

## Anmälade företag

Ahlsell Sverige AB, 556012-9206, 117 98 Stockholm

Ombud: advokaten O.R. och bitr. juristen H.S., BOKWALL RISLUND  
Advokatbyrå, Funckens gränd 1, 111 27 Stockholm

## Saken

Anmälan enligt 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579), KL, om företagskoncentration; försäljning av VA-material

---

## Beslut

Konkurrensverket lämnar Ahlsell Sverige AB:s förvärv av ensam kontroll över tillgångar i ViaCon AB utan åtgärd.

## Anmälan

1. Ahlsell Sverige AB (Ahlsell) har enligt 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579), KL, anmält förvärv av ensam kontroll över tillgångar i ViaCon AB. Säljare är ViaCon AB. Den anmälda koncentrationen utgör ett inkråmsförväv genom vilket Ahlsell förvärvar samtliga de tillgångar i ViaCon AB som i dag utgör ViaCon AB:s VA-verksamhet i Sverige (ViaCon VA). Dessa tillgångar består av personal, inventarier, lager, hyresavtal samt kund- och leverantörsavtal som är kopplade till VA-verksamheten.
2. Mot bakgrund av att de tillgångar som förvärvas är en verksamhet med marknadsnärvaro vars omsättning tydligt kan fastställas, utgör Ahlsells förvärv av de aktuella tillgångarna en koncentration.
3. Den 2 augusti 2017 beslutade Konkurrensverket att genomföra en särskild undersökning av koncentrationen enligt 4 kap. 11 § KL.

## Företagen

### Ahlsell

4. Ahlsell bedriver handel med installationsprodukter, verktyg, maskiner och utrustning riktad till professionella slutkunder inom väg- och vattenbyggnad, VVS-installation, elinstallation, industri och husbyggnad. Sortimentet består av över 100 000 artiklar och är huvudsakligen indelat i tre produktsortiment: VVS & VA, el samt verktyg och maskiner. Ahlsell har ett centrallager i Hallsberg och drygt 100 butiker i Sverige där man säljer direkt till professionella slutkunder.
5. Inom VA köper Ahlsell in produkter från ett flertal tillverkare i syfte att tillhandahålla ett fullständigt VA-sortiment. Produkterna säljs vidare huvudsakligen direkt till professionella slutkunder såsom kommuner och kommunala bolag samt privata större, medelstora och mindre bygg- och anläggningsentreprenörer. Distributionen sker antingen genom leverans från Ahlsells lager till kunden eller genom någon av Ahlsells butiker. Ahlsell säljer även VA-material till byggvaruhandeln och andra detaljister som i sin tur säljer vidare till antingen professionella slutkunder eller privatpersoner.
6. Ahlsell är ett helägt dotterbolag till Ahlsell AB som är noterat på Nasdaq Stockholm. Den största aktieägaren är Keravel S.a.r.l. som äger motsvarande 60,4 procent av kapitalet och rösterna i bolaget. Ahlsells omsättning föregående räkenskapsår uppgick till ca 16 miljarder kronor.

### **ViaCon VA**

7. ViaCon VA är verksam inom lagerhållning och försäljning av VA-material till professionella slutkunder i Sverige, främst bygg- och markentreprenörer och installatörer men även i viss mån till kommuner/kommunala bolag samt i mycket begränsad utsträckning också till detaljister, t.ex. byggvaruhandeln.
8. ViaCon VA startades i Lidköping 2004 och bedriver i dag verksamhet på elva lokala etableringar i Sverige, från Eslöv till Luleå. Varje etablering består av ett produktlager samt försäljningsrepresentant. På dessa enheter lagerhålls produkter för vidareförsäljning till professionella slutkunder. Därutöver har ViaCon VA ett lager i Fellingsbro.
9. ViaCon VA ägs före koncentrationen av ViaCon AB som är en del av ViaCon International AB. Denna koncern tillverkar och levererar bl.a. väg- och järnvägsbroar, viadukter, tunnlar och andra konstruktioner för infrastruktur, och kontrolleras ytterst av SafeRoad Holding AB som är noterat på Oslobörsen. Omsättningen i ViaCon VA uppgick till ca 317 miljoner kronor föregående räkenskapsår.

## **Bakgrund**

### **Relationer mellan parternas verksamheter**

10. Ahlsell och ViaCon VA är båda verksamma inom försäljning av VA-material till professionella slutkunder i Sverige samt även till detaljister. Det föreligger alltså en horisontell överlappning mellan parternas verksamheter.
11. Vad gäller försäljning av VA-material till detaljister har ViaCon VA en mycket begränsad verksamhet, och parterna har uppgett att deras gemensamma marknadsandel understiger 20 procent. Det har inte framkommit något under utredningen som talar för att marknadsandelen skulle vara högre. Mot denna bakgrund har Konkurrensverket inte närmare utrett koncentrationens effekter vad gäller försäljning av VA-material till detaljister.

### **Genomförda utredningsåtgärder**

12. Konkurrensverket har under utredningen varit i kontakt med ett antal konkurrenter, kunder och leverantörer till parterna. Konkurrensverket har genomfört telefonintervjuer med dessa aktörer och även inhämtat vissa skriftliga svar. Konkurrensverket har också inhämtat information från parterna gällande bl.a. offentliga upphandlingar av VA-material.



### Allmänt om VA-marknaden

13. VA står för vatten och avlopp. Här omfattas de vatten- och avloppssystem som återfinns utanför fastigheter, alltså i kommunal och privat mark fram till byggnader. VA kan särskiljas från VVS (värme, ventilation, sanitet) som omfattar alla de motsvarande system som återfinns inuti fastigheter.
14. VA-material används främst vid utbyggnad, renovering och underhåll av kommunala VA-nät för vattenförsörjning och hantering av avloppsvatten och dagvatten samt vid underhåll och utbyggnad av VA-nät på privat mark. Kunder till parterna och deras konkurrenter är i huvudsak privata bygg- och anläggningsentreprenörer, kommuner och kommunala bolag som utför underhålls- och anläggningsarbete för egen räkning eller på uppdrag av annan. Dessa kunder är att betrakta som professionella slutkunder.
15. VA-material utgörs av en mängd olika produkter, bl.a. självfallsrör för avlopp och dagvatten med tillhörande brunnar och betäckningar, pumpstationer, ventiler, armaturer, enskilda avlopp, tryckrörssystem för färskvatten och geotextilier.
16. Mot bakgrund av att professionella slutkunder ofta efterfrågar ett fullständigt sortiment av VA-material samt att enskilda tillverkare inte tillhandahåller fullständiga eller tillräckligt breda sortiment av dessa produkter, sker försäljning i stor utsträckning via grossister, d.v.s. Ahlsell, ViaCon VA och deras konkurrenter. Dessa grossister köper in och lagerför VA-material från tillverkare, och säljer vidare till professionella slutkunder och detaljister.
17. Förutom Ahlsell och ViaCon VA finns ett antal andra grossister som säljer VA-material till professionella slutkunder i Sverige. Exempel på sådana företag är Dahl Sverige AB, Onninen AB, AO Sverige AB, Mark & Infra i Sverige AB, MTD Markvaruhuset Aktiebolag, Fundi AB och ScanPipe AB.
18. Den största av dessa aktörer är Dahl Sverige AB, som erbjuder ett komplett sortiment inom Mark & VA, VVS, Industri, Fastighet och Kyla. En annan stor aktör är Onninen AB, som tillhandahåller produkter och tjänster inom VA, VVS, elnät, gas, industri, kyla & AC, belysning och telekom. AO Sverige är ungefär lika stora som Onninen vad gäller försäljning av VA-material till professionella slutkunder.
19. Det förekommer viss försäljning direkt från tillverkare till professionella slutkunder men detta är ovanligt och sker i regel främst vid stora inköp av enskilda produkter. Även detaljister säljer vissa VA-material till professionella slutkunder, dock i mycket begränsad utsträckning.
20. De professionella slutkunderna köper VA-material från grossister dels via ramavtal, dels via projektavtal. Ramavtal tecknas för att kunden ska kunna

avropa upphandlat VA-material vid löpande underhåll och reparation av befintliga VA-nät. Projektavtal tecknas vid upphandling av VA-material till specifika projekt.

21. Stora bygg- och anläggningsentreprenörer tecknar både ramavtal och projektavtal med VA-grossister. Projektavtal kan tecknas med olika VA-grossister för olika projekt, och vissa projekt kan omfatta flera grossister. Det förekommer även att entreprenörer köper från mer än en ramavtalsgrossist. Det är vanligt att de stora entreprenörerna tar in anbud från och förhandlar om priser med flera VA-grossister innan de tecknar avtal.
22. Även regionala och lokala bygg- och anläggningsentreprenörer, vilka utgör den största kundkategorin, köper ofta VA-material från mer än en VA-grossist. De har i mindre utsträckning formaliserade ramavtal men kan ha överenskomna nettopriser för vissa varor som köps frekvent hos grossisterna. För inköp till projekt sker ofta förhandlingar om priser mellan entreprenörerna och VA-grossisterna.
23. Offentliga professionella slutkunder omfattas av lagen (2016:1145) om offentlig upphandling, LOU, och upphandlar genom både ramavtal och projektavtal. Flera kommuner och kommunala bolag upphandlar egna ramavtal, och Sveriges Kommuner och Landsting, SKL, upphandlar också ett gemensamt ramavtal för ett antal kommuner. Inköp gjorda av offentliga professionella slutkunder utgör grovt uppskattat en knapp fjärdedel av den totala försäljningen av VA-material till professionella slutkunder. ViaCon VA har haft en begränsad verksamhet vad gäller offentliga professionella slutkunder.

## Bedömning

### Ingripande mot företagskoncentrationer

24. En företagskoncentration som prövas enligt 4 kap. 1 § KL ska förbjudas om den är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det. Vid prövningen av om en företagskoncentration ska förbjudas ska särskilt beaktas om den medför att en dominerande ställning skapas eller förstärks.

### Relevant marknad

#### Inledning

25. Den relevanta produktmarknaden omfattar i första hand de produkter eller tjänster som köparna anser vara utbytbara, d.v.s. 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 konkurrensvillkoren är

tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.

#### Produktmarknad

26. Enligt parterna utgörs den relevanta produktmarknaden av försäljning av VA-material till professionella slutkunder. En ytterligare segmentering utifrån varje typ av komponent skulle enligt parterna inte spegla konkurrensförhållandena på marknaden då VA-material i de flesta fall upphandlas som ett fullständigt sortiment. Som skäl för sin uppfattning anger parterna bl.a. praxis från EU-kommissionen.
27. I Konkurrensverkets utredning har ingenting framkommit som talar för att en segmentering av marknaden utifrån typ av VA-komponent skulle vara adekvat.
28. Utredningen visar att försäljning av VA-material sker till olika kundkategorier av professionella slutkunder där kommuner och andra offentliga aktörer utgör en kategori som omfattas av LOU, och privata aktörer utgör en annan kategori som inte omfattas av LOU.
29. Vidare visar utredningen att parternas och deras konkurrenters kunder omfattar ett brett spektrum av stora, medelstora och små aktörer vilka delvis har olika behov och inköpsmönster när det gäller VA-material. Det har också framkommit att kunderna köper VA-material genom olika typer av avtal; ramavtal respektive projektavtal.
30. På utbudssidan finns såväl större VA-grossister vilka har fullsortiment av VA-material och representation över hela landet, som medelstora och mindre VA-grossister. Dessa är verksamma regionalt eller lokalt, och har inte alltid fullsortiment.
31. Det finns således en rad parametrar utifrån vilka den relevanta marknaden skulle kunna segmenteras. Såvitt framkommit i utredningen finns det emellertid inte anledning att frångå parternas definition av den relevanta produktmarknaden. Det har i alla händelser, för bedömningen av den aktuella koncentrationen, inte bedömts nödvändigt att fastställa den exakta omfattningen av den relevanta produktmarknaden.

#### Geografisk marknad

32. Enligt parterna utgörs den relevanta geografiska marknaden av Sverige. Som skäl för sin uppfattning anger parterna att de huvudsakliga aktörerna konkurrerar nationellt och att en stor del av kunderna också är nationellt närvarande.

33. Konkurrensverkets utredning indikerar att regionala och lokala VA-grossister har möjlighet att vara med och konkurrera om projekt även utanför de områden där de har lager och eller platskontor. Detta tyder på att den relevanta geografiska marknaden i vart fall för projekt kan vara nationell. När det gäller upphandling av ramavtal kan konkurrensvillkoren variera beroende på om ramavtalen ska vara rikstäckande eller ej.
34. Det har, för bedömningen av den aktuella koncentrationen, inte bedömts nödvändigt att fastställa den exakta omfattningen av den relevanta geografiska marknaden.

### **Inget påtagligt hämmande av en effektiv konkurrens**

35. Konkurrensverket ska bedöma om företagskoncentrationen påtagligt skulle hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv 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, inträdesmöjligheter för potentiella nya aktörer, expansionsmöjligheter för befintliga aktörer samt köpmakt hos kunder.

### **Marknadsandelar och marknadsstruktur**

36. Koncentrationen innebär en horisontell överlappning eftersom den rör två konkurrenter inom försäljning av VA-material till professionella slutkunder. Det finns ingen officiell statistik avseende försäljningen av VA-material till professionella slutkunder. Konkurrensverket har inom ramen för utredningen inhämtat uppgifter om denna försäljning från parterna och deras främsta konkurrenter. Konkurrensverket har även bett marknadsaktörerna göra uppskattningar av marknadsandelarnas fördelning. Den bild som framträder är att parternas gemensamma marknadsandel på en tänkbar marknad bestående av försäljning av VA-material till professionella slutkunder i Sverige uppgår till ca 40 procent. Den största konkurrenten, Dahl Sverige, har uppskattningsvis 35–40 procent. Onninen och AO Sverige beräknas ha 5–10 procent vardera. Därutöver finns en rad mindre VA-grossister, av vilka några nämnts ovan.
37. Det har i utredningen inte framkommit någonting som tyder på att Ahlsell genom förvärvet av ViaCon VA skulle få eller förstärka en dominerande ställning. Däremot förstärks den tidigare marknadsstrukturen med Ahlsell och Dahl Sverige som två stora aktörer vid sidan av en rad mindre. Vidare framkom inledningsvis i utredningen att vissa kunder ansåg att det endast var Ahlsell, Dahl Sverige och ViaCon VA som kunde möta deras krav på rikstäckande fullsortimentsgrossister. En skadeteori skulle därmed kunna vara att koncentrationen eliminerar ett betydande konkurrenstryck vilket

kan få negativa icke-samordnade effekter främst i form av högre priser eller försämrat produktutbud.

38. Ahlsells förvärv av ViaCon VA kan visserligen i vart fall på kort sikt anses medföra ett minskat konkurrenstryck inom försäljning av VA-material till professionella slutkunder. Utredningen har dock inte gett stöd för att detta skulle leda till att konkurrensen påtagligt hämmas, vilket utvecklas nedan.

Kunderna har möjlighet att handla från olika VA-grossister

39. Till en början har det under den fortsatta utredningen framkommit att betydelsen av rikstäckande VA-grossister med fullsortiment inte är så stor som det inledningsvis verkade.
40. VA-material upphandlas genom såväl ramavtal som projektavtal. Vid ramavtal föredrar vissa stora professionella slutkunder att anlita en rikstäckande fullsortimentsgrossist medan andra väljer att teckna ramavtal med flera VA-grossister, däribland även regionala/lokala sådana som dessutom inte alltid har fullsortiment. Många ramavtal har villkor som gör att inköp över en viss beloppsgräns får konkurrensutsättas. Det har också framkommit att följsamheten till ramavtalen varierar inom den privata sektorn. Inom den offentliga sektorn är kunderna bundna av LOU och följsamheten högre. ViaCon VA har dock, som redan nämnts, haft en begränsad verksamhet vad gäller offentliga professionella slutkunder.
41. Vid projekt tecknar de stora kunderna ofta avtal med en eller flera VA-grossister som finns på den aktuella orten men som inte nödvändigtvis är rikstäckande.
42. Vad gäller små och medelstora professionella slutkunder, vilka utgör den största kundkategorin, tecknar dessa inte i lika stor utsträckning som stora kunder ramavtal. Deras behov av VA-material vid projekt kan ofta täckas av regionala/lokala VA-grossister som inte alltid har fullsortiment.
43. Många av kunderna, såväl stora som små, köper VA-material från mer än en VA-grossist, och utredningen visar att förhandlingar sker om priser både när det gäller ramavtal och projektavtal. Dessutom ger, som nämnts ovan, många ramavtal möjlighet till konkurrensutsättning om inköp överstiger ett visst belopp.
44. Konkurrensverket bedömer att de professionella slutkunderna även efter koncentrationen kommer att ha flera olika VA-grossister att vända sig till för att köpa VA-material.



#### Inga betydande hinder för inträde och expansion

45. Utredningen har vidare inte visat på några betydande hinder för nyetablering eller expansion av befintliga VA-grossister. Flera nya VA-grossister, förutom ViaCon VA, har tillkommit på marknaden de senaste åren. ScanPipe, Mark & Infra i Sverige samt Fundi är exempel på sådana aktörer.
46. Svårigheter att få tag på kompetent personal anges av vissa marknadskontakter som ett hinder för expansion eller inträde. Teknisk kompetens och hög servicegrad anges specifikt vara anledningar till att ViaCon VA kunnat växa som det gjort. Samtidigt uppges många etableringar ske just genom att kompetent personal från större bolag lämnar företaget och startar eget. Det har inte framkommit något i utredningen som visar att koncentrationen skulle göra detta svårare.

#### Möjligheter för tillverkare/leverantörer att komma in på marknaden

47. Enligt vissa aktörer har ViaCon VA haft en roll som kanal in på marknaden för tillverkare som inte sålt sina produkter genom de stora VA-grossisterna. En möjlig skadeteori skulle då kunna vara att dessa leverantörer efter koncentrationen förlorar möjligheten att sälja på den svenska marknaden, och att detta får negativa effekter i form av minskat produktbud för svenska kunder. Utredningen ger dock inte stöd för denna skadeteori. Enligt vad Konkurrensverket kan bedöma kvarstår möjligheter även efter koncentrationen för tillverkare som vill sälja VA-material i Sverige. Det finns dels flera VA-grossister utöver de stora, dels importörer/distributörer vilka fungerar som en mellanhand mellan tillverkare och grossister. Tillverkare marknadsför sig också direkt mot de professionella slutkunderna. På så sätt finns möjlighet att få dessa att efterfråga produkterna hos grossisterna, som då kan köpa in och distribuera dessa. Vissa möjligheter finns också för tillverkare att sälja direkt till professionella slutkunder.

#### Slutsats

48. Konkurrensverkets utredning visar sammantaget att parterna efter koncentrationen tillsammans visserligen får en relativt hög marknadsandel. Enligt Konkurrensverkets bedömning leder dock detta inte till att Ahlsell, som en följd av koncentrationen, kommer att kunna agera på marknaden oberoende av sina konkurrenter. Det minskade konkurrenstryck som i vart fall på kort sikt kan anses uppstå till följd av koncentrationen är inte heller sådant att det påtagligt hämmar konkurrensen. De professionella slutkunderna kommer även efter koncentrationen att ha flera olika VA-grossister att vända sig till för att köpa VA-material, och det föreligger inte några betydande etablerings- eller expansionshinder för nya eller befintliga VA-grossister.


49. Sammanfattningsvis gör Konkurrensverket bedömningen att den aktuella koncentrationen inte är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet eller en avsevärd del därav.
50. Koncentrationen ska därför lämnas utan åtgärd.

---

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit sakkunniga Cecilia Maxe Aglinder.



Rikard Jernsten



Cecilia Maxe Aglinder

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.