



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Miðvikudagur, 15. nóvember 2012

Ákvörðun nr. 26/2012

Samruni Samhentra Kassagerðar ehf. og Vörumerkingar ehf.

I.

Málavextir og málsmeðferð

Með samrunaskrá sem móttekin var 22. júní 2012 var tilkynnt um samruna Samhentra Kassagerðar ehf. (hér eftir Samhentir) og Vörumerkingar ehf. (hér eftir Vörumerking). Samrunatilkynningin var útbúin í samræmi viðauka I við reglur nr. 684/2008 um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum. Fullnægð tilkynningin skilyrðum samkeppnislaga um tilkynningu samruna. Með bréfi, dags. þann 26. júlí 2012, tilkynnti Samkeppniseftirlitið að stofnunin teldi ástæðu til frekar rannsóknar á samkeppnislegum áhrifum samrunans.

Vegna rannsóknar málsins hefur Samkeppniseftirlitið aflað ýmissa gagna og fundað með samrunaaðilum. Að því marki sem Samkeppniseftirlitið telur upplýsingar og viðhorf aðila skipta máli fyrir athugun þessa máls er þeirra getið í ákvörðuninni.

Viðræður samrunaaðila við Samkeppniseftirlitið um sátt í málinu hafa leitt til þess að aðilar hafa gengist undir sátt á grundvelli 17. gr. f. samkeppnislaga og 22. gr. reglna um málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins nr. 880/2005. Sáttin felur í sér að samruna þessa máls eru sett skilyrði en nánar er vikið að þeim í niðurstöðukafla ákvörðunar þessarar.

II.

Niðurstöður

1. Samruninn

Samkvæmt 17. gr. samkeppnislaga telst samruni hafa átt sér stað þegar breyting verður á yfirráðum til frambúðar. Samruni getur þannig m.a. fallist í því að fyrirtæki nái yfirráðum í heild eða að hluta yfir öðru fyrirtæki, t.d. með því að kaupa eignir þess í heild eða að hluta, sbr. c-lið 1. mgr. 17. gr. Getur samruni fallist í því að fyrirtæki taki yfir hvers kyns eignir annars fyrirtækis.¹

¹ Sjá t.d. leiðbeiningarreglur framkvæmdastjórnar EB frá 10. júlí 2007 um m.a. skilgreiningu á hugtakinu samruni (COMMISSION CONSOLIDATED JURISDICTIONAL NOTICE under Council Regulation (EC) No 139/2004 on the control of concentrations between undertakings): "...the object of control can be one or more, or also parts of, undertakings which constitute legal entities, or the assets of such entities, or only some of these



Fram kemur í samrunaskránni að í kjölfar samrunans verði eignarhald Vörumerkingar þannig að Samhentir muni eiga 51% hlut í félaginu og Vörumerking Prentsmiðja ehf. 49% hlut. Samhentir er félag sem starfar á markaði fyrir sölu og framleiðslu á umbúðum, rekstrarvörum og pökkunarvélum fyrir sjávarútveg, matvæla- og iðnaðarframleiðendur og endursöluaðila hvers konar. Fram kemur í samrunaskrá að tilgangur félagsins sé rekstur fasteigna, innflutningur og framleiðsla á umbúðum, lánastarfsemi og annar skyldur atvinnurekstur. Þá kemur fram að Samhentir framleiði ekki umbúðir heldur aðstoði viðskiptavinum sína við að hanna umbúðir og fái birgja sína til að framleiða samkvæmt óskum viðskiptavinanna. Samhentir er í eigu sex hluthafa: Innís ehf. (30.7%), Ásgeirs Þorvarðarsonar (30,3%), Bjarna Hrafnssonar (24,5%), Guðmundar S. Maríassonar (11,7%), Hrafn Benediktssonar (1,8%) og Guðráðar Sigurðssonar (1%). Vörumerking sérhæfir sig í merkingum hvers konar og prentun á pappír, plastefni, límmiða og álfilmur. Fram kemur í samrunaskrá að skráður tilgangur félagsins sé rekstur prentsmiðju, innflutningur, útflutningur, lánastarfsemi, rekstur fasteigna og þjónustustarfsemi. Fyrir samrunann var Vörumerking í eigu Vestinvest (51%) og Vörumerkingar Prentsmiðju (49%).

Samkvæmt samrunaskrá eru markmið samrunans m.a. þau að bæta þjónustu við viðskiptavinum, hagræðing í rekstri félaganna og takmörkun á rekstraráhættu þeirra.

2. Markaðurinn

Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna samkvæmt 17. gr. 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- og þjónustumarkaðinn og hins vegar landfræðilega markaðinn.

2.1 Vörumarkaður

Í kafla VII. í viðauka við reglur Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008 um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum segir eftirfarandi um skilgreiningar á mörkuðum:

„Með viðkomandi vörumarkaði er átt við markað fyrir vörur og/eða þjónustu sem neytendur líta á sem staðgönguvörur eða staðgönguþjónustu vegna eiginleika sinna, verða og áformaðrar notkunar. Markaður er sölusvæði vöru og staðgönguvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgönguþjónustu, sbr. 4. mgr. samkeppnislaga. Staðgönguvara og staðgönguþjónusta er vara eða þjónusta sem að fullu eða verulegu leyti geta komið í stað annarrar.

assets. The acquisition of control over assets can only be considered a concentration if those assets constitute the whole or a part of an undertaking, i.e. a business with a market presence, to which a market turnover can be clearly attributed. The transfer of the client base of a business can fulfil these criteria if this is sufficient to transfer a business with a market turnover. A transaction confined to intangible assets such as brands, patents or copyrights may also be considered to be a concentration if those assets constitute a business with a market turnover...”.



Meðal þátta, sem skipta máli við mat á viðkomandi markaði, er greining á því hvers vegna viðkomandi vara eða þjónusta tilheyrir þessum markaði og hvers vegna önnur vara eða þjónusta tilheyrir honum ekki samkvæmt framangreindri skilgreiningu og með hliðsjón af, meðal annars, hvort varan eða þjónustan nýtist sem staðgönguvara eða staðgöngubjónusta, samkeppnisstöðu, verði, verðsveiflum vegna eftirspurnar eða öðrum þáttum sem máli skipta við skilgreiningu á markaðnum."

2.1.1 Sjónarmið samrunaaðila

Í samrunaskránni kemur fram að Samhentir sé heildsölufyrirtæki sem starfi og sérhæfi sig á umbúðamarkaði með pappakassa, plastkassa, arkir, plastpoka, plastfilmur, frauðbakka, dósir, rekstrarvörur, pökkunar- og kjötvinnsluvélar, hnífa og áhöld, krydd og íblöndur og límmiða, sem keyptir séu af Vörumerkingu. Þá kemur fram að þar sem félagið sé heildsölufyrirtæki sérhæfi það sig í endursölu en framleiði ekki sjálft vörurnar. Þannig telji félagið sig starfa á vörumarkaði fyrir umbúðir sem fyrirtæki noti. Vörumerking sé hins vegar framleiðslufyrirtæki sem starfi og sérhæfi sig á límmiðamarkaði með framleiðslu límmiða. Fyrirtækið framleiði einnig állök á jógúrt dósir og á lyfjaspjöld, skafmiða, plastkort í kreditkortastærð og aðgöngumiða. Þannig telji félagið sig starfa á vörumarkaði með límmiða og merkingar á varningi.

2.1.2 Sjónarmið Samkeppniseftirlitsins

Tilgangur þess að skilgreina viðkomandi markað í samrunamálum er að greina á kerfisbundinn hátt það samkeppnislega aðhald sem hið sameinaða fyrirtæki býr við. Við athugun á áhrifum samruna er því, við skilgreiningu á þeim markaði sem um er að ræða, verið að meta hvaða fyrirtæki eru eða geta verið í samkeppni við þau fyrirtæki sem samruninn tekur til. Þetta er gert sökum þess að það eru einungis önnur fyrirtæki sem geta veitt samrunafyrirtækjum samkeppnislegt aðhald, og með því að skilgreina hverjir það eru sem keppa á viðkomandi markaði er hægt að meta markaðsstyrk samrunafyrirtækjanna.

Þar sem mál þetta snýst um samruna tveggja fyrirtækja sem að meginsteftnu til starfa á sitthvoru sölustigi vöru og þjónustu er það mat Samkeppniseftirlitsins að nauðsynlegt sé að skilgreina þá samkeppnismarkaði sem hvort fyrirtækjanna starfar á og hafa áhrif í málinu.

Samkeppniseftirlitið gerir ekki athugasemd við sjónarmið samrunaaðila um skilgreiningu á þeim vörumörkuðum sem aðilar starfa á. Samkeppniseftirlitið telur hins vegar að samkeppnislegra áhrifa samrunans muni fyrst og fremst gæta á þeim hluta markaðarins sem viðkemur kaupum og sölu á límmiðum, líkt og nánar verður rakið í kafla 3 hér á eftir. Með hliðsjón að framangreindu telur Samkeppniseftirlitið að þeir markaðir þar sem áhrifa gætir í máli þessu séu annars vegar markaðurinn fyrir kaup á límmiðum auk markaðarins fyrir framleiðslu á límmiðum

2.2 **Landfræðilegur markaður**

Um landfræðilega markaðinn segir eftirfarandi í kafla VII í viðauka við reglur Samkeppniseftirlitsins um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum:



„Til landfræðilegs markaðar telst það svæði þar sem hlutaðeigandi fyrirtæki eru viðriðin fram og/eða eftirspurn eftir viðkomandi vöru eða þjónustu, þar sem samkeppnisskilyrði eru nægilega lík og sem unnt er að greina frá nærliggjandi svæðum, einkum vegna þess að samkeppnisskilyrði eru greinilega frábrugðin á þeim svæðum.

Meðal þátta sem skipta máli við mat á viðkomandi landfræðilegum markaði eru eðli og einkenni viðkomandi vöru eða þjónustu, hugsanlegar aðgangshindranir eða neytendavenjur, greinilegur munur á markaðshlutdeild fyrirtækja á þessu svæði og aðliggjandi svæðum eða verulegur verðmunur.”

2.2.1 Sjónarmið samrunaaðila

Í samrunaskránni kemur fram það mat samrunaaðila að sá markaður sem Samhentir og Vörumerking starfi á taki til landsins alls.

2.2.2 Mat Samkeppniseftirlitsins

Samkeppniseftirlitið getur fallist á það mat samrunaaðila að landfræðilegur markaður þessa máls sé landið allt.

3. Samkeppnisleg áhrif samrunans

Við mat á samkeppnislegum áhrifum í samrunamálum þarf að taka til athugunar hvort markaðsráðandi staða verði til eða hún styrkist, sbr. 1. mgr. 17. gr. samkeppnislaga. Þau atriði sem horft er til í þessu sambandi eru m.a. markaðshlutdeild samrunaaðila, staða keppinauta og efnahagslegur styrkleiki, möguleg samkeppni og aðgangshindranir að markaðnum og hugsanlegur kaupendastyrkur.

Í máli þessu þarf að taka afstöðu til þess hvort umræddur samruni hafi skaðleg áhrif á samkeppni á hinum skilgreindu mörkuðum. Um er að ræða lóðréttan samruna sem felst í því að saman renna fyrirtæki sem starfa á mismunandi sölustigum. Þegar samkeppnisyfirvöld meta samruna af þessu tagi verður að meta hvaða áhrif hin lóðréttu tengsl muni hafa á markaðsstyrk fyrirtækjanna á hvorum markaði fyrir sig. Einnig verður að meta hvort slík tengsl geti haft þau áhrif að öðrum hugsanlegum keppinautum verði gert erfiðara um vik að komast inn á markaðinn. Verður í þessu máli fjallað um áhrif samrunans að því er varðar markaðsstyrk hins sameinaða fyrirtækis, mögulega samkeppni og aðgangshindranir að markaðnum og áhrif samrunans á viðskiptavinum.

Ljóst er út frá upplýsingum í samrunaskrá að staða bæði Samhentra og Vörumerkingar á skilgreindum mörkuðum er sterk. Fyrir liggur að staða Samhentra á heildsölustigi á umbúðamarkaði er mjög sterk og staða Vörumerkingar á markaði fyrir límmiða er einnig mjög sterk. Þessu til staðfestingar má nefna þá skoðun þónokkurra aðila sem Samkeppniseftirlitið ræddi við í tengslum við athugun á máli þessu að staða beggja félaganna sé sterk á mörkuðum og að staða þeirra styrkist enn frekar með samrunanum. Að mati Samkeppniseftirlitsins er ljóst að í þeim tilvikum þar sem lóðrétt samþætting verður á milli tveggja fyrirtækja með sterka markaðsstöðu á skyldum vörumörkuðum getur það haft þau áhrif að staða minni fyrirtækja á viðkomandi mörkuðum veikist auk þess sem möguleikar nýrri aðila til að komast inn á þá verða minni. Að því er varðar markaðinn sem Samhentir starfa á er ljóst að samruninn gæti að óbreyttu leitt til þess að



erfitt væri fyrir keppinauta Samhentra sem einnig kaupa límmiða af Vörumerkingu að keppa við félagið á þessum hluta markaðarins.

4. Íhlutun

Að mati Samkeppniseftirlitsins er ljóst miðað við það sem fram hefur komið að kaup Samhentra á Vörumerkingu eru til þess fallin að styrkja stöðu beggja fyrirtækjanna á þeim mörkuðum sem þau starfa á, stöðu sem var sterk fyrir. Er það mat eftirlitsins að grípa þurfi til íhlutunar til að koma í veg fyrir þær samkeppnishömlur sem samruninn gæti annars haft í för með sér. Með hliðsjón af þessu mati Samkeppniseftirlitsins óskuðu samrunaaðilar eftir viðræðum við Samkeppniseftirlitið um hugsanleg skilyrði sem mættu verða til að eyða hugsanlegum samkeppnishömlum sem leiða kynnu af samrunanum. Hafa viðræður milli fulltrúa samrunaaðila og Samkeppniseftirlitsins leitt til sáttar um skilyrði sem samrunaaðilar eru tilbúnir að fallast á.

Ef ekkert yrði aðhafst í máli þessu telur Samkeppniseftirlitið að sá samruni sem hér um ræðir gæti haft í för með sér hættu á því að samkeppni yrði raskað á þann hátt að aðilum á mörkuðum sem um ræðir gæti verið mismunað í verði og öðrum viðskiptakjörum án þess að málefnaleg sjónarmið byggju þar að baki. Í því sambandi skal einnig nefnt að ákveðin hætta getur skapast á því að viðskipti fyrirtækjanna sem um ræðir eigi sér stað á þann hátt að ekki sé farið eftir því að framkvæma þau eins og um óskylda aðila sé að ræða, þ.e. að kjör milli samrunaaðila verði ólík kjörum sem samkeppnisaðilum gæti boðist.

Líkt og fram hefur komið hafa viðræður við forsvarsmenn samrunaaðila leitt til þess að sátt hefur verið gerð í málinu með setningu skilyrða. Samkeppniseftirlitið telur að skilyrðin séu nægjanleg til þess að eyða þeim samkeppnislegu vandkvæðum sem samruninn hefði að óbreyttu haft í för með sér.

III.

Ákvörðunarorð

Yfirtaka Samhentra Kassagerðar ehf. á hlutum í Vörumerkingu ehf. felur í sér samruna í skilningi 17. gr. samkeppnislaga nr. 44/2005. Með heimild í 17. gr. samkeppnislaga eru samrunanum sett skilyrði. Með setningu eftirfarandi skilyrða er ekki þörf á að ógilda samrunann:

1.

Þegar og ef viðskipti eiga sér stað milli Samhentra Kassagerðar ehf. og Vörumerkingar ehf. (hér eftir nefnd fyrirtækin) skal með þau farið líkt og viðskipti milli óskyldra aðila.

2.



Fyrirtækjunum er óheimilt að gera það að skilyrði fyrir kaupum á einhverjum vörum sem þau selja eða þjónustu sem þau veita að aðrar vörur eða þjónusta viðkomandi fyrirtækis eða annarra séu jafnframt keyptar. Að auki eru verð eða viðskiptakjör sem jafna má til slíkra skilyrða óheimil.

3.

Fyrirtækin skulu sjá til þess að hagnaður annars félagsins verði ekki notaður til þess að niðurgreiða vöruverð hins félagsins.

4.

Fyrirtækjunum er óheimilt að mismuna viðskiptavinum sínum í verði eða öðrum viðskiptakjörum við sölu á vörum eða þjónustu umfram það hagræði sem ætla má að fyrirtækin, hvort fyrir sig, hafi af umfangi viðskiptanna og málefnalegar ástæður liggi því til grundvallar.

5.

Skulu fyrirtækin tryggja með fullnægjandi hætti að starfsfólk og stjórnarmenn þeirra miðli ekki viðkvæmum viðskiptaupplýsingum um starfsemi viðskiptavina og/eða samkeppnisaðila þeirri milli fyrirtækjanna.

6.

Fyrirtækjunum er óheimilt að synja samkeppnisaðilum um viðskipti nema ríkar málefnalegar ástæður séu forsenda sölusynjunarinnar.

7.

Samrunaaðilar skulu setja sér reglur þar sem fram kemur hvernig þeir hyggjast tryggja það að farið verði eftir þeim skilyrðum sem hér koma fram. Reglurnar skulu kynntar starfsmönnum og stjórnarmönnum fyrirtækjanna með fullnægjandi hætti. Skal það einnig tryggt að eftirlit verði með því hvort farið sé að skilyrðunum og reglunum. Reglurnar skulu berast Samkeppniseftirlitinu eigi síðar en 1. desember 2012.

Viðurlög

Brot á þeim fyrirmælum sem fram koma í ákvörðun þessari varða viðurlög skv. IX. kafla samkeppnislaga.

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson

