

Samruni Top ehf./Bílaumboðsins Askja ehf. og Lotus Car Rental ehf.

I. Málsmeðferð

1. Þann 19. september 2022 var Samkeppniseftirlitinu tilkynnt um kaup Top ehf. (hér eftir nefnt Top) á öllu hlutafé í Lotus Car Rental ehf. (hér eftir nefnt Lotus).
2. Með tilkynningunni fylgdi samrunaskrá. Þar kom fram að heildarvelta samrunaaðila færi yfir þrjú milljarða kr. og væri velta hvors fyrir sig hærrí en 300 milljónir. Teldu því aðilar sér því skylt að tilkynna Samkeppniseftirlitinu um samrunann. Samrunaaðilar teldu samrunann jafnframt falla undir ákvæði c-liðar 6. mgr. 17. gr. a. samkeppnislaga nr. 44/2005 þar sem samanlögð markaðshlutdeild þeirra væri lág og því heimilt að skila styttri tilkynningu um samrunann.
3. Þann 26. september 2022 var samrunaaðilum tilkynnt um að samrunatilkynning þeirra teldist fullnægjandi í skilningi ákvæðis 17. gr. a samkeppnislaga nr. 44/2005 og að frestir til að rannsaka samrunann skv. 17. gr. d samkeppnislaga, sbr. 9. gr. reglna um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum, væru byrjaðir að líða.

II. Samruninn og aðilar hans

4. Samkvæmt 17. gr. samkeppnislaga telst samruni hafa átt sér stað þegar breyting verður á yferráðum til frambúðar. Samruni getur þannig m.a. falist í því að fyrirtæki taki annað fyrirtæki yfir eða að það nái yferráðum í heild eða að hluta yfir öðru fyrirtæki, t.d. með því að kaupa hluta af eignum þess eða þær allar, sbr. 1. mgr. 17. gr. laganna. Ljóst má vera að kaup Top á öllu útgefnu hlutafé í Lotus felst samruni í skilningi 17. gr. samkeppnislaga.
5. Top er eignarhaldsfélag í eigu Feier ehf. (47,1%), F. Bergsson ehf. (19,8%) og Group Comte-Serres (11,3%). Top á allt hlutafé í Bifreiðaumboðinu Askja ehf. (hér eftir nefnt Askja). Askja á dótturfélagið Askja bílar ehf. og hlut í Sleggjunni þjónustuverkstæði ehf. Í eigu Top ehf. eru ekki önnur félög. Eignarhaldsfélög í eigu hjónanna Hjörleifs Þórs Jakobssonar og Hjördísar Ásberg fara með stærstan hluta hlutafjár Öskju. Fara þau ekki með yferráð yfir öðrum tengdum atvinnurekstri.
6. Askja flytur inn nýjar bifreiðar og selur hér á landi. Hefur félagið umboð fyrir þrjú ólík merki; nánar tiltekið (a) Mercedes-Benz, (b) Kia og (c) Honda. Flytur Askja inn allt frá smábílum til jeppa. Þá flytur Askja einnig inn stærri bifreiðar svo sem vörubifreiðar og langferðabifreiðar af Mercedes-Benz gerð. Askja selur einnig notaða bíla. Askja rekur þá einnig þjónustuverkstæði þar sem veitt er viðgerðarþjónusta við þá bíla sem félagið flytur inn.
7. Lotus er bílaleiga, nánar tiltekið á sviði útleigu á bifreiðum til skamms tíma. Leigir félagið bíla út frá starfsstöð sinni í Reykjanesbæ og leigir allt frá smábílum yfir í fjórhjóladrifna jeppa.



III. Niðurstaða

8. Við mat á samruna samkvæmt samkeppnislögum verður að byrja á því að skilgreina þann markað eða þá markaði sem við eiga. Samkvæmt ákvæði 4. gr. samkeppnislaga er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiða til þess að líta verður á viðkomandi markað frá a.m.k. tveimur sjónarhornum, annars vegar vöru- eða þjónustumarkaði og hins vegar landfræðilegum markaði. Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna ber að líta til þess hvort samruninn hindri virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða verði til eða slík staða styrkist á hinum skilgreindu mörkuðum málsins, eða verði til þess að samkeppni á markaði raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 1. mgr. 17. gr. c samkeppnislaga. 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*.

Markaðir málsins

9. Að mati samrunaaðila eru markaðir málsins nokkrir. Í fyrsta lagi innflutningur og sala á nýjum fólksbifreiðum. Vísa þeir til þess að framkvæmdarstjórn ESB hefur almennt talið að til sé sjálfstæður markaður fyrir fólksbifreiðar sem kunni að vera ástæða til þess að skipta frekar upp. Hefur þannig verið tekið til skoðunar hvort ástæða sé til þess að skipta markaðnum fyrir fólksbifreiðar frekar eftir gerðum þannig að t.d. smábílar og lúxusbílar myndi sérstakan markað. Benda þeir á að í ákvörðun framkvæmdarstjórnar ESB nr. IV/M.1519 *Renault / Nissan* að þrengsta mögulega skilgreining sem notuð hefði verið fæli í sér að skipta mætti markaðnum upp í níu flokka. Svipuð umfjöllun er í ákvörðun nr. M.8099 *Nissan / Mitsubishi*. Telja samrunaaðilar svo mikla sundurgreiningu ástæðulausa í þessu máli. Sömuleiðis telja þeir að stærri bifreiðar svo sem vörubifreiðar og langferðabifreiðar falli ekki undir þann markað enda eru stórar atvinnubifreiðar ólíkar fólksbifreiðum.
10. Í öðru lagi telja samrunaaðilar að einn markaður málsins sé viðgerðarþjónusta við þá bíla sem Aska flytur inn. Vísa þeir til þess að kaupendur nýrra og notaðra bíla geta keypt sér viðgerðarþjónustu frá þeim þjónustuaðilum sem þeir kjósa. Meta þeir það svo að fjöldi bifreiðaverkstæða á markaðnum veiti í grundvallaratriðum áþekka þjónustu.
11. Í þriðja lagi þá telja samrunaaðilar að einn markaður málsins sé á sviði útleigu á bifreiðum til skamms tíma. Telja samrunaaðilar að þar sé um að ræða starfsemi sem eigi sér ekki sérstakar staðkvæmdarvörur. Meta þeir svo að bílaleigubílar hafi margvíslega sérstöðu gagnvart öðrum ferðamatum t.a.m. þar sem leigutakar hafa forræði á ferðalögum sínum, geti leigt faratæki um skemmri eða lengri tíma og eru óháðir tímatöflum og öðrum kvöðum sem farþegar rútuþyrirtækja og sambærilegra aðilar þurfa að sæta. Koma þeir því á framfæri að skammtímaleiga á bílum sé jafnframt töluvert ólík langtímaleigu þar sem verð og innifalin þjónusta eru ólík auk þess sem verið er að svara ólíkum þörfum. Telja þeir að það sjáist ekki hvað síst á því hversu ólíkur kúnnahópurinn er. Vísa þeir til þess að Samkeppniseftirlitið hafi í ákvörðunum sínum byggt á því að til sé sérstakur markaður fyrir útleigu bíla, sbr. ákvörðun nr. 10/2018, *kaup Horns III slhf. á hlut í Bílaleigu Flugleiða ehf.*
12. Varðandi landfræðilega markaði þá kemur fram af hálfu samrunaaðila að þó Askja hafi ekki söluskrifstofur um allt land sé ekki ástæða til þess að skipta Íslandi í smærri landfræðilega markaði hvað varðar sölu nýrra bifreiða. Vísa þeir til þess að kaup á nýjum bifreiðum eru á meðal stærri fjárfestinga einstaklinga. Telja þeir að viðskiptavinir bifreiðaumboða setji það ekki fyrir



sig þó að umboðin séu í nokkurri fjarlægð. Þannig hafa öll íslensk bifreiðaumboð aðsetur á höfuðborgarsvæðinu samkvæmt samrunaskrá.

13. Að mati samrunaaðila er sennilegast að leitað sé til nálægra verkstæða þegar þörf er á bílaviðgerðum. Telja þeir því að markaðurinn fyrir verkstæðisþjónustu sé minni en landið allt. Vísað er til þess að verkstæði samrunaaðila eru á höfuðborgarsvæðinu og megi gera ráð fyrir að markaðurinn fyrir verkstæðisþjónustu sé höfuðborgarsvæðið og hugsanlega næstu sveitarfélag við höfuðborgarsvæðið. Samkvæmt samrunaskrá hefur ekki verið gerð nákvæm greining, sem að mati þeirra skiptir ekki höfuðmáli hér, enda gæti umtalsverðrar samkeppni á markaðnum fyrir bifreiðaviðgerðir.
14. Þá segir í samrunaskrá að hvað varðar útleigu á bílum þá sé misjafnt hversu mörgum söluskrifstofum bílaleigur hafa yfir að ráða. Lotus afhendir og taki á móti bifreiðum á höfuðborgarsvæðinu og í Reykjanesbæ. Eru allar helstu bílaleigur landsins með starfsemi á þessu svæði enda býr þorri íbúa Íslands á þessu svæði auk þess sem nær allir ferðamenn sem fara um landið á bílaleigubíl koma í gegnum Keflavíkurflugvöll. Telja samrunaaðilar því eðlilegt að skilgreina markaðinn sem landið allt. Jafnvel þó að yrði ekki gert er ólíklegt að markaðshlutdeild Lotus á landfræðilegu svæði sem afmarkaðist af suðvesturhorni Íslands væri mikið hærri en á landinu öllu. Telja samrunaaðilar því ástæðulaust að líta til þrengri landfræðislegs markaðar en Íslands alls.
15. Í ljósi niðurstöðu málsins telur Samkeppniseftirlitið ekki ástæðu til að skilgreina markaði málsins með öðrum hætti eða ítarlegri en gert er af hálfu samrunaaðila. Þó er vakin athygli á að rök geta staðið til þess að afmarka markaði og undirmarkaði nánar, s.s. eftir notagildi bifreiða.¹ Þá er ljóst að samrunaaðilar starfa einnig á mörkuðum fyrir sölu á notuðum bílum og sölu á stærri bifreiðum, svo sem vörubifreiðar og langferðabifreiðar. Ekki standa rök til þess að gera athugasemdir við sjónarmið samrunaaðila þess efnis að landfræðilegur markaður viðhalds og viðgerða á bifreiðum sé höfuðborgarsvæðið og nærliggjandi sveitarfélög. Samkeppniseftirlitið telur einnig að til álita geti komið að viðhald og viðgerðir ákveðinna bifreiðamerkja af hendi verkstæða sem hlotið hafa viðurkenningu til slíkra verka, geti talist sérstakur markaður. Ekki er tilefni til þess að taka afstöðu til þessa, eins og mál þetta horfir við.

Staða samrunaaðila á mörkuðum málsins

16. Samrunaaðilar halda því fram í samrunaskrá að nota megi gögn um nýskráningar bifreiða til þess að áætla markaðshlutdeild aðila á markaðnum þar sem áhrifa samrunans gætir, þ.e. markaðnum fyrir sölu á nýjum bifreiðum á Íslandi. Samkvæmt samrunaskrá eru samrunaaðilar með 15-20% samanlagða markaðshlutdeild samkvæmt því.
17. Samkeppniseftirlitið leitaði til Samgöngustofu til staðfestingar á stöðu samrunaaðila á markaði með innflutning á nýskráðum fólksbifreiðum. Samkvæmt upplýsingum frá Samgöngustofu skiptist markaðshlutdeild í innflutningi nýrra fólksbifreiða milli keppinauta með eftirfarandi hætti á milli stærstu aðila:

Fyrirtæki	2019	2020	2021
BL ehf.	20-25%	15-20%	20-25%

¹ Markaði fyrir fólksbíla kann að vera skipt upp í samræmi við þrengri skilgreiningar, svo sem eftir því hvort um er að ræða smábíla eða lúxussbifreiðar. Í ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB nr. IV/M.1519 - RENAULT / NISSAN, kemur fram að með vísan til fyrri fordæma megi skipta markaði fyrir fólksbíla a.m.k. í níu flokka.



Bílaumboðið Askja ehf.	10-15%	15-20%	15-20%
Toyota á Íslandi ehf.	15-20%	15-20%	10-15%
Brimborg ehf.	10-15%	5-10%	10-15%
Hekla hf.	10-15%	15-20%	10-15%
Tesla Motors Iceland ehf.	0-5%	5-10%	5-10%
Suzuki-bílar ehf.	0-5%	5-10%	0-5%

18. Umræddar tölur endurspegla þó ekki heildarmagn innflutnings nýrra fólksbifreiða. Nýjar fólksbifreiðar eru einnig fluttar inn „fram hjá“ bifreiðaumboðum, þ.e.a.s. af einstaklingum sjálfum eða aðilum sem stunda þann atvinnurekstur að flytja inn nýjar bifreiðar sem keyptar eru af umboðsaðilum erlendis. Í ljósi málavaxta er það mat Samkeppniseftirlitsins að ekki sé grundvöllur fyrir frekari athugun á mögulegum áhrifum af innflutningi fólksbifreiða fram hjá umboðum, á hlutdeild samrunaaðila á markaði fyrir innflutning nýrra fólksbifreiða.
19. Samrunaaðilar greina frá því að bílaleigumarkaðurinn í heild sinni telji um 24.500 bíla og að Lotus hafa yfir að ræða 600 bílum. Hlutdeild félagsins sé samkvæmt því 2,5%. Á vef Samgöngustofu kemur fram að bílaleiga leyfisskyld starfsemi og telur núverandi listi hjá stofnuninni 125 bílaleigur.² Samrunaaðilar greina frá því mati sínu að stærstu bílaleigur landsins séu Bílaleiga Akureyrar / Höldur ehf., Alp hf., Bílaleiga Flugleiða ehf./Hertz og Blue Car Rental ehf. Þannig reki Höldur, Alp og Hertz sennilega fleiri en þrjú þúsund bíla hver og kunna því að njóta meira en 10% markaðshlutdeildar í markaði fyrir útleigu á bifreiðum í skamman tíma. Að virtum fyrirliggjandi upplýsingum í samrunaskrá og þeim mikla fjölda bílaleigna sem hafa leyfi til að starfa á þeim markaði telur Samkeppniseftirlitið að hafa megi hliðsjón af umfjöllun samrunaaðila um framangreinda markaðsstöðu.
20. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 20/2019 *Kaup Öskju ehf. á hluta af rekstri Bernhards ehf.* var tekið fram að samkvæmt tölulegum upplýsingum sem eftirlitið aflaði í málinu mætti álykta að hlutdeild samrunaaðila á markaði fyrir almenna verkstæðisþjónustu á höfuðborgarsvæðinu væri ekki slík að ástæða væri til að rannsaka þann þátt frekar. Að mati Samkeppniseftirlitsins hefur ekki orðið slík umskipti á þeim markaði að það leiði til þess að sú afstaða hafi breyst. Þá er engin skörun á milli samrunaaðila varðandi þennan markað.

Mat á samkeppnislegum áhrifum

21. Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna ber að líta til þess hvort samruninn leiði til þess að markaðsráðandi staða skapist eða styrkist eða hvort samruninn leiði til þess að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Í ákvæði 4. gr. samkeppnislaga kemur fram að markaðsráðandi staða sé fyrir hendi þegar fyrirtæki hefur þann efnahagslega styrk að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og að það geti að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppnauta, viðskiptavina og neytenda.
22. Í þessu máli er um að ræða samruna fyrirtækja sem starfa á tengdum mörkuðum en ekki verður séð bein lárétt skörun sé á milli starfsemi þeirra. Á grundvelli fyrirliggjandi upplýsinga eru ekki forsendur til að líta svo á að við samruna þennan verði markaðsráðandi staða til eða styrkist, eða

² <https://www.samgongustofa.is/media/umferd/leyfi-og-umferdareftirlit/220722-okutaejkjaleigur-listi.pdf>



að samkeppni verði raskað að öðru leyti með umtalsverðum hætti. Lóðrétt áhrif samrunans þar sem sala bíla í starfsemi annars samrunaaðila getur talist til aðfanga fyrir bílaleigustarfsemi hins eru ekki slík að íhlutunar sé þörf að mati Samkeppniseftirlitsins. Jafnvel þó öll innkaup Lotus á nýjum bílum fari til Öskju sem og sala á notuðum bílaleigubílum hefur það hverfandi áhrif á markaðshlutdeild síðarnefnda félagsins. Af þeim sökum er það niðurstaða eftirlitsins að ekki sé ástæða til að aðhafast vegna þessa samruna.

IV. Ákvörðunarorð:

„Kaup Top ehf./Bílaumboðsins Askja ehf. á öllu hlutafé í Lotus Car Rental ehf. fela í sér samruna í skilningi samkeppnislaga. Samkeppniseftirlitið telur ekki forsendur til þess að hafast frekar að í máli þessu.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson