

## **Anmälade företag**

Alumeco Sverige AB, 556589-9590, Marieholmsgatan 56, 415 02 Göteborg

Ombud: advokaterna AA och BB

## **Andra parter och medverkande i koncentrationen**

Metallservice i Göteborg AB, 5566058-8037, Järnmalmsgatan 3, 417 07 Göteborg

## **Saken**

Anmälan enligt 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579) om företagskoncentration; handel med metaller

---

## **Beslut**

Konkurrensverket lämnar Alumeco Sverige AB:s förvärv av NewCo, med tillgångar utgörande merparten av verksamheten i Metallservice i Göteborg AB, utan åtgärd.



## Den anmälda företagskoncentrationen

1. Alumeco Sverige AB ("Alumeco") har enligt 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579), KL, anmält förvärv av ensam kontroll över NewCo, ett av Metallservice i Göteborg AB ("Metallservice") nybildat bolag (tillsammans Parterna). Säljare är Metallservice. Innan koncentrationens genomförande kommer merparten av den verksamhet som bedrivs inom Metallservice att föras över till NewCo.
2. Den 4 juli 2019 beslutade Konkurrensverket att genomföra en särskild undersökning enligt 4 kap. 11 § KL av koncentrationen. Vid kontakter med olika marknadsaktörer framkom bland annat uppgifter om att Alumeco skulle vara den dominerande aktören i Sverige avseende grossistförsäljning av aluminiumprodukter och att de samgående företagens gemensamma marknadsandel inom sådan försäljning skulle vara betydligt högre än vad som angivits i anmälan. Marknadsaktörer uttryckte även farhågor om att den anmälda koncentrationen riskerade att få negativa effekter på konkurrensen. Vidare framkom det att Alumeco även säljer aluminiumprodukter till sina konkurrenter i grossistledet, vilket innebar att det fanns såväl vertikala som horisontella aspekter som behövde utredas närmare.
3. På fråga från Konkurrensverket inkom det anmälande företaget den 27 juni 2019 med ett förtydligande att de volymer som angetts i anmälan avsåg den uppskattade sammanlagda försäljningsvolymen i Sverige för samtliga aktörer och inte bara för grossistledet.
4. Mot bakgrund av dessa omständigheter kunde Konkurrensverket i ett första skede inte utesluta att koncentrationen skulle kunna påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det.
5. Om Konkurrensverket har beslutat att genomföra en särskild undersökning, ska verket enligt 4 kap. 13 § KL inom tre månader från det att beslutet meddelades besluta om förbud eller åläggande eller att lämna företagskoncentrationen utan åtgärd.

## Berörda företag

6. Koncernen Alumeco A/S är ett internationellt handelsföretag med ett nätverk av dotterbolag i Europa, Nordamerika och Kina. Huvudkontoret ligger i Odense, Danmark. Alumeco Sverige AB är ett dotterbolag till koncernen som bedriver sin verksamhet i Sverige. Alumeco är en metallgrossist som tillhandahåller aluminium, koppar, mässing och brons till den metallförbrukande industrin. Alumeco bedriver handel med standardprodukter, såsom tjockplåt, stänger, rör och band. Vidare har



Alumeco ett servicecenter som erbjuder metallösningar, såsom specialanpassningar, profilering och design.

7. Metallservice är en grossist som bedriver handel med metaller, i huvudsak aluminium, aluzink, stål och mässing, samt vid behov andra metaller, såsom koppar, till den tillverkande industrin. Metallservice tillhandahåller stänger, profiler och plåt i, framför allt, standarddimensioner. Företaget kan dock även utföra enklare servicetjänster för sina kunder, såsom att bocka, kapa, klippa och anpassa material efter kundens behov. Metallservice tillhandahåller dessutom våttrumling samt klippt och anpassad plåt för exempelvis skylttillverkning och kassetter. Företagets verksamhet bedrivs uteslutande i Sverige.

## Bakgrund

### Konkurrensverkets utredning

8. Under den inledande fasen av utredningen kontaktade Konkurrensverket bland annat konkurrenter och kunder till Parterna. Inom ramen för den särskilda undersökningen har Konkurrensverket inhämtat ytterligare uppgifter, bland annat försäljningsvolym, från Parterna och andra aluminiumgrossister i Sverige. Förnyade kontakter har också tagits med kunder och konkurrenter.

### Marknadsförhållanden

9. Marknaden för tillverkning och försäljning av aluminium är segmenterad, med producenter, grossister och slutkunder i olika led av distributionskedjan. Från råvaran bauxit framställer smältverk primäraluminium, vilket därefter levereras till press- och valsverk för ytterligare bearbetning. Press- och valsverken tillverkar aluminiumprodukter i halvfabrikat, såsom plåt, profiler och stänger, antingen i standardformat eller i specialanpassat format utifrån kundens behov. Standardprodukter säljs typiskt sett vidare till grossister, medan stora industriföretag, med egen lagerhållningskapacitet, typiskt sett köper specialprodukter. Grossisterna lagerhåller och levererar i sin tur standardprodukter till framför allt små och medelstora företag.
10. Det finns betydande skillnader mellan grossisternas distribution av aluminium och producenternas direktsäljning av aluminium. Vid direktsäljning ställer producenterna ofta krav på minimikvantitet samtidigt som de framför allt säljer till större företag med egen lagerhållningskapacitet som efterfrågar specialanpassade produkter i större kvantiteter, såsom IKEA, Volvo, Scania och Thule. Grossister, å sin sida, säljer främst standardprodukter i mindre kvantiteter till små och medelstora

företag med begränsad lagerhållningskapacitet. Grossisterna kan dessutom erbjuda sina kunder betydligt kortare leveranstider än producenterna.

11. I grossistledet finns servicecenter och lagercenter. Servicecenter erbjuder ett bredare sortiment av varor och tjänster än lagercenter. Vidare har servicecenter större möjligheter att behandla metaller, bemöta specifika kundförfrågningar och bearbeta standardprodukter. Ett lagercenter är en metallgrossist som endast erbjuder grundläggande bearbetning utöver själva leveransen och lagerhållningen av produkterna.
12. Såväl producenter som grossister och kunder följer de råvarupriser som sätts på främst London Metal Exchange och sekundärt Shanghai Metal Exchange. Metallproducenterna använder sig av börspriserna som bas för prissättning, medan grossister och kunder använder börspriserna för att säkerställa att försäljnings- och/eller inköpspriserna är marknadsmässiga. Det föreligger därför en hög nivå av pristransparens på marknaden.

## Bedömning

### Ingripande mot företagskoncentrationer

13. Enligt 4 kap. 1 § KL ska en företagskoncentration förbjudas om koncentrationen är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det. Vid bedömningen ska särskilt beaktas om koncentrationen medför att en dominerande ställning skapas eller förstärks.

### Relevant marknad

#### Inledning

14. Avgränsning av relevant marknad är ett verktyg som används för att finna och fastställa gränserna för konkurrensen mellan företag. Det huvudsakliga syftet med att avgränsa den relevanta marknaden är att på ett systematiskt sätt fastställa vilka konkurrensbegränsningar de berörda företagen utsätts för.<sup>1</sup>
15. Den relevanta produktmarknaden omfattar i första hand de produkter eller tjänster som köparna anser vara utbytbara, dvs. sådana produkter eller tjänster som på grund av pris, funktion och egenskaper i övrigt kan tillfredsställa samma behov hos köparen. Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna eller tjänsterna, inom vilket

---

<sup>1</sup> Se exempelvis M.1003 – Alcoa / Inespal; M.1003 - Alcoa/Inespal; M.4518 – Alcoa / Orkla / Soft Alloy Extrusion JV; M.2404 – Elkem / Sapa; M.3170 – Sapa / Remi Claeys aluminium; M.6756 - Norsk Hydro / Orkla / JV; M.4605 – Hindalco / Novelis.

konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.<sup>2</sup>

#### Produktmarknad

16. Majoriteten av Parternas aluminiumförsäljning sker inom ramen för respektive företags grossistverksamhet. Inom ramen för den verksamheten distribuerar Alumeco och Metallservice aluminiumprodukter till den metallförbrukande industrin. Alumeco säljer aluminiumprodukter i både standard- och specialanpassat format, medan Metallservice endast säljer aluminiumprodukter i standardformat. Således finns det ett horisontellt samband mellan Parterna i grossistledet vad gäller distribution av standardiserade aluminiumprodukter.
17. Parterna är även aktiva i ett föregående led genom så kallad verksrepresentation, innebärande att Parterna erbjuder direktförsäljning till sina kunder i samarbete med producenter. Det föreligger emellertid betydande skillnader mellan distribution av aluminium i grossistledet och direktförsäljning av aluminium i föregående led. I enlighet med vad som anförts ovan, ställer producenterna ofta krav på minimikvantitet och levererar framför allt specialanpassade produkter till större industriföretag, medan grossister framför allt levererar standardprodukter till små och medelstora företag med begränsad lagerhållningskapacitet. Producenter och grossister tillämpar dessutom olika pris- och leveransvillkor. Således bör tillverkning och direktförsäljning av aluminium utgöra en separat produktmarknad i förhållande till distribution av aluminium.<sup>3</sup>
18. Vad gäller grossistledet har kommissionen i beslut rörande distribution av stålprodukter och produkter av icke-järnhaltiga metaller anförts att det är möjligt att olika distributionskanaler, såsom lagercenter och servicecenter, kan utgöra separata marknader. Kommissionen har dock inte tagit slutlig ställning i frågan.<sup>4</sup> Enligt anmälan bör Alumeco betraktas som ett servicecenter, medan Metallservice bör betraktas som ett lagercenter. Detta skulle i så fall resultera i att Parterna i praktiken inte är faktiska konkurrenter.
19. Det är emellertid inte nödvändigt för Konkurrensverket att fastställa om det finns separata distributionsmarknader för aluminium för att göra

---

<sup>2</sup> Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning (97/C 372/03).

<sup>3</sup> Se exempelvis M.5072 - AMSSC / BE Group / JV, p. 11, där kommissionen bedömde att distribution av stål borde utgöra en separat marknad från tillverkning och direktförsäljning av stål.

<sup>4</sup> M.971 – Klöckner / Comercial De Laminados; M.7138 – Thyssenkrupp / Acciai Speciali Terni / Outokumpu VDM.

bedömningen av om koncentrationen påtagligt hämmar den effektiva konkurrensen i Sverige.

#### Geografisk marknad

20. Kommissionen har i tidigare beslut främst haft anledning att avgränsa den geografiska marknaden för tillverkning av aluminiumprodukter.<sup>5</sup> De beslut som berört distribution av metallprodukter har framför allt avsett distribution av stålprodukter där kommissionen gjort bedömningen att den geografiska marknaden kan avgränsas till hela EES-området eller till ett område som omfattar en eller flera medlemsstater. Frågan om ett sådant område ska omfatta endast en medlemsstat eller ett flertal beror på ett antal faktorer, inklusive medlemsstatens yta, vilken typ av produkt som säljs och värdet av produkten samt konkurrenternas läge. Vidare är transportkostnader en viktig begränsning av en distributörs möjlighet att konkurrera över längre avstånd.<sup>6</sup>
21. Vid Konkurrensverkets kontakter med grossister och producenter på marknaden i Sverige har flera aktörer framfört att de upplever att utländska grossister utövar ett konkurrenstryck på svenska grossister, eftersom svenska slutkunder har möjlighet att göra sina inköp direkt från dessa aktörer. Detta har även bekräftats av kunder till Alumeco och Metallservice.
22. Alumeco bedriver handel med metaller inom ett större antal medlemsstater i EU och även globalt genom dotterbolag. Enligt anmälan ser Alumeco inga praktiska hinder mot att leverera produkter över landsgränserna, samtidigt som Alumeco även köper in metaller från den globala marknaden. Utredningen har visat att även andra grossister i Sverige köper in aluminium från den globala marknaden, exempelvis från Asien.
23. Sammantaget finns det indikationer på att grossister i utlandet utövar ett faktiskt konkurrenstryck på grossister på marknaden för försäljning av aluminiumprodukter i Sverige. Konkurrensverket kan därför inte utesluta att marknaden är vidare än nationell. Vid analysen av koncentrationens effekter och beräkningen av Parternas marknadsandelar har Konkurrensverket emellertid utgått från den snävast möjliga marknaden i det här fallet, nämligen den svenska marknaden.

#### Koncentrationens effekter

24. Konkurrensverket har således att bedöma om företagskoncentrationen påtagligt skulle hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv

---

<sup>5</sup> Se exempelvis M.1003 – Alcoa / Inespal; M.1003 - Alcoa/Inespal; M.4518 – Alcoa / Orkla / Soft Alloy Extrusion JV; M.2404 – Elkem / Sapa; M.3170 – Sapa / Remi Claeys aluminium; M.6756 - Norsk Hydro / Orkla / JV; M.4605 – Hindalco / Novelis.

<sup>6</sup> M.5072 – AMSSC / BE Group / JV, 20; M.7461 – AMDS Italia/ CLN / JV, p. 35-37; M.918 – Klockner / ODS, p. 15; M.971 – Klöckner / Comercial De Laminados, p. 15.

konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det. Faktorer som har betydelse för denna bedömning är Parternas marknadsandelar och andra faktorer som kan hämma eller främja konkurrensen såsom förekomsten av faktisk och potentiell konkurrens samt köparmakt.

25. Som framgått finns det ett horisontellt samband mellan Alumeco och Metallservice i två separata led av distributionskedjan för aluminium, dels grossistförsäljning av standardiserade aluminiumprodukter, dels direktförsäljning genom s.k. verksrepresentation. Grossistförsäljningen utgör emellertid den helt övervägande delen av Parternas försäljning. Vid bedömningen av koncentrationens effekter har Konkurrensverket därför valt att fokusera på grossistledet.
26. I Parternas anmälan uppskattades deras samlade marknadsandelar uppgå till cirka 10 procent på marknaden för försäljning av aluminium i Sverige. Detta byggde på antagandet att samtliga aktörer i distributionskedjan för aluminium konkurrerar med varandra om slutkundernas metallbehov.
27. Konkurrensverkets utredning talar emellertid för att tillverkning och direktförsäljning av aluminium utgör en separat produktmarknad i förhållande till distribution av aluminium. Efter en sammanställning av svenska och utländska grossisters försäljningsvolymerna i Sverige under föregående år framgår det att Parterna hade en uppskattad marknadsandel på cirka 21 procent på marknaden för grossistförsäljning av aluminium. Det finns inga uppgifter som talar för att Parternas marknadsandelar skulle vara högre på en marknad som är vidare än Sverige, exempelvis Norden eller hela EES-området.
28. Parternas uppskattade marknadsandel på marknaden för grossistförsäljning av aluminium i Sverige ger inte skäl att anta att den aktuella koncentrationen skulle påtagligt hämma en effektiv konkurrens.
29. I och för sig har flera marknadsaktörer framhållit att Alumeco är unikt i Sverige i det avseendet att företaget har ett väldigt brett och djupt sortiment av aluminium som kan tillhandahålla vissa nischade aluminiumprodukter. Å andra sidan har en producent av aluminium anfört att Alumecos konkurrenter saknar kapacitetsbegränsningar och att grossister därför relativt snabbt och enkelt kan bredda sitt produktutbud, genom att exempelvis importera aluminiumprodukter från Tyskland. Utredningen ger vidare stöd för att svenska kunder har goda möjligheter att köpa aluminiumprodukter direkt från producenter och grossister i Tyskland.

### **Slutsats**

30. Konkurrensverket bedömer att koncentrationen inte kommer att hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess

helhet eller en avsevärd del av det. Koncentrationen ska därför lämnas utan åtgärd.

---

Detta beslut har fattats av ställföreträdande generaldirektören. Föredragande har varit David Kristing.

Karin Lunning

David Kristing

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.