



Deres ref.:

Vår ref.: 2010/495
MAB ROGJ 473.4

Dato: 25.06.2010

Pålegg om å gi opplysninger - konkurranseloven § 24

1. Sakens bakgrunn

Konkurransetilsynet mottok den 11. juni 2010 fullstendig melding om foretakssammenslutning mellom Ergo Group AS (heretter Ergo) og EDB Business Partner Norge AS (heretter EDB).

De involverte parter har blant annet virksomhet innen IT- tjenester. For mer informasjon om foretakssammenslutningen vises det til offentlig versjon av fullstendig melding lagt ut på Konkurransetilsynet sine hjemmesider:

http://www.konkurransetilsynet.no/ImageVault/Images/id_4461/ImageVaultHandler.aspx

1.1. Forholdet til konkurranseloven

Konkurransetilsynet skal, med hjemmel i konkurranseloven § 16, gripe inn mot en foretakssammenslutning dersom tilsynet finner at den vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål.

For å vurdere et oppkjøp, må tilsynet først ta stilling til hvilke markeder som berøres og derfor er relevante i den konkrete saken. Det relevante markedet avgrenses med utgangspunkt i de produkter,¹ og geografiske områder som de aktuelle selskapenes virksomhet omfatter. Generelt vil en kjøper velge tilbyder på bakgrunn av egenskaper ved produktene og tilbyderens lokalisering. Det avgrenses derfor et relevant marked som har både en produktdimensjon og en geografisk dimensjon.

Det relevante *produktmarkedet* omfatter de produktene som etterspørerne oppfatter som innbyrdes ombyttelige eller substituerbare ut fra egenskaper, bruksområde og pris. Med substituerbare menes i hvilken grad forskjellige produkter tilfredsstiller samme behov.

Det relevante *geografiske* markedet er et område hvor etterspørere og tilbydere handler det relevante produktet. Området avgrenses ved at konkurransevilkårene er tilstrekkelig ensartet og merkbart forskjellige fra tilgrensende områder. Ofte har transportkostnader størst betydning for den geografiske avgrensningen ved at det er for kostbart for etterspørere å kjøpe og for tilbydere å selge fra tilgrensende områder. Også andre faktorer kan være med å bestemme den geografiske utstrekningen som for eksempel tollavgifter, importkvoter og importforbud.

Etterspørerne vil velge mellom konkurrerende tilbydere av det relevante produktet innenfor det relevante geografiske området. Deres valg av tilbyder vil endre seg dersom en av tilbyderne foretar en liten og varig endring i pris (eventuelt produktegenskaper eller bruksområde). Dette kalles *etterspørselssubstitusjon*.

¹ I begrepet produkt inkluderer vi i denne sammenhengen varer og tjenester.

Det relevante markedet kan i tillegg omfatte tilbydere innenfor det relevante geografiske markedet som per i dag ikke tilbyr produktet, men som i løpet av kort tid kan forventes å tilby det som følge av en liten og varig økning i prisen. Dersom dette har de samme umiddelbare og direkte konkurransevirkningene på eksisterende tilbydere som etterspørselssubstitusjon, kan også disse tilbyderne ansees som del av det relevante markedet. Dette kalles *tilbudssubstitusjon*.

2. Innhenting av informasjon

For å kunne foreta en vurdering av de konkurransemessige virkningene av foretakssammenslutningen mellom Ergo og EDB har Konkurransetilsynet behov for informasjon om markedet. I den forbindelse ber vi om at dere besvarer spørsmålene nedenfor.

Eventuelle spørsmål kan rettes til Even Tukun på telefon 55 59 76 51, eller e-post evtu@kt.no.

2.1. Deres virksomhet

1. Oppgi navn, telefonnummer og e-post til en kontaktperson i virksomheten.
2. Gi en kort beskrivelse av virksomheten.
3. Vennligst oppgi virksomhetens omsetning i Norge, Skandinavia, Norden og globalt for regnskapsårene 2007, 2008 og 2009.
4. Oppgi virksomhetens 5 viktigste leverandører og deres andel av omsetningen for årene 2007, 2008 og 2009.
5. Oppgi virksomhetens 5 viktigste kunder og deres andel av omsetningen for årene 2007, 2008 og 2009.
6. Oppgi virksomhetens 5 viktigste konkurrenter og om det har vært en endring i hvem man definerer som sine viktigste konkurrenter fra 2007 og frem til i dag.

2.2. Markedsavgrensning (geografisk avgrensning)

7. I fullstendig melding (se kapittel 7.6) har melder foretatt en geografisk avgrensning av markedet for IT-tjenester. Synes dere at markedsavgrensningen virker hensiktsmessig og i samsvar med markedet for IT-tjenester? Vennligst gi en utdypende begrunnelse for svaret.
 - a. Er det forskjeller mellom Norge og Norden (eller Europa generelt) mht etterspørsel og tilbud av IT-tjenester? Etterspørres og tilbys alle typer IT-tjenester over landegrensene eller gjelder dette hovedsakelig et utvalg av IT-tjenester?
 - b. Hvilke type bransjer er det som hovedsakelig utlyser anbud/ kjøper tjenester over landegrensene?
8. I hvilken grad deltar utenlandske aktører i anbudskonkurranse i Norge og Norden generelt, og innenfor hvilke bransjer? Har dette bildet endret seg over tid?

2.3. Markedsavgrensning (produktmarkedet)

9. I fullstendig melding (se kapittel 7.3) har melder foretatt en avgrensning av produktmarkedet for IT-tjenester som berøres i saken, hvor markedet deles inn i følgende tre hovedområder:
 - *IT-løsninger (Project services)*. Dette omfatter alt timesalg og prosjektsalg av tjenester knyttet til utvikling og forvaltning av IT-prosjekter blant annet ved bruk av programvarestandarder. [...].
 - *IT-drift (Outsourcing)*. IT-drift går på drift/styring/vedlikehold av IT-infrastruktur (herunder stormaskin, server-park og lagringsutstyr), nettverkstjenester, applikasjoner og sikkerhetstjenester samt brukerstøtte av forretningsstøttende elektroniske tjenester. [...].

- *Kundestøtte (Customer Support and Training). Dette omfatter supporttjenester og kurs/opplæring. Installasjon, vedlikehold, reparasjon av IT-utstyr, samt opplæring, utdanning og trening. [...].*

EU-kommisjonen har uttalt følgende om markedet for IT-tjenester ²:

[...] the Commission analyzed various potential market segmentations in the IT services sector by distinguishing among seven types of services in line with the approach taken by Gartner Group, namely: (i) hardware maintenance, (ii) software maintenance and support, (iii) consulting, (iv) development integration, (v) IT outsourcing (ITO), (vi) business process outsourcing (BPO), and (vii) education and training.

Hvilken av disse to avgrensningene anser dere som mest hensiktsmessig og samsvarende med markedet for IT-tjenester? Vennligst gi en utdypende begrunnelse for svaret.

10. Videre uttaler EU-kommisjonen i samme avgjørelse at:

The Commission also analyzed the market based on the customer "verticals", i.e. according to type of industry in which the customer is active.

In HP/EDS ³, these customer sectors were: (i) Agriculture, mining and construction; (ii) Process manufacturing; (iii) Discrete manufacturing; (iv) Utilities; (v) Wholesale; (vi) Retail; (vii) Transportation; (viii) Communications; (ix) Financial services; (x) Healthcare; (xi) Services; (xii) Education; (xiii) National and international government; and (xiv) Local and regional government.

- a. Anser dere en oppdeling av markedet for IT-tjenester etter type bransje som hensiktsmessig?
- b. Anser dere det som hensiktsmessig å dele inn markedet for IT-tjenester på grunnlag av størrelsen på kunden/kontraktene?

11. Med bakgrunn i spørsmål 9 og 10, innen hvilket område/segment er deres virksomhet aktiv? Hva regnes som kjerneområdet for deres virksomhet?

2.4. Etableringsmuligheter

12. Med utgangspunkt i EU-kommisjonen sin inndeling av markedet i syv typer tjenester i spørsmål 9. Hvor raskt og enkelt kan aktører som har fokus/hovedvekt på enkelte typer IT-tjenester uten vesentlige kostnader og omstillinger tilby tjenester i andre bransjer og/eller andre typer tjenester? Vennligst gi en utdypende begrunnelse for svaret.

13. I hvilken grad kan kunders interne IT-avdelinger selv ta seg av IT-driften av tjenester som tidligere har vært outsourcet? Skjer dette/har dette skjedd? Gjelder dette hovedsaklig kun store kunder med større IT-avdelinger?

14. Med utgangspunkt i EU-kommisjonen sin inndeling av markedet i syv typer tjenester i spørsmål 9, eksisterer det noen etableringshindre for potensielle nykommere innen de forskjellige tjenestekategoriene? Hvis ja, vennligst beskriv disse.

15. Med utgangspunkt i EU-kommisjonen sin inndeling av markedet i syv typer tjenester i spørsmål 9. I hvilken grad eksisterer det skalafordeler (dvs. at kostnadene blir mindre per produserte enhet når antall produserte enheter øker) innen de syv tjenestekategoriene som bidrar til å skape etableringshindringer? Beskriv nærmere hva som er kilden til disse.

² Se COMP/M.5666 – XEROX/AFFILIATED COMPUTER SERVICES
http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5666_20100119_20310_en.pdf

³ Se COMP/M.5197 – HP/EDS
http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m5197_20080725_20310_en.pdf

16. Eksisterer det nøkkelprodukter/ kritiske innsatsfaktorer (eksempler på dette kan være databaser, registre, software osv.) som ansees som absolutt nødvendig for å kunne konkurrere i markedet for IT-tjenester? Beskriv nærmere hva disse er.
17. Har de involverte partene i foretakssammenslutningen nøkkelprodukter som er nødvendig for at andre foretak skal kunne konkurrere i markedet for IT-tjenester?
18. I hvilken grad virker lisensiering av programvare (software) som et etableringshinder i markedet for IT-tjenester. Vennligst beskriv hvordan en eventuell lisensiering foregår.
19. Med utgangspunkt i EU-kommisjonen sin inndeling av markedet i syv typer tjenester i spørsmål 9, i hvilken grad foregår det nyetablering innen de ulike tjenestetypene og hvilke kundesegment retter disse seg hovedsakelig mot?
20. Med utgangspunkt i EU-kommisjonen sin inndeling av markedet i syv typer tjenester i spørsmål 9, hva er de vesentlige veksthindre innen de forskjellige tjenestetypene for mindre virksomheter?
21. Gi en beskrivelse av hvordan ”benchmarking” benyttes i kontraktene som inngås.
 - a. Hvilken type kunder, herunder store og små virksomheter, gjennomfører benchmarking.
 - b. I hvilken grad virker benchmarking disiplinerende mht prissetting i anbud?

2.5. Virkninger av foretakssammenslutningen

22. Hvilke virkninger antar dere at foretakssammenslutningen kan få for konkurransen situasjonen i markedet? Vennligst gi en utdypende begrunnelse av svaret.
23. Hvilke virkninger antar dere at foretakssammenslutningen kan ha for deres virksomhet? Vil deres virksomhet kunne tilby konkurransedyktige betingelser i konkurranse/ anbud med de involverte partene?

3. Generelt

Dersom dere har andre opplysninger eller merknader til ervervet eller andre synspunkter på konkurransesituasjonen er dere velkommen til å fremlegge disse for tilsynet.

Konkurransetilsynet ber om å få informasjon så snart som mulig, og **senest innen 9. juli 2010**.

Det gjøres for ordens skyld oppmerksom på at enhver plikter å gi konkurransemyndighetene de opplysninger disse myndigheter krever for å kunne utføre sine gjøremål etter loven, jf. konkurranseloven § 24. Pålegg om å gi opplysninger kan påklages innen tre dager dersom klageren mener han ikke har plikt eller lovlig tilgang til de opplysningene det anmodes om, jf. forvaltningsloven § 14. En eventuell klage stiles til Fornyings- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.

Høringssvaret vil i utgangspunktet være offentlig. Konkurransetilsynet har imidlertid taushetsplikt om ethvert drifts- og forretningsforhold som det vil være av konkurransemessig betydning å hemmeligholde av hensyn til den som opplysningene angår, jf. forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2. Heller ikke parter i en sak vil ha krav på å gjøre seg kjent med slike opplysninger, jf. forvaltningsloven § 19. **Opplysninger dere mener skal unntas offentlighet og partsinnsyn bes merket tydelig.**

Med hilsen

Christian Lund (e.f.)
seksjonsleder

Roar Gjelsvik
seniorrådgiver

Kopi til:

Thommessen Advokatfirma AS Postboks 1484 Vika 0116 Oslo

Mottakere:

99X.no AS	Postboks 9216 Grønland	0134	OSLO
Accenture AS	Postboks 234 Forus	4066	STAVANGER
Affecto Norway AS	Postboks 324 Sentrum	0103	OSLO
AspIT AS	Kapteinsgata 2D	3840	SELJORD
Atea AS	Postboks 6472 Etterstad	0605	OSLO
Basefarm AS	Sandakerveien 138	0484	OSLO
BBS	BBS	0045	OSLO
Bearing Point Norway AS	Tjuvholmen allé 1	0252	OSLO
Bouvet ASA	Postboks 4430 Nydalen	0403	OSLO
Braathe Gruppen AS	Nærumveien 24	1580	RYGGE
Capgemini Norge AS	Maskinveien 24	4033	STAVANGER
Cisco Systems Norway As	Postboks 426 Skøyen	0213	OSLO
CSC Norge AS	Postboks 7720	5020	BERGEN
Dell AS	Hoffsveien 1D	0275	OSLO
Fagdata AS	Økernveien 12	0579	OSLO
Fujitsu Technology Solutions AS	Postboks 6210 Etterstad	0602	OSLO
Hafslund IT AS	Drammensveien 144	0247	OSLO
Hands AS	Postboks 6534 Etterstad	0606	OSLO
Hewlett-Packard Norge AS	Postboks 383	1326	LYSAKER
IBM AS	Postboks 500	1411	KOLBOTN
iKomm AS	Fakkeltgården	2624	LILLEHAMMER
Intility AS	Schweigaards g 33 B	0191	OSLO
IQ Data AS	Nedregata 54	2640	VINSTRA
Itera Networks AS	Postboks 3824 Ullevål Stadion	0805	OSLO
Lenovo Technology BV	Postboks 499	1411	KOLBOTN
Logica Norge AS	Postboks 6432 Etterstad	0605	OSLO
NSA AS	Postboks 116, Kjelsås	0411	OSLO
PA Consulting Group AS	Postboks 50	1324	LYSAKER
Pepco AS	Kirkegata 15	0153	OSLO
SAP Norge AS	Postboks 42	1324	LYSAKER
Sigma IKT AS	Borgundfjordveien 80	6017	ÅLESUND
Steria AS	Postboks 2	0051	OSLO
Stålfors AS	Haraldruveien 11	0581	OSLO
Sybase Norge AS	Postboks 75 Sentrum	0101	OSLO
Tata Consultancy Services Limited	C.J. Hambros Plass 2C	0164	OSLO
Telecomputing ASA	Postboks 137	1377	BILLINGSTAD
Tieto Norway AS	Postboks 684 Skøyen	0214	OSLO
Umoe IKT AS	Postboks 313 Økern	0511	OSLO
Unit4 Agresso AS	Postboks 4244 Nydalen	0401	OSLO
Visma Norge AS	Postboks 733 Skøyen	0214	OSLO
Vitari AS	Nye Vakås Vei 64	1395	HVALSTAD

