

NOTAT

25. juni 2009
TIF
4/0120-0401-0038
/TBJ, JKM

Actebis Computer A/S' overtagelse af Ingram Micro ApS og Ingram Micro AB's danske aktiver

KONKURRENCESTYRELSEN

Konkurrencestyrelsen har den 31. marts 2009 modtaget endelig anmeldelse af Actebis Computer A/S' overtagelse af det danske selskab Ingram Micro ApS og det svenske selskab Ingram Micro AB's danske aktiver og medarbejdere.

**ØKONOMI- OG
ERHVERVS MINISTERIET**

Overtagelsen udgør en fusion omfattet af konkurrencelovens bestemmelser om fusionskontrol, hvilket betyder, at fusionen ikke må gennemføres, før Konkurrencerådet har godkendt den.

Konkurrencestyrelsen modtog allerede den 20. marts 2009 oplysning om fusionen, og styrelsen offentliggjorde den 24. marts 2009 fusionen på sin hjemmeside og opfordrede samtidig tredjeparter til at komme med bemærkninger hertil senest den 14. april 2009. Konkurrencestyrelsen har ikke modtaget bemærkninger til fusionen i forbindelse med denne offentlige høring.

1. Parterne

Actebis Computer A/S er ifølge anmeldelsen aktiv på grossistmarkedet for distribution af IT-produkter og tilknyttede ydelser i Danmark. Actebis Computer A/S er en del af Actebis Computer Nordic.¹ Actebis Computer Nordic har salgskontorer i Danmark, Norge og Sverige og sælger til forskellige typer forhandlere i disse lande. Actebis Computer Nordic er en del af "Actebis Gruppen", der er en af de største aktører på det europæiske IT-marked med aktiviteter i mange europæiske lande. Siden 2007 har investeringsselskabet Arques Industries AG været moderselskab for selskaberne i Actebis Gruppen. Actebis Computer A/S kaldes i det følgende "Actebis".

Ingram Micro ApS er et dansk selskab og er salgsgent for Ingram Micro AB på det danske marked.

Ingram Micro AB er et svensk selskab, der ifølge anmeldelsen ligeledes er aktiv på grossistmarkedet for distribution af IT-produkter samt relaterede tjenesteydelser. Aktiviteterne, der overdrages i denne sag, er koncentreret om salg til forhandlere i Danmark.

¹ Som tillige består af Actebis Computer AS (Norge) og Actebis Computer AB (Sverige).

Ingram Micro ApS og Ingram Micro AB er begge datterselskaber af Ingram Micro Nordic Holding Bvba i Belgien, der er ejet af Ingram Micro, Inc. i USA. Ingram Micro koncernen er primært aktiv på markedet for distribution af IT-produkter, men har også aktiviteter inden for Data Capture²/POS³ inden for EU. I andre dele af verden, særligt USA, har koncernen aktiviteter inden for audio- og videoprodukter.

2. Transaktionen

Der er tale om en aktivovertagelse, hvor Actebis overtager Ingram Micro ApS samt Ingram Micro AB's danske aktiver. Aktiverne består af Ingram Micro AB's "danske"⁴ lager af IT-produkter, leverandørordrer, kundeordrer, kundelister og kontorinventar. Endvidere overtages medarbejdere. De overtagne aktiver vil blive integreret i Actebis Computer Nordic. De erhvervede aktiver betegnes herefter "Ingram Micro DK".

Parterne har i forbindelse med fusionen aftalt en konkurrenceklausul, [...]

Overtagelsen er betinget af konkurrencemyndighedernes godkendelse.

3. Jurisdiktion

Parterne har oplyst, at Actebis' omsætning i Danmark i 2008 var [...] mia. kr. Ingram Micro DK's omsætning i Danmark i 2008 var [...] mia. kr.

Parterne har i den forbindelse oplyst, at eftersom Ingram Micro ApS alene er agent for Ingram Micro AB, eksisterer der ingen officiel opgørelse af omsætning i Danmark beregnet i overensstemmelse med konkurrencelovens regler. Omsætningen er i stedet baseret på interne rapporter hos Ingram Micro AB over den totale værdi af fakturaer udstedt af Ingram Micro AB til kunder lokaliseret i Danmark. [...]

De deltagende virksomheders samlede omsætning i Danmark er på mere end 4 mia. kr. og overstiger dermed omsætningstærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1. Overtagelsen udgør derfor en fusion omfattet af konkurrencelovens bestemmelser om fusionskontrol, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2. Det betyder, at overtagelsen skal anmeldes, jf. § 12 b, stk. 1, og ikke må gennemføres, før Konkurrencerådet har godkendt den, jf. § 12 c, stk. 5.

4. Markedsbeskrivelse

Actebis og Ingram Micro DK er begge grossister inden for salg af IT-produkter og tilknyttede tjenesteydelser. En typisk grossist modtager produkter fra mange forskellige producenter, og sælger produkterne videre til forhandlere eller direkte til

² Dvs. systemer til automatisk identifikation af objekter og dataindsamling, fx scannere til strekkoder, systemer til at scanne data m.v.

³ Point of Sales. Dvs. produkter til anvendelse ved salg (kasseterminaler m.v.) i fx butikker, restauranter, hoteller m.v.

⁴ Det vil sige lager af produkter til det danske marked, som dog befinder sig i Sverige.

slutkunder. Actebis og Ingram Micro DK sælger alene til forhandlere og har intet direkte salg til slutkunder.⁵ Begge parter er såkaldte ”broadline” IT-grossister, som ikke fokuserer på specifikke IT-produktkategorier, men tilbyder produkter inden for en lang række af kategorier.

TV (fladskærme) og kameraer indgår også i parternes salg til forhandlere i detailhandelen, som derefter sælger til forbrugere. Ingram Micro DK’s salg på dette marked er imidlertid ubetydeligt, og fusionen vil derfor ikke få betydning for disse markeder. Parternes salg indenfor TV og kameraer vil derfor ikke blive yderligere behandlet.

4.1. Produktmarkedet

Parterne har anført, at produktmarkedet er distribution af IT-produkter med tilknyttede tjenesteydelser. Virksomhedernes aktiviteter består i at købe en række forskellige produkter, pc’ere, servere, printere, netværk, software mv., fra forskellige – ofte multinationale – IT-producenter, og herefter videresælge produkterne til en række forskellige type forhandlere, som igen videresælger til slutbruger. Det er endvidere parternes opfattelse, at der i afgrænsningen af markedet skal medregnes det salg, som IT-producenter har direkte til forhandlere – det vil sige uden om grossisterne.

4.1.1. Tilknyttede tjenesteydelser

De tilknyttede tjenesteydelser kan fx bestå i et udvalg af logistik- og marketingtjenesteydelser samt finansielle ydelser til IT-detailforhandlere. Tjenesteydelser inden for logistik kan fx omfatte lagerføring eller toldbehandling samt forsendelse i forhandlerens navn direkte til slutbrugeren eller fremskaffelse af reservedele. Tjenesteydelser inden for marketing kan fx omfatte levering af testprodukter eller gratis reklameartikler. Hertil hører også assistance i forbindelse med opbygning af internetsalg. Finansielle tjenesteydelser kan fx omfatte kreditgivning, forsikringer og administration af fordringer. Tilknyttede tjenesteydelser omfatter desuden service og overtagelse af garantiarbejder.

EU-Kommissionen har i en række sager fundet, at engrossalg af IT-produkter er kendetegnet ved, at grossisterne tilbyder IT-produkter og tilknyttede tjenesteydelser ud fra et såkaldt ”one-stop-shop” princip, således at forhandlerne kan få alle produkter ét sted – herunder også de tilknyttede tjenesteydelser som er nævnt ovenfor.⁶

Konkurrencestyrelsen er enig med EU-Kommissionen i, at de tilknyttede tjenesteydelser ikke udgør et selvstændigt produktmarked. Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse har endvidere heller ikke vist, at tilknyttede tjenesteydelser skulle udgøre et selvstændigt produktmarked. Styrelsen finder derfor, at de nævnte lo-

⁵ I nogle enkelte tilfælde foretager parterne levering direkte til større slutbrugere som en ekstra service.

⁶ Se bl.a. EU-Kommissionens afgørelser i COMP/M.4868 – Avnet/Magirus Eid samt COMP/M.2223 – Getronics/Hagemeyer/JV.

gistik- og marketingtjenesteydelser samt finansielle ydelser er en del af det relevante produktmarked.

4.1.2. Produktkategorier

EU-Kommissionen har fundet, at engrossalg af IT-produkter er kendetegnet ved tre særlige faktorer: (i) et bredt sortiment, (ii) hurtig levering (normalt inden for en dag), og (iii) logistikkapacitet, der kan give grossisten en effektiv lagerstyring. Ved hjælp af disse faktorer, kan grossisterne tilbyde kunderne en "one-stop-shop" løsning.⁷ Som følge deraf konkurrerer grossisterne på en lang række forskellige produkter, pc'ere, servere, printere, netværk, software mv., og ikke blot på det enkelte produkt.⁸

I *CHS Electronics/Metrologie International* fusionen⁹ har EU-Kommissionen anført, at der er flere indikatorer for, at engrossalg af IT-produkter udgør et separat produktmarked. For det første er efterspørgslen rettet mod en lang række forskellige typer af IT-produkter. Dernæst er en stor lagerbeholdning typisk for grossisterne, idet de dermed kan levere produkterne hurtigt – inden for en dag – til kunderne. EU-Kommissionen anførte i sagen, at disse karakteristika netop er typiske for grossisternes salg, men ikke er sædvanlige, for så vidt angår IT-producenters salg og salg i efterfølgende led fra forhandlere af IT-produkter til andre forhandlere. På den baggrund fandt EU-Kommissionen, at engrossalg af IT-produkter udgør et separat marked indeholdende alle de forskellige kategorier af IT-produkter såsom pc'ere, printere etc. Denne konklusion blev gentaget i *Tech Data/Computer 2000* fusionen.

EU-Kommissionen har i *Arrow Electronics/Logix* fusionen¹⁰ og i *Tech Data/Scribona* fusionen¹¹ anført, at den – til trods for tidligere afgørelser, hvor produktmarkedet indeholdt alle IT-produktkategorier – ikke har udelukket, at der kan defineres et mere snævert produktmarked inden for enkelte produktkategorier. I de nævnte afgørelser fandt Kommissionen dog ikke anledning til at foretage en mere snæver markedsafgrænsning.

Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse i nærværende sag giver heller ikke styrelsen anledning til at foretage en mere snæver markedsafgrænsning end den, som fremgår af Kommissionens hidtidige praksis. Ifølge undersøgelsen efterspørger IT-forhandlerne generelt et bredt spektrum af IT-produkter. Respondenterne i Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse har endvidere ikke givet udtryk for, at markedet bør opdeles, for så vidt angår produktkategorier.

På baggrund af EU-Kommissionens hidtidige praksis og Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse, er det således styrelsens vurdering, at engrossalg af IT-

⁷ Se bl.a. EU-Kommissionens afgørelser i IV/M.1232 – Ingram/Macrotron samt IV/M.1179 – Tech Data/Computer 2000.

⁸ Se også EU-Kommissionens afgørelse i COMP/M.5091 – Tech Data/Scribona.

⁹ EU-Kommissionens afgørelse i IV/M.1192 - CHS Electronics/Metrologie International.

¹⁰ EU-Kommissionens afgørelse i COMP/M.5099 – Arrow Electronics/Logix.

¹¹ EU-Kommissionens afgørelse i COMP/M.5091 – Tech Data/Scribona.

produkter udgør et separat marked indeholdende de forskellige kategorier af IT-produkter såsom pc'ere, servere, printere, netværk, software m.v.

4.1.3. Direkte salg

Spørgsmålet i dette afsnit er, om det salg, som IT-producenterne har direkte til forhandlere og slutbrugere har en sådan betydning for engrossalget, at markedet for engrossalg af IT-produkter skal defineres således, at det omfatter både producenternes salg og grossisterens salg. Salg fra producenter til forhandlere og slutbrugere – dvs. udenom grossisterne – kaldes for ”direkte salg”.

Det er især de store IT-producenter som HP, Microsoft, IBM, Lenovo og Dell, som sælger direkte til forhandlere og større slutkunder. Parterne har anført, at ca. 30 pct. af salget af IT-produkter i Danmark stammer fra producenterne direkte salg.

EU-Kommissionen har i *Tech Data/Scribona* fusionen anført, at direkte og indirekte salg ikke synes at være fuld ud substituerbart for distributørernes (producenter og grossister) kunder i de nordiske lande (i sagen var der tale om Finland, Norge og Sverige). Dog viste Kommissionens markedsundersøgelse også, at en stor majoritet af distributørernes kunder ville flytte en signifikant del af deres handel over mod det direkte salg i tilfælde af varige prisforhøjelser på 5-10 pct.

Kommissionen konkluderede, at der ikke var tilstrækkeligt belæg for, at direkte og indirekte salg tilhører det samme produktmarked, men at det dog tydede på, at priserne hos de indirekte salgskanaler (grossisterne) er påvirket af det direkte salg. Kommissionen vurderede derfor, at konkurrencepresset på grossisterne fra det direkte salg skulle indgå i den konkurrencemæssige vurdering af fusionen. Kommissionen tog dog ikke endelig stilling til, om det direkte salg skulle inkluderes i markedet for engrossalg af IT-produkter.

I *Arrow Electronics/Logix* fusionen, som blandt andet berørte det danske marked, anførte Kommissionen, at direkte og indirekte salgskanaler ikke var fuldt ud substituerbare for forhandlere og detailhandlere, som var aktive i Danmark, fordi en væsentlig andel af forhandlerne ikke ville kunne købe direkte fra IT-producenterne på grund af utilstrækkelig volumen. Endvidere mente Kommissionen, at forhandlerne ville have et incitament til fortsat at handle hos grossisterne på grund af disses særlige karakteristika. Også i denne sag lod Kommissionen dog spørgsmålet om direkte salgs betydning stå åbent.

Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse i nærværende sag tyder på, at der er et vist direkte salg. De adspurgte forhandlere lægger ifølge besvarelsene samlet set ca. 15 pct. af deres køb direkte hos IT-producenterne (om end der også findes forhandlere, der slet ikke handler direkte hos producenterne). Omvendt har de adspurgte producenter samlet ca. 8 pct. af deres salg direkte til forhandlere. Derudover har producenterne ca. 33 pct. af deres salg direkte til slutkunder.

Selv om det både ifølge Kommissionen og Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse tyder på, at der er et anseeligt direkte salg fra producenter til forhandlere og

slutkunder, vil Konkurrencestyrelsen lade det stå åbent, hvorvidt det direkte salg skal inkluderes i markedet for engrossalg af IT-produkter, da det ikke har afgørende betydning for den konkurrencemæssige vurdering af fusionen.

4.2. Det geografiske marked

Det geografiske marked er ikke endeligt afgrænset af Kommissionen, fordi der ikke har været konkurrencemæssige betænkeligheder forbundet med tidligere fusioner på området.

Kommissionen har i *Tech Data Corporation/Azlan Group* fusionen¹² antaget, at markedsundersøgelserne understøttede en EU/EØS markedsdefinition, men i andre afgørelser har Kommissionen ment, at markedet antageligt var nationalt, muligvis regionalt med en vis grænseoverskridende handel. Denne konklusion var især baseret på grossisternes tidligere nævnte karakteristika med hurtig levering inden for én dag, hvilket stiller krav om en vis lokal tilstedeværelse.

Kommissionen konkluderede også i *Tech Data/Scribona* fusionen og *Arrow Electronics/Logix* fusionen, at der stadig var elementer (sprog, lokal tilstedeværelse), som indikerede, at markedet var nationalt. For så vidt angår det danske marked bemærkede Kommissionen i *Arrow Electronics/Logix*, at de fleste forhandlere, som opererede i Danmark, havde angivet, at de primært købte IT-produkter fra distributører, som havde en lokal tilstedeværelse.

Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse viser, at de adspurgte danske forhandlere køber ca. 20 pct. af deres IT-produkter hos producenter eller grossister i udlandet (om end der også findes forhandlere, der ikke køber ind i udlandet). Der er således indikationer på en vis konkurrence fra udlandet.

Konkurrencestyrelsen vil dog som Kommissionen lade den geografiske markedsafgrænsning stå åben, da det ikke har afgørende betydning for de konkurrencemæssige vurderinger af fusionen.

5. Parternes stilling på markedet

I det følgende opgøres fusionsparternes omsætning og markedsandele ved forskellige markedsafgrænsninger. Parternes omsætning er oplyst af parterne selv. For Actebis' vedkommende opgøres omsætning og markedsandel både for Actebis selv samt samlet for Arques-koncernen, hvori Actebis indgår. I Norden, EU og EØS har Arques koncernen en større omsætning på markedet for engrossalg af IT-produkter, end den omsætning, der alene kommer fra Actebis.

Den samlede markedsvolumen er baseret på tal fra European Information Technology Observatory (EITO), som jævnligt undersøger hele IT-markedet. EU-Kommissionen har tidligere accepteret anvendelse af EITO-tal som udgangspunkt

¹² Se EU-Kommissionens afgørelse i COMP/M.3107 – Tech Data Corporation/Azlan Group.

for vurdering af markedsandele. Konkurrencestyrelsen vurderer i denne sag, at EITO-tallene er tilstrækkeligt præcise til at vurdere parternes stilling på markedet.

Tallene fra EITO er opgjort for hele IT-markedet, hvilket både omfatter direkte og indirekte salg. EU-Kommissionen har i *Arques/Actebis* fusionen¹³ antaget, at der for et samlet EU-marked er en fordeling mellem direkte og indirekte salg, således at det direkte salg udgør 57 pct. af det samlede salg på markedet. Salget fra grossister vil således udgøre de resterende 43 pct.

Parterne har anført, at producenternes direkte salg i Danmark blot udgør ca. 30 pct. af det samlede salg. Parterne har henvist til EU-Kommissionens vurdering i *Arrow Electronics/Logix* fusionen, hvor Kommissionen anfører, at forholdene på det danske marked ikke er helt tilsvarende EU generelt.

Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse dækker ikke det totale direkte salg fra IT-producenterne, da styrelsen ikke har spurgt alle producenter og forhandlere i markedet. For de adspurgte forhandlere udgør den direkte handel med producenter dog ca. 15 pct. af det samlede køb. Producenterne har ca. 8 pct. af deres samlede salg til forhandlere, mens det direkte salg til slutkunder vurderes at udgøre ca. 33 pct. af det samlede salg. Selv om tallene er usikre, indikerer de, at der er et vist direkte salg også i Danmark. På den baggrund er parternes vurdering om 30 pct. direkte salg formentlig ikke urealistisk.

Parterne har anført, at Actebis efter fusionens gennemførelse formentlig ikke vil være i stand til at fastholde alle Ingram Micro DK's kunder. Dette baserer parterne på erfaringer fra andre transaktioner, herunder et vist kendskab til følgerne for andre grossister, som har været involveret i overdragelser og fusioner. Denne vurdering er efter Konkurrencestyrelsens vurdering noget usikker og er i øvrigt ikke dokumenteret yderligere af parterne. Konkurrencestyrelsen vil derfor lægge til grund, at alle Ingram Micro DK's kunder bliver overtaget af Actebis.

Af tabel 1 fremgår fusionsparternes omsætning på forskellige geografiske markeder samt markedsvolumen for et samlet marked opgjort både inklusiv og eksklusiv producenternes direkte salg. Markedsvolumen for grossistmarkedet i Danmark er opgjort med en antagelse om, at producenternes direkte salg udgør 30 pct. af det samlede salg på markedet. For Norden, EU og EØS er antagelsen, at det direkte salg udgør 57 pct., jf. EU-Kommissionens praksis.

¹³ Se EU-Kommissionens afgørelse i COMP/M.4866 – *Arques/Actebis*.

Tabel 1: Markedsvolumen samt fusionsparternes omsætning på forskellige geografiske markeder, mio. kr. i 2008.

	Markedet total inkl. direkte salg	Grossist- markedet total	Arques koncernen	Actebis	Ingram Micro DK
Danmark	23.000	16.100	[...]	[...]	[...]
Norden	96.900	41.700	[...]	[...]	[...]
EU	1.174.500	505.000	[...]	[...]	[...]
EØS	1.194.300	513.600	[...]	[...]	[...]

Kilde: EITO samt fusionsparterne.

På baggrund af disse tal kan fusionsparternes markedsandele både hver for sig og samlet opgøres. Af tabel 2 og 3 fremgår disse markedsandele. I tabel 2 er andelen beregnet inklusiv producenterens direkte salg, mens andelen i tabel 3 er opgjort ud fra, at markedet alene omfatter salg fra grossister.

Hvis markedet omfatter det direkte salg fra IT-producenter, og det geografiske marked afgrænses til Danmark, vil fusionsparternes samlede markedsandel efter fusionen være ca. [15-25] pct., jf. tabel 2. Med andre geografiske markedsafgrænsninger vil parternes samlede markedsandele være [0-5] pct. eller [0-10] pct.

Hvis markedet alene omfatter engrossalg fra grossister og det geografiske marked afgrænses til Danmark, vil fusionsparternes samlede markedsandel efter fusionen være ca. [25-35] pct., jf. tabel 3. Med andre geografiske markedsafgrænsninger vil parternes samlede markedsandele være [0-10] pct. eller [5-15] pct.

Tabel 2: Markedsandele for fusionsparterne inklusiv direkte salg, i pct. i 2008.

	Arques koncernen	Actebis	Ingram Micro DK	Arques + Ingram Micro DK
Danmark	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[15-25]
Norden	[0-10]	[0-10]	[0-5]	[0-10]
EU	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
EØS	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

Kilde: Kilde: EITO samt fusionsparterne.

På et dansk marked, hvor direkte salg fra producenter er inkluderet i markedet, skønnes parternes fire største konkurrenter efter fusionen hver at have en markedsandel på mellem 5 og 10 pct. Desuden vil der være en række aktører med markedsandele under 5 pct.

Tabel 3: Markedsandele for fusionsparterne eksklusiv direkte salg – dvs. salg alene fra grossister, i pct. i 2008.

	Arques koncernen	Actebis	Ingram Micro DK	Arques + Ingram Micro DK
Danmark	[15-25]	[15-25]	[0-10]	[25-35]
Norden	[5-15]	[5-15]	[0-5]	[5-15]
EU	[0-10]	[0-5]	[0-5]	[0-10]
EØS	[0-10]	[0-5]	[0-5]	[0-10]

På et dansk marked, hvor det direkte salg ikke medregnes, skønnes parternes at have to konkurrenter med en markedsandel på ca. [5-15] pct. og der vil derudover være en række aktører med markedsandele på 5 pct. eller derunder.

5.1. HHI og delta

EU-Kommissionen angiver, at markedsandele, koncentrationsgraden og ændringer heri på et marked giver nyttige indikationer på, hvornår fusioner kan være konkurrenceretligt problematiske.¹⁴ Koncentrationsgraden på et marked beregnes ofte som det såkaldte HHI-indeks.¹⁵ Ændringen i HHI før og efter en fusion angives som ”delta”.

Såfremt det antages, at der er tale om et dansk marked, som indbefatter et direkte salg fra producenterne på ca. 30 pct., kan HHI efter fusionen beregnes til 618-823.¹⁶ I dette tilfælde kan delta beregnes til 151.

Hvis markedet afgrænses til Danmark og udelukkende består af grossisterne salg kan HHI efter fusionen beregnes til 1.107-1.270, og delta kan beregnes til 309.

I tilfælde af at det geografiske marked afgrænses til Norden, EU eller EØS vil HHI efter fusionen under alle omstændigheder være mindre end 1.000 og delta vil være mindre end 55.

6. Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse

I undersøgelsen har Konkurrencestyrelsen spurgt en række producenter, grossister og forhandlere om oplysninger og har derudover anmodet virksomhederne om at

¹⁴ Jf. Retningslinier for vurdering af horisontale fusioner EU-tidende nr. C 031 af 05/02/2004.

¹⁵ Et markeds HHI beregnes som summen af kvadraterne af de enkelte virksomheders markedsandele (målt i pct.).

¹⁶ Der angives et interval, da Konkurrencestyrelsen ikke har kendskab til markedsandele for alle aktørerne i markedet. Den lave værdi fremkommer som HHI beregnet ud fra de kendte aktørers markedsandele og en antagelse om, at den resterende del af markedet består af mange aktører med en uendelig lille markedsandel. Ved den høje værdi er det antaget, at de resterende ukendte aktører i markedet har en markedsandel, der svarer til den mindste kendte aktørs.

komme med bemærkninger til den planlagte fusion. Konkurrencestyrelsen har modtaget svar fra 28 virksomheder (13 producenter, 8 grossister og 7 forhandlere). Det er dog ikke alle 28 virksomheder, der har svaret fyldestgørende på alle spørgsmål.

6.1. Generelle bemærkninger til fusionen

Konkurrencestyrelsen har spurgt, om fusionen giver anledning til betænkeligheder for den enkelte virksomhed. 24 respondenter har svaret på dette spørgsmål. 20 virksomheder har svaret "nej" til betænkeligheder. Virksomhederne giver forskellige begrundelser for svaret. For så vidt angår IT-producenter, har de blandt andet svaret følgende:

- "Konkurrencen situationen på det danske distributionsmarked vil stadigvæk være markant med [...] distributører af [...]."
- "Der har længe været for mange distributører på det danske marked. Det har påvirket den service man har kunnet levere."
- "[...] beslutter selv hvilke distributører vi vil arbejde sammen med i de enkelte lande."
- "Ingram Micro har aldrig været en aktiv spiller på [...]. Vi har derfor ingen forventninger om, at en overtagelse af Actebis skal ændre på den nuværende situation."
- "[...] se no problems with the merger between Ingram and Actebis in Denmark."
- "Vi antager at samarbejdet vil ske på væsentligt samme vilkår."
- "We do not believe that the proposed merger would have a significant impact on [...] nor do we believe that it would have a significant impact on the market for wholesale distribution of IT products in the EEA. We consider that Denmark is currently oversupplied with wholesale distributors and that the reduction in number is to be expected as part of a healthy market process."
- "Ingram Micros markedsandel på det marked [...] befinder sig på er ikke tilstrækkelig stor til at det vil rykke på konkurrenceforholdene i det pågældende marked."
- "Vi har stadig flere distributører, og mener ikke at Actebis får en særposition på det danske marked pga. fusionen."
- "Der vil fortsat være mange konkurrerende distributører på det danske marked [...]. Hertil kommer konkurrence fra andre distributører i EEA området..."
- "Rent markedsmæssigt giver fusionen ikke anledning til store bekymringer hos [...]. Der findes fortsat et stort antal distributører, som [...] kan samarbejde med."

IT-grossister har blandt andet anført følgende som begrundelse for manglende betænkeligheder:

- "Vi har ingen betænkeligheder, da det giver en konkurrent mindre."
- "Ingram er ikke primær konkurrent."
- "Vi er i et marked hvor måske 50 pct. af salget går via distributør. Resten kommer til forhandleren eller slutkunden [...] ad andre kanaler. Producenten"

terne har gennemgående 2 eller flere distributører og det vil de forsat have. Markedet har været præget af de for mange distributører og det gør de få store indkøbskanaler for stærke [...] i forhold til distributører, der derfor presses til betingelser, der er tabsgivende. IT distributører har samlet tabt penge år for år siden 2000, så de fusioner og lukninger der er sket og forsat vil ske er nødvendige og uundgåelige. Jo flere, jo hurtigere, jo bedre. Ellers ender den vigende del af den samlede omsætning der går gennem distributør på udenlandske hænder.”

- ”På visse områder har der kunnet ses en overdistribution på det tilgængelige danske marked. Enhver konsolidering vil derfor være medvirkende til at en sådan overdistribution bliver reduceret.”

Fire IT-forhandlere har ingen betænkeligheder ved fusionen og har herunder angivet følgende:

- ”Hvis der skulle opstå udfordringer kan vi købe direkte fra producent [...] Tech Data er forsat konkurrent til Actebis.”
- ”Der findes flere andre virksomheder på markedet som kan anvendes hvis Actebis ikke håndterer situationen som markedsledende professionelt.”
- ”[...] det er muligt at skifte.”
- ”Der er mulighed for at benytte andre distributører, både nationalt og internationalt.”

Fire virksomheder har svaret ”ja” til, at fusionen giver betænkeligheder. Der er tale om én IT-grossist og tre IT-forhandlere. De tre IT-forhandlere har herunder anført følgende:

- ”Det er helt sikkert en fusion, der vil bevirke, at vi kommer til at opleve prisstigninger på standard hard- og software produkter. Vi har desværre ikke megen anden mulighed end at hæve priserne på relevante varer. Derudover vil vi blive en leverandør fattigere til de store deals. Det vil have en effekt på prisen.”
- ”Mulighederne for at finde alternative grossister/leverandører indskrænkes naturligvis i takt med fusioner.”
- ”Hvis fusionen bliver gennemført vil konkurrencesituationen overordnet blive forværret og der vil kun være to såkaldte broadline-distributører på markedet i Danmark, Actebis og Tech-Data. Det vil helt klart påvirke hele detailmarkedet og især mindre forhandlere vil kunne komme i klemme. Yderligere ser vi en mulighed for en opsplitting af markedet mellem disse to distributører via producenterne.”

Den ene betænkelige IT-grossist har uddybet med følgende:

- ”En meget dominerende leverandør på det danske marked.”

6.2. Direkte salg fra producenter og fra udlandet samt mulighed for at vælge andre leverandører

For de adspurgte danske forhandlere udgør den direkte handel med producenter ca. 15 pct. af det samlede køb, jf. styrelsens markedsundersøgelse. Samme forhandlere køber ca. 20 pct. af deres IT-produkter hos producenter eller grossister i udlandet.

Der er dog forhandlere, som hverken køber varer hos producenter eller handler i udlandet.

De adspurgte producenter har ca. 8 pct. af deres samlede salg til forhandlere, mens det direkte salg til slutkunder vurderes at udgøre ca. 33 pct. af det samlede salg. Også her er der producenter, der kun sælger til grossister og altså ikke har direkte salg.

Konkurrencestyrelsen har spurgt forhandlerne om deres sandsynlige reaktion, hvis den største leverandør hævede sine salgspriser 5-10 pct. og alternative leverandører fastholder sine priser. Seks forhandlere har svaret på dette spørgsmål. Tre har svaret, at de vil finde en anden grossist, én vil købe direkte hos producenterne, og to vil enten finde en anden grossist eller købe hos producenterne. Ingen af forhandlerne har svaret, at de ville beholde den nuværende leverandør.

Konkurrencestyrelsen har spurgt virksomheder i alle led, om de har indgået aftaler om eneforhandling. Af de responderende virksomheder er der ingen (hverken producenter, grossister og forhandlere), som har indgået aftaler med virksomheder i foranstående eller efterfølgende led om eneforhandling af IT-produkter.

Desuden er forhandlere blevet spurgt om de indgår løbende indkøbsaftaler med grossisterne, og i givet fald om hvor lang opsigelsesvarsel, der typisk er på sådanne aftaler. Seks forhandlere har svaret på spørgsmålet om løbende aftaler. Tre forhandlere har ikke løbende aftaler, og for de tre øvrige forhandlere med løbende aftaler er det længste opsigelsesvarsel 3-6 måneder.

6.3. Øvrige forhold

Konkurrencestyrelsen har spurgt forhandlerne om hvilke faktorer, der er de vigtigste ved valg af leverandør. På baggrund af de indkomne svar tegner der sig et billede af, at de to vigtigste konkurrenceparametre for forhandlerne er hurtig og stabil levering fra leverandørens side samt prisen. Den gennemsnitlige vurdering af vigtigheden af hurtig og stabil levering er 9,3 (på en skala fra 1 til 10, hvor 10 er vigtigst). Den gennemsnitlige vurdering af prisens vigtighed er 6,9.

Konkurrencestyrelsen har endvidere undersøgt mobiliteten ved at spørge om forhandlernes tilgang og afgang af leverandører i 2008. Nogle forhandlere har hverken haft til- eller afgang af leverandører, mens andre har haft op til 25 pct. til- og afgang (beregnet ud fra antallet af leverandører). En enkelt forhandler har anført en afgang på 80 pct. Det er dog vanskeligt på denne baggrund at konkludere noget entydigt vedrørende mobiliteten i markedet.

7. Vurdering

Vurderingen af fusionens effekt på det relevante marked tager udgangspunkt i parternes oplysninger og Konkurrencestyrelsens egne oplysninger om markederne, herunder især styrelsens gennemførte markedsundersøgelse.

Som det fremgår ovenfor, vil Actebis på et marked afgrænset til Danmark, og hvor et direkte salg fra producenter ikke er inkluderet, opnå en markedsandel på ca. [25-35] pct. Før fusionen har Actebis en markedsandel på [15-25] pct., mens Ingram Micro DK, som overtages, skønnes at have en markedsandel på [0-10] pct. Der er tale om, at den i forvejen største aktør på markedet overtager en af de største øvrige aktører. Actebis største konkurrenter er noget mindre med en markedsandel på ca. [5-15] pct. Der eksisterer dog samtidig en række mindre aktører på markedet med en markedsandel på under 5 pct.

Kommissionen angiver generelt, at *”Det er usandsynligt, at Kommissionen vil påvise horisontale konkurrencemæssige problemer på et marked med et HHI efter fusionen på under 1.000. Sådanne markeder vil normalt ikke kræve en indgående undersøgelse. Det er også usandsynligt, at Kommissionen vil påvise horisontale konkurrencemæssige problemer ved et HHI efter fusionen på mellem 1.000 og 2.000 og et delta under 250, eller et HHI efter fusionen på over 2.000 og et delta under 150, medmindre der foreligger særlige omstændigheder, som for eksempel hvis en eller flere af følgende faktorer gør sig gældende: a) en fusion involverer en potentiel ny virksomhed på markedet eller en virksomhed, der for nylig er kommet ind på markedet, og som har en beskedne markedsandel, b) en eller flere af fusionsparterne er særdeles innovative, uden at det giver sig udslag i markedsandelene, c) der er betydeligt krydsejerskab blandt markedsdeltagerne, d) en af fusionsparterne er en egenrådig (”maverick”) virksomhed, som med stor sandsynlighed vil ødelægge en koordineret adfærd, e) der er tegn på tidligere eller eksisterende koordinering eller praksis, der letter koordinering på markedet, eller f) en af fusionsparterne har en markedsandel på mindst 50 pct. inden fusionen.”*¹⁷

Parterne har anført, at ingen af de ”særlige omstændigheder”, som er nævnt i Kommissionens retningslinier, foreligger i denne sag. Heri er Konkurrencestyrelsen enig.

Det bør nævnes, at en overskridelse af tærskelværdierne for HHI og delta som nævnt i Kommissionens retningslinier ikke automatisk medfører, at en fusion er problematisk i konkurrencemæssig forstand. Dette vil også afhænge af de øvrige forhold på markedet. Kommissionens retningslinier vejleder kun om, hvornår en fusion antages ikke at give anledning til problemer.

Med den snævreste markedsafgrænsning kan HHI efter fusionen opgøres til 1.107-1.270 – altså mere end Kommissionens tærskelværdi på 1.000. Samtidig kan delta opgøres til 309 – dvs. 59 mere end Kommissionens tærskelværdi for delta på 250, når HHI er over 1.000. Denne overskridelse af tærskelværdierne giver anledning til at vurdere fusionen nærmere.

Ved andre alternative markedsafgrænsninger for så vidt angår det geografiske område samt spørgsmålet om, hvorvidt markedet indbefatter det direkte salg fra pro-

¹⁷ Jf. pkt. 19-20 i retningslinierne.

ducenter, vil HHI og delta ligge under Kommissionens tærskelværdier, hvorfor det i så fald vil være usandsynligt, at der kan påvises konkurrenceproblemer.

Parterne har anført, at konkurrencen i markedet for distribution af IT-produkter i hele Europa er særdeles hård, og at markedet er kendetegnet ved meget lave marginer (ca. 4-5 pct. til grossisterne). Endvidere har markedet i hele Europa ifølge parterne igennem en årrække været kendetegnet ved overkapacitet med store underskud til følge i branchen, hvilket har ført til et forringet udbud og service i forhold til slutkunden. Det har medført, at en række virksomheder har måttet opgive at fortsætte som selvstændige virksomheder enten generelt eller ved at have opgivet lokal tilstedeværelse i enkelte lande. Overkapaciteten er opstået ved, at der er sket en stigning i producenternes direkte salg og et svagt fald i efterspørgslen siden 2006 inden for salg af IT-produkter.

Parterne har endvidere anført, at der som udgangspunkt ikke er bindinger mellem leverandører og forhandlere, og der er ingen loyalitet. Derfor kan kunderne hurtigt reagere på ændringer, som følge af fusionen. Markedet er endvidere kendetegnet ved høj gennemsigtighed og som følge heraf stor fokus på prisen. [...]

Endelig mener parterne, at det direkte salg bør inddrages for at vurdere den reelle konkurrencesituation, da det direkte salg udgør et reelt konkurrencepres. En prisstigning hos grossisterne vil forøge producenternes incitament til at gå uden om grossisten og endda sælge direkte til slutkunden, som fx Dell Computer gør. Parterne mener desuden, at det bør indgå i vurderingen af fusionen, at Ingram Micro DK har haft stor tilbagegang de senere år, hvor omsætningen er blevet mere end halveret. Virksomheden har således måttet erkende, at der ikke er udsigt til, at den i Danmark ville kunne fortsætte som en profitabel forretning.

Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse har i vid udstrækning bekræftet parternes opfattelse af markedet.

Styrelsen vurderer på baggrund af de foreliggende oplysninger, at forhandlere også efter fusionen vil have mulighed for at finde alternative leverandører til Actebis, hvilket også understøttes af, at IT-producenterne gennemgående anvender to eller flere distributører af deres produkter, jf. styrelsens markedsundersøgelse.

En del af virksomhederne i markedsundersøgelsen – både grossister og forhandlere – har således anført, at der fortsat findes et stort antal distributører, og det er muligt at skifte til andre – både nationalt og internationalt.

Desuden vurderes der at være et konkurrencemæssigt pres på grossisterne via producenternes direkte salg til forhandlere og slutkunder. Dette er bekræftet i Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse, hvoraf det fx fremgår, at forhandlere køber ca. 15 pct. af deres samlede køb hos producenter (5 ud af 7 forhandlere køber direkte hos producenterne).

Forhandlerne har derudover givet udtryk for, at de vil finde en anden grossist eller købe direkte hos producenterne, såfremt deres nuværende leverandør hæver sine salgspriser med 5-10 pct. Ingen forhandlere har svaret, at de vil beholde den nuværende leverandør. I markedsundersøgelsen har flere virksomheder (herunder også én forhandler) endvidere i deres kommentarer peget på, at det er muligt at købe direkte hos producenterne.

Dertil kommer, at der er et konkurrencepres fra udlandet. De fleste IT-forhandlere i styrelsens markedsundersøgelse køber direkte hos producenter eller grossister i udlandet. Samlet lægger forhandlerne 20 pct. af deres køb i udlandet.

Konkurrencestyrelsen vurderer desuden – som EU-Kommissionen i *Tech Data/Scribona* fusionen –, at konkurrencepresset på grossisterne fra det direkte salg skal indgå i den konkurrencemæssige vurdering af fusionen, selv om der ikke konkluderes på, hvorvidt det direkte salg også er en del af produktmarkedet. Derudover lægges der vægt på, at kun nogle forhandlere har løbende salgsaftaler med deres leverandører, og at det længste opsigelsesvarsel for disse aftaler kun er 6 måneder. Forhandlerne er derfor kun i beskedent omfang tidsmæssigt bundet til en bestemt leverandør.

Som nævnt anvender IT-producenterne gennemgående to eller flere distributører (foruden et eventuelt direkte salg), og det tyder derfor også på, at producenterne har mulighed for alternative leverandører, selv om Actebis køber Ingram Micro DK.

Der lægges i den forbindelse også vægt på, at ingen (hverken producenter, grossister eller forhandlere) har indgået aftaler om eneforhandling. Markedets aktører har derfor mulighed for at få distribueret deres produkter ad andre salgskanaler, hvis der er utilfredshed med den nuværende aftager.

For så vidt angår konkurrenceparametre, har Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse bekræftet, at IT-forhandlerne – sammen med hurtig og stabil levering – lægger vægt på prisen ved valg af leverandør. Desuden har en del respondenterne i Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse anført, at markedet er præget af for mange distributører, og at konsolidering er nødvendig.

På baggrund af markedsundersøgelsen samt kontakt til markedet er det endvidere Konkurrencestyrelsens vurdering, at der ikke er betydelige barrierer for grossister, der ønsker at træde ind på markedet.

Endelig bør det nævnes, at Konkurrencestyrelsen ikke har modtaget klager eller andre indikationer på, at der skulle være problemer med konkurrencen på markedet.

Med den snæverst mulige markedsafgrænsning - hvor der ikke tages hensyn til direkte salg, og hvor det lægges til grund, at det geografiske marked er Danmark - vil

Actebis efter fusionen have styrket sin position som førende markedsaktør ved at have øget sin markedsandel fra [15-25] pct. til [25-35] pct., jf. tabel 3.

Alle producenter og alle grossister på nær én i Konkurrencestyrelsens undersøgelse har ikke bekymringer i forbindelse med fusionen. Det gælder også 4 ud af 7 forhandlere.

Tre IT-forhandlere har sammen med en grossist udtrykt betænkeligheder ved, at Actebis overtager Ingram Micro DK, herunder givet udtryk for at fusionen vil medføre prisstigninger, indskrænke mulighederne for at finde alternative grossister/leverandører og overordnet forværre konkurrencesituationen. Dette kunne give anledning til bekymring for, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence på markedet betydeligt.

Følgende forhold taler imidlertid for, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence på markedet betydeligt.

- 6 ud af de 7 forhandlerne i Konkurrencestyrelsen markedsundersøgelse har svaret, at de vil finde en anden grossist eller købe direkte hos producenterne, såfremt deres nuværende leverandør hæver sine salgspriser med 5-10 pct.¹⁸
- 4 ud af 7 forhandlere har anført, at de ikke har betænkeligheder ved fusionen, og at det er muligt at finde andre leverandører, herunder også i udlandet.
- Forhandlerne køber ca. 15 pct. af deres samlede køb direkte hos producenterne, hvilket betyder, at der er et konkurrencemæssigt pres fra det direkte salg.
- Forhandlerne foretager ca. 20 pct. af deres samlede køb i udlandet, hvilket betyder, at der er et konkurrencemæssigt pres fra udlandet
- IT-producenterne har generelt to eller flere distributører, hvilket giver dem alternativer til Actebis.
- Ifølge Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse er der ikke aftaler om eneforhandling mellem aktører i de forskellige led i markedet.
- Kun nogle forhandlere har løbende salgsaftaler med deres leverandører, og i disse tilfælde er det længste opsigelsesvarsel kun 6 måneder. Forhandlerne er derfor kun i beskedent omfang tidsmæssigt bundet til en bestemt leverandør.
- Der er ikke identificeret nogen væsentlige barrierer for nye aktører til at etablere sig på markedet.
- Der er ikke indkommet nogen bemærkninger til fusionen efter, at Konkurrencestyrelsen d. 24. marts offentliggjorde fusionen på sin hjemmeside og opfordrede tredjeparter til at komme med bemærkninger til fusionen.
- Selv når den snævre mulige markedsafgrænsning lægges til grund er stigningen i koncentrationen målt ved ændringen i HHI (delta) begrænset. Delta er således kun 59 højere end Kommissionens tærskelværdi på 250,

¹⁸ Den sidste af de 7 forhandlere har ikke svaret på dette spørgsmål.

for hvornår Kommissionen vurderer, at det er usandsynligt, at der vil være konkurrencemæssige problemer ved en fusion.

Samlet set vurderer styrelsen derfor, at den anmeldte fusion mellem Actebis og Ingram Micro DK ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

7.1 Accessorisk aftale (konkurrenceklausul)

Parterne har aftalt en konkurrenceklausul. [...]

I det omfang en aftale indgås i tilknytning til selve fusionen og aftalen indeholder begrænsninger, der er direkte knyttet til og nødvendige for gennemførelsen af fusionen, er de automatisk omfattet af en beslutning om at godkende fusionen.

Ifølge pkt. 12 i EU-Kommissionens fortolkningsmeddelelse om accessoriske begrænsninger¹⁹ er det et krav, at begrænsningen er snævert forbundet med selve fusionen. At en aftale er nødvendig for gennemførelsen af fusionen betyder, at fusionen uden disse aftaler ikke kan gennemføres eller kun kan gennemføres på mere risikobetonede vilkår, med betydelig højere omkostninger, over en meget længere periode eller med langt større vanskeligheder, jf. meddelelsens pkt. 13.

For så vidt angår konkurrenceklausuler fremgår det af pkt. 18 i EU-Kommissionens retningslinier: *”For at køberen kan opnå den fulde værdi af de overdragne aktiver, må han sikres en vis beskyttelse mod konkurrence fra sælgerens side, således at han bliver i stand til at vinde kundernes loyalitet og assimilere og udnytte den overdragne knowhow. Sådanne konkurrenceforbud sikrer, at køberen får den fulde værdi af de overdragne aktiver, der normalt vil omfatte såvel materielle som immaterielle aktiver, herunder f.eks. den goodwill eller den knowhow, som sælgeren har oparbejdet. De er ikke alene direkte knyttet til fusionen, men også nødvendige for dens gennemførelse, fordi man med rimelighed kan gå ud fra, at salget af virksomheden eller dele af den ikke ville kunne gennemføres uden sådanne konkurrenceforbud.”*

På dette grundlag er det Konkurrencestyrelsens vurdering, at den indgåede konkurrenceklausul mellem Actebis og Ingram Micro er en accessorisk begrænsning, som er nødvendig for fusionens gennemførelse.

Ifølge pkt. 20 Kommissionens retningslinier kan konkurrenceklausuler være berettigede i perioder på op til tre år, når der sammen med virksomheden også overdrages en loyal kundekreds i form af såvel goodwill som knowhow. Hvis virksomhedsoverdragelsen kun omfatter goodwill, er sådanne klausuler berettigede i perioder på op til to år.

Med en tidsmæssig begrænsning på to år er det Konkurrencestyrelsens vurdering, at konkurrenceklausulen indgået mellem Actebis og Ingram Micro ikke går videre,

¹⁹ Kommissionens meddelelse om konkurrencebegrænsninger, der er direkte knyttet til og nødvendige for gennemførelsen af fusioner (2005/C 56/03).

end hvad der efter EU-Kommissionens retningslinier må anses for tilstrækkeligt til at varetage hensynet til køber.

Ifølge pkt. 22 skal en konkurrenceklausuls geografiske udstrækning normalt være begrænset til det område, hvor sælgeren før virksomhedsoverdragelsen udbød sine produkter, eftersom køber ikke behøver at blive beskyttet mod konkurrence fra sælgers side i områder, hvor sælger ikke hidtil har været aktiv.

Da fusionen går ud på, at Ingram Micro sælger sine danske aktiviteter til Actebis, vurderer Konkurrencestyrelsen også her, at konkurrenceklausulen ikke går videre end hvad der ifølge EU-Kommissionens retningslinier er velbegrundet med henblik på at varetage købers hensyn. Det gælder også konkurrenceklausulens begrænsning i markedsføring og salg via en dansk hjemmeside. En dansk hjemmeside vil primært henvende sig til kunder i Danmark, hvorfor det er styrelsens vurdering, at et forbud mod at sælge på en dansk hjemmeside ligger inden for en rimelig geografisk udstrækning af forbuddet.

8. Konklusion

Actebis overtagelse af Ingram Micro DK godkendes, da fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.

Den af parterne indgåede konkurrenceklausul vurderes endvidere at være en accessorisk aftale.