



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Föstudagur, 29. mars 2019

Ákvörðun nr. 7/2019

## **Samruni Nýju Kaffibrennslunnar ehf. og Kaffitárs ehf.**

### **I.**

#### **Málavextir og málsmeðferð**

Þann 11. desember 2018 barst Samkeppniseftirlitinu bréf þar sem tilkynnt var um kaup Nýju Kaffibrennslunnar ehf. (hér eftir Nýja Kaffibrennslan) á öllum hlutum í Kaffitári ehf. (hér eftir Kaffitár). Með tilkynningunni fylgdi svokölluð styttri samrunaskrá í samræmi við 6. mgr. 17. gr. samkeppnislaga nr. 44/2005 og reglur eftirlitsins nr. 648/2008.

Með bréfi, dags. 19. desember 2018, óskaði Samkeppniseftirlitið eftir lengri tilkynningu vegna samrunans. Var það mat Samkeppniseftirlitsins að ekki lægi ljóst fyrir að hlutdeild samrunaaðila á mörkuðum málsins væri undir 20%. Lengri tilkynning barst Samkeppniseftirlitinu þann 21. janúar 2019. Með bréfi dags. 30. janúar 2019 var samrunaaðilum tilkynnt að samrunaskrá teldist fullnægjandi í skilningi samkeppnislaga og að frestir samkvæmt lögnum hafi byrjað að líða hinn 22. janúar 2019. Hinn 25. febrúar 2019 var samrunaaðilum tilkynnt að samruninn þyrfti frekari skoðunar við, sbr. 1. mgr. 17. gr. d. samkeppnislaga.

Þann 1. febrúar 2019 sendi Samkeppniseftirlitið umsagnar- og gagnabeiðni til fyrirtækja<sup>1</sup> þar sem m.a. var óskað eftir upplýsingum um tekjur af sölu á kaffi í heildsölu á árabílinu 2016 til 2018 og magni í kg á sama árabíli. Svör bárust frá 11 aðilum. Framangreindum umsagnaraðilum voru einnig send afrit af samrunaskránni og þeir beðnir um að tjá sig um efni hennar, þ.m.t. um markaðsskilgreiningar samrunaaðila og um stöðu aðila á viðkomandi mörkuðum.

Mál þetta hefur sætt rannsókn Samkeppniseftirlitsins. Sem liður í þeirri rannsókn hefur Samkeppniseftirlitið m.a. aflað sjónarmiða frá aðilum á markaðnum. Að því marki sem Samkeppniseftirlitið telur þær upplýsingar sem eftirlitið býr yfir skipta máli fyrir niðurstöðu máls þessa er þeirra getið í ákvörðun þessari.

### **II.**

#### **Samruninn**

---

<sup>1</sup> Beiðni var send til eftirfarandi fyrirtækja: Danól, Te&Kaffi, Ölgerð Egils Skallagrímssonar, Ísam, Snakk, Vintrio, Icepharma, Innes, Aðföng, N1, Samkaup, Þingvelli, Origo og Idnmark.



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. Samkeppniseftirlitið telur að í kaupum Nýju Kaffibrennslunnar á öllu hlutafé Kaffitárs felist samruni í skilningi 17. gr. samkeppnislaga.

Í samrunaskrá segir að tilgangur Nýju Kaffibrennslunnar, samkvæmt samþykktum þess, sé að reka kaffiverksmiðju og skylda framleiðslu, heildsala og smásala, innflutningur, útflutningur og skyldur rekstur. Auk þess felist í starfsemi félagsins fjárfestingar, rekstur fasteigna og bifreiða, þjónustu starfsemi og lánastarfsemi. Nýja Kaffibrennslan eigi hvorki dóttur- né hlutdeildarfélag. Félagið sé þó dótturfélag eignarhaldsfélagsins Esjuberg hf. og önnur dótturfélag þess félags séu O. Johnson & Kaaber ehf. (hér eftir OJK), Sælkeradreifing ehf. og Búbót ehf.

Þá segir í samrunaskrá að Nýja Kaffibrennslan sé rekið sem sjálfstætt fyrirtæki sem selji framleiðslu sína til OJK, sem aftur sjái um sölu og dreifingu, bæði á dagvörumarkað og stóreldhúsamarkað. Salan hjá Nýju Kaffibrennslunni skiptist í grófum dráttum til helminga þar sem einn helmingur fer á dagvörumarkað og annar helmingur í fyrirtækjaþjónustu. Stærstur hluti sölu Nýju Kaffibrennslunnar á dagvörumarkaði sé í ódýrari kaffitegundum og miðlungsverðum. Á fyrirtækjamarkaði sé Nýja Kaffibrennslan með um brúsavélar í útleigu en fyrirtækið hafi hvorki hafið starfsemi við útleigu á dýrari kaffivélum né farið inn á markað vegna betri kaffihúsa eða stærri fyrirtækja.

Í samrunaskrá segir að starfsemi Kaffitárs sé rekstur kaffibrennslu, heildsöludreifing á kaffi og ýmsum tengdum vörum, kaffivélaþjónustu við fyrirtæki, ásamt rekstri kaffihúsa. Kaffitár hafi haslað sér völl á markaði fyrir útleigu dýrari kaffivéla til fyrirtækja og á markað betri veitingahúsa og stórfyrirtækja. Tilgangur félagsins samkvæmt samþykktum þess sé kaffibrennsla, sala og skyld starfsemi, smásala og heildsala, innflutningur, kaup og sala fasteigna og rekstur þeirra. Félagið eigi tvö dótturfélag, Kruðerí ehf. (hér eftir Kruðerí) og Út í bláinn ehf. (hér eftir Út í bláinn). Samkvæmt skilmálum kaupsamnings aðila sé það ætlun seljanda Kaffitárs að halda eftir öllum eignarhlutum í dótturfélaginu Út í bláinn. Muni félagið því ekki vera hluti af eignum Kaffitárs við fyrirhugaðan samruna.

Í samrunaskrá kemur fram að Kaffitár selji hágæða kaffi sem keypt sé beint frá kaffiræktendum eða „án krókaleiða frá býli til bolla“. Félagið reki kaffibrennslu, pökkun og dreifingu sem þjónusti verslanir og fyrirtæki. Jafnframt reki Kaffitár fjögur kaffihús sem bjóði úrval kaffidrykkja og meðlætis með kaffinu. Kaffihúsin séu staðsett í Kringlunni, í Þjóðminjasafni Íslands, í Bankastræti og á Höfðatorgi. Þá reki Kaffitár einnig Kruðerí sem sé handverksbakarí með áherslu á gæði og hreinleika. Markmiðið með stofnun þess hafi verið að bjóða brauð og bakkelsi í sama háa gæðaflokki og kaffi Kaffitárs. Jafnframt reki Kruðerí tvö kaffihús sem staðsett séu á Nýbýlavegi og á Stórhöfða. Kruðerí starfi einnig sem framleiðslufyrirtæki, sem framleiði fyrst og fremst til kaffihúsa Kaffitárs og Kruðerís.

Um markmið kaupanna segir í samrunaskrá að Nýja Kaffibrennslan sjái mikil tækifæri í að reka Kaffitár innan sömu samstæðu enda sé þónokkur samlegð í samþættingu félaganna.

[



Þá sé áætlunin að sala á öllu framleiðdu kaffi verði til heildsölu OJK sem muni sinna lagerhaldi, sölu og dreifingu á smásölu- og stóreldhúsmarkað auk fyrirtækjaþjónustu. Töluverð hagræðing felist í því að samnýta lager og sölu- og dreifingarkerfi félaganna.

Kaffitár hafi sérstöðu á íslenskum kaffimarkaði sem sé góð viðbót við þann grundvöll sem Nýja Kaffibrennslan byggir á, en Kaffitár hafi haslað sér völl sem framleiðandi á hágæða kaffi ásamt því að reka kaffihús í eigin nafni og selji til kaffihúsa dótturfélaga þess. Það sé markaður sem Nýja Kaffibrennslan hafi ekki haslað sér völl á en sjái mikil tækifæri í með Kaffitár sem viðbót í samstæðuna.

Samrunaaðilar telja að samruninn muni hvorki breyta eða raska hagsmunum neytenda né milliliða og hafi því ekki í för með sér neikvæð áhrif. Kaffitár muni áfram vera rekið sem sjálfstætt fyrirtæki en í eignarhaldi Nýju Kaffibrennslunnar, þó einstaka rekstrarþættir verði samnýttir. Þá sé fyrirhugað að reka þau kaffihús sem séu bæði rekin af Kaffitár og Kruðerí áfram í óbreyttri mynd ásamt því að halda óbreyttri þjónustu við fyrirtæki, stofnanir og stóreldhús hjá báðum samrunaaðilum.

### 1. Markaðir málsins

Við mat á samruna samkvæmt samkeppnislögum verður að byrja á því að skilgreina þann markað eða þá markaði sem við eiga. Samkvæmt 4. gr. laganna er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiða til þess að líta verður á viðkomandi markaði út frá tveimur sjónarhornum, annars vegar vöru- eða þjónustumarkaðinn og hins vegar landfræðilega markaðinn.

Í samrunaskrá segir að Samkeppniseftirlitið hafi tekið sérstaklega fyrir dagvörumarkað í skýrslu eftirlitsins um verðþróun og samkeppni á dagvörumarkaði, nr. 1/2012, en þar komi m.a. fram: „*Birgjar á dagvörumarkaði starfa á aðfangamarkaði. Þeir annast framleiðslu og/eða innflutning á daglegum neysluvörum sem seldar eru í heildsölu til dagvöruverslana. Unnt er að skilgreina hvern vöruflokk, sem seldur er af birgjum til dagvöruverslana, sem sérstakan markað þar sem staðganga milli vöruflokka er almennt lítil eða takmörkuð.*”

Í samrunaskrá segir að samrunaaðilar starfi sem birgjar á annars vegar dagvörumarkaði og hins vegar veitinga- og fyrirtækjamarkaði. Aðalstarfsemi samrunaaðila sé framleiðsla og sala á kaffi. Framleiðsla Nýju Kaffibrennslunnar fari þannig um það bil til helminga á dagvörumarkað og til helminga til fyrirtækja, m.a. í tengslum við útleigu brúsavéla. Ekki sé gerður greinarmunur á íslenskum neytendamarkaði hvort um innlenda eða erlenda framleiðslu sé að ræða, hvorki þegar kemur að ódýrara né dýrara kaffi. Það sé því mat samrunaaðila að kaffi og te sem sé selt á Íslandi, hvort sem sé innlend framleiðsla eða erlend, sé á sama vörumarkaði.

---

<sup>2</sup> Felld út vegna trúnaðar.



Þá sé hluti af starfsemi samrunaaðila útleiga á kaffivélum, annars vegar útleiga á brúsavélum hjá Nýju Kaffibrennslunni og hins vegar útleiga á dýrari vélum frá Kaffitár til fyrirtækja og stofnana. Sá markaður hafi ekki verið skilgreindur sem sérstakur markaður né haldið utan um stærð hans með neinum hætti. Ekki séu til greiningar á stærð þess markaðar né sé hægt að afla gagna hjá Hagstofu Íslands sem nái til slíkrar sérgreiningar á starfsemi fyrirtækjanna. Ljóst sé þó að margir þátttakendur séu á þeim markaði.

Samrunaaðilar meta það svo að sá markaður sem komi til álita sé vörumarkaður með kaffi og te.

Hvað varðar landfræðilegan markað vísa samrunaaðilar til þess að þeir selji og dreifi vörum sínum um allt land og með vísan til framangreinds telji þeir viðkomandi landfræðilegan markað vera Ísland.

Í samrunaskrá segir að á þeim markaði sem um ræðir ríki mikil samkeppni, bæði hvað varði innflytjendur á erlendu kaffi og framleiðendur að innlendu kaffi. Verði ekki gerður greinarmunur á innlendri framleiðslu og erlendri framleiðslu á samanburði á markaðsstöðu aðila.

Það sé vandkvæðum bundið að skilgreina heildarmarkaðshlutdeild í kaffi. Hluti af kaffi sé framleitt hér á landi, meðal annars af Nýju Kaffibrennslunni, Kaffitár og Te&Kaffi. En hluti sé innfluttur og þar séu stærstu vörumerkin Merrild, Gevalia, BKI, Frellsend og Chaqwa. Markaðsgreining sé til staðar vegna þess hluta sem fer á dagvörumarkað, en ekki séu mælingar á markaðshlutdeild þess hluta er seljist til fyrirtækja og stofnana á Íslandi.

Stjórnendur Nýju Kaffibrennslunnar telja að markaðshlutdeild félagsins á kaffimarkaði árið 2017 hafi verið 7,2% miðað við sölu í krónum en um 9,1% sé tekið mið af sölu í kílógrömmum. Skýrist þessi munur í hlutdeild á því að Nýja Kaffibrennslan framleiðir og selur kaffi sem er í verðflokkki með ódýru eða meðaldýru kaffi og því sé hlutdeild af heildarsöllumagnni hærri en sem nemur sölu í krónum talið. Þá sé hlutdeild Kaffitárs á sama markaði 11% sé tekið mið af sölu í krónum en 8,6% í kílógrömmum. Markaðshlutdeild samrunaaðila hvors fyrir sig verði ekki talin ráðandi, hvort sem litið sé til sölu í krónum eða kílógrömmum.

Þá telja samrunaaðilar að samkeppnisaðilar þeirra séu stórir aðilar á markaði með kaffi. Til að mynda sé DANÓL með 29,8% hlutdeild á markaði miðað við sölu í krónum talið og 26% talið í kílógrömmum. Þá sé Te&Kaffi, sem sé einnig framleiðandi að kaffi, með hlutdeild upp á 22,6% í krónum borið saman við 20% í kílógrömmum. Þriðji stærsti aðilinn á kaffimarkaði, Ölgerð Egils Skallagríms, sé svo með 13,9% og 16% hlutdeild.

Sameiginleg markaðshlutdeild samrunaaðila eftir samruna yrði því, miðað við hlutdeild félaganna árið 2017, 18,26% þegar litið væri til sölu í krónum en 17,76% þegar litið væri til sölu í kílógrömmum.

Hvað varðar temarkað segir í samrunaskrá að systurfélag Nýju Kaffibrennslunnar, OJK, sé innflytjandi og seljandi að te á Íslandi, sem að hluta til sé talið vera á sama vörumarkaði og kaffi. Nýja Kaffibrennslan flytji þó hvorki inn né selji te. Kaffitár framleiðir og selur te,



en framleiðsla Kaffitárs sé þó ekki meðal tíu söluhæstu vörumerkja á Íslandi. Markaðshlutdeild OJK á markaði með te sé um 15,7%.

Í samrunaskrá segir að ef samanburður í markaðshlutdeild samrunaaðila og annarra aðila er starfi á sama vörumarkaði sé skoðaður, sé bersýnilegt að markaðshlutdeild samrunaaðila hafi dregist töluvert saman síðustu árin. Sé það mat samrunaaðila að áætluð sameiginleg markaðshlutdeild þeirra gæti numið um 18% á þeim markaði sem um ræðir, vörumarkaði með te og kaffi á Íslandi. Sé það mat samrunaaðila að samruni aðila muni ekki mynda markaðsráðandi stöðu á þeim markaði né öðrum.

Hvað varðar aðgangshindranir telja samrunaaðilar þær ekki miklar á markaði með te og kaffi. Að mati samrunaaðila er kaffimarkaður frekar opinn. Auðvelt sé fyrir innlenda aðila að flytja inn erlent kaffi eða hráefni til kaffiframleiðslu. Líkt og með aðra markaði sem byggja á dreifingu og sölu geti verið kostnaðarsamt að setja á laggirnar sölu- og dreifingarfyrtæki. Aðgangshindrunin sé því fólgin í almennri inngöngu birgja á smásöllumarkað, en ekki bundið með neinum sérstökum hætti við kaffimarkað.

Samrunaaðilar halda því fram að markaður málsins sé vörumarkaður með kaffi og te á Íslandi.

Í framkvæmd í EES/ESB-samkeppnisrétti hefur sala á kaffi verið skilgreind sem sérstakur markaður og jafnframt að undir þann markað falli tilteknir undirmarkaðir. Þannig hefur í framkvæmd ekki verið talin staðganga á milli kaffis og annarra drykkja, s.s. tes.<sup>3</sup> Markaðnum hefur verið skipt upp eftir því hvort um sé að ræða sölu til neytenda (e. *in-home*) eða til fyrirtækja (e. *out-of-home*). Auk þess hefur verið talið að rök kunni að standa til þess að malað og ómalað kaffi tilheyri sitthvorum undirmarkaðnum. Auk þess hefur verið talið að einnota kaffihylki tilheyri aðskildum markaði, s.s. kaffipúðar, Nespressohylki o.s.frv. Loks hefur verið talið að skyndikaffi tilheyri ekki sama markaði.

Að mati Samkeppniseftirlitsins gefa gögn málsins til kynna að samruninn leiði ekki til mikillar samþjöppunar. Af þeim sökum er ekki þörf á því að skilgreina markaði málsins, og þá sérstaklega mögulega undirmarkaði, með ítarlegum hætti. Að mati Samkeppniseftirlitsins er vörumarkaður þessa máls framleiðsla og heildsala á kaffi. Þeim markaði má eftir atvikum skipta í aðskilda undirmarkaði og þá einkum sölu til dagvöruverslana annars vegar og kaffihúsa, veitingastaða og fyrirtækja hins vegar. Samkeppniseftirlitið getur fallist á skilgreiningu samrunaaðila á landfræðilegum markaði málsins, þ.e. að hann sé Ísland.

### III.

#### Niðurstaða

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 4. gr. samkeppnislaga kemur fram að markaðsráðandi staða sé fyrir hendi þegar fyrirtæki hefur þann efnahagslega styrk að geta hindrað samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir

<sup>3</sup> Sjá t.d. ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB frá 5. maí 2015 í máli nr. M.7292, DEMB/MONDOLEZ/CHARGER OPCO.



og að það geti að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda.

Líkt og áður greinir aflaði Samkeppniseftirlitið við meðferð málsins tekjuupplýsinga frá aðilum sem starfa við framleiðslu og heildsölu á kaffi. Samkvæmt þeim upplýsingum eru samrunaaðilar samanlagt með um [25-30]% markaðshlutdeild á markaði fyrir framleiðslu og heildsölu á kaffi. Á þeim markaði starfa einnig öflugir aðilar með háa markaðshlutdeild og virðist nokkur samkeppni ríkja á þeim markaði. Þannig er Te og kaffi hf. með [25-30]% markaðshlutdeild, Ölgerðin Egill Skallagrímsson og dótturfyrirtæki þess Danól með [30-35]% og Innnes með [10-15]% markaðshlutdeild. Af framangreindu er ljóst að með samrunanum styrkist hvorki né myndast markaðsráðandi staða samrunaaðila á hinum skilgreinda markaði. Við meðferð málsins aflaði Samkeppniseftirlitið jafnframt upplýsinga um eigin innflutning aðila á dagvörumarkaði á kaffi. Gefa þær upplýsingar vísbendingar um að sá innflutningur veiti aðilum á markaði fyrir framleiðslu og heildsölu á kaffi samkeppnislegt aðhald.

Við meðferð málsins aflaði Samkeppniseftirlitið einnig upplýsinga um heildsöluverð á öllum kaffivörum samrunaaðila og annarra aðila á framangreindum markaði. Benda þær upplýsingar ekki til þess að samrunaaðilar séu nánustu keppinautar hvors annars á skilgreindum markaði, en meðalkílóverð hjá Kaffitári er [ ]<sup>4</sup> hærra en meðalkílóverð Nýju Kaffibrennslunnar. Á það stoð í því sem fram kemur í samrunaskrá að Kaffitár sérhæfi sig í hágæða kaffi og þjónustu í tengslum við slíka vöru á meðan sala Nýju Kaffibrennslunnar sé í ódýrari kaffitegundum og miðlungsverðum.

Með vísan til framangreindrar umfjöllunar fær Samkeppniseftirlitið ekki séð að viðkomandi samruni leiði til þess að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist eða að samruninn leiði til þess að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Á grundvelli þess telur samkeppniseftirlitið ekki ástæðu til að aðhafast frekar í tengslum við þennan samruna.

#### IV. Ákvörðunarorð

**„Kaup Nýju Kaffibrennslunnar ehf. á Kaffitári 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

---

<sup>4</sup> Fellt út vegna trúnaðar.