

AFGØRELSE

Dato: 12. januar 2024

Sag: MTF-23/08038

Sagsbehandler:

/ANKU/ENO/RJPF

Godkendelse på baggrund af en forenklet sagsbehandling af Dagrofas overtagelse af syv detailbutikker fra Rema 1000

KONKURRENCE- OG

FORBRUGERSTYRELSEN

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (herefter ”styrelsen”) modtog den 13. december 2023 en almindelig anmeldelse af Dagrofa ApS' (herefter ”Dagrofa”) erhvervelse af fem butiksejendomme og overdragelse af to lejemål fra REMA 1000 Danmark ApS (herefter ”REMA 1000”), jf. konkurrence-lovens § 12 b. Ifølge § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen udover en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristerne begyndte at løbe den 13. december 2023.

KONKURRENCERÅDET

1. Transaktionen

Transaktionen indebærer, at fem af de dagligvarebutikker, som REMA 1000 tidligere har erhvervet fra ALDI Danmark ApS (herefter ”ALDI” og ”ALDI-transaktionen”¹), videreoverdrages til Dagrofa fra REMA 1000. Derudover har Dagrofa og REMA 1000 indgået aftale om, at to af REMA 1000's eksisterende lejemål også skal overdrages til Dagrofa som led i transaktionen. Samlet vil de syv butikker, der er omfattet af transaktionen, betegnes ”Target”. Butikkerne er placeret i Esbjerg (2), Grenå, Helsingør, Risskov, Lind og Tønder.

Transaktionen vil således medføre, at Dagrofa overtager ejendommene – enten i form af erhvervelse af ejendommene eller overdragelse af erhvervslejemålene – samt det inventar, der er nødvendigt for at opretholde en daglig butiksdrift med undtagelse af kasseapparater og løsøre ejet af tredjemand. For så vidt angår de fem overtagne ejendomme overtager Dagrofa tillige de medarbejdere, som er ansat i ejendommene ved closing af transaktionen.

Den anmeldte fusion medfører således et kontrolskifte og udgør en fusion omfattet af fusionsbegrebet i medfør af konkurrencelovens § 12 a stk. 1, nr. 2.

¹ ALDI-transaktionen henviser til REMA 1000's erhvervelse af 114 dagligvarebutikker fra ALDI, som Konkurrencerådet godkendte d. 30. august 2023.

2. Parterne og deres aktiviteter

Dagrofa

Dagrofa er aktiv inden for salg af dagligvarer til forbrugere gennem Dagrofas fire forskellige dagligvarekæder; Meny, Spar, Min Købmand og LetKøb.² Dagligvarebutikkerne drives primært af købmænd, der har valgt at benytte sig af et af Dagrofas kædekoncepter (disse betegnes herefter som "Dagrofa-købmænd"). Dagrofa har ikke ejerandele i disse dagligvarebutikker. Den resterende del af dagligvarebutikkerne drives af Dagrofa gennem selskaber, hvor Dagrofa har majoriteten af ejerandelene (disse betegnes herefter som "Dagrofa-ejede butikker"). Dagrofa har oplyst, at der ultimo 2022 var 112 Meny-butikker, 134 Spar-butikker, 156 Min Købmand-butikker og 112 LetKøb-butikker. Heraf er der ifølge Dagrofa 10 Spar-butikker samt 50 Meny-butikker, som er Dagrofa-ejede butikker.³

Dagrofa har oplyst, at Dagrofa via Dagrofa Logistik også er grossistleverandør til detailhandelen, hvor Dagrofa leverer dagligvarer til Dagrofa-købmænd samt øvrige supermarkedskæder i og uden for Danmark, herunder ABC-lavpris og Løvbjerg,⁴ men også en række øvrige kiosk- og convenience-/nærbutikker. Dagrofa tilbyder en totalleverandørløsning, hvor Dagrofa kan levere mere end 18.500 SKU'ere⁵ inden for alle typiske varekategorier.⁶

Target

Target er forinden fusionen aktiv på markedet for detailsalg af dagligvarer på syv lokationer i Esbjerg (2), Grenå, Helsingør, Risskov, Lind og Tønder. Target er forinden transaktionen ejet af REMA 1000 og har været drevet som hhv. ALDI- og REMA 1000-butikker.

3. Jurisdiktion

De deltagende virksomheder er Dagrofa og Target. Ifølge det oplyste havde Dagrofa i 2022 en omsætning på [xxx] mio. kr. i Danmark.⁷ Target havde i 2022 en omsætning på [xxx] mio. kr. i Danmark.⁸

Eftersom de deltagende virksomheders omsætning overstiger omsætnings-tærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, er der tale om en fusion omfattet af konkurrencelovens regler om fusionskontrol.

² LetKøb er et convenience-kædekoncept, hvor alle kædedeltagere er selvstændige købmænd, jf. fusionsanmeldelsens punkt 6.

³ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 6.

⁴ Jf. [Dagrofas hjemmeside](#).

⁵ SKU er et akronym for "Stock Keeping Unit".

⁶ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 35.

⁷ Jf. fusionsanmeldelsens Tabel 5-1.

⁸ Jf. fusionsanmeldelsens Tabel 5-1.

4. De relevante markeder

For at vurdere om fusionen hæmmer den effektive konkurrence, er det nødvendigt at afgrænse det eller de relevante markeder, som fusionen kan berøre.

Parterne har oplyst, at de relevante markeder er:

- Et marked for salg af dagligvarer til forbrugere (herefter ”dagligvaredetailmarkedet”) i Danmark.
- Et marked for salg af dagligvarer til detailhandlen (herefter ”dagligvaregrossistmarkedet”) i Danmark.

4.1 Dagligvaredetailmarkedet

4.1.1 Det relevante produktmarked

Kommissionen har i sin tidligere praksis afgrænset et særskilt dagligvaredetailmarked. Det indebærer, at markedet ikke omfatter kiosker, servicestationer og specialforretninger.⁹ Kommissionen har også overvejet at segmentere markedet yderligere efter butiksstørrelse¹⁰ og butiksmatemater, herunder discountbutikker, supermarkeder og hypermarkeder, dog uden at tage endelig stilling hertil.¹¹

Konkurrencerådet og styrelsen har i lighed med Kommissionen i sin tidligere praksis afgrænset et særskilt dagligvaredetailmarked, dvs. ikke omfattende kiosker, servicestationer og specialforretninger.¹² Styrelsen har også overvejet yderligere segmenteringer efter butiksmatemater, herunder om der eksisterer et muligt segment for onlinehandel med dagligvarer, men har

⁹ Jf. eksempelvis Kommissionens afgørelse af 3. februar 1999 i sag M.1221, *Rewe/Meinl*, punkt 10 og 12, Kommissionens afgørelse af 6. april 2000 i sag M.1832, *Ahold/ICA Förbundet/Canica*, punkt 11, Kommissionens afgørelse af 22. december 2015 i sag M.3905, *Tesco/Carrefour*, punkt 10-11, Kommissionens afgørelse af 25. april 2007 i sag M.4590, *Rewe/Delvita*, punkt 12-13, Kommissionens afgørelse af 28. juni 2010 i sag M.5790, *Lidl/Plus Romania/Plus Bulgaria*, punkt 13, Kommissionens afgørelse af 21. september 2020 i sag M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, punkt 90-91 og Kommissionens afgørelse af i sag M.10459, *CVC/Stock Spirits Group*, punkt 31.

¹⁰ Jf. Kommissionens afgørelse af 4. april 2020 i sag M.9847, *Aldi/Fplph Assets*, punkt 15, og Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 17.

¹¹ Jf. Kommissionens afgørelse af 22. december 2005 i sag M.3905, *TESCO/CARREFOUR*, punkt 10, og Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 15, Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury m.fl.*, punkt 15.

¹² Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 158, Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 192, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 28. marts 2001, *Netto A/S' overtagelse af SUMA Dagligvarer A/S*, punkt 20.

ved flere lejligheder ladet afgrænsningen af det relevante produktmarked stå åben.¹³

Parterne har tilsvarende anført, at der kan afgrænses et særskilt dagligvaredetailmarked, som udgøres af dagligvarebutikkers salg af dagligvarer til forbrugere.¹⁴

Styrelsen vurderer, at der i overensstemmelse med tidligere praksis kan afgrænses et særskilt dagligvaredetailmarked. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om dagligvaredetailmarkedet afgrænses snævert til udelukkende at omfatte salg fra supermarkeder, eller bredere til også at inkludere salg fra kiosker, servicestationer og specialforretninger.

4.1.2 *Det relevante geografiske marked*

Kommissionen har i sin tidligere praksis overvejet at afgrænse det geografiske marked for salg af dagligvarer til forbrugere som værende lokalt ud fra køretiden i bil i oplandet fra hver butik (såkaldte ”catchment areas”). Kommissionen har i den forbindelse overvejet rejsetider mellem 10-30 min. afhængig af butiksstørrelse og lokale forhold.¹⁵ Kommissionen har også overvejet, om markedet kunne afgrænses nationalt, da flere beslutninger i virksomhederne træffes på nationalt niveau, men har ladet afgrænsningen stå åben.¹⁶

Konkurrencerådet har i sin praksis tilsvarende vurderet, at det geografiske marked for dagligvaredetailmarkedet ikke er bredere end nationalt, bl.a. grundet nationale konkurrenceparametre. Styrelsen har i tidligere sager vurderet, at der er elementer af lokal konkurrence, som skal vurderes ud fra catchment areas afgrænset ved en køretid på 10 minutter i udgangspunktet, men at køretiden kan variere, alt efter om butikken ligger i et by- eller landområde.¹⁷

¹³ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 193-194 og punkt 165-166 samt den deri angivne praksis fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen; Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 28. marts 2001, *Netto A/S' overtagelse af SUMA Dagligvarer A/S*, punkt 20, 39 og 43-44, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 2. maj 2012, *Dagrofa A/S' overtagelse af Nærum Stormarked A/S*, afsnit 4, afsnit 4.1 og afsnit 4.1.1.

¹⁴ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 102-105.

¹⁵ Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 20, samt den i afgørelsens fodnote 12, anførte praksis.

¹⁶ Jf. Kommissionens afgørelse af 15. november 2004 i sag M.3464, *Kesko/ICA/JV*, punkt 17.

¹⁷ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 177, og Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 215.

Parterne har anført, at dagligvaredetailmarkedet skal afgrænses nationalt under hensyn til, at der nationalt fastsættes konkurrenceparametre som fx engrosindkøbspriser, markedsføring, sortiment og i nogen grad prissætning. Dagrofa anfører samtidig, at der i overensstemmelse med praksis kan være en række lokale områder med lokale konkurrenceeffekter, og at disse områder skal fastlægges på baggrund af catchment areas. Dagrofa anfører i den forbindelse, at en køretid på 15 minutter vil være mest retvisende for, hvor konkurrencen finder sted, men har samtidig oplyst markedsandele med udgangspunkt i catchment areas afgrænset ved en køretid på 5 og 10 minutter.¹⁸

Styrelsen vurderer i overensstemmelse med tidligere praksis, at denne fusion skal vurderes ud fra både nationale og lokale dimensioner, herunder med udgangspunkt i catchment areas afgrænset ved en køretid på 10 minutter. Den endelige afgrænsning af det relevante geografiske marked kan dog stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om det geografiske marked afgrænses snævert ud fra en køretid på 10 minutter eller bredere til hele Danmark.

4.2 Dagligvaregrossistmarkedet

4.2.1 Det relevante produktmarked

Kommissionen, Konkurrencerådet og styrelsen har i sin tidligere praksis afgrænset et særskilt marked for grossistsalg af dagligvarer.¹⁹ Konkurrencerådet og styrelsen har tidligere overvejet, om markedet også omfatter koncerninternt engrossalg af dagligvarer. I tidligere praksis er det af Konkurrencerådet blevet vurderet, at dagligvaregrossistmarkedet omfattede grossistsalg til selvstændige købmænd, ekskl. brugsforeninger, men at den koncerninterne grossistomsætning i kapitalkæderne ikke var omfattet. Den endelige afgrænsning er dog blevet holdt åben.²⁰ Konkurrencerådet har endvidere overvejet at segmentere markedet efter varegrupper eller

¹⁸ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 106-109.

¹⁹ Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, *Ahold/Superdiplo*, punkt 15 og 21-22, Kommissionens afgørelse af 26. juli 2001 i sag M.2425, *COOP NORDEN*, punkt 18 og 21, Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 229, Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 233-234, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, punkt 5.1.2.2.

²⁰ Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, punkt 5.1.2.1. og Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 222.

grossisttyper, dvs. hhv. fuldsortimentsgrossister og specialgrossister, dog uden at have taget endelig stilling hertil.²¹

Parterne har anført, at dagligvaregrossistmarkedet omfatter grossisters salg til dagligvarebutikker. Parterne anfører, at markedet dermed skal anskues som ét samlet dagligvaregrossistmarked. Det betyder, at markedet ikke skal segmenteres på baggrund af fx varegrupper eller grossisttyper.²²

Dagrofa anfører endvidere, at dagligvaregrossistmarkedet bør afgrænses således, at koncerninternt salg til dagligvarebutikker samt grossisters salg til brugsforeninger medtages som en del af markedet. Dagrofa begrundet dette med, at dagligvaregrossisterne indirekte konkurrerer med hinanden, selv om de alene sælger varer til egne butikker eller brugsforeninger, da grossisternes indkøbspriser har en afsmittende virkning på priserne i dagligvarebutikkerne.²³

Styrelsen vurderer, at der i overensstemmelse med tidligere praksis kan afgrænses et marked for grossistsalg af dagligvarer. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om markedet segmenteres på baggrund af varegrupper eller grossisttyper, eller om markedet afgrænses snævert til at omfatte salg til selvstændige købmænd eller bredere til også at omfatte salg til selvstændige brugsforeninger og/eller koncerninternt salg.

4.2.2 *Det relevante geografiske marked*

Kommissionen har tidligere afgrænset dagligvaregrossistmarkedet som værende nationalt. Kommissionen har i den forbindelse lagt vægt på en række faktorer såsom type producenter, forbrugerpræferencer, forskelligartede distributionskanaler og forhandlinger om prisbetingelser. Kommissionen har dog ladet det stå åbent, om markedet skulle afgrænses nationalt eller bredere.²⁴

Konkurrencerådet og styrelsen har tidligere på tilsvarende vis afgrænset markedet som nationalt, men har holdt den endelige afgrænsning åben.²⁵

²¹ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 207 ff. og Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2007, *SuperGros' samhandelsbetingelser*, punkt 95 ff.

²² Jf. fusionsanmeldelsens punkt 121.

²³ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 126-129.

²⁴ Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, *Ahold/Superdiplo*, punkt 21-22, og Kommissionens afgørelse af 26. juli 2001 i sag M.2425, *COOP NORDEN*, punkt 21.

²⁵ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 233-234, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens

Parterne har anført, at dagligvaregrossistmarkedet skal afgrænses til mindst nationalt.²⁶

Styrelsen vurderer på den baggrund, at dagligvaregrossistmarkedet i denne sag formentlig kan afgrænses nationalt. Den endelige afgrænsning af det relevante geografiske marked kan imidlertid stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om det geografiske marked afgrænses nationalt eller bredere.

5. Vurdering af fusionens konkurrencemæssige virkninger

Vurderingen af fusionens virkninger på de relevante markeder tager udgangspunkt i oplysningerne i fusionsanmeldelsen. Styrelsen har derudover offentliggjort fusionen på sin hjemmeside den 22. november 2023 og opfordret interesserede til at indsende bemærkninger til fusionen. Styrelsen modtog i den forbindelse ingen bemærkninger.

5.1 Berørte markeder

Et relevant marked betragtes som et berørt marked, når (i) to eller flere af fusionsparterne er aktive på det samme relevante produktmarked, og fusionen vil medføre, at de tilsammen vil få en markedsandel på mindst 15 pct. (horisontale forbindelser) og/eller (ii) en eller flere af fusionsparterne er aktive på et produktmarked i tidligere eller senere omsætningsled i forhold til det produktmarked, som en eller flere andre af fusionsparterne er aktive på, og de her hver især eller tilsammen har en markedsandel på mindst 25 pct., uanset om der består et leverandør-/kunde-forhold mellem dem eller ej (vertikale forbindelser).²⁷

Parterne har oplyst, at Dagrofa forinden fusionen har en markedsandel på et nationalt dagligvaredetailmarked på [10-20] pct.²⁸, mens Target har en markedsandel på [0-5] pct.²⁹ Den fusionerede enhed vil dermed opnå en samlet markedsandel på under 15 pct., og dagligvaredetailmarkedet i Danmark er derfor ikke horisontalt berørt.

Fusionen kan give anledning til konkurrencemæssige virkninger på dagligvaredetailmarkedet i to ud af syv lokalområder, hvor Dagrofa og Target forinden transaktionen er aktive inden for en køretid på 10 minutter af hinanden, samt opnår samlede markedsandele på over 15 pct. som følge af

afgørelse af 25. oktober 2013, *Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, punkt 5.1.2.2.

²⁶ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 138.

²⁷ Jf. Bekendtgørelse nr. 690 af 25. maj 2020 om anmeldelse af fusioner, Bilag 1, afsnit 7.

²⁸ Dagrofa har i deres opgørelse af det nationale dagligvaredetailmarked medregnet både Dagrofa-ejede butikker og Dagrofa-købmænd i Dagrofes markedsandel, jf. fusionsanmeldelsens punkt. 147.

²⁹ Jf. fusionsanmeldelsens Tabel 8-1.

fusionen. Lokalområderne i Grenå og Esbjerg V på dagligvaredetailmarkedet er derfor horisontalt berørte.

Endvidere er Dagrofa aktiv på dagligvaregrossistmarkedet, der er vertikalt forbundet med dagligvaredetailmarkedet, og som ifølge parternes oplysninger er vertikalt berørt.

I det følgende foretager styrelsen vurderingen af henholdsvis horisontalt og vertikalt berørte markeder.

5.2 Horisontale virkninger

5.2.1 Vurdering af horisontale virkninger i lokalområder på dagligvaredetailmarkedet

Med transaktionen overtager Dagrofa syv butikker fra REMA 1000, jf. afsnit 1. Derfor kan transaktionen potentielt påvirke konkurrencen i lokalområderne omkring de syv butikker, som Dagrofa overtager.

5.2.1.1 Lokalområdet Grenå

I Grenå ligger der med udgangspunkt i Target-butikken³⁰ to Dagrofa-købmænd, hhv. én Spar og én Min Købmand inden for en køretid på 10 minutter. Inden for en køretid på 10 minutter fra Target-butikken er der foruden Target og de to Dagrofa-købmænd syv butikker fordelt på fire koncerner. Endvidere vil REMA 1000 fortsat efter fusionen være aktiv i lokalområdet, hvorfor forbrugernes valgmuligheder i Grenå ikke ændres som følge af fusionen. Inden for en køretid på 10 minutter fra Target-butikken ligger der ingen Dagrofa-ejede butikker.³¹

Ifølge parternes opgørelse³² af dagligvaredetailmarkedet afgrænset til en køretid på 10 minutter omkring Target-butikken i Grenå har Target forud for fusionen en markedsandel på ca. [5-10] pct., mens Dagrofa har en markedsandel på [10-20] pct.³³ fordelt på Spar med ca. [5-10] pct. og Min Købmand med [0-5] pct.³⁴

³⁰ Target-butikken er i Grenå en tidligere ALDI-butik.

³¹ Jf. fusionsanmeldelsens Bilag 7.

³² Parterne har, jf. fusionsanmeldelsens punkt 150-151, indsamlet omsætningsdata for alle konkurrenter i catchment areas på baggrund af den omsætningsdata nævnt i butiksfortegnelsen i Supermarkeds- og Kioskhåndbogen, jf. Bilag 9, side 109 til 193. Omsætningsdata fremstilles i intervaller i Supermarkeds- og Kioskhåndbogen, hvilket betyder, at markedsandele samt HHI og ændringen i HHI i nogle tilfælde vil opgøres i intervaller.

³³ Ved opgørelsen af Dagrofas markedsandel er Dagrofa-ejede butikker og Dagrofa-købmænds omsætning sammenlagt, selvom Dagrofa-købmænd er selvstændige købmænd, herunder for så vidt angår beslutninger om prissætning, vareudvalg m.v. Opgørelsen af Dagrofas markedsandele sker derfor ud fra denne konservative betragtning, idet fusionen ikke giver anledning til horisontale konkurrencemæssige betænkeligheder, uanset om styrelsen i sin vurdering betragter Dagrofa-købmænd og Dagrofa-ejede butikker samlet.

³⁴ Jf. fusionsanmeldelsens Bilag 7.

Med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter fra Target-butikken vil HHI efter fusionen være [2.500-3.000], mens ændringen i HHI er [<150].³⁵ HHI og ændringen i HHI ligger dermed inden for de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer.³⁶ Samtidig vil Dagrofas samlede markedsandel efter fusionen ikke overstige 25 pct., hvilket ifølge Kommissionens retningslinjer kan være indicium for, at fusionen ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence betydeligt.³⁷

Uagtet om dagligvaredetailmarkedet i stedet afgrænses til en køretid på 10 minutter omkring hhv. Min Købmand- og Spar-butikken, ændrer dette ikke væsentligt på parterne samlede markedsandel efter fusionen, som forsat ikke overstiger 25 pct. Endvidere vil HHI og ændringen i HHI fortsat være inden for de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer.^{38,39}

På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på dagligvaredetailmarkedet i lokalområdet Grenå.

5.2.1.2 Lokalområdet Esbjerg V

I Esbjerg V ligger der inden for en køretid på 10 minutter med udgangspunkt i Target-butikken⁴⁰ både én Dagrofa-ejet butik (Meny) samt én Dagrofa-købmand (Min Købmand). Med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter fra Target-butikken vil Dagrofas markedsandel efter fusionen ikke overstige 15 pct.

Inden for en køretid på 10 minutter fra Meny-butikken er der foruden Target-, Meny- og Min Købmand-butikkerne ni butikker fordelt på tre koncerner.^{41,42} Endvidere vil REMA 1000 forsat efter fusionen være aktiv i

³⁵ HHI og ændringen i HHI er beregnet på baggrund af fusionsanmeldelsens Bilag 7. Til brug for beregningen af HHI er markedsandele for Dagrofa-ejede butikker samt Dagrofa-købmænd lagt sammen og brugt til opgørelsen af en samlet Dagrofa markedsandel. Ved beregningen af HHI før fusionen er Target-butikkens markedsandel tillagt REMA 1000's markedsandel.

³⁶ Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2004/C 31/03), punkt 20.

³⁷ Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2004/C 31/03), punkt 18.

³⁸ Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2004/C 31/03), punkt 18.

³⁹ Jf. fusionsanmeldelsens Bilag 7 og Bilag 9.

⁴⁰ Target-butikken i Esbjerg V er inden fusionen en REMA 1000-butik.

⁴¹ Her er det antaget, at de to tidligere ALDI-butikker, som ligger inden for en køretid på 10 minutter fra Meny-butikken, tilhører REMA 1000 koncernen.

⁴² Jf. fusionsanmeldelsens Bilag 7.

lokalområdet, hvorfor forbrugernes valgmuligheder i Esbjerg V ikke ændres som følge af fusionen.⁴³ Derudover er REMA 1000 forinden fusionen den største aktør i dette catchment area.⁴⁴ Fusionen medfører derfor, at markedsandele omplaceres fra den største aktør til en mindre aktør i dette catchment area.⁴⁵

På dagligvaredetailmarkedet afgrænset til en køretid på 10 minutter omkring Meny-butikken i Esbjerg V har Target forud for fusionen en markedsandel på ca. [10-20] pct., mens Dagrofa har en markedsandel på [10-20] pct. fordelt på Meny med ca. [10-20] pct. og Min Købmand med [0-5] pct.⁴⁶ Dagrofa opnår derfor en markedsandel på over 25 pct. på et marked med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter fra Meny-butikken.

HHI vil efter fusionen være [2.500-3.000] på dagligvaredetailmarkedet afgrænset til en køretid på 10 minutter fra Meny-butikken, hvilket indebærer et fald i HHI på [<150].⁴⁷ HHI og ændringen i HHI ligger dermed inden for de af Kommissionens fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.⁴⁸

Dagrofa har desuden bemærket, at en Bilka, som er beliggende ca. 12 minutters køretid fra Meny-butikken, lægger et betydeligt konkurrencepres på butikkerne i området, herunder Meny.⁴⁹ Dette skyldes, at Bilka er et såkaldt hypermarked, som ifølge praksis tiltrækker kunder fra et større catchment area end supermarkeder.^{50,51}

Da Bilka ikke ligger inden for en køretid på 10 minutter fra Meny-butikken, er omsætningen fra Bilka ikke medregnet ved opgørelse af markedsandele i Meny-butikkens catchment area. Salling Group A/S⁵² omsætning

⁴³ Dagrofa overtager i Esbjerg V en tidligere REMA 1000 butik, som typisk omsætter mere per butik end Dagrofa. Som følge af ALDI-transaktionen overtager REMA 1000 i dette catchment areas to ALDI-butikker, som typisk omsætter mindre per butik end REMA 1000. Dette vil derfor sandsynligvis overestimere Dagrofes markedsandel efter fusionen, samt underestimere REMA 1000's markedsandele.

⁴⁴ Jf. fusionsanmeldelsens Bilag 7.

⁴⁵ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 183.

⁴⁶ Jf. fusionsanmeldelsens Bilag 7.

⁴⁷ HHI og ændringen i HHI er beregnet på baggrund af fusionsanmeldelsens Bilag 7. Til brug for beregningen af HHI er markedsandele for Dagrofa-ejede butikker samt Dagrofa-købmænd lagt sammen og brugt til opgørelsen af en samlet Dagrofa markedsandel. Ved beregningen af HHI er to tidligere ALDI-butikkers markedsandel tillagt REMA 1000s markedsandel, da disse ALDI-butikker var omfattet af ALDI-transaktionen.

⁴⁸ Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2004/C 31/03), punkt 20.

⁴⁹ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 180.

⁵⁰ Jf. fusionsanmeldelsens punkt 180.

⁵¹ Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 20.

⁵² Salling Group A/S driver Bilka-butikkerne.

i dette catchment area kan dog anses for at være større, da Bilkas omsætning fordeles ud på et større område på op til 30 minutter.⁵³ Hvis der tages højde for, at en del af Bilkas omsætning kan allokeres til Meny-butikkens catchment area, vil Dagrofa opnå væsentligt lavere markedsandel som følge af fusionen. Derudover vil HHI og ændringen i HHI fortsat ligge inden for de af Kommissionens fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.⁵⁴

På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på dagligvaredetailmarkedet i lokalområdet Esbjerg V.

5.3 Vertikale virkninger

Fusionen indebærer en vertikal forbindelse, da Dagrofa er aktiv på dagligvaregrossistmarkedet, og Dagrofa og Target begge er aktive på dagligvaredetailmarkedet.

Dagrofa har oplyst, at Dagrofa vil have en markedsandel på under 25 pct., såfremt der tages udgangspunkt i et dagligvaregrossistmarked, der inkluderer salg til brugsforeninger og koncerninternt salg i kapitalkæder. Hvis der tages udgangspunkt i et dagligvaregrossistmarked for fuldsortimentsgrossister, der ikke omfatter salg til brugsforeninger og koncerninternt salg i kapitalkæder, jf. afsnit 4.2, har Dagrofa oplyst, at Dagrofa har en markedsandel på over 25 pct. Størstedelen af Dagrofas engrosomsætning af dagligvarer er fra salg til Dagrofa-købmænd, der har indgået kædemedlemsaftaler med Dagrofa på tværs af Dagrofas fire forskellige dagligvarekæder; Meny, Spar, Min Købmand og LetKøb,⁵⁵ men herudover har Dagrofa også engrossalg af dagligvarer til øvrige dagligvarebutikker.

Styrelsen vurderer, at fusionen medfører en begrænset ændring i incitamentet for Dagrofa til at udøve inputafskærmning til øvrige dagligvarebutikker, da Target har en meget begrænset markedsandel på dagligvaredetailmarkedet i Danmark, hvorfor Dagrofa kun marginalt øger sin markedsandel på dagligvaredetailmarkedet i Danmark, jf. afsnit 5.1. Endvidere vurderer styrelsen, at fusionen ikke ændrer Dagrofas mulighed for at afskærme øvrige dagligvarebutikker, da Dagrofa ikke direkte forøger sin position på dagligvaregrossistmarkedet, som følge af fusionen.

Styrelsen vurderer derfor, at fusionen ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder på grund af ensidige vertikale virkninger i form af inputafskærmning.

⁵³ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 350.

⁵⁴ Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2004/C 31/03), punkt 20.

⁵⁵ Jf. fusionsanmeldelsens Tabel 8-2.

6. Konklusion

Idet fusionen på baggrund af de foreliggende oplysninger ikke giver anledning til indsigelser, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen godkendt fusionen efter en forenklet sagsbehandling, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 7.

Godkendelsen er givet under forudsætning af, at de oplysninger, der kan tilskrives de deltagende virksomheder, er korrekte, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 1.