Dagrofa A/S' overtagelse af aktierne i ISO-ICA A/S

Journal nr. 3/1120-0401-0065/FI/kh

Resumé

1. Dagrofa har den 15. juli 2004 anmeldt sin overtagelse af aktierne i ISO-ICA A/S, jf. konkurrencelovens § 12b, stk. 1. Den anmeldte overtagelse udgør en fusion efter konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2. De deltagende virksomheders omsætning i Danmark overstiger endvidere tærskelværdierne i konkurrencelovens § 12, stk. 1. Fusionen må derfor ikke gennemføres, før den er godkendt i henhold til konkurrencelovens § 12c.

2. Fusionens følger er vurderet dels for indkøbsmarkedet for dagligvarer, dvs. indkøbet fra producenter og importører i Danmark, dels for dagligvareengrosmarkedet i Danmark, dvs. lagerdrift, salg og distribution af dagligvarer til detailhandelen, og dels dagligvaredetailmarkedet, dvs. supermarkedernes salg af dagligvarer til forbrugerne. Dette sidste marked er geografisk afgrænset lokalt/regionalt til Nordsjælland og Storkøbenhavn.

3. Dagrofa er aktiv på alle disse dele af dagligvaremarkedet men har navnlig en stærk stilling på indkøbs- og grossistmarkedet. ISO-ICA driver 13 store supermarkeder i Nordsjælland og Storkøbenhavn og samarbejder i forbindelse med indkøb, lagerføring og distribution til disse i forvejen med selskaber under Dagrofa-koncernen.

4. Undersøgelserne af fusionen viser imidlertid, at overtagelsen ikke på nogen af de nævnte tre markeder fører til, at der skabes eller styrkes en dominerende stilling, der bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt. Dette indebærer, at fusionen vil kunne godkendes, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2.

Afgørelse

5. Det meddeles Dagrofa, at selskabets overtagelse af aktierne i ISO-ICA godkendes, jf. konkurrencelovens § 12 c, jf. stk. 2.

Sagsfremstilling og vurdering

6. Dagrofa A/S (herefter Dagrofa) har den 15. juli 2004 anmeldt sin overtagelse af ISO-ICA A/S, jf. konkurrencelovens § 12b, stk. 1.

7. Overtagelsen sker ved, at Dagrofa overtager samtlige aktier i ISO-ICA fra ICA Danmark A/S, herunder også ISO-ICA's 100 pct. ejede datterselskab ISO Indkøb A/S. Fusionen skal i henhold til overtagelsesaftalen have virkning fra den 1. juli 2004.

8. Den anmeldte overtagelse udgør en fusion efter konkurrencelovens § 12a, stk. 1, nr. 2, idet de virksomheder, der deltager i fusionen tilsammen omsætter for over DDK 3,8 mia. på det danske marked, ligesom begge deltagere hver for sig har en årsomsætning i Danmark på over DDK 300 mio., jf. konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1. Tærskelværdierne i EU's fusionskontrolforordning[1] er ikke overskredet.

9. Styrelsen har meddelt Dagrofa, at anmeldelsen af fusionen er fuldstændig pr. 29. juli 2004.

Parterne

10. **Dagrofa** ejer en række virksomheder, der er aktive inden for dagligvaresektoren: SuperGros A/S (63 pct. ejet) og Lekkerland A/S (75 pct. ejet) driver grossistvirksomhed over for dagligvarebutikker i hele Danmark – SuperGros over for supermarkeder, kiosker og tankstationer, mens Lekkerlands kunder primært er kiosker og tankstationer samt mindre købmænd og nærbutikker. Dagrofa S-Engros (100 pct. ejet) driver grossistvirksomhed på cash&carry-basis i hele landet samt distribution til mindre købmænd på Bornholm.

11. SuperGros samarbejder gennem Fællesindkøb I/S med Dreisler Storkøb A/S, Jacodan A/S, Rema 1000 og – indtil fusionen – ISO-ICA om indkøb af visse dagligvarer[2]. Konkurrencestyrelsen har meddelt en fritagelse for dette indkøbssamarbejde gældende indtil udgangen af 2006. Dagrofa's 50 pct. ejede virksomhed Sügro Danmark A/S samarbejder med 8 Sügro-grossister om indkøb (fra Lekkerland) og markedsføring over for disses kunder (kantiner, bagere, sportshaller og kiosker).

12. Derudover driver Dagrofa detailhandel gennem 21 supermarkeder beliggende først og fremmest på Fyn og i Jylland. Kun 3 ligger på Sjælland, heraf 2 i Nordsjælland/Storkøbenhavn.

13. Ud over handel med dagligvarer til detailhandelen ejer Dagrofa 51 pct. af cateringvirksomheden Catering Engros, der leverer cateringprodukter til professionelle kunder, herunder kantiner, restauranter og hospitaler.

14. Dagrofas koncernomsætning i Danmark udgjorde 2002/03 DDK 16,3 mia. Virksomheden er 55 pct. ejet af Skandinavisk Tobakskompagni A/S. Skandinavisk Tobakskompagni's koncernomsætning inkl. Dagrofa var i 2002/03 DKK 21,25 mia.

15. **ISO-ICA A/S** (ISO) er 100 pct. ejet af ICA-Danmark A/S, der igen er 100 pct. ejet af ICA AB i Sverige. ICA AB ejes 30 pct. af ICA Förbundet Invest AB (publ), 20 pct. af det norske selskab Canica AS og 50 pct. af det hollandske Royal Ahold N.V. ISO driver 13 større supermarkeder i Hovedstadsområdet og Nordsjælland. ISO's 100 pct. ejede datterselskab ISO Indkøb køber ind til supermarkederne, herunder en væsentlig del fra SuperGros og via samarbejdet i Fællesindkøb I/S. ISO havde i 2003 en omsætning på DKK 1,3 mia.

16. ICA AB er derudover ikke aktiv på det danske dagligvaremarked. Datterselskabet ICA Ejendomme driver virksomhed med udlejning af en enkelt ejendom.

Dagligvaremarkedet
17. Dagligvaremarkedet omfatter et stort antal varegrupper, der skal dække husholdningernes daglige forbrug: fødevarer (friske, forarbejdede, frosne mv.), nærings- og nydelsesmidler, rengøringsartikler, vaskemidler, personlig pleje og toiletartikler osv.

18. Omsætningen af dagligvarer i detailleddet sker gennem forskellige typer butikker. De vigtigste er supermarkederne, der sigter mod at kunne præsentere forbrugerne for et samlet udvalg af produkter inkl. friske fødevarer (mejeriprodukter, frugt og grønt og normalt ofte fersk kød). Supermarkedsgruppen dækker over forskellige butikstyper fra discountmarkeder med et begrænset sortiment på omkring 1.000 varenumre, til alm. supermarkeder (8-12.000 varenumre) og varehuse og lavprisvarehuse med endnu større vareudvalg. Dagrofa's datterselskaber køber ind og leverer til alle typer af supermarkeder, dog ikke lavprisvarehuse. Selskabets egne supermarkeder samt ISO's 13 forretninger hører til gruppen af større supermarkeder/varehuse. Der findes i alt ca. 2100 supermarkeder, heraf ca. 800 på Sjælland.

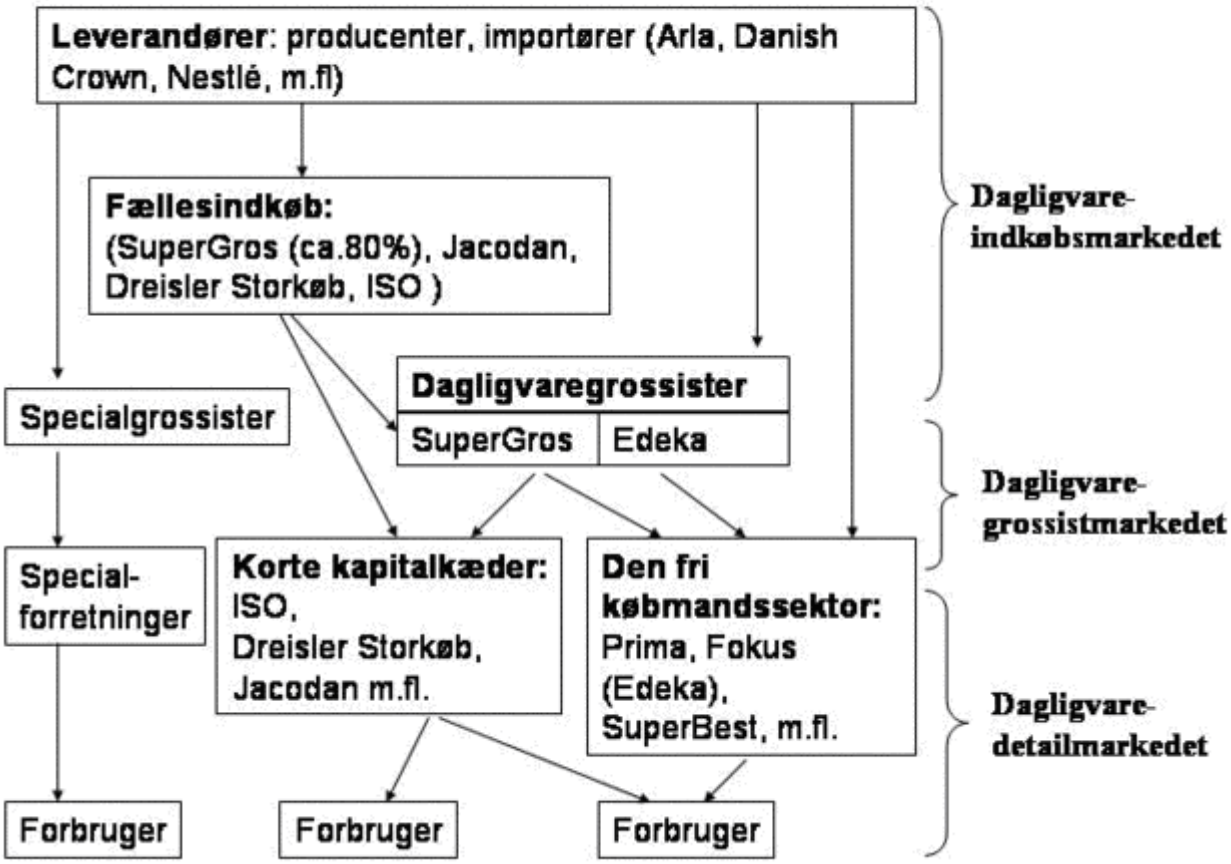
19. Ud over supermarkeder findes forskellige typer af dagligvarebutikker: kiosker, købmænd, tankstationer, bagere, "foodservice" og nærbutikker. De har et snævrere sortiment målrettet mod et bestemt kundesegment og fx kun et meget begrænset udvalg af friske fødevarer. Dagrofa's datterselskaber leverer til et stort antal af disse forretninger, hvorimod ISO ikke har været aktiv inden for dette område.

20. Dagligvarebutikkerne har en relativ høj omsætningshastighed og skal derfor være sikret leverancer af alle typer af dagligvarer mindst et par gange ugentligt. En række supermarkeder markedsfører sig med særlige slagtilbud hver uge. Det fører til stærkt øget salg af disse tilbudsvarer i en kort periode. Det er med til at skærpe kravene mht. en sikker styring af forsyningerne til den enkelte butiks forventede salg. I praksis er alle supermarkeder mv. i dag således tilknyttet et samarbejde, der forhandler indkøbsaftaler med leverandører, og en organisation, der tilrettelægger den nødvendige logistik med lagerføring, pluk og distribution til butikkerne inden for snævre tidsrammer.

21. Ved at gå sammen om indkøbsopgaverne kan dagligvarebutikkerne opnå betydelige kvantumsrabatter. Dertil kommer stordriftsfordele ved at gå sammen om lagerfaciliteter og distribution. Endelig samarbejder dagligvarebutikkerne om markedsføring mv. over for forbrugerne i kæder.

Relevante markeder
22. Fusionen berører tre markeder, som er relevante for vurdering af virkningerne. Det drejer sig om henholdsvis dagligvareindkøbsmarkedet (indkøb fra producenter, importører mv. til dagligvaregrossist/evt. direkte til dagligvareforretninger), dagligvaregrossistmarkedet (lagervirksomhed, salg og distribution til dagligvareforretninger) og dagligvaredetailmarkedet (dagligvareforretningers salg til forbrugere). Disse tre markeder er vertikalt forbundet, jf. nedenfor i figur 1, der viser varestrømmene samt eksempler på vigtige aktører.

Figur 1: Varestrømme og eksempler på aktører på de relevante markeder



Dagligvareindkøbsmarkedet

23. Dagligvareindkøbsmarkedet omfatter indkøbet af et stort antal varer fra producenter og grossister i Danmark og i udlandet. Konkurrenceretligt kan der argumenteres for at vurdere de enkelte varegrupper hver for sig, men i den foreliggende sag vil det ikke ændre vurderingen, og der er derfor ikke gennemført en sådan opdeling. Indkøbsmarkedet er således produktmæssigt afgrænset til samtlige produkter, der tjener til forsyning af supermarkeder mv.

24. Leverandørerne til dagligvaremarkedet er gennemgående danske virksomheder inkl. importører af udenlandske produkter. En opdeling af produktmarkedet efter varegrupper kan føre til, at visse markeder må vurderes inden for et område, som er bredere end Danmark. Vurderingen i det følgende bygger imidlertid på, at markedet som helhed geografisk afgrænses til Danmark, idet der selv med en sådan snæver afgrænsning af det relevante marked ikke er tegn på konkurrenceproblemer, jf. nedenfor.

25. Anmelder er enig i denne markedsafgrænsning, der også svarer til tidligere afgørelser[3].

26. De vigtigste indkøbere til danske supermarkeder er – ud over Dagrofa-koncernen - Coop Danmark, som køber ind til kooperationens egne detailforretninger samt til selvstændige brugser, Dansk Supermarked Indkøb, der forsyner supermarkeder og varehuse inden for DS-koncernen samt Edeka, der køber ind til et stort antal selvstændige, mindre supermarkeder.

27. Den største indkøber for dagligvarer under ét er Coop Danmark med over 30 pct. af markedet. Dagrofa (inkl. Fællesindkøb) vil med overtagelsen af ISO have en samlet andel på godt 26 pct.[4] Tilsvarende gælder de enkelte produktmarkeder. Dagrofa plus ISO vil således ikke blive den største aktør på dette marked.

28. De vigtigste konkurrenceparametre omfatter pris, produktudvalg (kvalitet, specialiteter mv.), leveringssikkerhed og tilhørende service. Indkøberne vil gerne kunne råde over de vigtigste mærker til en attraktiv pris samtidig med, at de gennem det indkøbte sortiment af fx specialiteter kan give deres kunder mulighed for at skille sig ud fra konkurrenterne. Blandt leverandørerne findes dels en række selskaber med betragtelig markedsstyrke og knowhow og dels nogle mindre producenter bl.a. af nicheprodukter og specialiteter.

29. Handelsvilkårene varierer alt efter varegruppen, men styrelsens undersøgelser viser, at selv om årsaftaler med de vigtigste leverandører er almindeligt forekommende, så er indkøbsmønstret ikke låst fast fx gennem aftaler med langvarig uopsigelighed eller eksklusivaftaler.

30. På den baggrund finder styrelsen samlet, at Dagrofa's overtagelse af ISO ikke fører til skabelse eller styrkelse af en dominerende stilling, der bevirker, at den effektive konkurrence på indkøbsmarkedet for dagligvarer hæmmes betydeligt.

Dagligvaregrossistmarkedet
31. Dette marked omfatter lagerdrift og distribution til dagligvarebutikker over hele landet. Anmelder gør gældende, at engrosmarkedet geografisk kan afgrænses til Danmark. Styrelsen er enig i dette.

32. De vigtigste dagligvaregrossister er Dagrofa's datterselskaber[5] samt Edeka. Dertil kommer Coop Danmark for salget til de selvstændige brugsforeninger.[6]

33. Anmelder gør gældende, at dagligvaregrossistmarkedet desuden inkluderer Coop Danmarks forsyning af egne butikker samt Dansk Supermarkeds leverancer til egne kædebutikker. Styrelsen er ikke enig i, at disse forsyninger indgår i det relevante engrosmarked. Leverancerne til Coop Danmarks henholdvis Dansk Supermarkeds egne butikker sker ikke på markedsvilkår, idet butikkerne, der ikke er selvstændige virksomheder i forhold til deres leverandør, ikke har nogen valgmulighed. Derfor kan kapitalkædernes "engrosomsætning" heller ikke indgå i beregningen af markedsandele for omsætningen på dagligvaregrossistmarkedet. Dagrofa's salg til koncernens egne (21) supermarkeder indgår heller ikke ved opgørelse af engrosomsætningen.

34. Dette udelukker ikke, at kapitalkædernes forhold har betydning for vurderingen af konkurrenceforholdene. Inden for dagligvarehandelen er der tale om vertikalt forbundne omsætningsled. Detailbutikker, der er del af Dansk Supermarked-koncernen og Coop Danmark-koncernen, konkurrerer med de selvstændige supermarkeder, der samarbejder med Dagrofa down-stream, ligesom der er en konkurrencesituation på indkøbsmarkedet upstream, jf. foran. Den konkurrence, der er mellem disse grupper på indkøbsmarkedet upstream og downstream på detailmarkedet, har indirekte betydning for vurdering af konkurrencen i det mellemliggende grossistled.

35. Dagrofa's overtagelse af ISO vil føre til, at den samlede omsætning på engrosmarkedet reduceres, idet salget til ISO-forretningerne ikke længere skal indgå, da det bliver et koncerninternt forhold. Dagrofa's salg til selvstændige købmænd formindskes med samme beløb, og tilsvarende reduceres Dagrofa's markedsandel en smule.

36. På den baggrund finder styrelsen, at der ikke er tilstrækkelig anledning til videre undersøgelser af konkurrenceforholdene på dette marked.

37. Samlet finder styrelsen derfor, at Dagrofa's overtagelse af ISO ikke fører til, at der skabes eller styrkes en dominerende stilling, der bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt.

Dagligvaredetailmarkedet
38. Dette marked omfatter supermarkeder mv.'s salg af dagligvarer til forbrugere. Anmelder gør gældende, at det geografiske marked skal afgrænses til Danmark.

39. Styrelsen finder, at det geografiske marked skal afgrænses snævrere. Det enkelte supermarked sælger kun til kunder inden for en vis radius. ISO's 13 forretninger er placeret i Storkøbenhavn og Nordsjælland, og det kan ikke antages, at fusionen i detailleddet vil få virkninger ud over dette område.

40. Den nærmere afgrænsning af det geografiske marked må bero på konkrete undersøgelser. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget sådanne konkrete undersøgelser for at fastlægge udstrækningen af det geografiske marked i denne sag. Det skyldes, at uanset om markedet afgrænses til Storkøbenhavn og Nordsjælland eller evt. noget bredere, fx til hele Sjælland, så ændrer det ikke ved vurderingen af overtagelsen, jf. nedenfor.

41. Dagrofa ejer i forvejen 21 supermarkeder placeret over hele landet, dog med en overvægt i området vest for Storebælt. Der er således kun tale om 3 butikker på Sjælland, heraf 2 i Storkøbenhavn og Nordsjælland. Selskabets markedsandel i dette område styrkes gennem overtagelsen af de 13 ISO-forretninger. Men selv om der er tale om forholdsvis store supermarkeder, så kommer Dagrofa herved ikke i nærheden af at indtage nogen dominerende stilling i området, jf. at der på Sjælland findes i alt 800 supermarkeder, heraf i Nordsjælland og Hovedstadsområdet over 450.

42. Den styrkelse, der sker af Dagrofa's stilling i området (hele Sjælland henholdsvis Storkøbenhavn og Nordsjælland) vil heller ikke føre til, at selskabet kommer til at råde over tilnærmelsesvis så stort et antal supermarkeder i området som Coop Danmark og Dansk Supermarked hver for sig.

43. De vertikale forbindelser inden for dagligvarehandelen mellem indkøbs-, grossist- og detailleddet er tætte, og Dagrofa's indflydelse i indkøbs- og engrosleddet har således også en vis betydning for konkurrencen på detailplan. Denne indflydelse gjorde sig imidlertid også gældende forud for overtagelsen, hvor ISO samarbejdede med Dagrofa om indkøb, lagerføring samt distribution. De ændringer, der sker gennem overtagelsen kan ikke påvirke det samlede billede mærkbart. Med hensyn til markedsføringen på detailplan, så har ISO-forretningerne været markedsført som et særskilt kædekoncept og har ikke haft noget fast samarbejde med de øvrige markedsføringskæder, som Dagrofa samarbejder med. Disse markedsføringskæders forhold påvirkes således ikke mærkbart ved overtagelsen.

44. Samlet finder styrelsen således, at Dagrofa's overtagelse af ISO ikke fører til, at der skabes nogen dominerende stilling på dagligvaredetailmarkedet, der bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt.

Konklusion

45. Dagrofa's overtagelse af ISO fører ikke til, at der skabes eller styrkes nogen dominerende position, der bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt. Dette gælder både for dagligvareindkøbsmarkedet, engrosmarkedet for dagligvarer og dagligvaredetailmarkedet.

46. Overtagelsen kan derfor godkendes, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2.

---

[1] Rådsforordning (EF) nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (EF-fusionsforordningen).
[2] Rema 1000 har offentliggjort, at de med udgangen af 2004 træder ud af dette samarbejde og i stedet vil samarbejde med Edeka., sewww.rema1000.dk/press/Pressemeddelelse
[3] Jf. www.ks.dk/konkurrence/afgørelser 29. august 2001 om Dagrofa's overtagelse af KC-Storkøb og 28. marts 2001 om Netto A/S' overtagelse af Suma Dagligvarer A/S.
[4] Heri er ikke taget hensyn til, at Rema 1000 med virkning fra ult. 2004 træder ud af Fællesindkøbet.
[5] Først og fremmest SuperGros for leverancer til supermarkeder mv. Derudover har leverancerne via Lekkerland (og Sügro Danmark) samt Dagrofa S-Engros betydning for konkurrencen til andre aftagere end supermarkederne.
[6] Forsyning med dagligvarer til andre virksomheder end supermarkeder sker også via Metro samt Inco Danmark.