



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Mánudagur, 22. maí 2017

Ákvörðun nr. 20/2017

Kaup S4S ehf. á öllu hlutafé í Ellingsen ehf.

I.

Málavextir og málsmeðferð

Upphaf þessa máls má rekja til þess að Samkeppniseftirlitinu barst með bréfi þann 30. desember 2016, tilkynning um kaup S4S ehf. (hér eftir S4S) á öllu hlutafé í Ellingsen ehf. (hér eftir Ellingsen), sbr. 5. mgr. 17. gr. a samkeppnislaga nr. 44/2005 og reglur nr. 684/2008 um tilkynningu samruna með síðari breytingum. Með tilkynningunni fylgdi svonefnd lengri samrunaskrá með upplýsingum um samrunann.

Með bréfi dags. 9. janúar 2017, tilkynnti Samkeppniseftirlitið samrunaaðilum að samrunaskráin væri ekki fullnægjandi í skilningi samkeppnislaga og að þeir frestir sem eftirlitið hefði til að rannsaka samrunann myndu ekki byrja að líða fyrr en bætt hefði verið úr nánar tilgreindum annmörkum. Viðbót við samrunaskrána barst með bréfi dags. 13. janúar s.á þar sem bætt var úr annmörkunum.

Með bréfi Samkeppniseftirlitsins, dags. 16. janúar 2017, var samrunaaðilum tilkynnt að nefnd samrunatilkynning teldist fullnægjandi samkvæmt ákvæðum samkeppnislaga, sbr. reglur Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008 um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum og reglur nr. 901/2011 um breytingar á þeim reglum. Í ljósi þess hefðu frestir Samkeppniseftirlitsins til að rannsaka samrunann skv. 17. gr. d. samkeppnislaga byrjað að líða frá og með þeim degi.

Í því skyni að meta möguleg samkeppnisleg áhrif samrunans var keppinautum á mörkuðunum fyrir heildsölu og smásölu á skófatnaði veittur kostur á að koma á framfæri sjónarmiðum og/eða afstöðu sinni vegna samrunans með bréfum, dags. 24. janúar og 10. og 21. febrúar 2017. Með umræddum bréfum fylgdi eintak af samrunaskránni ásamt síðari viðauka, án trúnaðarupplýsinga. Þá var í bréfunum ennfremur hvatt til þess að ef aðilarnir teldu sig hafa aðrar upplýsingar eða athugasemdir er tengdust umræddum mörkuðum eða framangreindum samruna, og að þeirra mati hefðu þýðingu við rannsókn málsins, að koma þeim á framfæri við eftirlitið. Umrædd sjónarmið bárust á tímabilinu 2. febrúar til 10. mars 2017 og verður nánar vísað til þeirra eftir því sem við á hér á eftir.

Þá aflaði Samkeppniseftirlitið upplýsingar frá Tollstjóra um sundurliðun á innflutningi á skófatnaði eftir nánari tilgreindum tollanúmerum fyrir árið 2016, með tölvupósti dags. 24. janúar 2017. Umbeðnar upplýsingar bárust þann 3. febrúar 2017.



Með bréfi Samkeppniseftirlitsins, dags. 16. febrúar 2017, var samrunaaðilum tilkynnt um þá ákvörðun eftirlitsins að frekari ástæða væri til rannsóknar á samkeppnislegum áhrifum samrunans sbr. 1. mgr. 17. gr. d. samkeppnislaga.

Eftir að búið var með upplýsingaöflun að skilgreina nokkra helstu keppinauta á heilðsölu- og smásöllumarkaði fyrir skó var 23 keppinautum samrunaaðila á heilðsölu- og smásöllumarkaði fyrir skó send bréf, þann 17. mars sl., þar sem m.a. var óskað eftir tekjuupplýsingum í því skyni að meta markaðshlutdeildir og möguleg samkeppnisleg áhrif samrunans. Nánar tiltekið var óskað eftir upplýsingum um heildartekjur, án virðisaukaskatts fyrir árin 2015 og 2016. Ennfremur var óskað eftir að upplýsingarnar yrðu sundurliðaðar eftir því sem við ætti fyrir sömu ár vegna sölu á smásöllumarkaði á skóm annars vegar og sölu á heilðsöllumarkaði á skóm hins vegar. Sömu upplýsinga var sömuleiðis aflað hjá samrunaaðilum. Þá var þeim keppinautum sem höfðu ekki fengið afrit af samrunaskránni ásamt síðari viðauka, án trúnaðarupplýsinga, send þau gögn og þeim gefinn kostur á að koma á framfæri sjónarmiðum og/eða afstöðu sinni vegna samrunans auk þess sem hvatt var til þess ef aðilarnir teldu sig hafa aðrar upplýsingar eða athugasemdir er tengdust umræddum mörkuðum eða framangreindum samruna, og að þeirra mati hefðu þýðingu við rannsókn málsins, að koma þeim á framfæri við eftirlitið. Gagnaöflun þessi stóð fram í apríl, og verður nánar vísað til þeirra eftir því sem við á hér á eftir.

Með tölvupósti, dags. 11. apríl 2017, óskaði Samkeppniseftirlitið eftir nánari upplýsingum um þau vörumerki sem S4S er með umboð fyrir hér á landi, ásamt með nánari greiningu á því hvaða vörumerki væru í beinni samkeppni við þau vörumerki sem S4S væri með umboð fyrir ásamt upplýsingum um hvaða fyrirtæki væru með þau umboð. Þá var einnig óskað eftir nánari upplýsingum um heilðsöluviðskipti S4S við smásölu-fyrirtæki, að því er varðar skó sem félagið er með umboð fyrir í heildverslun. Þar á meðal var óskað eftir afriti af öllum helstu umboðssamningnum S4S. Þessar upplýsingar bárust síðar í apríl.

II.

Samruninn

Samkvæmt 17. gr. samkeppnislaga telst samruni hafa átt sér stað þegar breyting verður á yferráðum til frambúðar. Er nánar tilgreint í a. til d. liðum 1. mgr. 17. gr. samkeppnislaga í hvers konar aðgerðum samruni getur falist. Í a-lið 1. mgr. kemur fram að þetta geti átt sér stað þegar breyting verður á yferráðum til frambúðar vegna samruna tveggja eða fleiri fyrirtækja eða hluta úr fyrirtækjum sem áður störfuðu sjálfstætt.

Í samrunatilkynningunni kemur fram að eðli samrunans sé með þeim hætti að S4S eignist allt hlutfé í Ellingsen en fyrirhugað sé að hið keypta félag verði rekið sem dótturfélag S4S. Þá kemur fram að samhliða samrunanum muni Sjávarsýn ehf. (hér eftir Sjávarsýn), móðurfélag Ellingsen, öðlast sameiginleg yferráð yfir S4S og Hliðaspori (félags sem er í eigu sömu aðila og eiga S4S og gegnir því hlutverki að vera leigutaki að verslunarhúsnæði sem verslanir í eigu S4S eru staðsettar og leigja áfram til S4S), ásamt Pétri Þór Halldórssyni, aðaleiganda S4S. Telur Samkeppniseftirlitið að kaupin feli í sér samruna í skilningi samkeppnislaga.



Samkvæmt samrunatilkynningunni á S4S og rekur skóverslanir á höfuðborgarsvæðinu. Nánar tiltekið á fyrirtækið og rekur verslanir Steinars Waage í Kringlunni og Smáralind, Kaupfélagið í Kringlunni og Smáralind, Ecco í Kringlunni, Skechers í Kringlunni og Toppskóinn í Grafarholti og í Kópavogi. Auk þess rekur félagið verslunina Air í Smáralind, sem er sérverslun með fatnað og skó frá vörumerkinu Nike. Þá rekur félagið ennfremur netverslanirnar www.skor.is og www.air.is þar sem hægt er að kaupa flestar þær vörur sem seldar eru í framangreindum verslunum. Ennfremur segir að S4S stundi heildverslun með skó hér á landi en félagið er umboðsaðili fyrir ýmis vörumerki hér á landi s.s. Ecco, Skechers, Vagabond o.fl. Tilgangur S4S er innflutningur, smásala og heildsala, rekstur fasteigna og lánastarfsemi. S4S er í eigu fjögurra hluthafa og hefur félagið ekki yferráð yfir öðrum félögum.

Hliðarspor er félag í eigu sömu aðila og eiga S4S. Rekstur Hliðarspors felst í því að vera leigutaki að því verslunarhúsnæði þar sem verslanir í eigu S4S eru staðsettar og leigja áfram til S4S. Engin frekari starfsemi er í Hliðarspori og félagið hefur ekki yferráð yfir öðrum félögum.

Ellingsen annast innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum. Reknar eru tvær verslanir undir merkjum Ellingsen og jafnframt eru vörur sem Ellingsen er með umboð fyrir og flytur inn seldar í smásölu af hálfu þriðja aðila. Tilgangur félagsins er verslun, bæði smásala og heildsala með hvers kyns vörur og starfsemi tengda því ásamt þátttöku í rekstri annarra félaga, lánastarfsemi og rekstur fasteigna. Ellingsen er að fullu í eigu Sjávarsýnar. Ellingsen fer ekki með yferráð annarra félaga.

Sjávarsýn er eignarhaldsfélag sem fjárfestir í öðrum félögum sem hafa rekstur með höndum. Félagið á í dag 100% hlutafjár í fjórum einkahlutafélögum, en um er að ræða Ellingsen, Gasfélagið ehf. sem flytur inn fljótandi gas og gashylki, Ísmar ehf. sem sérhæfir sig í tækjabúnaði til hvers konar landmælinga, vélstýringa og lasertækni og Tölvuþjónustan ehf. sem hefur með höndum rekstur fasteigna og aðra skylda starfsemi. Sjávarsýn er í fullri eigu Bjarna Ármannssonar og hefur félagið ekki yferráð yfir öðrum félögum en áður hafa verið nefnd.

Fram kemur að markmiðið með samrunanum sé að búa til öflugt verslunarfyrtæki á Íslandi sem sé vel í stakk búíð til að þjónusta viðskiptavinum sína, keppa á markaði hérlandis og svara þeirri samkeppni sem blasi við á næstu árum. Að mati samrunaaðila felist aukin samkeppni einkum í innkomu nýrra aðila í smásöluverslun á Íslandi og stórauðinni netsölu, bæði innanlands og erlendis. Að mati samrunaaðila leiði aukin samkeppni af sér nauðsyn á stærðarhagkvæmni til þess að hægt sé að bjóða viðskiptavinum samkeppnishæf verð og hafa af því fjárhagslegan ávinning á sama tíma.

III. Niðurstaða

1. Markaðir málsins

Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna samkvæmt 17. gr. c samkeppnislaga verður að byrja á því að skilgreina þann markað sem við á. Samkvæmt 4. gr. laganna er markaður skilgreindur sem sölusvæði vöru og staðgönguvöru eða þjónustu og staðgönguþjónustu. Staðganga er þegar vara eða þjónusta getur að fullu eða verulegu



leyti komið í stað annarrar vöru eða þjónustu. Með hliðsjón af hagfræðilegum rökum þarf að líta á viðkomandi markað út frá a.m.k. tveimur sjónarmiðum; annars vegar vöru- eða þjónustumarkaðinn og hins vegar landfræðilega markaðinn. Hafa ber þó í huga að markaðsskilgreiningar í samkeppnisrétti geta ekki orðið nákvæmar og eru aðeins notaðar til viðmiðunar, sbr. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 8/2008 *Fiskmarkaður Íslands hf. gegn Samkeppniseftirlitinu*.

Hvað varðar skilgreiningu á mörkuðum málsins þá kemur fram í samrunatilkynningunni að samrunaaðilum sé ekki kunnugt um að markaðirnir sem þeir starfi á hafi verið skilgreindir með nákvæmum hætti í fyrri ákvörðunum Samkeppniseftirlitsins. Þó megi nefna ákvörðun eftirlitsins nr. 26/2006, *Kaup Haga hf. á Res ehf.* og ákvörðun nr. 27/2006, *Kaup Haga hf. á Íshöfn ehf.* Í þeim ákvörðunum kom fram það mat Samkeppniseftirlitsins að fatamarkað mætti skilgreina í a.m.k. þrjá undirmarkaði, þ.e. lágvöruverðsmarkað, markað fyrir tískufatnað þar sem verðlagið sé í meðallagi hátt og markað fyrir hátískufatnað þar sem verðlag sé hlutfallslega hátt. Þá benda samrunaaðilar á ákvörðun eftirlitsins nr. 30/2015, *Kaup Sjávarsýnar ehf. á öllu hlutafé í Ellingsen ehf.*, þar sem fallist var á það af eftirlitinu að markað þann sem Ellingsen stafi á megi skilgreina sem markað fyrir innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum.

Að mati samrunaaðila megi skilgreina þann markað sem samrunaaðilar starfa á með grófum hætti þannig að um sé að ræða markað fyrir heildsölu og smásölu með hverskonar fatnað og fylgihluti. Þeim markaði megi svo skipta niður í undirmarkaði, ýmist eftir eðli þeirra vara sem um sé að tefla líkt og gert hafi verið í áður nefndum ákvörðunum nr. 26/2006 og 27/2006 eða tegund þeirra, þar með talið markað fyrir heildsölu og smásölu á skófatnaði en starfsemi samrunaaðila skarist einkum að því er varðar þær vörur. Nánar tiltekið megi skilgreina þá markaði sem samrunaaðilar starfi á sem heildsölu á fatnaði og fylgihlutum, smásölu á fatnaði og fylgihlutum og innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum.

Fram kemur í samrunatilkynningunni að á markaði fyrir heildsölu á fatnaði og fylgihlutum sé fjölbreytt vöruúrval og mikil breidd í framboði vara, en um sé að ræða fatnað af ýmsu tagi, fyrir ólík tilefni og aðstæður og fyrir alla aldurshópa, svo sem yfirhafnir, efri hluta, neðri hluta, kjóla, nærfatnað og sokka, margvíslega fylgihluti, ípróttafatnað, útivistarfatnað, barnaföt og svo mætti lengi telja. Af fyrrnefndum ákvörðunum eftirlitsins megi ætla að markaður fyrir heildsölu á skófatnaði falli innan markaðar fyrir heildsölu á fatnaði og fylgihlutum. Fjölmargir aðilar séu á umræddum markaði sem flytji inn bæði fatnað og skó sem og aðra fylgihluti, ýmist fyrir dömur, herra, börn eða bæði kyn og alla aldurshópa. Þó séu ekki margir aðilar sem starfi eingöngu á markaði fyrir heildsölu á fatnaði og skóm, en mjög algengt sé að þeir sem starfi á markaði fyrir smásölu á fatnaði og skóm flytji vörur sínar sjálfir inn frá erlendum framleiðendum eða birgjum. Í slíkum tilvikum stundi hlutaðeigandi aðilar oftast en ekki heildsölu til annarra innlendra aðila í minni mæli. Þá megi auk þess nefna að mun algengara sé að sportvörur, t.d. ípróttaskór, séu fluttar til landsins af heildsöluaðilum sem selji áfram til smásöluaðila innanlands en aðrar vörur svo sem venjulegir götuskór.

Á markaðnum fyrir smásölu á fatnaði og fylgihlutum starfi fjölmargir aðilar og bjóða þeir flestir fjölbreytt vöruúrval. Mikill breidd sé í framboði vara á umræddum markaði, en þar sé um að ræða fatnað af ýmsu tagi, fyrir ólík tilefni og aðstæður og fyrir alla aldurshópa,



líkt og á framangreindum heilðsölumarkaði. Miðað við fyrrgreindar skilgreiningar Samkeppniseftirlitsins á umræddum markaði fellur markaður fyrir smásölu á skófatnaði innan markaðar fyrir smásölu á fatnaði og fylgihlutum. Fjölmargir aðilar á umræddum markaði selji bæði fatnað og skó sem og aðra fylgihluti, ýmist fyrir dömur, herra, börn eða bæði kyn og alla aldurshópa. Þeir sem starfi á þessum markaði reki gjarnan bæði hefðbundnar verslanir sem og netverslanir, líkt og t.d. eigi við um verslanir í eigu S4S, en þess megi geta að netverslunum með fatnað og skó hafi fjölgað mikið undanfarin ár. Að mati samrunaaðila sé ekki ástæða til að skilja á milli hefðbundinna verslana og netverslana með fatnað og fylgihluti þegar kemur að skilgreiningu markaða heldur líti þeir svo á að um sama markað sé að ræða. Styðjist það ekki síst við þá staðreynd að margir aðilar reki bæði hefðbundnar verslanir og netverslun samhliða.

Á markaði fyrir innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum starfi einnig margir aðilar, en að mati samrunaaðila nær markaðurinn yfir hvers kyns útivistarbúnað, veiðibúnað, hjólræðavörur, viðlegubúnað og annað sem tengist útivist og útivistartengdri tómsundaiðju. Þá telji samrunaaðilar að markaður fyrir vélknúin ökutæki í tengslum við útivist s.s. snjósleða, fjórhjól, sexhjól, buggu bíla, sæpotur o.fl. rúmist innan skilgreiningar á markaði fyrir smásölu á útivistar- og lífstílsvörum.

Að mati samrunaaðila megi greina framangreinda markaði í undirmarkaði með nákvæmari hætti. S4S starfi bæði á smásölu- og heilðsölumarkaði fyrir fatnað og skó, en þó aðallega á undirmarkaði fyrir smásölu á skóm. Ellingsen starfi hins vegar aðallega á markaði fyrir innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum, þó að verslanir fyrirtækisins selji einnig skó í litlum mæli, bæði í heild- og smásölu.

Með hliðsjón af starfsemi S4S og þeirri skörun sem sé á starfsemi samrunaaðila telja þeir að rétt sé að skilgreina sérstaklega undirmarkaði fyrir heilðsölu og smásölu á skófatnaði sem þá markaði þar sem áhrifa samrunans gæti en samrunaaðilar telji ekki þörf á frekari skilgreiningu undirmarkaða í málinu, þar sem markaðshlutdeild samrunaaðila og tengdra aðila á öðrum mörkuðum sé ekki slík að haft geti teljanleg áhrif.

Hvaða varðar landfræðilega markaðinn þá er eins og áður hafi komið fram algengt að þeir sem starfi á markaði fyrir smásölu á fatnaði og fylgihlutum reki bæði hefðbundna verslun og netverslun samhliða. Með tilkomu netverslana séu landfræðilegir markaðir ekki eins afmarkaðir og áður. Þeir sem kaupi í netverslun geti gert það hvar á landi sem er, óháð staðsetningu viðkomandi verslunar sem sé þar með komin í samkeppni við þær verslanir sem staðsettar séu í nágrenni við kaupandann. Með vísan til þess telja samrunaaðilar að landfræðilegi markaður málsins sé allt Ísland. Að því er varði smásöluverslanir S4S og Ellingsen megi þó telja hugsanlegt að slíkir markaðir yrðu taldir meira afmarkaðir landfræðilega. Þá telja samrunaaðilar að landfræðilegur markaður fyrir heilðsölu á skóm og fylgihlutum sé einnig landið allt, Ísland. Loks telja samrunaaðilar einnig að sá landfræðilegi markaður sem tengdir aðilar starfi á sé landið allt, Ísland.

Með vísan til framangreinds líta samrunaaðilar svo á að skilgreindir markaðir málsins séu undirmarkaður fyrir smásölu á skófatnaði, undirmarkaður fyrir heilðsölu á skófatnaði og markaður fyrir innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum. Í öllum tilvikum sé landfræðilegur markaður Ísland að mati samrunaaðila. Hins vegar telja samrunaaðilar að áhrifa samrunans muni fyrst og fremst gæta á undirmarkaði fyrir smásölu á skófatnaði á



Íslandi og undirmarkaði fyrir heildverslun með skófatnað á Íslandi þar sem starfsemi samrunaaðila skarist einkum á þeim markaði. Þó beri að geta þess að skófatnaðurinn sem seldur sé af S4S annars vegar og Ellingsen hins vegar sé í meginatriðum ólíkur þar sem Ellingsen selji einkum útivistarskófatnað en slíkur skófatnaður sé ekki seldur hjá S4S.

Að mati samrunaaðila er mikil samkeppni á nefndum mörkuðum og á honum starfi fjölmargir aðilar, stórir og smáir. Séu samrunaaðilar í samkeppni við stóra aðila með sterka stöðu, oft á tíðum rótgrónar verslanir og fjölbreytt viðskiptamódel, svo sem Haga og NTC, en einnig fjölmarga minni aðila.

Þá er það mat samrunaaðila að aðgangshindranir séu ekki til staðar inn á skilgreinda markaði. Þetta megi glögglega greina af þeim mikla fjölda aðila sem starfandi séu á hlutaðeigandi mörkuðum og hvorki megi greina lagalegar né efnahagslegar hindranir sem aftri aðilum frá því að hefja starfsemi eða hefti vöxt þeirra sem fyrir séu. Þá megi geta þess að umræddir markaðir ráðist eðli máls samkvæmt nokkuð af ríkjandi efnahagsástandi hverju sinni, umfram aðra þætti. Þá muni væntanleg koma Costco og H&M til Íslands óneitanlega hafa áhrif á samkeppni á þeim mörkuðum sem um ræðir.

Loks megi nefna að þekkt sé að Íslendingar kaupi mikið magn af fatnaði og fylgihlutum í útlöndum og flytji með sér til landsins eða í gegnum erlendar netverslanir. Niðurfelling tolla á fatnaði og fylgihlutum hafi þar ekki síst áhrif, auk styrkingar krónunnar gagnvart erlendum gjaldmiðlum að undanfögnu. Auk þess sé algengt að íslenskir smásöluaðilar flytji inn vörur til eigin endursölu í miklum mæli. Þrátt fyrir að slík viðskipti hafi ekki bein áhrif á landfræðilega skilgreiningu hlutaðeigandi markaða þá megi vera ljóst að þetta veiti íslenskum heild- og smásöluaðilum verulegt samkeppnislegt aðhald að mati samrunaaðila.

Hvað sem framangreindu líði þá sé það mat samrunaaðila að markaðsráðandi staða sé ekki að verða til eða styrkjast auk þess sem engar líkur séu á því að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti.

Eins og áður segir á S4S og rekur skóverslanir á höfuðborgarsvæðinu, nánar tiltekið verslanirnar Steinar Waage í Kringlunni og Smáralind, Kaupfélagið í Kringlunni og Smáralind, Ecco í Kringlunni, Skechers í Kringlunni og Toppskóinn í Grafarholti og í Kópavogi. Auk þess rekur félagið verslunina Air í Smáralind, sem er sérverslun með fatnað og skó frá vörumerkinu Nike. Þá rekur félagið ennfremur netverslanirnar www.skor.is og www.air.is þar sem hægt er að kaupa flestar þær vörur sem seldar eru í framangreindum verslunum. Þá stundar S4S jafnframt heildverslun með skó en félagið er umboðsaðili fyrir ýmis vörumerki hér á landi s.s. Ecco, Skechers, Vagabond o.fl.

Ellingsen annast aftur á móti aðallega innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum þó að verslanir fyrirtækisins selji einnig skó í litlum mæli, bæði í heild- og smásölu. Reknar eru tvær verslanir undir merkjum Ellingsen og jafnframt eru vörur sem Ellingsen er með umboð fyrir og flytur inn seldar í smásölu af hálfu þriðja aðila.

Eins og áður segir er það mat samrunaaðila að þeir markaðir sem samruninn muni hafa hvað mest áhrif á séu undirmarkaðirnir fyrir smásölu og heildsölu á skófatnaði og markaðurinn fyrir innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum. Samrunaaðilar taka þó



fram að skófatnaðurinn sem seldur sé af S4S annars vegar og Ellingsen hins vegar sé í meginatriðum ólíkur þar sem Ellingsen selji einkum útivistarskófatnað en slíkur skófatnaður sé ekki seldur hjá S4S.

Að mati Samkeppniseftirlitsins er ekkert sem hefur komið fram við rannsókn málsins sem gefur ástæðu til að skilgreina beri markaðinn með öðrum hætti en samrunaaðilar hafa talið. Hins vegar er það þó mat eftirlitsins að unnt væri að skilgreina markaði málsins með enn þrengri hætti en samrunaaðilar leggja til, t.d. eftir skótegundum. A.m.k. getur það haft þýðingu við mat á samruna ef samrunaaðilar selja í meginatriðum ólíkan skófatnað, til ólíkra nota. Upplýsingaöflun á þessum markaði gefur vísbendingar um þetta.

Með vísan til framanritaðs er það mat Samkeppniseftirlitsins að þeir markaðir sem samrunaaðilar starfa á og varða þetta mál séu fyrst og fremst eftirfarandi markaðir:

- Markaður fyrir smásölu á skófatnaði.
- Markaður fyrir heildsölu á skófatnaði.
- Markaður fyrir innflutning og sölu á útivistar- og lífstílsvörum.

Að mati Samkeppniseftirlitsins mun samrunans einkum gæta á markaði fyrir smásölu á skófatnaði og markaði fyrir heildsölu á skófatnaði, þar sem starfsemi samrunaaðila skarast.

Samkeppniseftirlitið fellst ennfremur á þá skilgreiningu samrunaaðila að landfræðilegur markaður málsins sé Ísland.

2. Samkeppnisleg áhrif samrunans

Við mat á samkeppnislegum áhrifum af samruna ber að líta til þess hvort samruninn leiði til þess að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist eða samruninn leiði til þess að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti sbr. 17. gr. c samkeppnislaga.

Samkvæmt 4. tl. 1. mgr. 4. gr. samkeppnislaga er markaðsráðandi staða fyrir hendi þegar fyrirtæki hefur þann efnahagslega styrkleika að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og getur að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda. Í úrskurði áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 3/2008, *Hf. Eimskipafélag Íslands gegn Samkeppniseftirlitinu* kemur fram að við mat á stöðu fyrirtækja á markaði skipti mestu að huga að markaðshlutdeild og því skipulagi sem ríkir á markaðnum. Markaðshlutdeild veiti sterka vísbendingu um markaðsráðandi stöðu, sbr. dóm Hæstaréttar í máli nr. 188/2010, *Hagar hf. gegn Samkeppniseftirlitinu og íslenska ríkinu*.

Það er meginregla í samkeppnisrétti að fyrirtæki sem er með 50% markaðshlutdeild eða meira á hinum skilgreinda markaði er talið markaðsráðandi, nema skýr sönnunargögn bendi til annars.¹

¹ Sjá hér t.d. dóm undirréttar ESB frá 30. janúar 2007 í máli nr. T-340/03 *France Télécom v Commission*: „...although the importance of market shares may vary from one market to another, very large shares are in themselves, and save in exceptional circumstances, evidence of the existence of a dominant position (*Hoffman-La Roche v. Commission*, paragraph 80 above, paragraph 41, and *Case T-221/95 Endemol v Commission* [1999] ECR II-1299, paragraph 134). The Court of Justice held in *Case C-62/86 AKZO v Commission* [1991] ECR I-3359, paragraph 60, that this was so in the case of a 50% market share.”



Með viðmiðinu skipulag á markaðnum er vísað til ýmissa ólíkra atriða sem talin eru geta gefið vísbendingar um markaðsráðandi stöðu, sbr. t.d. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 4/2006, *Dagur Group hf. gegn Samkeppniseftirlitinu*. Sem dæmi um slík atriði má nefna hvort aðgangur að markaðnum sé auðveldur og hvort viðkomandi fyrirtæki sé almennt öflugt með hliðsjón af fjármagni, tækjum og framboði af vöru eða þjónustu.

Eins og áður segir er það mat samrunaaðila þessa máls að markaðsráðandi staða sé ekki að verða til eða styrkjast auk þess sem engar líkur séu á því að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti með samrunanum.

Áður hefur komið fram að S4S eiga og reka margar af helstu skóverslunum höfuðborgarsvæðisins, nánar tiltekið Steinar Waage, Kaupfélagið, Ecco, Skechers og Toppskóinn. Auk þess sem félagið rekur verslunina Air í Smáralind auk netverslana www.skor.is og www.air.is. Þá rekur S4S einnig heildverslun með skó en félagið er umboðsaðili þekktra vörumerkja hér á landi. Ellingsen aftur á móti rekur tvær verslanir sem eru aðallega með sölu á útivistar- og lífstílsvörum auk þess sem vörur sem fyrirtækið er með umboð fyrir eru seldar í smásölu af hálfu þriðja aðila.

Við upplýsingaöflun vegna rannsóknar samruna þess sem hér er til umfjöllunar var m.a. óskað eftir sundurliðun á innflutningi á skófatnaði eftir nánar tilgreindum tollanúmerum fyrir árið 2016 frá Tollstjóranum auk tekjuupplýsinga vegna árána 2015 og 2016 frá 23 keppinautum samrunaaðila á heildsölu og smásölumarkaði fyrir skó, auk samrunaaðila, í því skyni að meta stærð markaða málsins og markaðshlutdeild samrunaaðila á þeim og möguleg samkeppnisleg áhrif samrunans.

Af fyrirliggjandi upplýsingum og gögnum er ljóst að S4S fluttu inn allstóran hluta af þeim skóm sem fluttir voru til landsins á árinu 2016. Stór hluti þeirra er seldur í eigin verslunum S4S, en hluti í heildsölu. Á heildsölumarkaði er staða S4S nokkuð sterk, en þar starfa þó einnig 3-4 aðrir stórir og öflugir keppinautar. Er Ellingsen einungis að mjög litlu leyti starfandi á þeim markaði og felur samruninn því í sér afar litla viðbót við markaðshlutdeild S4S.

Hins vegar er ljóst að staða S4S á markaði fyrir smásölu á skófatnaði hér á landi er mjög sterk og er félagið langstærsti aðilinn á þeim markaði. Á heildarmarkaði fyrir smásölu á skófatnaði má ætla að markaðshlutdeild S4S liggja á bilinu 40-50%. Að mati Samkeppniseftirlitsins eru þó ekki efni til þess að slá því föstu að markaðsráðandi staða sé að verða til eða styrkjast, eða að samruninn hindri samkeppni að öðru leyti. Í því efni lítur Samkeppniseftirlitið til eftirfarandi þátta:

- Á heildarmarkaði fyrir smásölu á skófatnaði liggur fyrir að S4S bætir ekki við sig mikilli markaðshlutdeild við samrunann, en markaðshlutdeild Ellingsen er undir 5%.
- Í því sambandi hefur þýðingu að ekki eru forsendur til að líta svo á að Ellingsen hafi veitt S4S mikilvægt samkeppnislegt aðhald. Ellingsen hefur í meginatriðum



selt sérhæfðan útivistarskófatnað, sem S4S hefur ekki selt eða ekki lagt áherslu á. Því er um að ræða ólíkan skófatnað til ólíkra nota.

- Nýir keppinautar hafa komið inn á markaðinn undanfarin ár, auk þess sem að fram komin sjónarmið gefa ekki vísbendingar um verulegar aðgangshindranir á markaðnum. Þannig gefur upplýsinga- og gagnaöflun Samkeppniseftirlitsins t.d. ekki til kynna að umboðssölusamningar standi því í vegi að aðrir keppinautar hefji innflutning og sölu á vörumerkjum sem S4S hefur lagt áherslu á.
- Af þeim tölulegu upplýsingum sem aflað var frá Tollstjóra sést að einhverju marki séu skór keyptir í erlendum netverslunum og fluttir til landsins af einstaklingum. Ekki er í þessu máli hægt að líta svo á að slík sala teljist á sama markaði, en getur þó undir vissum kringumstæðum falið í sér ákveðið aðhald fyrir verslanir sem hér starfa.

Að öllu framangreindu virtu telur Samkeppniseftirlitið að ekki séu forsendur til að ætla að kaup S4S á öllu hlutafé í Ellingsen hafi skaðleg áhrif á samkeppni á mörkuðum málsins og því ekki forsendur til íhlutunar í þessu máli á grundvelli 17. gr. samkeppnislaga. Hins vegar er líklegt að samrunar sem leiða til frekari samþjöppunar á þessum markaði kalli á ítarlegri rannsóknir, í ljósi þess að markaðshlutdeild hins sameinaða fyrirtækis er orðin veruleg.

IV. Ákvörðunarorð

„Kaup S4S ehf. á öllu hlutafé í Ellingsen ehf. fela í sér samruna í skilningi samkeppnislaga nr. 44/2005. Samkeppniseftirlitið telur ekki ástæðu til að aðhafast frekar vegna umrædds samruna á grundvelli 17. gr. samkeppnislaga.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson