



## SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Þriðjudagur, 18. september, 2007

Ákvörðun nr. 52/2007

### **Samruni DM ehf. og Parlogis hf.**

#### **I.**

Með bréfi Ingibjargar Guðbjartsdóttur lögfræðings, dags. 25. maí 2007, var Samkeppniseftirlitinu tilkynnt um samruna DM ehf. og Parlogis hf. (hér eftir nefndir samrunaaðilar eða DM og Parlogis) sbr. 17. gr. samkeppnislaga. Bréfinu fylgdi samrunaskrá þar sem framsetningin miðast við viðauka í reglum nr. 881/2005.<sup>1</sup>

Samrunaskránni fylgdu ýmis gögn um samrunann, s.s. yfirlit yfir stærstu birgja og viðskiptavinum DM og Parlogis, yfirlit yfir afkastagetu fyrirtækjanna, ársreikningar Parlogis fyrir árin 2005 og 2006 og drög ársreiknings DM fyrir árið 2006, og afrit mikilvægra viðskiptasamninga, auk afrits kaupsamnings milli Par-lo ehf. og Eignarhaldsfélagsins Beta ehf., dags. 18. maí 2007. Í samrunaskrá segir að DM verði með samrunanum 100% eigandi að Parlogis í gegnum eignarhald sitt á Par-lo ehf. Þá segir að fyrirhugað sé að DM reki Parlogis samhliða DM fyrst um sinn, og verði Parlogis rekið undir upprunalegri kennitölu til að byrja með, en ekki hafi verið tekin ákvörðun um hvort eða hvenær fyrirtækin verði sameinuð.

Að mati Samkeppniseftirlitsins felur framangreindur samruni DM og Parlogis í sér samruna í skilningi 4. og 17. gr. samkeppnislaga og fellur hann undir samrunaæftirlit 17. gr. þar sem veltuskilyrði laganna eru uppfyllt.

Með bréfi, dags. 19. júní 2007, tilkynnti Samkeppniseftirlitið málsaðilum að stofnunin teldi ástæðu til frekari rannsóknar á samkeppnislegum áhrifum samrunans sbr. 4. mgr. 17. gr. samkeppnislaga.

#### **II.**

Samrunaaðilarnir eru tveir, DM og Parlogis, sem báðir starfa á sviði vöruhúsarekstrar og við vörustjórnunarþjónustu. Í samrunaskrá segir að DM stundi fyrst og fremst rekstur vöruheymisla og annarrar toll- og flutningamiðlunar. Fyrirtækið geymi vörur viðskiptavina sinna (lagerhald), og sjái um skráningu, tínslu, pökkun, merkingu, dreifingu og

<sup>1</sup> Viðauki með skrá yfir upplýsingar sem þurfa að koma fram í tilkynningu til Samkeppniseftirlitsins um samruna fyrirtækja.



innheimtu á vörum þeirra, sé þess óskað. Þó sjái DM ekki um innheimtu reikninga fyrir þá aðila sem þeir dreifa bókum og tímaritum fyrir, sbr. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 46/2006. Hvað dreifingu varði, þá dreifi DM ekki vörunum sjálf, heldur kaupir dreifingarþjónustu frá þriðja aðila. Þá hafi DM nýlega víkkað út starfsemi sína og farið að sinna toll- og flutningsmiðlun, með kaupum sínum á Transport, toll- og flutningsmiðlun, í febrúarmánuði síðastliðnum.

Þá segir í samrunaskrá að Parlogis stundi fyrst og fremst vörudreifingu, sem ekki sé flokkuð sérstaklega skv. íslenskri atvinnugreinaflokkun. Tilgangur þess félags sé vörustjórnun og dreifing á hvers kyns vörum og varningi og önnur skyld starfsemi. Fram kemur að sú vörustjórnun sem Parlogis bjóði viðskiptavinum sínum sé eftirfarandi: birgðastýring og fjármögnun birgða, innkaup, innflutningur, hýsing, móttaka pantana, dreifing og innheimta reikninga. Þá segir frá því að viðskiptavinir Parlogis eigi það sameiginlegt að markaðssetja vörur á borð við lyf, hjúkrunarvörur, snyrtivörur, neytendavörur, rannsóknarvörur og efnavörur.

Um markmið samrunans segir að hann sé að byggja upp sem víðtækasta þjónustu fyrir viðskiptavinum á sviði vörustjórnunar.

### **III.**

Samkeppniseftirlitið hefur nýlega tekið tvær ákvarðanir sem varða DM sérstaklega. Ákvörðun nr. 46/2006 varðar kaup DM á vöruhúsarekstri Dreifingarmiðstöðvarinnar og ákvörðun nr. 13/2007 varðar kaup DM á Transport, toll og flutningsmiðlun. Taldi stofnunin það hafa þýðingu við afgreiðslu þessara mála, að DM tengist Pennanum hf. með þeim hætti að sömu aðilar hefðu yfirráð yfir báðum fyrirtækjunum.

Í því skyni að meta áhrif þess samruna sem um ræðir í máli þessu aflaði Samkeppniseftirlitið upplýsinga til viðbótar við þær upplýsingar sem stofnunin hafði undir höndum og ofangreind gögn frá samrunaaðilum, s.s. frá keppinautum aðila á mörkuðum.

### **IV.**

Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna ber að líta til þess hvort samruninn leiði til þess að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist, sbr. 17. gr. 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 og að það geti að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda.

Athuganir Samkeppniseftirlitsins gefa ekki til kynna að framangreindur samruni muni hafa skaðleg samkeppnisleg áhrif. Hér er um að ræða tvö fyrirtæki sem hafa fram til þessa einbeitt sér að miklu leyti á ólíkum mörkuðum. Parlogis starfar að meginstefnu til við dreifingu lyfja og hjúkrunarvara, en dreifing lyfja er afar sérhæfð dreifingarstarfsemi skv. upplýsingum stofnunarinnar. Penninn og DM hafa til þessa einkum sinnt dreifingu og sölu bóka, tímarita, ritfanga og skrifstofuvara ýmis konar.



Að öllu samanlögðu og með hliðsjón af gögnum málsins er það mat Samkeppniseftirlitsins að ekki sé ástæða til að aðhafast frekar vegna samruna DM og Parlogis.

**Ákvörðunarorð:**

**„Með samningi, dags. 18. maí 2007, átti sér stað samruni í skilningi samkeppnislaga á milli DM ehf. og Parlogis hf. Samkeppniseftirlitið telur að ekki sé ástæða til að aðhafast frekar vegna umrædds samruna á grundvelli 17. gr. samkeppnislaga.“**

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson

