KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

NOTAT

Dato: 5. november 2018
Sag: 18/15846-30
Sagsbehandler: LVS/MEA

KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

ERHVERVSMINISTERIET

Matas A/S' erhvervelse af enekontrol over Firtal Group ApS samt Firtal Group ApS' erhvervelse af fælles kontrol over Geniads ApS sammen med JB Holding Company ApS

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 4. oktober 2018 en almindelig anmeldelse af en fusion mellem Matas A/S og Firtal Group ApS. Som led i fusionen vil Firtal Group ApS erhverve fælles kontrol over Geniads ApS sammen med JB Holding Company ApS, jf. konkurrencelovens § 12 b, stk. 1. Ifølge konkurrencelovens § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristen i § 12 d, stk. 1, fra en dag, hvor styrelsen ud over en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristen begyndte derfor at løbe den 4. oktober 2018.

1. Transaktionen

Matas A/S (herefter Matas) vil ved fusionen erhverve enekontrol over Firtal Group ApS, herunder også selskabet Firtal Tech ApS, (herefter Firtal), jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2. Som led i fusionen bliver der indgået en ny ejeraftale mellem Firtal og JB Holding Company ApS angående Geniads ApS (herefter Geniads), der medfører, at Firtal og JB Holding Company ApS udøver fælles kontrol over Geniads, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 2, jf. § 12 a, stk. 1, nr. 2. Transaktionen mellem Matas og Firtal og transaktionen mellem Firtal og JB Holding Company ApS er gensidigt betingede.

Transaktionen udgør derfor en fusion omfattet af fusionsbegrebet i konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

2. Parterne og deres aktiviteter

Matas ejer og driver Matas-kæden, som består af egne ejede fysiske butikker, én associeret butik på Grønland samt de to webshops matas.dk og stylebox.dk. Matas er primært aktiv inden for kosmetik og personlig pleje, helsekost og håndkøbsmedicin. Matas har et begrænset salg af kosmetik til andre forhandlere.

Firtal er ejet af Hvejsel Holding ApS, MSOL Inevst ApS og en række minoritetsaktionærer. Firtal består af en række selskaber, som er aktive inden for onlinesalg af plejeprodukter til mænd, helsekost, håndkøbsmedicin, forbrugerelektronik samt diverse. Firtal har ingen fysiske udsalgssteder. Firtal har bl.a. salgsaktiviteter gennem made4men.dk, menscare.dk, helsebixen.dk m.v. Firtal har et begrænset salg af kosmetik til an-

dre forhandlere. Desuden sælger Firtal (gennem Firtal Tech) softwareløsninger.

Geniads er et konsulentbureau, som er specialiseret i betalt markedsføring på søgemaskiner som fx Google, Bing m.v.

3. Jurisdiktion

De deltagende virksomheder er Matas på den ene side og Firtal på den anden side. Desuden vil Firtal ved transaktionen erhverve fælles kontrol over Geniads sammen med JB Holding Company ApS. Ifølge det oplyste havde Matas i 2017/2018 en omsætning på [xxx] mio. kr. i Danmark. Firtal havde i 2017 en omsætning på [xxx] mio. kr. i Danmark. Geniads havde i 2017 en omsætning på [xxx] mio. kr. i Danmark.

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

4. De relevante markeder

Markedet for high end-kosmetik

Parterne har i anmeldelsen oplyst, at de begge sælger kosmetik, der formentlig kan klassificeres som high end-kosmetik, om end Firtal kun har et begrænset udbud heraf.

Konkurrencerådet har tidligere afgrænset et marked for high end-kosmetik.[1] Markedet for high end-kosmetik omfatter parfumer, hudpleje, make-up m.v., som typisk kun sælges i selektiv distribution.[2] Konkurrencerådet har tidligere afgrænset det geografiske marked for high end-kosmetik til Danmark eksklusive taxfreesalg.[3]

Kommissionen har ligeledes i praksis sondret mellem et marked for luksusprodukter og andre kosmetikprodukter.[4] Kommissionen har ligeledes overvejet yderligere segmentering, fx luksusparfume og kosmetiske produkter,[5] men har ladet spørgsmålet stå åben.[6] Kommissionen har ikke endeligt afgrænset, om markedet for luksusprodukter er nationalt, snævrere eller bredere.[7]

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i denne sag overvejet, om markedet for high end-kosmetik kan segmenteres yderligere i et marked for online salg af high end-kosmetik.

---

[1] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker,* pkt. 98.
[2] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker,* pkt. 9.
[3] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker*, pkt. 103.
[4] Jf. bl.a. Kommissionens beslutning af 24. juli 1992 IV/33.542 *Parfums Givenchy.*
[5] Jf. Kommissionens beslutning af 29. juni 2011 i sag *M.6212 LVMH/Bulgari,* pkt. 14.
[6] Jf. Kommissionens beslutning af 29. juni 2011 i sag M.6212 *LVMH/Bulgari*, pkt. 14.
[7] Jf. Kommissionens beslutning af 29. juni 2011 i sag M.6212 *LVMH/Bulgari*, pkt. 25 og 27

Eftersom fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, selv under den mest snævre, sandsynlige afgrænsning af markedet, kan den endelig afgrænsning af markedet dog stå åben i denne sag.

Markedet for low end-kosmetik

Parterne har i anmeldelsen oplyst, at de begge sælger low end-kosmetik, om end Firtal kun sælger disse produkter i begrænset omfang. Matas forhandler low-end kosmetik såvel i deres fysiske butikker som online på matas.dk og stylebox.dk. Firtal sælger low end-kosmetik online via made4men.dk, made4men.no, made4men.se, menscare.dk, nimen.dk samt på flere af deres helse-webshops. Udbuddet består blandt andet af barberskum, hudpleje m.v.

Konkurrencerådet har tidligere afgrænset et marked for low end-kosmetik, idet der ikke var en sådan efterspørgselssubstitution mellem produkter fra high end- hhv. low end-segmentet, at disse kan betegnes som tilhørende samme produktmarked.[8] Konkurrencerådet har defineret markedet for low end-kosmetik som samme produkttyper, som sælges på high end-kosmetik-markedet, men som sælges i bredere distribution, fx gennem dagligvarehandelen.[9] Konkurrencerådet har desuden berørt et mellemsegment, som kaldes bridgeprodukter, og som bl.a. omfatter modedufte. Konkurrencerådet henregnede bridgeprodukterne til low end-markedet.[10] Konkurrencerådet fandt, at der er flere forhold, der taler for at anse markedet for low end-kosmetik for nationalt. [11]

Kommissionen har i praksis sondret mellem luksusprodukter og andre kosmetikprodukter, jf. ovenfor.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i denne sag overvejet, om markedet for low end-kosmetik kan segmenteres yderligere i et marked for online salg af low end-kosmetik.

Eftersom fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, selv under den mest snævre, sandsynlige afgrænsning af markedet, kan den endelig afgrænsning af markedet dog stå åben i denne sag.

Markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost)

Parterne har i anmeldelsen oplyst, at de begge er aktive på markedet for helsekost. Matas sælger helsekost både i deres fysiske butikker og online på matas.dk. Firtal sælger helsekost via en række webshops i såvel Danmark som i Norge og Sverige, fx helsebixen.dk, helsehelse.dk, informa.se, pureviva.no.

[8] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker*, pkt. 98.
[9] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker*, pkt. 78.
[10] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker*, pkt. 98.
[11] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker*, pkt. 150.

Konkurrencerådet har tidligere afgrænset et nationalt marked for kosttilskud og naturlægemidler.[12]

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i denne sag overvejet, om markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost) kan segmenteres yderligere i et marked for online salg af kosttilskud og naturlægemidler (helsekost).

Eftersom fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, selv under den mest snævre, sandsynlige afgrænsning af markedet, kan den endelig afgrænsning af markedet dog stå åben i nærværende sag.

Markedet for håndkøbslægemidler
Parterne har i anmeldelsen oplyst, at de begge er aktive på markedet for håndkøbsmedicin. Ifølge parterne er markedet ikke et berørt marked, da parterne efter fusionen vil få en markedsandel på under 15 pct.

På baggrund af de foreliggende oplysninger er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence på markedet for håndkøbslægemidler betydeligt, og markedet vil derfor ikke blive behandlet yderligere.

Yderligere aktiviteter
Udover aktiviteterne på markederne ovenfor har parterne oplyst, at der foreligger marginale overlap på en række andre områder, hvor parterne har sammenfaldende produkter bl.a. på hårtrimmere, barberskrabere m.v. Parterne har over for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen erklæret, at de ikke har en markedsandel på mindst 15 pct. inden for disse områder på noget plausibelt relevant marked.

På baggrund af de foreliggende oplysninger er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til indsigelser i forhold til disse aktiviteter.

5. Vurdering af fusionen

Vurderingen af fusionens effekter på de relevante markeder tager udgangspunkt i parternes oplysninger og styrelsens oplysninger om markederne. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har endvidere offentliggjort fusionen på styrelsens hjemmeside den 28. september 2018 og opfordret interesserede til at indsende eventuelle bemærkninger til fusionen til styrelsen. Styrelsen har ikke modtaget bemærkninger.

[12] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. januar 2007, *CVC's overtagelse af Matas A/S og en række Matas-butikker*, pkt. 158 og 159.

Ifølge parterne giver fusionen ikke anledning til nogen konkurrencemæssige betænkeligheder på de relevante markeder.

Markedet for high end-kosmetik
Der er et horisontalt overlap mellem parternes aktiviteter på markedet for high end-kosmetik.

Parterne har oplyst, at de på markedet for high end-kosmetik vil få en samlet markedsandel på ca. 50-60 pct., og at stigningen i markedsandelen som følge af fusionen er på ca. 0-5 pct. Desuden har parterne oplyst, at HHI efter fusionen er over 2000, og delta er under 150.

Det fremgår af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser, at det er *"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"*.[13]

Parterne har oplyst om en række forhold, der efter deres vurdering indikerer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for high end-kosmetik. Parterne har blandt andet oplyst, at fusionen indebærer en meget begrænset forøgelse af Matas' markedsandel på markedet for high end-kosmetik, og at der er flere konkurrenter på markedet.

På baggrund af de foreliggende oplysninger er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens samlede vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence på markedet for high end-kosmetik betydeligt.

Markedet for low end-kosmetik
Der er et horisontalt overlap mellem parternes aktiviteter på markedet for low end-kosmetik.

Parterne har oplyst, at de på markedet for low end-kosmetik vil få en samlet markedsandel på ca. 30-40 pct., og at stigningen i markedsandelen som følge af fusionen er på ca. 0-5 pct. Desuden har parterne oplyst, at HHI efter fusionen er cirka 1000-2000, og at delta er under 250. HHI og delta er dermed inden for de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. ovenfor.[14]

[13] Pkt. 20 i Retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser. EUT 2004 C 31/5.
[14] Pkt. 20 i Retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser. EUT 2004 C 31/5.

Parterne har oplyst om en række forhold, der efter deres vurdering indikerer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for low end-kosmetik. Parterne har blandt andet oplyst, at fusionen indebærer en meget begrænset forøgelse af Matas' markedsandel på markedet for low end-kosmetik, og at der er flere konkurrenter på markedet.

På baggrund af de foreliggende oplysninger er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence på markedet for low end-kosmetik betydeligt.

Vertikal forbindelse i forhold til salg af low end-kosmetik

Parterne har oplyst, at såvel Matas som Firtal har et begrænset salg af low-end kosmetik til andre forhandlere. Det er styrelsens vurdering, at de vertikale forbindelser – i lyset af ovenstående og disse aktiviteters begrænsede omfang – ikke vil give anledning til, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt.

Markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost)

Der eksisterer et horisontalt overlap mellem parternes aktiviteter på markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost).

Parterne har oplyst, at de på markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost) vil få en samlet markedsandel på ca. 20-30 pct., og stigningen i markedsandelen som følge af fusionen er på mindre end 0-5 pct. Desuden har parterne oplyst, at delta er under 250.

Parterne har oplyst om en række forhold, der efter deres vurdering indikerer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence på markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost) betydeligt. Parterne har blandt andet oplyst, at fusionen indebærer en meget begrænset forøgelse af Matas' markedsandel på markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost), og at der er flere konkurrenter på markedet.

På baggrund af de foreliggende oplysninger er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence på markedet for kosttilskud og naturlægemidler (helsekost) betydeligt.

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.