkur/um-okkur>

<sup>143</sup> Trúnaðarmál.

<sup>144</sup> <https://www.apoteksudurlands.is/jnusta>

<sup>145</sup> Trúnaðarmál

samstæðu Lyf og heilsu sé sambærileg í lyfsölu á höfuðborgarsvæðinu. Samkeppni samstæðunnar fer fram undir nafni Lyfja og heilsu, Apótekarans, Apóteks Hafnafjarðar og Garðs Apóteks.

- (276) Lyfjaver rekur verslun á Suðurlandsbraut í Reykjavík og netapótek sem sendir vörur um land allt. Með því að skrá sig inn á rafrænum skilríkjum geta neytendur pantað lyf og aðrar vörur, skoðað verðmun á samheitalyfjum og séð greiðsluprep sitt hjá Sjúkratryggingum Íslands, skoðað rafræna seðla og gert verðsamanburð á milli keppinauta.<sup>146</sup> Styrkur Lyfjavers felst einnig í vélskömmtun lyfja, þar sem Lyfjaver er frumkvöðull og leiðandi hérlendis. Lyfjum er pakkað í skammta fyrir hverja inntöku og fær notandi þau afhent í rúllu þar sem hver skammtur er sérmerktur. Þar koma fram upplýsingar um lyfin, hver á að taka þau, dagsetning og inntökutími. Skammtað er til 14-28 daga í sett og eru lyfjarúllur sendar heim um land allt.<sup>147</sup> Lyfja áætlar hlutdeild Lyfjavers á höfuðborgarsvæðinu sé umtalsverð [..].<sup>148</sup>
- (277) Lyfjaval er einnig vaxandi keppinautur eftir kaup Lyfsalans á Lyfjavali árið 2021, sbr. ákvörðun nr. 34/2021. Verslanir Lyfjavals á höfuðborgarsvæðinu eru í Mjódd, Hæðasmára (bílaapótek, sólahringsopnun), Glæsibæ, Suðurfelli, Vesturlandsvegi (bílaapótek), Suðurfelli (bílaapótek) og Urðarhvarfi. Heimkaup keyrir vörur heim til viðskiptavina Lyfjavals á höfuðborgarsvæðinu, en á landsbyggðinni nýtir Lyfjaval þjónustu póstsins.<sup>149</sup> [..].<sup>150</sup>
- (278) Þá vísast til fyrri umfjöllunar um verðsamkeppni Costco í þessum kafla. Mikill fjöldi aðila keppir á markaðnum og Lyfja telur aðra aðila á markaðnum vera með 0-5% hlutdeild á höfuðborgarsvæðinu. Í dæmaskyni má nefna Efstaleitisapótek, Rimaapótek, Garðsapótek, Lyfjabúrið (Katrínartún), ÍslandsApótek (Laugavegi), Reykjavíkrapótek, Farmasía (Suðurver) og Borgar Apótek.
- (279) Samandregið og að teknu tilliti til grófrar áætlunar Lyfju á hlutdeild sinni á einstaka landssvæðum, fjölda verslana keppinauta á einstaka landssvæðum og áætlana um markaðsstyrk þeirra út frá orðspori, ársreikningum og fyrri framkvæmd Samkeppniseftirlitsins, áætlar Lyfja að hlutdeild skiptist með eftirfarandi hætti á milli keppinauta, en það er ítrekað að einungis er um áætlun að ræða, sem styðst ekki við áreiðanleg gögn þar sem samrunaaðilar hafa ekki aðgang að slíku.

	Lyfja	Lyf og heilsa	Lyfjaver	Costco	Lyfjaval	Apótek Vesturlands	Reykjanesapótek	Akureyrarapótek	Apótek Suðurlands	Aðrir
Höfuðborgarsvæðið	33%	33%	10%	5%	5%					0-5%
Austurland	82%									0-5%
Norðurland Vestra	85%									0-5%

<sup>146</sup> <https://www.lyfjaver.is/netapotek/>

<sup>147</sup> <https://www.lyfjaver.is/lyfjaskommtun/>

<sup>148</sup> Trúnaðarmál.

<sup>149</sup> <https://www.lyfjaval.is/sendingarmoguleikar>

<sup>150</sup> Trúnaðarmál.

Norðanverðir Vestfirðir	75%									0-5%
Snæfellsnes	50%					45%				0-5%
Suðurnes	17%	20%			20%		20%			0-5%
Suðurland	30%	40%							20%	0-5%
Eyjafjarðarsvæðið	10%	40%						50%		
Ísland	33%	30%	10%	5%	5%					0-5%

### 7.2.6 Markaður fyrir sölu á dagvöru í dagvöruverslunum

- (280) Hér á eftir er fjallað um stöðu aðila á dagvörumarkaði og markaðshlutdeild Krónunnar á þeim markaði áætluð á bilinu [...],<sup>151</sup> byggt á tilteknum forsendum sem þar eru raktar.
- (281) Í ákvörðun SE nr. 28/2017 er tíunduð markaðshlutdeild helstu aðila í smásöluverslun á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu. Eðli málsins samkvæmt hafa samrunaaðilar ekki nákvæmar upplýsingar um veltu einstakra verslana keppinauta sinna og því erfitt að meta markaðshlutdeild á einstökum landfræðilegum mörkuðum.
- (282) Telja samrunaaðilar ekki ástæðu til annars en að miða við þær tölur sem þar er að finna að því leyti sem þær eiga við markaði málsins. Hafa samrunaaðilar ekki nákvæmar tölur fyrir fyrri tímabil en ætla má að markaðshlutdeildin hafi verið áþekkt því sem hér kemur fram nema annað sé tilgreint.
- (283) Þegar litið er til markaðshlutdeildar fyrir landið allt er hún áætluð svo í ákvörðun SE nr. 28/2017:

**Tafla 3: Tekjur og hlutdeild á dagvörumarkaði á Íslandi. Tölur eru í þús. kr.**

Fyrirtæki	2016		2015	
	Tekjur	%	Tekjur	%
Hagar	[...]	[45-50]%	[...]	[45-50]%
Festi	[...]	[15-20]%	[...]	[15-20]%
Samkaup	[...]	[15-20]%	[...]	[15-20]%
10-11/Iceland	[...]	[5-10]%	[...]	[5-10]%
Fjarðarkaup	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
Víðir	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
Kaupfélag Skagfirðinga	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
Melabúðin	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
Kostur	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
Aðrar dagvöruverslanir <sup>132</sup>	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
<b>Samtals</b>	<b>140-150 ma.kr.</b>	<b>100%</b>	<b>130-140 ma.kr.</b>	<b>100%</b>

- (284) Eins og fram hefur komið var heildarvelta á dagvörumarkaði miðað við innsendar virðisaukaskattskýrslur á árinu 2022 samtals 258 ma. kr. Velta Krónunnar sama ár var 51 ma. kr., eða um það bil 20%. Það er mat samrunaaðila að markaðshlutdeild Krónunnar samkvæmt framansögðu sé ekki slík að samruninn geti talist hafa í för með

<sup>151</sup> Trúnaðarmál.

sér hættu á skaðlegum samsteypuáhrifum. Í því sambandi skiptir máli að mati samrunaaðila að á dagvörumarkaði er starfandi aðili sem álitinn hefur verið í markaðsráðandi stöðu með yfirburði gagnvart öðrum aðilum sem á markaðnum starfa. Fyrir liggur að samruninn felur ekki í sér skörun á dagvörumarkaði og mun því ekki koma til með að hafa bein áhrif á hann.

- (285) Í ársskýrslu Festi árið 2019 kemur fram að markaðshlutdeild Krónunnar sé 25,8% á landinu öllu og 33,2% á höfuðborgarsvæðinu. Ástæða er til þess að nefna að þær upplýsingar sem hér er vísað til eru frá árinu 2019, sem fellur utan þess þriggja ára tímabils sem upplýsingagjöf til SE á að miðast við, sbr. reglur nr. 1390/2020. Engu að síður getur Festi upplýst að umræddar tölur komu fram [...].<sup>152</sup> Sá munur sem er á umræddum markaðshlutdeildartölum frá árinu 2019 sem vísað er til í umræddri ársskýrslu og áætlaðri markaðshlutdeild í tengslum við samrunann skýrist af því að eðli þeirra gagna sem liggja til grundvallar er ólíkt. Þannig byggja hinar síðarnefndu markaðshlutdeildartölur á veltu (miðað við innsendar virðisaukaskattskýrslur) svo sem venja er við rannsókn samrunamála, sem er annar mælikvarði en lagður var til grundvallar [...].<sup>153</sup> Þá er rétt að benda á að samhliða þeim vexti sem hefur orðið í vörusölu Krónunnar hefur einnig orðið vöxtur hjá öllum öðrum aðilum á markaðnum, sbr. veltutölur sem teknar hafa verið saman í töflu í málsgrein 303 hér á eftir, og hefur vöxturinn því ólíklega teljandi áhrif á markaðshlutdeild. [...].<sup>154</sup>
- (286) [...].<sup>155</sup>
- (287) Í framkvæmd við rannsókn samrunamála hefur SE bent á og gengið út frá því að ekki sé tækt að framsetning samrunaaðila á upplýsingum í samrunaskrá byggi á áformum eða forsendum sem ekki eru orðnar. Byggt hefur verið á því af hálfu SE að samrunamat eigi eðli málsins samkvæmt ekki heldur að byggja á slíkum áformum eða óorðnum forsendum. Þessi sjónarmið hljóta að eiga vel við hér. [...].<sup>156</sup>
- (288) [...].<sup>157</sup>
- (289) [...].<sup>158</sup>
- (290) [...].<sup>159</sup>
- (291) Í leiðbeiningarreglum framkvæmdastjórnarinnar um mat á lóðréttum samrunum og samsteypuáhrifum („**leiðbeiningarreglurnar**“) og ákvörðun SE nr. 8/2019 kemur fram að lóðréttir samrunar og samsteypusamrunar séu almennt ólíklegri en láréttir samrunar til þess að fela í sér takmörkun á samkeppni. Ástæða þessa er að ólíkt láréttum samrunum fela fyrrgreindir samrunar ekki í sér þau beinu áhrif að samkeppni milli tveggja keppinauta hverfur við samrunann. Einnig geti slíkir samrunar leitt af sér hagræði.

<sup>152</sup> Trúnaðarmál.

<sup>153</sup> Trúnaðarmál.

<sup>154</sup> Trúnaðarmál.

<sup>155</sup> Trúnaðarmál.

<sup>156</sup> Trúnaðarmál.

<sup>157</sup> Trúnaðarmál.

<sup>158</sup> Trúnaðarmál.

<sup>159</sup> Trúnaðarmál.

- (292) Leiðbeiningarreglurnar byggja á því að samsteypusamrunar og lóðréttir samrunar geti leitt af sér talsvert hagræði í formi „one-stop-shopping“. Það eigi við ef samruni verður til þess að neytendur eða viðskiptavinir græði á sameiningunni vegna þess að breiðara úrval af vörum býðst þeim á sama staðnum. Samrunaaðilar telja slík sjónarmið eiga vel við samrunann, enda er það markmið Festi að samþætta í rekstri dótturfélaga sinna og bjóða upp á heildstætt vöru- og þjónustuúrval fyrir neytendur, sbr. til dæmis **fylgiskjal 42c**. Þá fylgi slíkri sameiningu hagræði í formi samlegðar sem kunni að skila sér til neytenda.
- (293) Í leiðbeiningarreglunum kemur jafnframt fram að þau samkeppnislegu vandkvæði sem samsteypusamrunar hafi almennt helst í för með sér séu svokölluð ósamstillt áhrif. Þegar metið er hvort slík áhrif séu til þess fallin að myndast skuli horft til (1) getu sameinaðs félags til þess að útiloka keppinauta sína, (2) hvata sameinaðs félags til þess að útiloka keppinauta sína og (3) möguleg heildaráhrif á verð og úrval.
- (294) Samrunaaðilar telja sig ekki hafa getu til þess að útiloka keppinauta sína, hvorki fyrir né eftir samruna. Í því sambandi vísast til þess sem kemur fram í samrunaskrá þessari um markaðshlutdeild samrunaaðila á þeim mörkuðum sem málið varðar, en aðilar eru ekki markaðsráðandi á neinum slíkum markaði. Þá er bent á fyrra álit SE, sbr. ákvörðun nr. 8/2019, skýrsla 1/2015 og skýrsla 1/2029 um markaðsrannsókn á eldsneytismarkaðnum, sem samrunaaðilar taka undir, um að dagvörumarkaður og eldsneytismarkaður séu tiltölulega samþjappaðir. Þannig telja samrunaaðilar að þeir búi ekki yfir, og muni ekki búa yfir í kjölfar samruna, getu til að útiloka keppinauta sína á mörkuðum málsins. Í þessu sambandi er það mat samrunaaðila að markaðsstyrkur þeirra sé ekki slíkur á neinum af skilgreindum mörkuðum málsins að hann sé til þess fallinn að veita sameinuðu félagi getu til þess að nýta markaðsstyrk á einum markaði til þess að efla stöðu sína á öðrum markaði eða mörkuðum eða hindra virka samkeppni.
- (295) Með neðangreindri umfjöllun leitast aðilar eftir því að veita fullnægjandi upplýsingar um markaðshlutdeild á dagvörumarkaði. Sérstaklega skal tekið fram að í þessari umfjöllun er ekki að finna upplýsingar um sölu á dagvörum á þjónustustöðvum N1 eða öðrum eldsneytisstöðvum. Er sala á dagvörum á eldsneytisstöðvum enda aðskilinn markaður frá dagvörumarkaði, sbr. ákvörðun SE nr. 8/2009 um samruna N1 og Festi, sbr. bls. 72-75, og skýrslu SE nr. 1/2015 um leiðbeiningu um samkeppni á dagvörumarkaði. Veittar eru upplýsingar um sölu N1 á dagvörum í umfjöllun um eldsneytismarkað hér á eftir.

(296) [...]<sup>160</sup>

(297) [...]<sup>161</sup>

(298) [...]<sup>162</sup>

(299) [...]<sup>163</sup>

<sup>160</sup> Trúnaðarmál.

<sup>161</sup> Trúnaðarmál.

<sup>162</sup> Trúnaðarmál.

<sup>163</sup> Trúnaðarmál.

(300) [...] <sup>164</sup>

(301) Það skal áréttað að aðilar telja upplýsingarnar sem stafa frá Meniga vera háðar þeirri miklu takmörkun að þær eru bundnar við lítinn hóp landsmanna og því feli þær í sér skekkju á heildarmarkaði. Ekki er t.d. gert ráð fyrir erlendum ferðamönnum eða öðrum slíkum markhópum.

(302) Loks er byggt á upplýsingum úr gagnasafni Rannsóknarseturs verslunarinnar (RSV) sem heitir „Veltan“ (<https://veltan.is>). Miðað við tölur sem þaðan eru fengnar er Krónan með [...] <sup>165</sup> Umræddar tölur byggja eingöngu á kortaveltu, og taka ekki til annarra greiðslumáta. Munurinn á upplýsingum frá RSV annars vegar og Meniga og Gallup hins vegar er að fyrrnefndu upplýsingarnar taka mið af Íslendingum og erlendum ferðamönnum en þær síðarnefndu horfa bara á Íslendinga.

(303) Enn fremur er bent á neðangreinda töflu með lista yfir keppinauta samrunaaðila og veltu þeirra á síðastliðnum þremur reikningsárum samkvæmt upplýsingum úr ársreikningum þeirra, sem birtir hafa verið opinberlega í ársreikningaskrá RSK.

	2020	2021	2022
<b>Hagar (m.v. samstæðureikning*)</b>	89.180.007.000	93.765.090.000	104.472.506.000
<b>Samkaup (Nettó, Iceland, Krambúðin og Kjörbúðin)</b>	38.328.576.000	40.008.985.000	40.839.841.000
<b>Krónan</b>	42.871.011.000	46.284.292.000	50.997.354.000
<b>Fjarðarkaup</b>	3.810.604.599	3.869.936.103	3.630.328.773
<b>Melabúðin</b>	1.157.495.739	1.210.438.752	1.229.973.318
<b>Costco</b>	20.531.883.032	21.821.025.918	21.969.909.729
<b>Samtals</b>	<b>195.879.577.370</b>	<b>206.959.767.773</b>	<b>223.139.912.820</b>

\* Gefin er upp velta fyrir alla samstæðu Haga samkvæmt samstæðureikningum, að fráreginni veltu Olís ehf. samkvæmt ársreikningum þess félags. Veltutölur Bónus og Hagkaup eru ekki aðgengilegar samrunaaðilum.

(304) Ef byggt er á þessum veltutölum var markaðshlutdeild Krónunnar á landinu öllu um 21% árið 2020 og um 22% árin 2021 og 2022. Markaðshlutdeild Haga miðað við ofangreindar tölur var þá um 45% árin 2020 og 2021 og 47% árið 2022. Hlutdeild Samkaupa var um 19% árin 2020 og 2021 og um 18% árið 2022 miðað við framangreindar tölur og ætla má að hlutdeild Iceland hafi verið sambærileg, enda velta félaganna tveggja svipuð þessi ár.

(305) Heildarstærð markaðarins nam samkvæmt ofangreindu samtals kr. 195.879.577.370 kr. árið 2020, 206.959.767.773 kr. árið 2021 og 223.139.912.820 kr. árið 2022 miðað við heildarveltu aðila. Til samanburðar er vísað til þess sem fram kemur í mgr. 283, að heildarvelta á dagvörumarkaði m.v. innsendar virðisaukaskattskýrslur hafi verið 258 ma.

<sup>164</sup> Trúnaðarmál.

<sup>165</sup> Trúnaðarmál



kr. á árinu 2022. Má því ætla að heildarstærð markaðarins á árinu 2022 hafi verið u.þ.b. 225-258 ma. kr.

- (306) Hvað varðar markaðshlutdeild Krónunnar [...].<sup>166</sup> Af öllu framangreindu telur Festi rétt að áætla að markaðshlutdeild Krónunnar á dagvörumarkaði hafi verið á bilinu [...]<sup>167</sup> á síðustu þremur reikningsárum fyrir samrunann. Það skal ítrekað að hér er einungis um að ræða áætlun byggða á þeim takmörkuðu upplýsingum sem Festi hefur aðgang að. Að mati samrunaaðila er því staða Krónunnar ekki slík að samruninn hafi í för með sér skaðleg áhrif á markaði fyrir dagvöru, eins og lýst er í kafla 7.2.6. Með vísan til þess, og að Lyfja starfar ekki á dagvörumarkaði, er það mat samrunaaðila að ekki sé tilefni til að fjalla um markaðshlutdeild á umræddum markaði með ítarlegri hætti en hér hefur verið gert.
- (307) Hvað einstaka landfræðilega markaði varðar hafa samrunaaðilar ekki forsendur til þess að leggja mat á stærð einstakra landfræðilegra markaða eða stöðu aðila á þeim, enda sundurliðaðar tölur um veltu eftir landsvæðum ekki aðgengilegar. Hér á eftir fer sundurliðun á heildarsölu Krónunnar, skipt eftir landsvæðum, árin 2021 og 2022, sbr. einnig **fylgiskjal 95**.

(308)	2021	2022
Höfuðborgarsvæðið	34.956.677.893 kr.	38.909.850.113 kr.
Akureyri og Eyjafjarðarsvæðið	0 kr.	323.952.462 kr.
Borgarbyggð	1.726.585.958 kr.	1.857.534.202 kr.
Austurland	977.515.710 kr.	1.055.021.567 kr.
Suðurland	6.760.564.285 kr.	7.597.773.965 kr.
Suðurnes	1.861.129.064 kr.	2.140.084.611 kr.
Snjallverslun Krónunnar	1.062.342.807 kr.	10.840.601 kr.
<b>Samtals</b>	<b>45.483.686.653 kr.</b>	<b>51.884.216.920 kr.</b>

*\*athugast að Krónan rekur verslanir á Akranesi, Vestmannaeyjum og Vík (og Kjarval Klaustri til ársins 2021), en Lyfja rekur ekki starfsemi á þessum staðsetningum. Velta þessara verslana er talin með í framangreindri töflu, þrátt fyrir að þessi sveitarfélög hafi ekki verið innan markaðsskilgreininga SE í máli nr. 28/2017. Sundurliðun á verslanir er að finna í **fylgiskjali 95**.*

### 7.2.7 Markaður fyrir raftæki

- (309) Skörun samrunaaðila að því er varðar vöruframboð í sölu á raftækjum á við um eftirfarandi vörur/vöruflokka, eins og leitt verður af vefsíðum þeirra: Heilsuúr, blóðþrýstingsmælar, rafhlöður í heyrnartæki, hitamælar, hársnyrtitæki, þ.e. vöflujárn, bylgjujárn, keilujárn, krullujárn, sléttujárn og hárbílasarar, brjóstapumpur, olíulampar, rafhlöður, vekjaraklukkur með dagsbirtuljóni, nuddtæki, hitateppi, rafmagnslúsakambar, rafmagnstannburstar og flugnafælur sem stungið er í innstungur. Velta Elko árið 2021 á umræddum markaði var [...].<sup>168</sup> 2022 var hún [...]<sup>169</sup> og það sem af er árs 2023 var hún [...].<sup>170</sup> Velta Lyfju á umræddum markaði var [...]<sup>171</sup> á árinu 2021 og

<sup>166</sup> Trúnaðarmál.

<sup>167</sup> Trúnaðarmál.

<sup>168</sup> Trúnaðarmál.

<sup>169</sup> Trúnaðarmál.

<sup>170</sup> Trúnaðarmál.

<sup>171</sup> Trúnaðarmál.



[...]<sup>172</sup> á árinu 2022. Samrunaaðilar hafa ekki aðgengi að nauðsynlegum upplýsingum til þess að geta metið markaðshlutdeild sína á umræddum markaði. Í ljósi lágrar veltu Lyfju í flokki rafmagnstækja er það mat samrunaaðila að samþjöppun á þessum markaði verði lág.

- (310) Í tilviki ELKO er við mat félagsins á hlutdeild sinni litið til [...].<sup>173</sup> Um er að ræða ónákvæma mælikvarða sem gefa einungis grófa hugmynd um þróun markaðarins en að mati ELKO er ekki hægt að alhæfa um stærð raftækjamarkaðarins, skiptingu niður á vöruflokka eða markaðshlutdeild einstakra fyrirtækja út frá þeim. Skal nú vikið nánar að þessu.
- (311) [...]<sup>174</sup>
- (312) [...]<sup>175</sup>
- (313) Að mati ELKO eru þeir mælikvarðar sem félagið notar við mælingu á markaðshlutdeild á raftækjamarkaði mjög ónákvæmir og alls ekki gefa nægilega nákvæmar upplýsingar til að gefa raunhæfa mynd af stöðu aðila á markaði. [...]<sup>176</sup>
- (314) Í því sambandi hefur ELKO tekið saman innflutningstölur á raftækjamarkaði sem félaginu eru aðgengilegar vegna ársins 2022. Á **fylgiskjali 96** má sjá þá flokka af raftækjum sem um ræðir. Reiknuð markaðshlutdeild ELKO samkvæmt þessum upplýsingum er um [...].<sup>177</sup> Hins vegar telur ELKO að þessar mælingar gefi ágæta hugmynd um stærð markaðarins og hlutdeild aðila á honum. [...]<sup>178</sup>
- (315) Í fjárfestakynningu vegna síðasta ársfjórðungs 2021 kemur meðal annars fram að markaðshlutdeild ELKO hafi verið 49% og 1,8% aukning milli ára. Þarna var um að ræða niðurstöður fyrir allt árið 2021 samkvæmt upplýsingum frá [...].<sup>179</sup> Þá kom einnig fram í sömu fjárfestakynningu vegna annars ársfjórðungs 2023 að vöxtur á raftækjamarkaði væri um 12%. [...]<sup>180</sup>
- (316) Að neðan má sjá lista með nöfnum hluta þeirra keppinauta sem starfa á umræddum markaði, að undanskildum aðilum sem stunda fjölþætta starfsemi. Gefnar eru upp veltutölur þessara aðila fyrir þrjú síðustu reikningsár samkvæmt ársreikningum þeirra, sem opinberir eru í ársreikningaskrá RSK.

	2020	2021	2022
<b>Ormsson</b>	3.516.829.394	3.972.109.592	4.165.994.379
<b>Heimilistæki*</b>	5.419.396.000	5.718.549.000	5.284.549.000
<b>Rafha</b>	1.245.913.291	1.585.209.442	1.538.659.655

<sup>172</sup> Trúnaðarmál.

<sup>173</sup> Trúnaðarmál.

<sup>174</sup> Trúnaðarmál.

<sup>175</sup> Trúnaðarmál.

<sup>176</sup> Trúnaðarmál.

<sup>177</sup> Trúnaðarmál.

<sup>178</sup> Trúnaðarmál.

<sup>179</sup> Trúnaðarmál.

<sup>180</sup> Trúnaðarmál.

Epli.is (Skakkiturn ehf.)	5.986.206.589	7.828.846.877	8.307.847.638
Tölvulistinn	2.812.730.000	2.268.149.000	1.986.859.000
Tölvutek	1.349.071.226	1.531.782.854	1.490.696.027
Origo*	15.089.421.000	15.859.323.000	17.814.114.000
Smith og Norland	2.144.455.638	2.484.360.702	2.453.934.631
Macland	635.660.207	937.469.237	**
Eirvík	873.984.842	879.171.337	942.058.845
Pfaff	607.041.722	627.406.521	599.559.645
Eldhaf	374.822.074	322.340.161	236.164.870
Rafland (RL hf.)	1.315.288.000	980.247.000	640.491.000
ELKO	12.992.936.000	15.332.718.000	16.772.764.000
Lyfja	66.994.305	64.000.000	74.000.000
<b>Samtals</b>	<b>54.430.750.288</b>	<b>60.391.682.723</b>	<b>62.307.692.690</b>

\*Ekki er miðað við veltu skv. samstæðureikningum

\*\*Makland ehf. hefur ekki skilað ársreikningi vegna ársins 2022.

- (317) Samkvæmt upplýsingum í ofangreindri töflu verður séð að hlutfall veltu ELKO af heildarveltu markaðarins var um [...] <sup>181</sup> og Lyfju um [...] <sup>182</sup> á árinu 2022. Á árinu 2021 hafi markaðshlutdeild ELKO verið [...] <sup>183</sup> og velta Lyfju [...] <sup>184</sup>. Heildarstærð markaðarins hafi verið 60.391.682.723 kr. árið 2021 og 62.307.692.690 kr. árið 2022. Hér er ástæða til þess að ítreka að í þennan samanburð vantar fleiri aðila sem selja raftæki í annars fjölbreyttri starfsemi. Þá er ótalin velta erlendra aðila sem selja raftæki til Íslands í netsölu. Hlutdeild ELKO á raftækjamarkaði miðað við veltu er því hugsanlega enn lægri en framangreindar tölur gefa til kynna. Í því sambandi má benda á og taka undir mat samrunaaðila í ákvörðun nr. 31/2021, Kaup TT3 ehf. á öllu hlutfé SRX ehf. og Ormsson ehf., þar sem fram kom að aðgangur að rafvörumarkaði er opinn og sífellt auðveldara að stunda netsölu með minnkandi þörf neytenda fyrir hefðbundnar verslanir og einnig að tiltölulega auðvelt er fyrir nýja aðila að stíga inn á rafvörumarkað.
- (318) Miðað við framangreindar forsendur telur Festi að markaðshlutdeild ELKO á raftækjamarkaði megi áætla [...] <sup>185</sup> sl. þrjú reikningsár, byggt á aðgengilegum upplýsingum um veltu á markaðnum. Það er því vart hægt að líta svo á að félagið búi yfir verulegum markaðsstyrk.

<sup>181</sup> Trúnaðarmál.

<sup>182</sup> Trúnaðarmál.

<sup>183</sup> Trúnaðarmál.

<sup>184</sup> Trúnaðarmál.

<sup>185</sup> Trúnaðarmál.

- (319) Í þessu sambandi er rétt að gera þann fyrirvara að skörun samrunaaðila á markaði fyrir sölu á raftækjum er bundin við mjög afmarkaða vöruflokka, sem taldir eru upp í kafla 7.2.7. Þrátt fyrir það var að mati samrunaaðila nauðsynlegt að fjalla um þennan markað í samrunaskrá. Vöruframboð Lyfju í raftækjum er mjög takmarkað og afmarkast við tæki tengd heilsu, t.d. hitamæla, blóðþrýstingsmæla, nuddtæki o.fl., auk t.d. brjóstapumpa fyrir mæður. Í öllum tilvikum er um að ræða vörur sem styðja við meginstarfsemi Lyfju. Velta beggja aðila í þessum vöruflokkum sem skarast er dregin fram í mgr. 309. Þar má sjá að velta Lyfju í þessum vöruflokki er um það bil [...] <sup>186</sup> af heildarveltu Lyfju, m.v. árið 2022. Ljóst er að samþjöppun á raftækjamarkaði verður verulega lítil, ef nokkur, vegna samrunans.
- (320) Vegna þessa telja samrunaaðilar að samruninn sé ekki til þess fallinn að hafa skaðleg áhrif á samkeppni fyrir sölu raftækja, og því ekki tilefni til þess að greina markaðinn í nákvæmari undirmarkaði. <sup>187</sup>

### 7.2.8 Markaður fyrir útleigu á atvinnuhúsnæði

- (321) Stærð fasteignasafns Festi fasteigna ehf. nemur um 70 þúsund fermetrum og þar af er um 70% leigður til aðila innan samstæðu Festi. Ef gert væri ráð fyrir því að þar með væru 21 þúsund fermetrar til útleigu á hefðbundnum markaði fyrir útleigu atvinnuhúsnæðis til ótengdra aðila, eins og hann hefur verið skilgreindur af SE, er það mat Festi að markaðshlutdeild félagsins væri vel innan við 3% á landsvísu.
- (322) Í þessu sambandi skal tekið fram að dótturfélag Festi, Festi fasteignir ehf., leigir út húsnæði til Lyfja og Heilsu hf., sbr. leigusamning á **fylgiskjali 65**. Hið leigða húsnæði er hluti fasteignarinnar að Bíldshöfða 20, 110 Reykjavík. [...]. <sup>188</sup>

### 7.2.9 Markaður fyrir vöruhúsaþjónustu

- (323) Eimskip og Samskip eru sennilega langstærstu félögin á sviði vöruhúsaþjónustu hér á landi. Hafa samrunaaðilar ekki aðgang að tölum um hugsanlega veltu þessara aðila í þeirri þjónustu. Velta samrunaaðila á þessu sviði er mjög lág sé aðeins talin sú þjónusta sem þeir selja þriðju aðilum.
- (324) Heildarvelta Bakkans í viðskiptum til þriðju aðila á síðustu tveimur árum nam rúmlega hálfum milljarði króna, en heildarvelta félagsins á sama tíma var um 3,3 milljarðar. Nær öll sala á vöruhúsaþjónustu til þriðja aðila er vegna viðskipta við Byko, á grundvelli þjónustusamnings milli félaganna (**fylgiskjöl 45-47**). Viðskipti við aðra utanaðkomandi aðila eru lítil og í öllum tilvikum undir 7 milljónum króna á sama tímabili. Þá skal það tekið fram að nýting á vöruhúsi Bakkans er það há að félagið gæti ekki tekið við fleiri viðskiptavinum. Er félagið þrátt fyrir það að öðru leyti í stakk búið til þess að selja þjónustu til þriðja aðila en hefur ekki nálgast aðra á kerfisbundinn hátt eða starfrækt söludeild. Er ósennilegt að aðrir aðilar en Eimskip og Samskip séu starfandi á markaðnum með meira en 10% markaðshlutdeild. Í þessu sambandi vísast til þess að í gildi var viðskiptasamningur milli Bakkans og Bílanaust sem rann út samkvæmt efni

<sup>186</sup> Trúnaðarmál.

<sup>187</sup> Í þessu sambandi vísast til ákvörðunar SE nr. 7/2014, þar sem raftækjamarkaðurinn kom til skoðunar. Ekki var talin þörf á að greina markaðinn í frekari undirmarkaði vegna þess að samruninn var ekki talinn hafa samkeppnislega skaðleg áhrif í för með sér á þeim markaði.

<sup>188</sup> Trúnaðarmál.

sínu í lok árs 2022, og Krónan hefur keypt vöruhúsaþjónustu af bæði Innes og Eimskip og N1 og Elko keypt vöruhúsaþjónustu af Samskip líkt og áður hefur komið fram.

- (325) Rétt er að taka fram að eftir því sem samrunaaðilar best vita veita Aðföng Högum alla vöruhúsaþjónustu. [...] <sup>189</sup> Er samrunaaðilum ekki kunnugt um að félagið veiti öðrum þjónustu. Yrðu Aðföng talin til markaðarins væri þar sennilega um að ræða eitt af stærri ef ekki stærsta félagið á þessu sviði hér á landi. Að mati samrunaaðila skiptir staða Aðfanga verulegu máli fyrir Haga. Á vegum Aðfanga fara einnig fram innkaup fyrir verlanir Haga en því er ekki þannig farið hjá Festi þar sem Bakkinn sérhæfir sig í vöruhúsaþjónustu.
- (326) Eins og fram er komið sinnir Heilsa vöruhúsaþjónustu innan samstæðu Lyfju og einnig til þriðju aðila í litlu magni. Leigusamningur um vöruhús Heilsu er óuppsegjanlegur til ársins 2028, en Festi hefur litið til þess að samlegð liggi í þessum þætti starfseminnar til framtíðar.

### 7.2.10 Eldsneytismarkaður

- (327) Hér á eftir fara upplýsingar um veltu N1 í eldsneytissölu annars vegar og sölu á dagvöru hins vegar, skipt niður á landfræðilega markaði. [...] <sup>190</sup>
- (328) Varðandi áætlun markaðshlutdeildar, þá eru aðgengilegar upplýsingar um heildarsölu eldsneytis á Íslandi í tonnum hjá Orkustofnun. Séu þær tölur bornar saman við magn seldra lítra hjá N1 áætla N1 að markaðshlutdeild félagsins í sölu á bensíni hafa verið [...] <sup>191</sup> árið 2021 og [...] <sup>192</sup> árið 2022, miðað við landið allt. Í sölu á dísel áætla N1 markaðshlutdeild sína [...] <sup>193</sup> árið 2021 og [...] <sup>194</sup> árið 2022, miðað við landið allt. Útreikninga er að finna á **fylgiskjali 96**. Tölur um heildarsölu eldsneytis á einstökum landsvæðum eru ekki aðgengilegar. Keppinautar N1 á eldsneytismarkaði eru Orkan, Olís/OB, Atlantsólfa og Costco. Staðsetningar eldsneytisstöðva eftir landsvæðum eru aðgengilegar á heimasíðunni [www.gsmbensin.is](http://www.gsmbensin.is).
- (329) Festi hefur ekki aðgengi að nauðsynlegum upplýsingum til þess að meta hlutdeild N1 á markaði fyrir sölu á dagvörum. Líkt og rakið er hér að framan hefur verið litið svo á í framkvæmd SE að sala á dagvörum á bensínstöðvum tilheyri ekki hinum hefðbundna dagvörumarkaði. Þar er einnig, í málsgreinum 156 og 157 vikið að því að hugsanlega geti áhrifa samrunans gætt á undirmarkaði fyrir sölu á vörum á eldsneytisafgreiðslustöðvum, með vísan til markaðsskilgreininga í ákvörðun SE nr. 8/2019, en að slík áhrif væru takmörkuð. Með vísan til röksemda hér að framan, þá er Festi ómögulegt að áætla stærð viðkomandi markaðar eða stöðu sína á honum, vegna skorts á aðgengi að nauðsynlegum upplýsingum um veltu keppinauta á honum. Hins vegar er það mat N1 að markaðshlutdeild félagsins sé ekki slík að félagið geti talist búa yfir slíkum styrk að það geti beitt honum yfir á aðra markaði, svo sem þeim sem Lyfja starfar á, sameinuðu félagi til framdráttar.

<sup>189</sup> Trúnaðarmál.

<sup>190</sup> Trúnaðarmál.

<sup>191</sup> Trúnaðarmál

<sup>192</sup> Trúnaðarmál

<sup>193</sup> Trúnaðarmál

<sup>194</sup> Trúnaðarmál

### 7.3 Aðrir markaðir

- (330) Hvað við kemur öðrum skilgreindum mörkuðum málsins, þ.e. eldsneytismarkaði, markaði fyrir rekstrarvöru og raforkumarkaði, telja samrunaaðilar ekki þörf á sérstakri umfjöllun um markaðshlutdeild aðila, enda eru áhrif samrunans á umrædda markaði engin eða verulega takmörkuð. Þess utan benda samrunaaðilar á að starfsemi Festi, sem starfar á öllum umræddum mörkuðum, hefur verið ítarlega rannsökuð af SE, sem hefur því góða þekkingu á þeim og samkeppnisaðstæðum sem þar ríkja.
- (331) Í tengslum við starfsemi og stöðu N1 á eldsneytismarkaði, og í tilefni af umfjöllun í ákvörðun SE nr. 8/2019 um mat SE á samsteypuáhrifum af samruna N1 og Festi, þá er það mat samrunaaðila að þau skilyrði sem N1 undirgekkst í sátt við SE í tilefni af umræddum samruna séu almenn og þess eðlis að draga úr skaðlegum samsteypuáhrifum af starfsemi sameinaðs félag Festi og N1 á grundvelli ætlaðs markaðsstyrks N1, hvort sem er fyrir eða eftir samruna Festi við Lyfju.

### 7.4 Listi yfir keppinauta og markaðshlutdeild keppinauta

- (332) Skörun á starfsemi þeirra fyrirtækja sem starfa á hlutaðeigandi mörkuðum er ólík. Þá eru umsvif aðila á hverjum markaði fyrir sig mismunandi milli fyrirtækja. Þannig er ómögulegt að nálgast upplýsingar um veltu keppinauta á hverjum einstökum skilgreindum markaði málsins, nema með því að hafa aðgang að bókhaldi þeirra eða heimildir til að kalla eftir slíkum upplýsingum.
- (333) Eðli málsins samkvæmt hafa samrunaaðilar ekki aðgengi að slíkum upplýsingum og geta ekki fengið, enda um viðkvæmar viðskiptaupplýsingar að ræða. Allt framangreint gerir það að verkum að erfitt er að vinna samanburðarhæfar upplýsingar upp úr ársreikningum þeirra fyrirtækja sem starfa á viðkomandi mörkuðum, sbr. umfjöllun SE í ákvörðunum nr. 30/2014 og 11/2016.<sup>195</sup>
- (334) Af ákvörðun SE í máli nr. 28/2017 má draga þá ályktun að niðurstöður SE varðandi markaðshlutdeild aðila á skilgreindum mörkuðum þess máls hafi byggt á upplýsingum frá viðkomandi aðilum um sundurliðaða veltu eftir markaðsskilgreiningum SE.<sup>196</sup> Þykir sú niðurstaða að mati samrunaaðila styðja framangreind sjónarmið þess efnis að þeim sé í reynd ófært um að reikna út markaðshlutdeild sína eða annarra á skilgreindum mörkuðum málsins. Þess í stað eru dregnar fram upplýsingar úr fyrrgreindri ákvörðun SE, sem samrunaaðilar áætla að séu nýjustu opinberlega aðgengilegu upplýsingar um markaðshlutdeild á hlutaðeigandi mörkuðum. Til viðbótar hafa samrunaaðilar veitt ítarlegar upplýsingar um eigin veltu á þessum mörkuðum, hvort tveggja í samrunaskrá og ítarlegum fylgigögnum, sbr. kafla 7.2. og fylgiskjöl 67-74, 77 og 90. Loks hafa samrunaaðilar talið upp keppinauta og rakið helstu breytingar sem orðið hafa á umræddum mörkuðum og fært rök fyrir því álitinu að fyrra mat SE á markaðshlutdeild

<sup>195</sup> Á bls. 6 í ákvörðun 30/2004, Samruni KS sölu ehf., Sláturhússins Hellu hf. og Skanka ehf., segir: „Við ákvörðun um markaðshlutdeild er að jafnaði stuðst við upplýsingar hlutaðeigandi fyrirtækja um tekjur þeirra vegna sölu á vöru og/eða þjónustu sem um ræðir á síðasta heila almanaksári eða eftir atvikum fleiri undangengnum árum, sbr. t.d. ársreikninga eða árshlutauppgjör eða nánari sundurliðun á tekjum eftir því sem við á í hverju máli. Þar sem samþætting sláturhúsa og vinnslu er mjög mismunandi þá er erfiðleikum bundið að vinna samanburðarhæfar upplýsingar upp úr ársreikningum allra sláturleyfishafa og vinnslufyrirtækja á landinu.“ Sama umfjöllun kemur fram í ákvörðun 11/2016, Samruni KS sölu, Gæðafæðis og Gallerí Kjöts.

<sup>196</sup> Ákvörðun SE nr. 28/017, bls. 86-87.

á tilteknum landfræðilegum mörkuðum eigi hugsanlega ekki lengur við, sbr. kafla 7.4. og mgr. 171-173.

- (335) Samkvæmt ákvörðun SE nr. 28/2017 eru helstu keppinautar samrunaaðila á markaði fyrir smásölu almennra hreinlætis- og snyrtivara eftirfarandi, og höfðu þeir eftirfarandi markaðshlutdeild árið 2017:
- Hagkaup – Hagar (20-25% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
  - Bónus – Hagar (15-20% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
  - Lyf og heilsa – Apótekarinn (10-15% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
  - Önnur apótek (10-15% hlutdeild á Íslandi, 5-10% hlutdeild á höfuðborgarsvæðinu)
  - Beautybar (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
  - Fotia (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
  - Aðrar snyrtivöruverslanir (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
  - Samkaup (5-10% hlutdeild á Íslandi, 0-5% hlutdeild á höfuðborgarsvæðinu)
  - Aðrar dagvöruverslanir (5-10% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- (336) Tiltölulega miklar breytingar hafa orðið á markaðnum frá því að framangreind ákvörðun SE var tekin. Í því sambandi vísast einkum til innkomu Costco á markaðinn, en að mati samrunaaðila eru umsvif Costco á markaðnum talsverð. Sænska verslanakeðjan H&M opnaði á seinni hluta árs 2017, en í verslunum H&M er boðið upp á fjölbreytt úrval snyrtivara. Þá má nefna verslanir Body Shop. Á landsbyggðinni er ekki óalgengt að tískuvöruverslanir selji snyrtivörur í einhverjum mæli, t.d. verslunin Shay á Selfossi. Netverslun hefur sem áður segir færst í aukana og hefur Heimkaup til að mynda sótt í sig veðrið á snyrtivörumarkaði, auk þess sem skandinavíska netverslunin Boozt selur snyrtivörur, sem og Coolshop. Þá opnaði Hagkaup nýverið netverslun með snyrtivörur sem nær til landsins alls og standa „tax free“ tilboð Hagkaups viðskiptavinum netverslunar til boða. Afslátturinn er boðinn á um það bil tveggja mánaða fresti og nær til allra hreinlætis- og snyrtivara sem seldar eru í Hagkaup, þar á meðal í almenna flokkinum. Til viðbótar má nefna snyrtivöruverslanir á borð við Beautybox, Daría, Hárland og fleiri minni aðila. Ýmsar snyrtivörur t.d. frá merkinu Meraki eru til sölu í búðum sem selja heimilisvörur, svo sem Ilvu, Garðheimum, Hrímm Hönnunarhúsi, Fakó og blóma- og gjafavöruverslunum. Þá líta samrunaaðilar svo á að töluverður samkeppnisþrýstingur sé frá verslun Fríhafnarinnar á Keflavíkurlflugvelli, þar sem neytendur gera gjarnan innkaup á snyrtivörum fram í tímann þegar þeir eiga leið um verslunina.
- (337) Samkvæmt ákvörðun SE nr. 28/2017 eru helstu keppinautar samrunaaðila á markaði fyrir smásölu heilsuvara eftirfarandi, og hafa þeir eftirfarandi markaðshlutdeild.
- (338) Smásala á vítamínum, steinefnum og bætiefnum:
- Hagkaup – Hagar (5-10% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)



- Bónus – Hagar (10-15% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Lyf og heilsa – Apótekarinn (15-20% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Samkaup (5-10% hlutdeild á Íslandi, 0-5% á höfuðborgarsvæðinu)
- Fjarðarkaup (0-5% hlutdeild á Íslandi, 5-10% á höfuðborgarsvæðinu)
- Lyfjaver (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Lyfjaval (0-5% hlutdeild á Íslandi)
- Aðrar verslanir (10-15% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)

(339) Smásala á heildarmarkaði fyrir lífræna mat- og drykkjarvöru:

- Hagkaup – Hagar (15-20% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Bónus – Hagar (25-30% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Samkaup (10-15% hlutdeild á Íslandi, 5-10% á höfuðborgarsvæðinu)
- Frú lauga (0-5% hlutdeild á Íslandi, 5-10% á höfuðborgarsvæðinu)
- Kostur (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Fjarðarkaup (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- 10-11/Iceland (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Aðrar verslanir (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)

(340) Smásala á heildarmarkaði fyrir heilsuvörur – mat og drykk:

- Hagkaup – Hagar (10-15% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Bónus – Hagar (20-25% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- 10-11/Iceland (15-20% hlutdeild á Íslandi)
- Rekstrarfélag 10-11 (20-25% hlutdeild á höfuðborgarsvæðinu)
- Víðir (10-15% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Samkaup (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Lyfjaver (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Lyf og heilsa – Apótekarinn (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)
- Aðrar verslanir (0-5% hlutdeild á Íslandi og á höfuðborgarsvæðinu)

(341) Tiltölulegar breytingar hafa orðið á markaðnum frá því að framangreind ákvörðun SE var tekin, líkt og reifað var í kafla 7.2.3. Einnig má nefna að verslunin Víðir er hætt rekstri, Samkaup tók yfir Iceland verslanakeðjuna og 10-11. Verslunin Kostur er enn til staðar en í gjörbreyttri mynd frá því að ákvörðun SE var tekin. Þá hefur verslunin Frú Lauga lokað.



(342) Hvað viðkemur öðrum skilgreindum mörkuðum málsins vísast um helstu keppinauta til umfjöllunar að framan.

## 7.5 Heildarverðmæti, -magn og -uppruni innflutnings

(343) Megnið af þeim vörum sem samrunaaðilar selja í verslunum sínum og tilheyra þeim mörkuðum sem áhrifa samrunans gætir eru innfluttar annars staðar frá Evrópu, en að miklum hluta keyptar af innlendum birgjum sem annast um innflutning varanna, sbr. umfjöllun í kafla 8. Innflutningur skiptir því verulegu máli fyrir samrunaaðila. Fyrir utan takmarkanir á innflutningi ferskvara, einkum kjöt- og mjólkurvörum, í formi tolla, eru engar sérstakar takmarkanir á innflutningi á þeim vörum sem samrunaaðilar stunda viðskipti með.

## 7.6 Eðli framleiðslu og sölu á vörum og þjónustu

### 7.6.1 Söluleiðir

(344) Megnið af sölu beggja samrunaaðila á vörum til neytenda fer fram á fjölmörgum sölustöðum þeirra um land allt.

(345) Krónan og Lyfja bjóða einnig upp á netverslanir og heimsendingar í gegnum snjallsímaforrit og hefur notkun þeirra verið í stöðugum vexti að undanförunu, auk þess sem bæði félög hyggja á enn frekari sókn að því er varða netsölu og aukna þjónustu við viðskiptavinum í tengslum við hana.

## 7.7 Samanburður á verði sem aðilar samrunans bjóða á Íslandi og erlendis

(346) Starfsemi beggja samrunaaðila á þeim mörkuðum þar sem áhrifa samrunans gætir afmarkast við Ísland og því er ekki fyrir að fara sölu erlendis til samanburðar.

## 7.8 Eðli og umfang lóðréttrar samþættingar

### 7.8.1 Festi

(347) Lóðrétt samþætting í rekstri Festi felst einkum í eftirfarandi þáttum:

- Festi fasteignir ehf. leigir atvinnu- og verslunarhúsnæði til félaga innan samstæðu. Um 70% af eignum Festi fasteigna ehf. er leigður til félaga innan samstæðunnar. Um 30% af því húsnæði sem hýsir starfsemi félaga innan samstæðu Festi er leigður frá þriðju aðilum.
- Bakkinn veitir félögum innan Festi vöruhúsaþjónustu, sem felst einkum í vöruhýsingu, þökkun, móttöku, týnslu og afhendingum úr vöruhúsi. Festi kaupir slíka þjónustu einnig af Innes, Eimskip og Samskip.
- Þá má nefna að Krónan stundar eigin innflutning í talsverðu magni. Heildarmagn eigin innflutnings Krónunnar er um [...] <sup>197</sup> af heildarinnkaupum félagsins, miðað við árið 2022.

<sup>197</sup> Trúnaðarmál.

### 7.8.2 Lyfja

(348) Lóðrétt samþætting í rekstri Lyfju felst einkum í starfsemi Heilsu, sem sér Lyfju fyrir um [..]<sup>198</sup> af heildarvöruúrvali, miðað við innkaupaverðmæti.

### 7.8.3 Lóðrétt samþætting keppinauta

(349) Líkt og SE má vera kunnugt gætir talsverðrar lóðréttar samþættingar hjá mörgum af helstu keppinautum samrunaaðila. Má þar einkum nefna stærsta keppinaut Festi, Haga, sem rekur eigin innflutnings- og heildsölu fyrirtæki, Aðföng, sem annast einnig vöruhýsingu og dreifingu fyrir félög innan samstæðu Haga. Þá býr félagið yfir eigin fasteignum sem hýsir starfsemi þess a.m.k. að hluta. Einnig má nefna eigin innflutning Samkaupa. Samrunaaðilar telja ekki ólíklegt að lóðrétt samþætting kunni að vera meiri hjá keppinautum, en búa ekki yfir upplýsingum um það.

## 7.9 Sundurliðun á heildartekjum

(350) Starfsemi samrunaaðila er á ýmsum mörkuðum og deilist velta Festi og Lyfju á ýmsa markaði. Um sundurliðun á tekjum, að því leyti sem máli skiptir fyrir rannsókn samrunans, vísast til umfjöllunar um tekjur í kafla 7.2 hér á undan.

### 7.9.1 Festi

(351) Samkvæmt ársreikningi samstæðu Festi er rekstrartekjum skipt upp í vöru- og þjónustusölu annars vegar og aðrar rekstrartekjur hins vegar. Vöru- og þjónustusala ársins 2022 nam 121.398 m.kr. samanborið við 98.736 m.kr. árið 2021. Heilt yfir var aukin sala á öllum sviðum rekstrar en gríðarleg hækkun hrávöruverða hafði einnig áhrif á veltu, sérstaklega á eldsneyti. Sala á dagvörum nam 56.852 m.kr. og jókst um 9,6% milli ára. Eldsneytis- og raforkusala nam 38.564 m.kr. og jókst um 62,0% milli ára. Sala raftækja nam 16.761 m.kr., jókst um 9,4% milli ára og sala á öðrum vörum nam 9.221 m.kr. og jókst um 19,0% milli ára.

### 7.9.2 Lyfja

(352) Samkvæmt ársskýrslu Lyfju voru tekjur samstæðunnar á árinu 2022 rúmir 15 ma. kr. [..]

(353) [..]<sup>199</sup>

(354) Má nefna að hlutdeild lyfseðilsskyldra lyfja af rekstrartekjum hefur aukist jafnt og þétt samhliða fjölgun apóteka. [..]<sup>200</sup>

## 7.10 Helstu kostnaðarliðir og kostnaðaruppbygging samrunaaðila

(355) Helsti kostnaðarliður í smásöluverslun er almennt kostnaðarverð seldra vara (KSV). Hér á eftir eru teknar saman kostnaðartölur eins og þær birtast í uppgjörum viðkomandi félaga. Ákveðin þjónusta er seld á milli félaga innan samstæðu Festi. Hefur ekki verið tekið tillit til jöfnunarfærslna í þessum kafla. Á það ekki að hafa teljandi áhrif á þær meginlínur sem hér birtast. Miðað er við nýjustu ársreikninga félagsins.

<sup>198</sup> Trúnaðarmál.

<sup>199</sup> Trúnaðarmál.

<sup>200</sup> Trúnaðarmál.

### 7.10.1 Festi

(356) Samkvæmt ársreikningi Festi nam rekstrarkostnaður samstæðunnar á árinu 2022 19.361 m.kr. samanborið við 16.844 m.kr. árið 2021 sem er hækkun um 14,9% milli ára. Laun og annar starfsmannakostnaður nam 13.456 m.kr. samanborið við 11.659 m.kr. árið 2021, sem er 15,4% hækkun. Stöðugildin á árinu 2022 voru 1.269 að meðaltali samanborið við 1.176 árið áður. Aukningin er 7,9% á milli ára. Helsti rekstrarkostnaður Festi eru laun og starfsmannakostnaður, rekstrarkostnaður fasteigna og viðhaldskostnaður. Annar rekstrarkostnaður nam 5.905 m.kr. samanborið við 5.186 m.kr. árið 2021 sem er 13,9% aukning milli ára.

### 7.10.2 Lyfja

(357) [...]<sup>201</sup>

---

<sup>201</sup> Trúnaðarmál.

## 8 Almenn skilyrði á mörkuðum þar sem áhrifa gætir

### 8.1 Fimm stærstu sjálfstæðu birgjar

#### 8.1.1 Hreinlætis- og snyrtivörur

- (358) Hér á eftir verður gerð grein fyrir stærstu birgjum helstu rekstrareininga samrunaaðila og hlutdeild þeirra í heildarinnkaupum. Hér á eftir fara að einhverju leyti ítarlegri upplýsingar en áskilið er í reglum um tilkynningu samruna að veita skuli. Er því ætlað að veita gleggri mynd af starfsemi samrunaaðila.
- (359) Stærstu birgjar Lyfju annars vegar og Heilsu ehf. hins vegar eru eftirfarandi: [...] <sup>202</sup>
- (360) Þá eru fimm stærstu birgjar Lyfju skilgreindir með eftirfarandi hætti eftir þeim mörkuðum sem samruninn varðar: [...] <sup>203</sup>
- (361) Fimm stærstu birgjar Krónunnar árið 2022 að því er varðar vítamín, steinefni og bætiefni eru eftirfarandi: [...] <sup>204</sup>
- (362) Fimm stærstu birgjar Krónunnar árið 2022 að því er varðar heilsuvörur eru eftirfarandi: [...] <sup>205</sup>
- (363) Fimm stærstu birgjar Krónunnar árið 2022 að því er varðar vörur sem falla undir markaðsskilgreininguna smásala á almennum hreinlætis- og snyrtivörum eru eftirfarandi: [...] <sup>206</sup>

### 8.2 Helstu dreifileiðir og þjónustukerfi

- (364) Fyrir smásölustarfsemi samrunaaðila eru dreifileiðir og þjónustukerfi almennt sambærileg. Líkt og fram er komið er stór hluti af vöruframboði á þeim mörkuðum þar sem aðilar starfa innfluttur, en einnig er talsvert um innlenda framleiðslu, einkum og sér í lagi á landbúnaðarvörum og ferskvöru. Vörum er ýmist dreift frá vöruhúsi samrunaaðila (einkum þurrvöru) eða beint frá framleiðanda, t.d. í tilviki kjöt-, fisk- og mjólkurvöru.
- (365) Svo sem kemur fram hér á undan fer sala á vörum samrunaaðila að meginstefnu fram í verslunum þeirra og þjónustustöðum um land allt. Með aukinni notkun netverslunar eykst mikilvægi dreifikerfis aðila að því er varðar heimsendingu á vörum til neytenda. Krónan notast við eign dreifikerfi að þessu leyti, þar sem sendlar á vegum fyrirtækisins keyra sendingar til viðskiptavina. Í tilviki Lyfju er notast við þjónustu frá þriðja aðila, þar sem viðskiptavinir geta valið um heimsendingu frá Xpress, eða þjónustu frá Póstinum, ýmist heimsendingu, sendingu á pósthús eða í póstbox. Ljóst er af gögnum málsins að Festi telur vera mikil tækifæri í netsölu og hyggst auka áherslu á samþætta þjónustu við viðskiptavini í gegnum netsölu.
- (366) Eldsneyti lýtur að einhverju leyti sérstökum lögmálum þar sem þörf er á sérstökum birgðastöðvum auk þess sem eldsneyti hefur mjög langt geymsluþol, sér í lagi í samanburði við matvöru. Þá eiga sérstök sjónarmið um dreifikerfi raforku sem ekki þykir

<sup>202</sup> Trúnaðarmál.

<sup>203</sup> Trúnaðarmál.

<sup>204</sup> Trúnaðarmál.

<sup>205</sup> Trúnaðarmál.

<sup>206</sup> Trúnaðarmál.

ástæða til að reifa nánar hér, enda hafi samruninn takmörkuð áhrif á þann markað að mati samrunaaðila.

### 8.3 Heildarafkastageta

- (367) Starfsemi aðila einskorðast við smásölu á aðföngum keyptum af þriðja aðila. Umfjöllun um afkastagetu á því ekki við hér.
- (368) Rétt er að nefna að Icelandic Food Company, sem er í eigu Krónunnar, framleiðir tilbúna rétti sem seldir eru í Krónunni. Þar sem engin skörun er í starfsemi samrunaaðila að því er við kemur slíkri starfsemi þykir ekki nauðsynlegt að fjalla nánar um afkastagetu umræddra félaga.

### 8.4 Aðrir þættir framboðs sem skipta máli

- (369) Framboð vöru og þjónustu hjá samrunaaðilum ræðst fyrst og fremst af eftirspurn, þar sem leitast er við að mæta eftirspurn og kröfum neytenda á hverjum tíma.
- (370) Aðrir þættir sem hafa áhrif á framboð hjá samrunaaðila eru til dæmis:
- Fjölgun ferðamanna á Íslandi, sem getur haft áhrif til aukningar á eftirspurn eftir hvers konar dagvöru, eldsneyti og lyfjum í lausasölu.
  - Gengi gjaldmiðla gagnvart íslensku krónunni hefur áhrif á verð á innfluttum vörum í samanburði við verð á innlendri framleiðslu, sem aftur getur bæði haft áhrif á framboð og eftirspurn í viðkomandi vöruflokkum
  - Verðlagsbreytingar, verðbólga og vaxtahækkningar geta haft áhrif á þann hátt að eftirspurn eftir ódýrari vörum eykst, sem hefur bein áhrif á framboð.
  - Verndartollar fyrir íslenskar landbúnaðarvörur hafa áhrif á framboð á erlendri ferskvöru, einkum kjöti og ostum.

### 8.5 Tíu stærstu viðskiptavinir

- (371) Í tilviki Krónunnar, N1, Lyfju og Elko er um að ræða smásölufyrirtæki og er viðskiptavinahópur félaganna því afar dreifður. Er ekki haldið sérstaklega utan um auðkenni þeirra sem versla hjá samrunaaðilum og því ómögulegt að veita upplýsingar um stærstu viðskiptavini.
- (372) Hvað varðar önnur félög innan samstæðu Festi, þá vísast til umfjöllunar í kafla 6.2.10. að framan varðandi viðskiptavini Bakkans. Samrunaaðilar telja ekki þörf á að fjalla um viðskiptavini Festi fasteigna ehf. umfram það sem gert hefur verið í kafla 6.2.9. vegna takmarkaðra áhrifa samrunans á þann markað sem það félag starfar á.
- (373) Heilsa starfar sem áður segir á heildsölumarkaði. Stærstu viðskiptavinir Heilsu eru í öllum tilvikum keppinautar Festi og/eða Lyfju. Auk Lyfju og Krónunnar hefur Heilsa gert viðskiptasamninga við Aðföng, Hagkaup, Samkaup, Lyf og Heilsu og Lyfjaver (**fylgiskjöl 52, 53, 55, 57 og 58**).
- (374) Fimm stærstu viðskiptavinir Heilsu, utan samstæðu Lyfju, eru eftirfarandi: [REDACTED]<sup>207</sup>

<sup>207</sup> Trúnaðarmál.

## 8.6 Eftirspurn á mörkuðum

### 8.6.1 Þróun markaðarins

- (375) Áhrifaþættir eftirspurnar á þeim mörkuðum sem áhrifa samrunans gætir eru að miklu leyti hinir sömu og hafa áhrif á framboð, sbr. umfjöllun í kafla 8.4 að framan. Umræddir markaðir hafa farið stækkandi á undanförunum árum, en segja má að helstu orsakabættir stækkunar sé fólksfjölgun í landinu og aukinn straumur ferðamanna. Í tilviki markaðar fyrir heilsuvörur er það mat samrunaaðila að hækkandi lífaldur og breyttar áherslur í lífstíl hafi haft lykiláhrif í stækkun markaðarins hingað til og að frekari stækkunar megi vænta af þessum ástæðum, sbr. fyrri umfjöllun.
- (376) Lyfsölumarkaðurinn er í stöðugum takti við hagkerfið og mun njóta þróunar aldurssamsetningar þjóðarinnar og vaxtar í ferðaþjónustu. Markaðurinn er í vexti með hækkandi lífaldri þjóðarinnar, auknum lífstíllssjúkdómum og fólksfjölgun. Að mati samrunaaðila er svigrúm fyrir fleiri apótek miðað við meðaltöl annarra landa.<sup>208</sup> Miklar breytingar hafa orðið á umræddum markaði frá því að samkeppni var heimiluð. Aðgengi að apótekum hefur aukist og lyfjaöryggi sjúklinga samhliða. Lyfjaverð hefur hækkað á Íslandi og er orðið á pari við Norðurlöndin.

### 8.6.2 Vægi viðskiptavinavildar

- (377) Þegar kemur að aukinni sókn á þá markaði sem um ræðir hefur Festi litið til þess að viðskiptavinavild kunni að skipta sköpum í samkeppni á markaðnum, ekki síst gagnvart markaðsráðandi aðila. Staðreyndin er sú að vöruframboð keppnauta á þessum mörkuðum er áþekkt og mikilvægt að leggja áherslu á þjónustu og þægindi við viðskiptavinum í samkeppni á markaðnum.

### 8.6.3 Samþjöppun eða dreifing neytenda

- (378) Viðskiptavinir samrunaaðila koma úr öllum hópum neytenda, hvort sem litið er til aldurs, efnahags, fjölskyldusamsetningar eða annarra þátta. Ætla má, með vísan til umfjöllunar á vettvangi SE um landfræðilega skiptingu þeirra markaða sem samruninn hefur áhrif á, að búseta neytenda geti haft áhrif í þessu sambandi, þannig að búseta hafi áhrif á val einstaklinga á þeirri verslun sem þeir stunda viðskipti við. Þar geta aðrir þættir einnig haft áhrif að mati samrunaaðila, svo sem staðsetning verslana gagnvart almenningssamgöngum, opnunartími og staðsetning vinnustaðar.

### 8.6.4 Skipting viðskiptavina í ólíka flokka

- (379) Að mati samrunaaðila má í meginatriðum flokka viðskiptavinum þeirra í tvo flokka. Annars vegar almenna neytendur, í sambandi við viðskipti við Lyfju og smásölufyrirtæki Festi. Hins vegar fyrirtæki á lægra sölustigi, í tilviki Heilsu. Þá má nefna að N1 og Elko selja einnig vörur til fyrirtækja.

### 8.6.5 Vægi samninga um einkadreifingu eða annars konar langtímasamninga

- (380) Samningar um einkadreifingu eru ekki fyrir hendi í starfsemi Lyfju. Í tilviki Krónunnar eru afmörkuð dæmi um samninga af slíku tagi, annars vegar má nefna samning við Gleðipinna um sölu á vörum undir vörumerkjum þeirra (Blackbox,

<sup>208</sup> Á Íslandi eru ca. 55 lyfsalar pr. 100.000 – en meðaltal OECD er 86, sbr. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d6227663-en/index.html?itemId=/content/component/d6227663-en>

Hamborgarafabrikan) í verslunum Krónunnar, sem fjallar um einkasölu á smásölustigi. Þá eru einnig ákvæði í völdum samningum við aðila sem eru með „búð í búð“ innan Krónuverzlana, þar sem fram kemur að viðkomandi aðilum sé óheimilt að selja vörur sínar til annarra aðila á smásölustigi, t.d. Tokyo Sushi. Að öðru leyti eru þeir samningar sem félögin hafa gert hefðbundnir viðskiptasamningar og hafa ekki þyngra vægi en almennt gerist.

### **8.6.6 Vægi eftirspurnar frá opinberum aðilum**

- (381) Ekki er fyrir að fara sérstöku viðskiptasambandi milli samrunaaðila eða tengdra félaga við opinbera aðila. Vægi eftirspurnar frá opinberum aðilum er því lítið sem ekkert í starfsemi samrunaaðila.

## **8.7 Markaðsaðgangur**

### **8.7.1 Innkoma nýrra aðila**

- (382) Helst ber að nefna opnun Costco á Íslandi en félagið keppir við Krónuna, Lyfju, N1 og Elko með fjölbreyttu vöruúrvali. H&M opnaði þrjár verslanir á höfuðborgarsvæðinu árið 2017 og selur fjölbreytt úrval snyrtivara. Þá má nefna opnun verslunarinnar Kostur.is árið 2020, sem rekur verslun í Miðhrauni Garðabæ sem og netverslun. Þá má einnig nefna sókn Lyfjavals, sem hefur opnað bílaapótek með langan opnunartíma á höfuðborgarsvæðinu og Suðurnesjum.
- (383) Vert er að nefna að á síðastliðnum árum hefur netverslun með þær vörur sem samruni þessi tekur til aukist verulega og mikill vöxtur í netverslun er áfram fyrirsjáanlegur á næstu árum. Í þessari þróun hafa nýir aðilar komið inn á markaðina, svo sem Coolshop, Boozt og Heimkaup.
- (384) Hvað varðar hugsanlega innkomu fyrirtækja inn á þá markaði sem áhrifa samrunans gætir hafa samrunaaðilar ekki upplýsingar um slík áform. Hins vegar er ljóst, að mati samrunaaðila, að með aukinni vegferð netsölu á hlutaðeigandi mörkuðum séu aðgangshindranir litlar sem engar, hvort sem er gagnvart innlendum eða erlendum aðilum sem hyggjast hefja innreið sína inn á hlutaðeigandi markaði.

### **8.7.2 Aðgangshindranir**

- (385) Almennt eru ekki stórvægilegar aðgangshindranir inn á markaði málsins, að undanskildum lyfjamarkaðnum og eldsneytismarkaðnum, en skörun í starfsemi samrunaaðila á þeim mörkuðum er hverfandi sem fyrr segir.
- (386) Varðandi markaðinn fyrir smásölu á hreinlætis- og snyrtivörum vísa samrunaaðilar til þess að almennt eru ekki aðgangshindranir inn á markaðinn, fyrir utan almenn atriði sem þarf að yfirstíga þegar ráðist er í rekstur almennt, svo sem fjármögnun, húsnæði o.þ.h. Jafnframt telja samrunaaðilar að aðgengi að vörum á þessum mörkuðum sé nokkuð gott fyrir aðila sem hyggst hefja starfsemi á þeim. Vísast til þess einnig að auðvelt er fyrir neytendur að nálgast hreinlætis- og snyrtivörur frá erlendum birgjum, s.s. fyrir milligöngu netverslana. Er það ennfremur mat samrunaaðila að samkeppni á snyrtivörumarkaði hafi aukist með tilkomu öflugra netverslana, s.s. Boozt og Coolshop og aukinni sókn Heimkaups.



- (387) Hvað snertir markaðinn fyrir smásölu á heilsuvörum, skal á það minnst í þessu sambandi að margir nýir aðilar á síðustu árum hafa aukið sölu á lífrænum matvörum, vítamínum og bætiefnum eða aukið verulega áherslu á slíkar vörutegundir. Sem dæmi hefur Nettó aukið mjög áherslu á heilsuvörur undanfarna mánuði og ár. Sama má segja um Fjarðarkaup sem hefur verið með deild innan verslunar sinnar sem kölluð sé „Fræið“ og hafi stöðugt aukið vöruúrval sitt á undanförunum árum. Einnig hefur Heilsuver á Suðurlandsbraut opnað fyrir nokkrum árum (hluti af Lyfjaveri). Þá er nýleg verslun í Glæsibæ, Uppskeran, sem selur heilnæmar vörur.
- (388) Loks er rétt að taka fram að fjölbreytni í hópi þeirra aðila sem starfa á hlutaðeigandi mörkuðum endurspeglar að mati samrunaaðila að stærðar- og breiddarhagkvæmni á þeim felur ekki í sér aðgangshindranir að viðkomandi mörkuðum enda þótt slíkir þættir geti, eðli málsins samkvæmt, falið í sér hagræðingu fyrir þá aðila sem þeirra njóta.

### 8.7.3 Þróun á vörum og framleiðslu

- (389) Eiginleg vöru- og framleiðsluþróun fer ekki fram hjá samrunaaðilum, enda smásöluþyriræki sem stunda ekki framleiðslu, svo sem fram er komið. Eiginleg vöruþróun á sér þannig stað hjá framleiðendum á lægri sölustigum. Hins vegar er til þess að líta að talsverð þróun hefur átt sér stað í þjónustu til viðskiptavina samrunaaðila sem skiptir máli í starfsemi þeirra og samkeppni á markaði. Er þar um að ræða opnun netverslana í gegnum snjallsímaforrit og á netinu, auk þess sem Krónan hefur til að mynda aukið sjálfafgreiðslumöguleika viðskiptavina sinna með lausninni „skannað og skundað“. Gert er ráð fyrir því að þróunarvinna haldi áfram og sé nauðsynleg í starfsemi aðila til framtíðar lítið, til þess að geta mætt kröfum neytenda og tekið virkan þátt í samkeppni á þeim mörkuðum sem samrunaaðilar starfa á.

### 8.8 Líkleg innganga nýrra aðila

- (390) Samrunaaðilum er ekki kunnugt um nýja aðila sem hyggjast hasla sér völl á mörkuðum málsins.

### 8.9 Ýmsir þættir sem hafa áhrif á aðgang að mörkuðum

- (391) Að mati samrunaaðila er einkum aðgengi að fjármagni sem hefur áhrif á aðgengi aðila að honum, enda um að ræða rekstur sem kostnaðarsamt er að koma á fót. Í tilviki Lyfsölu felast einnig hindranir í kröfum um starfsleyfi og sérmenntað starfsfólk. Mörg einkarekin og sjálfstæð apótek eru starfandi og má sem dæmi nefna Urðarapótek, Borgar apótek o.fl.

### 8.10 Rannsóknir og þróun

- (392) Á þeim mörkuðum sem aðilar starfa er almennt lítið um rannsóknir og þróun á vegum samrunaaðila eða keppinauta þeirra. Erlendir birgjar samrunaaðila starfa hins vegar að rannsóknnum og þróun og verja jafnvel háum fjárhæðum í slíka starfsemi.
- (393) Hefur sú starfsemi takmörkuð áhrif á starfsemi aðila hér á landi þó að eðli málsins samkvæmt skili nýjungar sér hingað. Í rekstri Elko er sérstaklega mikilvægt að fylgjast með tækninýjungum þar sem erfitt er að selja raftæki sem byggja á úreldri tækni. Innan Festi og Lyfju eða á vegum félaganna er unnið að þróun hugbúnaðar til þess að styðja við starfsemina. Er það helsta rannsóknar og þróunarstarfsemin sem á sér stað hjá samrunaaðilum. Um þetta vísast nánar til umfjöllunar í kafla 8.7.3 að framan.

(394) [...] <sup>209</sup>

### 8.11 Samstarfssamningar

(395) Að framan hefur verið fjallað um lóðrétt viðskiptasamninga sem samrunaaðilar hafa gengist undir við viðskiptamenn sína og vísast til þeirrar umfjöllunar. Þá hefur verið fjallað um lárétt samstarf Festi á eldsneytismarkaði að því er varðar dreifingu og afgreiðslu eldsneytis, í gegnum félögin Olíudreifingu, EAK og EBK.

(396) Félögin hafa ekki gengist undir frekari samstarfssamninga, þ.e. samninga af því tagi þar sem samið er um eiginlegt samstarf.

(397) [...] <sup>210</sup>

#### 8.11.1 Samstarfssamningar vegna rannsókna og þróunar

(398) Samrunaaðilar eiga ekki aðild að slíkum samningum, á ekki við.

### 8.12 Atvinnugreinasamtök

(399) Bæði Festi og Lyfja eru aðilar að Viðskiptaráði Íslands, Samtökum verslunar og þjónustu og þar með Samtökum atvinnulífsins.

---

<sup>209</sup> Trúnaðarmál.

<sup>210</sup> Trúnaðarmál.

## 9 Áhrif á neytendur og milliliði

- (400) Það er mat samrunaaðila að samruni Festi og Lyfju skapi hvorki, né styrki, markaðsráðandi stöðu á hlutaðeigandi mörkuðum, svo sem nánar er fjallað um í kafla 7 í samrunaskrá þessari. Jafnframt er það mat samrunaaðila að samruninn sé ekki til þess fallinn að raska samkeppni á markaði að öðru leyti með umtalsverðum hætti. Samkeppni á þeim mörkuðum þar sem félögin starfa er mikil að mati samrunaaðila og ljóst að sameinað félag mun ekki búa yfir slíkum markaðsstyrk að það geti hindrað virka samkeppni eða starfað án tillits til keppnauta, viðskiptavina eða neytenda.
- (401) Í því sambandi verður að líta til þess, að mati samrunaaðila, að keppnautar sameinaðs félags eru margir hverjir öflugir, líkt og (i) Hagar á dagvörumarkaði, (ii) Lyf og heilsa á smásöllumarkaði fyrir lyf og (iii) Nettó, Costco, H&M og verslanir í eigu Haga á undirmörkuðum fyrir almennar snyrtivörur og heilsuvörur. Á þessum undirmörkuðum er (iv) staða Lyfja og heilsu einnig sterk og vöruframboðið breitt. Samkeppnisþrýstingurinn er mikill meðal annars vegna tilboðsdaga<sup>211</sup> og frírrar heimsendingar um land allt ef verslað er fyrir 9.900 kr. Þá eru einnig fjölmargir minni keppnautar til staðar.
- (402) Vænta má virkar samkeppni við sameinað félag í kjölfar samrunans. Samruninn felur ekki í sér mikla samþjöppun þegar litið er til landsins alls og flestra þeirra markaðssvæða sem skilgreind hafa verið í framkvæmd SE, sér í lagi þegar kemur að mörkuðum fyrir heilsuvörur. [...] <sup>212</sup> Verðsamkeppni á landssvæðum þar sem samkeppni er virkust, hefur þannig takmarkandi áhrif á verðlagningu samrunaaðila og samkeppnisstöðu annars staðar á landinu þar sem samkeppnisaðilar eru færri.
- (403) [...] <sup>213</sup> Heilt yfir er það því mat tilkynnanda að áhrif samrunans á neytendur og milliliði verði fyrst og fremst jákvæð, með auknum styrk sameinaðs félags til þess að mæta samkeppni frá öflugum keppnautum og breiðara framboði í vörum og þjónustu til neytenda, í takt við samfélagslega þróun, þarfir og kröfur viðskiptavina.

<sup>211</sup> Þegar þessi samrunaskrá er rituð er 30% afsláttur af öllum vítamínum og bætiefnum og 15% afsláttur af tilteknum snyrtivörum hjá Lyf og Heilsu.

<sup>212</sup> Trúnaðarmál.

<sup>213</sup> Trúnaðarmál.

## 10 Fylgiskjöl

(404) Eftirfarandi skjöl eru meðfylgjandi þessari samrunatilkynningu:

1. Umboð til LEX, dags. 15. september 2023
2. Umboð til BBA Fjeldco, dags. 21. september 2023
3. Tilkynning til Kauphallar um undirritun kaupsamnings, dags. 13. júlí 2023
4. [...] – **TRÚNAÐARMÁL**
5. [...] – **TRÚNAÐARMÁL**
6. Ársreikningur Festi vegna ársins 2022 (samstæðureikningur)
7. Ársreikningur Festi vegna ársins 2021 (samstæðureikningur)
8. Ársreikningur Lyfju vegna ársins 2022 (samstæðureikningur)
9. Ársreikningur Lyfju vegna ársins 2021 (samstæðureikningur)
10. Ársreikningur Árkaupa ehf. vegna ársins 2022
11. Ársreikningur Árkaupa ehf. vegna ársins 2021
12. Ársreikningur Bakkans vöruhótels ehf. vegna ársins 2022
13. Ársreikningur Bakkans vöruhótels ehf. vegna ársins 2021
14. Ársreikningur Elko vegna ársins 2022
15. Ársreikningur Elko vegna ársins 2021
16. Ársreikningur Festi fasteigna ehf. vegna ársins 2022
17. Ársreikningur Festi fasteigna ehf. vegna ársins 2021
18. Ársreikningur Heilsu ehf. vegna ársins 2022
19. Ársreikningur Heilsu ehf. vegna ársins 2021
20. Ársreikningur Heilsuhússins ehf. vegna ársins 2022
21. Ársreikningur Heilsuhússins ehf. vegna ársins 2021
22. Ársreikningur Hlaða heildsölu ehf. vegna ársins 2022
23. Ársreikningur Icelandic Food Company ehf. vegna ársins 2022
24. Ársreikningur Icelandic Food Company ehf. vegna ársins 2021
25. Ársreikningur Krónunnar ehf. vegna ársins 2022
26. Ársreikningur Krónunnar ehf. vegna ársins 2021
27. Ársreikningur Matseðils ehf. vegna ársins 2022
28. Ársreikningur Matseðils ehf. vegna ársins 2021
29. Ársreikningur Mengi ehf. vegna ársins 2022
30. Ársreikningur Mengi ehf. vegna ársins 2021
31. Ársreikningur N1 ehf. vegna ársins 2022
32. Ársreikningur N1 ehf. vegna ársins 2021
33. Ársreikningur N1 Rafmagn ehf. vegna ársins 2022

34. Ársreikningur N1 Rafmagn ehf. vegna ársins 2021
35. Ársreikningur Vínportsins ehf. vegna ársins 2022
36. Ársreikningur Vínportsins ehf. vegna ársins 2021
37. [...] – TRÚNAÐARMÁL
38. Tilkynning til Kauphallar um undirritun skilmálaskjals, dags. 17. mars 2023
39. [...] – TRÚNAÐARMÁL
40. [...] – TRÚNAÐARMÁL
41. [...] – TRÚNAÐARMÁL
42. [...] – TRÚNAÐARMÁL
- a. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - b. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - c. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - d. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - e. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - f. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - g. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - h. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - i. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - j. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - k. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - l. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - m. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - n. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - o. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - p. [...] – TRÚNAÐARMÁL
  - q. [...] – TRÚNAÐARMÁL
43. Glærुकynning frá aðalfundi Festi 2023 (glærur 22 og 23)
44. [...] – TRÚNAÐARMÁL
45. [...] – TRÚNAÐARMÁL
46. [...] – TRÚNAÐARMÁL
47. [...] – TRÚNAÐARMÁL
48. [...] – TRÚNAÐARMÁL
49. [...] – TRÚNAÐARMÁL
50. [...] – TRÚNAÐARMÁL
51. [...] – TRÚNAÐARMÁL
52. [...] – TRÚNAÐARMÁL
53. [...] – TRÚNAÐARMÁL
54. [...] – TRÚNAÐARMÁL
55. [...] – TRÚNAÐARMÁL
56. [...] – TRÚNAÐARMÁL
57. [...] – TRÚNAÐARMÁL

58. [...] – TRÚNAÐARMÁL

59. [...] – TRÚNAÐARMÁL

60. [...] – TRÚNAÐARMÁL

61. [...] – TRÚNAÐARMÁL

62. [...] – TRÚNAÐARMÁL

63. [...] – TRÚNAÐARMÁL

64. [...] – TRÚNAÐARMÁL

65. [...] – TRÚNAÐARMÁL

66. [...] – TRÚNAÐARMÁL

67. [...] – TRÚNAÐARMÁL

68. [...] – TRÚNAÐARMÁL

69. [...] – TRÚNAÐARMÁL

70. [...] – TRÚNAÐARMÁL

71. [...] – TRÚNAÐARMÁL

72. [...] – TRÚNAÐARMÁL

73. [...] – TRÚNAÐARMÁL

74. [...] – TRÚNAÐARMÁL

75. Kynning vegna hluthafafundar Festi 23. ágúst 2023

76. Niðurstöður hluthafafundar Festi 23. ágúst 2023

77. [...] – TRÚNAÐARMÁL

78. [...] – TRÚNAÐARMÁL

79. [...] – TRÚNAÐARMÁL

80. [...] – TRÚNAÐARMÁL

81. [...] – TRÚNAÐARMÁL

82. [...] – TRÚNAÐARMÁL

83. [...] – TRÚNAÐARMÁL

84. [...] – TRÚNAÐARMÁL

85. [...] – TRÚNAÐARMÁL

86. [...] – TRÚNAÐARMÁL

87. [...] – TRÚNAÐARMÁL

88. [...] – TRÚNAÐARMÁL

89. [...] – TRÚNAÐARMÁL

90. [...] – TRÚNAÐARMÁL

91. Útprintanir úr hlutafélagaskrá fyrir öll þau félög sem hér eru til umfjöllunar.

92. Skýrslur um hlutafélagapáttöku núverandi stjórnarmanna og framkvæmdastjóra í öllum þeim félögum sem hér eru til umfjöllunar.

93. Kvittun vegna greiðslu samrunagjalds

94. [...] – TRÚNAÐARMÁL

95. [...] – TRÚNAÐARMÁL

96. [...] – TRÚNAÐARMÁL

97. [...] – TRÚNAÐARMÁL

98. [...] – TRÚNAÐARMÁL

99. [...] – TRÚNAÐARMÁL

100. [...] – TRÚNAÐARMÁL

101. [...] – TRÚNAÐARMÁL

102. [...] – TRÚNAÐARMÁL

103. [...] – TRÚNAÐARMÁL

104. [...] – TRÚNAÐARMÁL

Loks fylgir afrit af samrunatilkynningu án trúnaðarupplýsinga.



## 11 Yfirlýsing

Undirrituð lýsa því yfir að upplýsingar, sem veittar eru í tilkynningu þessari, eru sannar, réttar og fullnægjandi samkvæmt bestu vitund, að óstýtt afrit af skjölum fylgja með, að allt mat er tilgreint sem slíkt og sett fram samkvæmt bestu vitund og vitneskju um staðreyndir málsins og þar sem álit er látið í ljós er það gert í góðri trú. Undirrituð hafa kynnt sér ákvæði 2. mgr. 42. gr. samkeppnislaga.

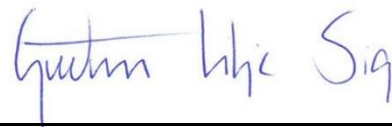
Reykjavík, 28. september 2023

Virðingarfyllst,



---

Fjölur Ólafsson hdl.



---

Guðrún Lilja Sigurðardóttir hdl.