

## Anmälade företag

Easypark AB, 556626-7893, Hangövägen 20, 115 41 Stockholm

Ombud: A.A. och B.B.

## Förvävsobjekt

Inteleon Holding AB, 559089-8465, Box 2037, 403 11 Göteborg

Ombud: C.C.

## Saken

Anmälan enligt 4 kap. 7 § konkurrenslagen (2008:579) om företagskoncentration;  
digitala parkeringstjänster

---

## Beslut

Konkurrensverket lämnar Easypark AB:s förvärv av ensam kontroll över Inteleon Holding AB utan åtgärd.

## Den anmälda företagskoncentrationen och Konkurrensverkets behörighet m.m.

1. Den 12 november 2019 anmälde Easypark AB (Easypark) enligt 4 kap. 7 § konkurrenslagen (2008:579), KL, förvärv av ensam kontroll över Inteleon Holding AB inklusive dotterbolag (Inteleon). Enligt aktieöverlåtelseavtal, daterat den 26 juli 2019 med tillträde till aktierna den 26 augusti 2019, har Easypark förvärvat samtliga aktier i Inteleon från säljaren Tres Commas AB med flera. Easypark och Inteleon benämns i det följande gemensamt som "Parterna".
2. Konkurrensverket fick kännedom om koncentrationen genom media. Av ett pressmeddelande som Easypark Group publicerade i samband med att förvärvet tillkännagavs framgick att Easypark därigenom ytterligare förstärker sin position som en av de ledande aktörerna i Europa avseende så kallade smartparkeringstjänster. Under Konkurrensverkets inledande kontakter med Easypark framfördes att Parternas sammanlagda omsättning i Sverige år 2018 översteg en miljard kronor, men att Inteleons omsättning, beräknad enligt Kommissionens konsoliderade tillkännagivande om behörighet,<sup>1</sup> understeg 200 miljoner kronor år 2018. Koncentrationen var därmed inte anmälningspliktig enligt 4 kap. 6 § KL.
3. Den 2 september 2019 beslutade Konkurrensverket att utreda huruvida det var påkallat av särskilda skäl att ålägga Easypark att anmäla koncentrationen med stöd av 4 kap. 7 § 1 KL. Den 22 oktober 2019 ålade Konkurrensverket Easypark att anmäla sitt förvärv av Inteleon till Konkurrensverket.<sup>2</sup> Som nämndes ovan kom Easypark därefter, den 12 november 2019, in med en anmälan av företagskoncentrationen.
4. Konkurrensverkets inledande utredning visade att Parterna är de två största aktörerna på marknaden, och indikerar att Easypark är marknadsledare, samt att Parterna ofta möts och konkurrerar med varandra i upphandlingar. Vidare visade Konkurrensverkets utredning att Parterna tillsammans har en hög geografisk täckningsgrad. De leverantörer av mobila betallösningar som Konkurrensverket har kontaktat inom ramen för den inledande utredningen ger vidare en bild av att vissa parkeringsoperatörer, det vill säga de aktörer som ansvarar för drift och hantering av parkering på uppdrag av fastighetsägare, ställer krav som kan vara svåra för andra än större leverantörer att uppfylla. Under utredningen har det också framförts att data som genereras genom mobila betallösningar skulle kunna utgöra en betydelsefull tillgång.

---

<sup>1</sup> Kommissionens konsoliderade tillkännagivande om behörighet enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 95, 16.4.2008, s. 1–48.

<sup>2</sup> Dnr 530/2019, ab 38.

5. Efter den inledande utredningen fann Konkurrensverket att det behövdes ytterligare utredning och analys av de effekter som koncentrationen skulle kunna ge upphov till. Den 17 december 2019 beslutade Konkurrensverket därför att genomföra en särskild undersökning av koncentrationen enligt 4 kap. 11 § KL.
6. Under den särskilda undersökningen gjorde Konkurrensverket bedömningen att en konsumentundersökning behövde genomföras för bedömningen av koncentrationens effekter. Easypark begärde tillfälle att undersöka möjligheten att genomföra en konsumentundersökning på annat sätt än det som Konkurrensverket identifierat som mest ändamålsenligt. Detta föranledde en försening av den planerade utredningsåtgärden i två steg. Den 29 januari 2020 beslutade Konkurrensverket, efter samtycke från Parterna, att förlänga fristen för koncentrationsprövningen med sju dagar med stöd av 4 kap. 14 § första stycket KL. Den 6 februari 2020 beslutade Konkurrensverket med stöd av 4 kap. 14 § första stycket KL, efter samtycke från Parterna, att förlänga fristen för koncentrationsprövningen med ytterligare en månad, det vill säga till och med 24 april 2020. Detta för att möjliggöra genomförandet av konsumentundersökningen på annat sätt än vad som ursprungligen planerats.

## Företagen

### Easypark AB

7. Easypark AB (Easypark) tillhör Easypark Group-koncernen, ett gemensamt ägt företag som kontrolleras av två private equity-företag, Verdane och Vitruvian.
8. Easypark tillhandahåller digitala tjänster för hantering av parkering. Främst avser Easyparks lösning en tjänst som ger möjlighet för bilister, slutanvändare, som har behov av att betala parkering, att starta, stoppa och förlänga parkering genom en mobilapplikation eller annan digital lösning i en mobiltelefon. Easypark tillhandahåller även tjänster till företagskunder vars anställda använder fordon i tjänsten. Easyparks företagstjänst består bland annat av en lösning för företagskunden att sköta företagets bilflotta, sätta upp projektgrupper, välja vilka personer som ska kunna parkera vilka bilar under angivna tider samt allokera den anställdes parkeringar till rätt konto.
9. Vidare erbjuder Easypark tjänster till aktörer som upplåter mark för parkering, normalt sett kommunala eller privata parkeringsoperatörer, men också fastighetsägare, bostadsrättsföreningar med flera. Easyparks erbjudande till dessa aktörer består bland annat av assistans för digitalisering av processer. Easypark tillhandahåller även en teknisk lösning som underlättar kontroll av parkeringsavgifter där det finns flera leverantörer som tillhandahåller olika lösningar, så kallade HUB-tjänster. Easypark tillhandahåller också "white label-lösningar", en teknisk leverans av en mobilapplikations-lösning

som efter upphandling tillhandahålls andra leverantörer under eget varumärke, exempelvis Betala P som tillhandahålls Stockholms Stad.

10. Easypark-koncernen bedriver verksamhet i ett antal europeiska länder, bland annat Norge, Finland, Danmark, Tyskland, Italien, Spanien, Österrike, Belgien, Kroatien med flera.
11. Verdane är huvudägare i bolaget Estate AB, en koncern som tillhandahåller servicetjänster till kontorshyresgäster, fastighetsägare och köpcentrum. Inom Estate-koncernen finns även bolaget Estate Parkering AB som agerar som både parkeringsoperatör och leverantör av digitala parkeringstjänster.

### **Inteleon Holding AB**

12. Sedan den 26 augusti 2019 är Inteleon Holding AB inklusive dotterbolaget Inteleon AB (gemensamt "Inteleon") ett helägt dotterbolag till Easypark.
13. Inteleons verksamhet består av att tillhandahålla digitala tjänster för hantering av parkering. Inteleons erbjudande till slutanvändare består av lösningar för betalning av parkering genom mobilapplikation, under varumärket SMS-Park, eller via sms. Inteleon tillhandahåller även en företagstjänst. Företagstjänsten innebär att ett företags anställdas parkeringar kan faktureras företaget direkt.
14. Även Inteleon erbjuder tjänster till aktörer som upplåter mark för parkering. Inteleons erbjudande till sådana aktörer består bland annat av ett administrativt ekonomirapporteringsystem och en tjänst för felanmälningar av parkeringsautomater.
15. Inteleon bedriver verksamhet enbart i Sverige.

### **Konkurrensverkets utredning**

16. Det föreligger horisontella samband mellan Parternas verksamheter då både Easypark och Inteleon tillhandahåller mobila betallösningar till parkeringsoperatörer respektive slutanvändare, såväl privatpersoner som företag. Parterna tillhandahåller också tjänster bestående i administrativa ekonomirapporteringsystem till parkeringsoperatörer. Dessa horisontella samband utgör utgångspunkten för Konkurrensverkets koncentrationsprövning.
17. Det saknas samband mellan Parternas verksamheter såvitt avser HUB-tjänster och white label-lösningar. Konkurrensverket har således inte närmare utrett koncentrationens potentiella effekter avseende sådana tjänster.
18. Vad avser företagstjänster visar Konkurrensverkets utredning att enbart en begränsad andel av Inteleons totala omsättning härrör från företagstjänster.

Det har i övrigt inte framkommit några omständigheter under utredningen som har föranlett någon djupare utredning avseende företagstjänster.

19. Under utredningen har det lyfts farhågor om att förvärvet skulle kunna leda till konkurrensbegränsande effekter genom Easyparks ökade tillgång till data. Farhågorna rör tillgången till användardata, transaktionsdata och parkeringsmönster som genereras genom mobila betallösningar, men även data som genereras genom Easyparks HUB-tjänster. Det har vidare framförts att tillgång till slutanvändares parkeringsmönster möjliggör riktade annonser och marknadsföring genom den mobila betallösningen vilket allt fler uppdragsgivare efterfrågar.
20. Utredningen bekräftar inte närmare dessa farhågor. Bland annat saknas uppgifter om att uppdragsgivare kräver tillgång till sådana data i syfte att rikta annonser till slutanvändare. Inte heller finns det stöd för att förvärvet påverkar den tillgång till data som samlas i de HUB-lösningar som Easypark tillhandahåller parkeringsoperatörer. Att Easypark skulle kunna få tillgång till Inteleons transaktionsdata genom dessa tjänster utgör inte en förvärvsspecifik förändring. Vidare, i den mån Easypark får tillgång till sådan data är tillgången begränsad till vad som är nödvändigt för att tillhandahålla HUB-tjänsten. Sammanfattningsvis bedömer Konkurrensverket att Easyparks ökade tillgång till data inte ger upphov till en sådan konkurrensfördel att det skulle försvåra för andra leverantörer att konkurrera.
21. För bedömning av koncentrationens effekter har Konkurrensverket inhämtat information från Parterna, från konkurrenter, från kunder till Parterna och i förekommande fall deras uppdragsgivare, såsom exempelvis fastighetsägare, samt från en branschorganisation. Informationen har bland annat omfattat kund- och försäljningsdata, upphandlingsunderlag, samt utvärderingsprotokoll och tilldelningsbeslut, eller motsvarande dokument, som är relaterade till införskaffandet av mobil betallösning för parkering. Konkurrensverket har vidare genomfört en enkätundersökning riktad till parkeringsoperatörer (härefter "operatörsenkät").
22. Konkurrensverket har även låtit en konsumentundersökning ligga till grund för bedömningen. Undersökningen, som riktas till slutanvändare av mobila betallösningar, innehåller frågor utformade av Konkurrensverket och har genomförts av ett externt enkätföretag på uppdrag av Easypark.

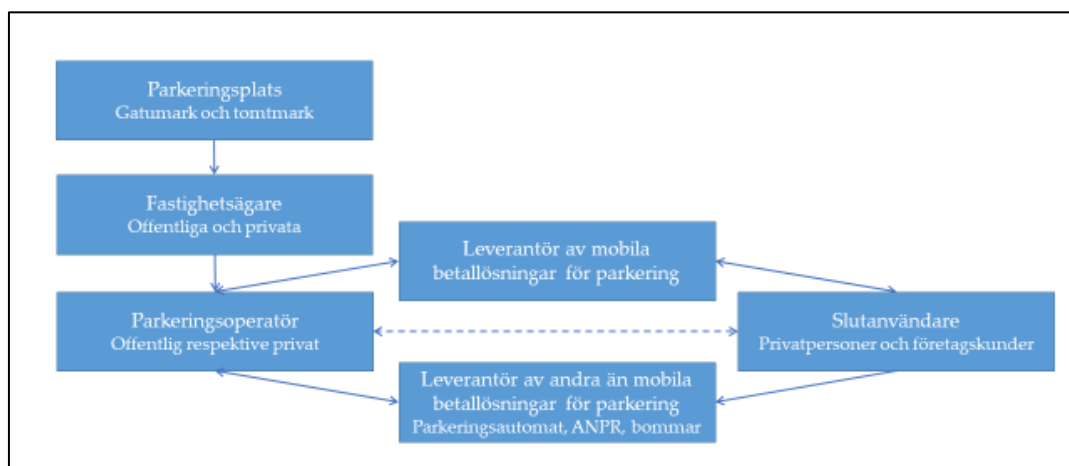
## **Marknadsförhållandena**

### **Värdekedjan för betallösningar för parkering**

23. Utgångspunkten för redogörelsen i det aktuella ärendet är marknadsförhållandena för den delen av den svenska parkeringsmarknaden där avgift för parkering utgår. Under utredningen har det framkommit att

totalmarknadens storlek växer i takt med att antalet kommuner som infört parkeringsavgifter på sina parkeringsplatser ökar och i takt med en förflyttning av kundefterfrågan till mobila betallösningar för parkering från andra betallösningar, främst parkeringsautomater. Utredningen visar att omkring 80 kommuner i Sverige infört parkeringsavgifter på sina parkeringsplatser.

**Figur 1 Värdekedjan för parkering**



### Fastighetsägare

24. Utifrån vem som äger och förvaltar marken och hur möjligheten att avgiftsbelägga parkering på en viss angiven plats regleras, kan mark som upplåts för parkering delas in i gatumark och tomtmark, jämför figur 1.
25. Gatumark består av offentliga platser som står under en kommuns förvaltning och som kommunen har upplåtit för parkering. Sådana parkeringar utgörs i huvudsak av utomhusparkering, som gator, trottoarer och till dessa närliggande ytor samt parker.<sup>3</sup> För gatumark har en kommun rätt att, i den omfattning som behövs för att ordna trafiken, ta ut en ersättning i form av en parkeringsavgift.<sup>4</sup>
26. Tomtmark är all annan mark som upplåts för parkering som faller utanför definitionen "gatumark" och består av inomhusparkering som parkeringshus, garage samt olika former av utomhusparkering som inte definieras som gatumark. Marken ägs av offentliga juridiska personer, såsom kommunala och statliga företag, och privata juridiska eller fysiska personer.
27. Distinktionen mellan gatumark och tomtmark har betydelse för rätten att ta ut avgift för parkering då rätten att ta ut avgift för parkering på gatumark

<sup>3</sup> Se 1 kap. 2 § ordningslag (1993:1617).

<sup>4</sup> Kommuners rätt att avgiftsbelägga parkering på gatumark regleras i lagen (1957:259) om rätt för kommun att ta ut avgift för vissa upplåtelse på offentlig plats, m.m.



regleras i lag. Under senare år har det blivit allt vanligare att kommuner beslutar att avgiftsbelägga parkering på gatumark.

28. Utöver distinktionen mellan gatumark och tomtmark kan ytterligare en distinktion göras utifrån parkeringsplatsens läge, mellan utomhusparkering och inomhusparkering. Med utomhusparkering avses icke-inhägnade parkeringsområden, såsom de kommunala gatuparkeringsplatserna. Inomhusparkering omfattar parkeringsplatser på tomtmark i form av bland annat parkeringshus och garage. De betallösningar för parkering som kan tillhandahållas på kommunal gatumark är parkeringsautomater och mobila betallösningar medan andra betallösningar som bomsystem inte kan erbjudas eftersom gatumarksparkeringsplatser inte är inhägnade områden.
29. Mark kan upplåtas för parkering av både offentliga och privata mark- och fastighetsägare, jämför figur 1. Fastighetsägare kan då välja att förvalta sin mark för parkering i egen regi, där det bland annat ingår att erbjuda betallösningar för parkering till slutanvändare, eller att ge i uppdrag åt en parkeringsoperatör att förvalta, övervaka och ta ut avgift för parkering, jämför figur 1.
30. Vad gäller privatägda parkeringsplatser, visar utredningen att det förekommer att fastighetsägare överlåter driften av sina parkeringsplatser till parkeringsoperatörer. Utredningen visar vidare att även i de fall privata fastighetsägare överlåter förvaltningen av sin parkeringsplats till en parkeringsoperatör, kan de uppställa krav rörande de betallösningar för parkering som ska finnas tillgängliga på deras parkeringsplatser, vilket i sin tur påverkar operatörens valmöjlighet och handlingsutrymme avseende val av leverantör. En överlåtelse av driften av parkeringsplatsen är inte nödvändigtvis förenad med en överlåtelse av rätten att bestämma nivån på parkeringsavgiften som i de flesta fall bestäms av fastighetsägaren ensam eller efter samråd med parkeringsoperatören.

#### Parkeringsoperatörer

31. Vad gäller offentliga fastighetsägare är det vanligt att dessa aktörer överlåter förvaltning av sina parkeringsplatser till ett offentligt företag eller organ såsom ett kommunalägt företag. Offentliga fastighetsägare agerar därmed i viss utsträckning som parkeringsoperatörer. Detsamma gäller för privata fastighetsägare som sköter förvaltningen av sin parkeringsplats i egen regi. Det förekommer även att offentliga fastighetsägare överlåter förvaltning av sina parkeringsplatser till en privat parkeringsoperatör.
32. De offentliga parkeringsoperatörerna utgörs främst av kommuner och kommunala bolag. Utredningen visar att cirka 80 av Sveriges kommuner tar betalt för parkering. Kommunala parkeringsoperatörer erbjuder ofta flera



olika alternativa betallösningar för parkering på sina parkeringsplatser, till exempel mobila betallösningar och parkeringsautomater.

33. Offentliga parkeringsoperatörer tillämpar olika modeller för att tillgodose sitt behov av mobila betallösningar för parkering. Vissa kommuner har en leverantör, andra har flera men ett begränsat antal. Andra kommuner har så kallade öppna marknadsplatser där alla leverantörer som uppfyller vissa minimikrav får tillhandahålla sin betallösning.
34. Några offentliga parkeringsoperatörer har även valt att lansera egna mobila betallösningar för parkering, däribland Stockholm, Göteborg, Skellefteå, Linköping, Falun och Karlskrona. Bland dessa aktörer har Stockholm valt en öppen marknadsplats där alla leverantörer som uppfyller vissa krav, tillsammans med kommunens egen löning (Betala P), får tillhandahålla sin mobila betallösning på kommunens parkeringsplatser.
35. Av de parkeringsoperatörer som har lanserat egna mobila betallösningar har även en kommun, Göteborgs kommun, valt att tillhandahålla enbart sin egen mobila betallösning på kommunens parkeringsplatser och därigenom helt utestänga externa leverantörer från sina parkeringsplatser.
36. Vissa offentliga parkeringsoperatörer ställer krav på leverantörer avseende bland annat nivå på omsättning och befintliga transaktions- och användarvolymer. Sådana krav kan begränsa antalet möjliga leverantörer för vissa kategorier av parkeringsoperatörer.
37. Privata parkeringsoperatörer är verksamma på mark som de själva äger eller förvaltar på uppdrag av fastighetsägaren. I det sistnämnda fallet har de privata parkeringsoperatörerna bland annat till uppgift att inhandla infrastruktur och sköta kontrollen av parkeringsavgifter. Privata parkeringsoperatörer avgör vilka betallösningar som ska tillhandahållas på parkeringsplatsen, antingen självständigt eller i samråd med fastighetsägaren.
38. Vissa fastighetsägare kräver att den privata parkeringsoperatören ska tillhandahålla flera olika mobila betallösningar på uppdragsgivarens parkeringsplatser. Större fastighetsägare, med verksamhet på flera orter i landet, kan ställa krav på att den privata parkeringsoperatören ska tillhandahålla en stor eller marknadsledande mobil betallösning som finns tillgänglig på flera orter i landet.
39. Ett krav som många kommuner tillämpar är kostnadsneutralitet, det vill säga att det inte ska kosta slutanvändaren något extra att använda en mobil betallösning i förhållande till att betala parkering via en parkeringsautomat. Utredningen visar att en klar majoritet av kommunerna ställer krav på kostnadsneutralitet. Utredningen visar att även privata parkeringsoperatörer



ställer krav på kostnadsneutrala mobila betallösningar, dock inte i samma uträkning som offentliga parkeringsoperatörer. Vad avser offentliga upphandlingar visar utredningen vidare att nollkronorsanbud, men även negativa anbudspriser, förekommer.

#### Leverantörer av betallösningar för parkering

40. Parkeringsoperatörer som förvaltar mark till parkering mot avgift ingår ofta avtal med leverantörer av betallösningar för inhämtande av parkeringsavgifter från slutanvändare för parkeringsoperatörens räkning, jämför figur 1. I detta beslut används samlingsbegreppet "betallösning för parkering" för att beskriva samtliga de tjänster eller lösningar som möjliggör inhämtandet av parkeringsavgifter.
41. De betallösningar för parkering som förekommit i utredningen, utöver mobila betallösningar för parkering, är parkeringsautomater, kameralösningar för nummerplåtsigenkänning ("ANPR-lösningar") och parkeringsbommar till vilka en parkeringsautomat eller en kamera är anslutna. Kännetecknande för dessa betallösningar är att de utgör en infrastruktur som finns installerad på operatörens parkeringsplats och det är vanligen parkeringsoperatören som ansvarar för drift och underhåll samt för att ta betalt från slutanvändarna. Vilken betallösning för parkering som finns tillgänglig på en viss parkeringsplats påverkas dels av vilket eller vilka alternativ parkeringsoperatören väljer att erbjuda slutanvändare, dels av parkeringsplatsens fysiska förutsättningar.
42. För det fall att parkeringsavgift utgår kan bilister, slutanvändarna, genomföra sin betalning genom den eller de betallösningar som finns tillgängliga att använda på parkeringsplatsen. Medan betalning erläggs direkt till parkeringsoperatören när betalning sker via parkeringsautomater och andra alternativ, sker transaktionen genom leverantörens mobila betallösning vid användandet av en mobil betallösning. I samband med detta kan en leverantör även tillämpa ett påslag, en så kallad serviceavgift, i procent eller fast avgift i kronor, på parkeringsavgiften gentemot slutanvändare för att tillhandahålla sin tjänst.

#### Trend mot mobila betallösningar

43. Utredningen visar att genomförandet av betalningar för parkering genom mobila betallösningar har ökat markant under de senaste åren. Användandet har ökat för varje år och trenden kan förväntas fortsätta under kommande år. Utredningen indikerar även att betalning genom parkeringsautomater har minskat. Uppgifter om genomförda transaktioner avseende betalning för parkering från ett urval kommunala parkeringsoperatörer bekräftar parkeringsautomaternas tillbakagång.

### **Mobila betallösningar för parkering**

44. En leverantör av mobila betallösningar tillhandahåller en lösning för hantering av parkering via mobiltelefon genom en mobilapplikation, en SMS-funktion och en talsvarstjänst. I princip samtliga aktörer verksamma i Sverige inom mobila betallösningar erbjuder sina tjänster i form av mobilapplikationer medan SMS-funktion och talsvarstjänster erbjuds som kompletterande tjänster av vissa men inte alla. Easypark och Inteleon erbjuder samtliga tre alternativ.
45. Easyparks och Inteleons affärsmodell består i att tillhandahålla slutanvändare möjligheter att hantera sin parkering via mobiltelefonen. Mobila betallösningsleverantörers affärsmodell kan beskrivas på följande sätt. När en slutanvändare använder leverantörens mobila betallösning vid parkering, sker betalningen genom leverantörens system och leverantören betalar därefter ut parkeringsavgiften till respektive parkeringsoperatör. Mobila betallösningar utgör således en plattform som för samman parkeringsoperatörer och slutanvändare. Genom den mobila betallösningen kan tjänstens slutanvändare erlagga betalning för sin parkering och får möjlighet att påbörja, förlänga och avsluta parkeringstiden på distans.
46. En leverantör av mobila betallösningar erbjuder samtidigt parkeringsoperatören möjlighet att inhämta betalning av parkeringsavgiften från slutanvändaren som parkerar på parkeringsoperatörens parkeringsplats.
47. I egenskap av plattform, utgör leverantörernas mobila betallösningar en så kallad tvåsidig marknad. Kännetecknande för tvåsidiga marknader är förekomsten av indirekta nätverkseffekter där antalet användare på varje sida av marknaden, i det här fallet antalet anslutna parkeringsoperatörer och antalet slutanvändare som använder den mobila betallösningen, påverkar hur den andra sidans användare värdesätter plattformen. Den positiva indirekta nätverkseffekten innebär att plattformen kommer tillmätas en högre nytta av den ena sidan när antalet användare på den andra sidan ökar. Detta inverkar i sin tur i plattformens styrka.
48. Därutöver är det även fråga om en tvåsidig marknad som möjliggör transaktioner mellan de två användargrupperna; parkeringsoperatörerna och slutanvändarna. Detta eftersom själva plattformen för samman de båda användargrupperna och en transaktion dem emellan genom plattformen endast kan uppstå om båda användargrupperna är anslutna till plattformen.

### **Parkeringsoperatörers inköp av tjänster för tillhandahållande av mobila betallösningar**

49. De offentliga och privata parkeringsoperatörernas inköpsmönster kan i vissa avseenden skilja sig åt vad avser inköpsförfarande, uppställda krav på tjänsten som tillhandahålls och ersättningsmodell. Offentliga parkeringsoperatörers inköp sker oftast genom någon form av upphandlingsförfarande,

antingen genom annonserade upphandlingar eller genom direktupphandlingar. Vid konkurrensutsättningen ställer de upphandlande enheterna krav om kvalitet och pris, antal leverantörer som ska väljas, ersättningsmodell med mera. Privata parkeringsoperatörers inköp sker ofta genom offertförfrågningar och tecknande av ramavtal avseende samtliga parkeringsplatser som de förvaltar. Parkeringsoperatören avropar sedermera leverantörens tjänster avseende en viss parkeringsyta.

50. Leverantörer av mobila betallösningar för parkering har delvis olika affärsmodeller samt tillämpar olika avgiftsmodeller. Leverantörernas intäkter kan bestå av intäkter från antingen den ena användargruppen, parkeringsoperatörer eller slutanvändare, eller båda.

#### Parkeringsoperatörers och slutanvändares kostnader för att utnyttja mobila betallösningar för parkering

51. För att nyttja den mobila betallösningen, i samband med betalning för parkeringen, kan det förekomma att slutanvändaren får betala en serviceavgift till leverantören. Serviceavgiften utgör ett prispåslag utöver den faktiska parkeringsavgiften och kan liknas vid transaktionsutgift eller tilläggskostnad. Påslaget kan vara ett procentuellt påslag som en funktion av parkeringsavgiften, ett fast påslag i kronor eller en kombination av de två. För parkeringar hos de parkeringsoperatörer för vilka kostnadsneutralitet gentemot slutanvändare avtalats begränsas dock möjligheten att ta ut serviceavgift.
52. Vissa leverantörer, däribland Easypark, erbjuder slutanvändare att köpa ett abonnemang där fritt antal parkeringar och andra tilläggstjänster ingår, till en fast månadskostnad.
53. Leverantören av den mobila betallösningen för parkering kan erhålla provision från parkeringsoperatören för att tillhandahålla sina tjänster. Provision betalas antingen i form av en avtalad procentsats räknat på totala parkeringsintäkter som härrör från leverantörens lösning, en avgift per transaktion i form av en fast summa eller genom en annan ersättningsmodell. Det förekommer också att ersättningen som utgår till leverantören av den mobila betallösningen från parkeringsoperatören är noll kronor.
54. Båda intäktsformerna, det vill säga provisionen från parkeringsoperatören och serviceavgiften från slutanvändaren, utgör intäkter som kan härledas till parkeringstillfället. Även andra intäktsformer som härleds till efter parkeringstillfället kan förekomma, som aviavgifter, påminnelseavgifter och inkassoavgifter.
55. Förutom Parterna finns det ett antal andra företag med säte i Sverige som erbjuder mobila betallösningar för parkering. Företagen Parkster AB

(Parkster), Mobill Scandinavia AB, Electronic Parking AB med tjänsten ePark och Flowbird Sverige AB med de mobila betallösningarna Flowbird och Whoosh, är exempel på sådana. Det finns även ett mindre antal parkeringsoperatörer som erbjuder mobila betallösningar på sina parkeringsplatser i egen regi, till exempel Aimopark Sweden AB (Aimo) och APCOA Parking Sverige AB (APCOA).

56. Totalmarknaden för avgiftsbelagd parkering uppgick till uppskattningsvis 72 miljoner transaktioner år 2018. År 2019 ökade antalet transaktioner ytterligare. Offentliga parkeringsoperatörer uppskattas stå för tre fjärdedelar och privata parkeringsoperatörer för en fjärdedel av antalet transaktioner.

## Bedömning

### Ingripande mot företagskoncentrationer

57. 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.
58. Vid bedömningen av en koncentrations inverkan på konkurrensen jämförs de villkor som skulle bli följden av den anmälda koncentrationen med de villkor som skulle ha rått om koncentrationen inte hade genomförts.<sup>5</sup> I det aktuella fallet, då det är fråga om en koncentration som har genomförts utan föregående anmälan, har Konkurrensverket att bedöma koncentrationen mot bakgrund av de konkurrensförhållanden som skulle ha varit rådande om koncentrationen inte hade genomförts.<sup>6</sup>

### Relevant marknad

#### Inledning

59. Bedömningen av en företagskoncentration omfattar i regel definition av den relevanta produktmarknaden och geografiska marknaden.<sup>7</sup> Marknadsdefinitionen är ett verktyg som kan användas för att finna och fastställa gränserna för konkurrensen mellan företag. Det huvudsakliga syftet med att

---

<sup>5</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, s. 5–18, p. 9.

<sup>6</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, fotnot 8.

<sup>7</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, p. 10.

definiera en marknad är att på ett systematiskt sätt fastställa vilka konkurrensmässiga begränsningar de berörda företagen utsätts för.<sup>8</sup>

60. Den relevanta produktmarknaden omfattar i första hand de produkter eller tjänster som köparna anser vara utbytbara, det vill säga sådana produkter eller tjänster som på grund av pris, funktion och egenskaper i övrigt kan tillfredsställa samma behov hos köparen.<sup>9</sup> I de situationer då utbytbarheten på utbudssidan kan jämföras med utbytbarheten på efterfrågesidan vad gäller effektivitet och omedelbarhet kan även denna beaktas när marknaden definieras.<sup>10</sup> 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.<sup>11</sup>

#### Marknadsavgränsning i aktuellt ärende

61. Enligt anmälan tillhandahåller Parterna digitala tjänster för hantering av parkering. I anmälan görs det gällande att marknadsmodellen för Parternas tjänster varken kan beskrivas som ett plattformsförhållande (plattform-modellen) eller en vertikal struktur (vertikal struktur-modellen), utan utgör en hybrid av dessa två modeller. Enligt anmälan agerar en sådan marknadsmodell för digitala tjänster för hantering av parkering, mellan två marknader med ett plattformsförhållande till parkeringsoperatörer respektive slutanvändare, men har samtidigt parkeringsoperatörernas makt att förhålla sig till. I anmälan identifieras en marknad mellan parkeringsoperatörerna och de digitala tjänsterna för hantering av parkering, "uppströmsmarknaden", och en marknad mellan den digitala tjänsten för hantering av parkering och slutanvändare, "nedströmsmarknaden". Som anmälan får förstås är det utifrån en sådan vertikal struktur som Parterna anser att den relevanta marknaden ska avgränsas.
62. Som framgått av redogörelsen över marknadsförhållandena ovan, verkar leverantörer av mobila betallosningar för parkering på en tvåsidig plattform. En fråga som uppstår vid en tvåsidig plattform är om en eller flera relevanta produktmarknader ska definieras. Konkurrensverket gör bedömningen att det saknas skäl att ta ställning till denna fråga för bedömning av den aktuella koncentrationens effekter. Detta eftersom Konkurrensverket beaktar omständigheter som till exempel förekomsten och graden av indirekta

---

<sup>8</sup> Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, s. 5–13, p. 2.

<sup>9</sup> Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, p. 7.

<sup>10</sup> Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, p. 20.

<sup>11</sup> Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, p. 8.

nätverkseffekter samt graden av multihoming, det vill säga andelen användare som är anslutna till flera plattformar, oavsett om Konkurrensverket avgränsar en eller två produktmarknader.

63. För marknadsavgränsningen har Konkurrensverket utgått ifrån Parternas överlappande verksamhet, det vill säga tillhandahållandet av mobila betallösningar för parkering. Vidare har Konkurrensverket undersökt utbytbarheten från respektive användargrupp, dels från parkeringsoperatörssidan och dels från slutanvändarsidan. Konkurrensverket har för bedömning av relevant marknad bland annat genomfört en upphandlingsdataanalys, en operatörsenkät riktad till Parternas kunder och tagit del av resultaten från en konsumentundersökning, riktad till slutanvändare.
64. En gängse metod för att studera utbytbarheten på efterfrågesidan är att genomföra ett tankeexperiment i vilket en liten och varaktig förändring av de relativa priserna antas och kundernas troliga reaktion på den förändringen bedöms, ett så kallat SSNIP-test. En sådan metod kan användas för att få fram indikationer på vilka uppgifter som är relevanta för att definiera marknader.<sup>12</sup> I det här fallet skulle Konkurrensverket beakta resultatet av SSNIP-testet med stor försiktighet, eftersom det är fråga om en tvåsidig plattform där det förekommer skillnader i ersättningsmodeller och affärsmodeller bland verksamma aktörer. Det har därför i det här fallet inte ansetts som ett lämpligt verktyg för att få indikationer i marknadsavgränsningen.

## Relevant produktmarknad

### Parternas inställning

65. I anmälan anförs, utifrån en definition av en uppströmsmarknad, se ovan, att Parterna är leverantörer av digitala tjänster för hantering av parkering genom mobiltelefon (mobilapplikation, SMS och talsvar) som tillhandahålls i konkurrens med de andra alternativ som parkeringsoperatören har att tillgå för att hantera parkering på de ytor som parkeringsoperatören ifråga kontrollerar. En sådan relevant marknad innefattar enligt anmälan även tjänster i form av både analoga och digitala parkeringsautomater, digitala tjänster som SMS-lösningar, bomlösningar, kameralösningar, det vill säga automatisk nummerplätigenkänning (ANPR) och förbetald parkering.
66. Vad avser den marknad som enligt anmälan definieras som den relevanta marknaden nedströms och som avser leverans av digitala tjänster för hantering av parkering till slutanvändare, framgår av anmälan att den omfattar de tjänster för hantering av parkering som finns tillgängliga på den givna platsen för parkering. Av anmälan får förstås att även andra betal-

---

<sup>12</sup> Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, p. 15.



lösningar för parkering än digitala, till exempel parkeringsautomater, anses utbytbara om de finns tillgängliga på den givna platsen för parkering.

### Konkurrensverkets bedömning

#### *Parkeringsoperatörssidan*

67. Konkurrensverkets utredning av efterfrågesubstitution från parkeringsoperatörssidan ger stöd för att tillhandahållande av mobila betallösningar för parkering inte är utbytbara med andra betallösningar.
68. Tjänster för tillhandahållande av mobila betallösningar för parkering skiljer sig från andra betallösningar sett till tjänsternas egenskaper. Till skillnad från andra betallösningar, erbjuds parkeringsoperatören tillgång till realtidsdata över parkeringsmönster, transaktionsdata och beläggningsgrad på sina parkeringsplatser. Kontakter med kunder talar för att dessa egenskaper är tjänster som är betydelsefulla och värderas högt av parkeringsoperatörer.
69. Vidare visar utredningen att det förekommer skillnader i pris mellan att anlita en leverantör av mobila betallösningar och andra lösningar, som införskaffande av parkeringsautomater. Utöver kostnader för att köpa in och installera infrastrukturen, tillkommer även löpande driftskostnader för att underhålla och uppgradera parkeringsautomater. Under utredningen har det framkommit att vissa parkeringsoperatörer anför skillnaden i pris som ett skäl till att anlita leverantörer av mobila betallösningar före annat alternativ. Därutöver har det framkommit att vid användandet av mobila betallösningar för parkering står parkeringsoperatören, till skillnad från vid andra alternativa betallösningar som parkeringsautomater, inte den ekonomiska risken för hanteringen av betalningen för parkeringen. Genom att anlita en leverantör av mobila betallösningar för parkering förskjuts ansvaret för att säkerställa att betallösningen uppfyller samtliga säkerhetskrav från parkeringsoperatören till leverantören av den mobila betallösningen.
70. Under utredningen har Konkurrensverket inhämtat uppgifter om parkeringsoperatörers inköpsmönster. Utredningen visar att oaktat skillnaderna i inköpsförfaranden som redogjorts för ovan, så sker parkeringsoperatörers inköp av mobila betallösningar separat från eventuella inköp av andra betallösningar. Det har bland annat framkommit att kommunala parkeringsoperatörer gör sina inköp av mobila betallösningar genom separata upphandlingsförfaranden. Parkeringsoperatörers inköpsmönster talar därmed också för att det finns en separat efterfrågan för mobila betallösningar för parkering som är skild från efterfrågan för andra betallösningar.
71. Vidare visar Konkurrensverkets utredning att det är olika företag som är verksamma inom tillhandahållande av mobila betallösningar och andra betallösningar. Det finns visserligen exempel på en aktör som ursprungligen



tillverkat parkeringsautomater och sedermera även börjat tillhandahålla tjänster för mobila betallösningar för parkering, men det har under utredningen inte förekommit exempel på den omvända situationen, det vill säga att en leverantör av mobila betallösningar börjat erbjuda andra betallösningar.

72. Konkurrensverkets operatörsenkät visar även att för de av Parternas kunder som har andra betallösningar utöver mobila betallösningar, svarar mobila betallösningar för mer än 50 procent av parkeringsoperatörernas transaktioner jämfört med andra betalallösningar för parkering.
73. Vidare visar svar på Konkurrensverkets operatörsenkät att för en stor majoritet av parkeringsoperatörer är det snarare andra mobila betallösningar, inte andra betallösningar, som är utbytbara med Parternas tjänster. Utredningen indikerar även att en inte obetydlig andel av de som valt att erbjuda Parternas mobila betallösningar inte ser andra betallösningar som ett substitut till mobila betallösningar utan snarare som ett komplement. Därutöver har det framkommit att en stor del av deras kunder inte skulle vara beredda att byta till andra betalallösningar.
74. Parterna har anfört att parkeringsautomater i praktiken är ett implicit krav för parkeringsoperatörer och att parkeringsautomater alltid kommer att finnas som en alternativ betallösning samt att de under senare år har utvecklats på så sätt att de erbjuder kontaktlösa betalningar, möjlighet att förlänga och stoppa parkeringar på distans och omfattar interaktiva terminaler.
75. Att parkeringsautomater är betydelsefulla betallösningar för parkeringsoperatörer finner visst stöd i utredningen. Utredningen ger emellertid även stöd för att det under de senaste åren skett en förskjutning i efterfrågan från parkeringsautomater till mobila betallösningar för parkering. Av Konkurrensverkets operatörsenkät framgår att de absolut vanligast erbjudna betallösningarna på Parternas kunders parkeringsplatser är mobila betallösningar och betalning genom parkeringsautomat. Samtidigt har det under utredningen framkommit att allt fler parkeringsoperatörer efterfrågar mobila betallösningar. I samma riktning talar även omständigheten att en del parkeringsoperatörer vill se att fler slutanvändare går över till mobila betallösningar i syfte att minska antalet parkeringsautomater. Vidare visar utredningen att det finns kommunala och privata parkeringsplatser där mobila betallösningar är den enda betallösningen som tillhandahålls. Från Konkurrensverkets operatörsenkät framkommer att en majoritet av de parkeringsoperatörer som helt har övergått till att använda sig av mobila betallösningar motiverar det med att deras organisation inte har behov av parkeringsautomater.

76. Utredningen visar således att det finns stöd för att parkeringsautomater inte skulle ingå på samma relevanta produktmarknad som mobila betallösningar för parkering.
77. Inte heller andra betallösningar, såsom bomlösningar och ANPR-lösningar, är tillräckligt utbytbara för att ingå på den relevanta produktmarknaden. Utredningen har visat att dessa lösningar främst används i parkeringshus, köpcentra och flygplatser och andra platser där särskilda förhållanden gör att dessa lösningar är särskilt lämpade, som bland annat möjligheten att anordna kameror vid parkeringens in- och utfarter. Det är inte vanligt att mobila betallösningar helt ersätter dessa lösningar. Resultaten från Konkurrensverkets operatörsenkät talar i samma riktning där det framkommer att parkeringsoperatörer till största delen betraktar dessa betallösningar som komplement snarare än substitut till mobila betallösningar.

*Slutanvändarsidan*

78. Konkurrensverket har vidare bedömt utbytbarheten i efterfrågan mellan tillhandahållande av mobila betallösningar för parkering och andra betallösningar från slutanvändarsidan.
79. För att bedöma i vilken utsträckning de tjänster som Parterna tillhandahåller möter konkurrens från andra betallösningar har Konkurrensverket inhämtat uppgifter från Parterna och andra aktörer på marknaden, däribland parkeringsoperatörer, om slutanvändares köpmönster samt uppgifter om transaktionsdata.
80. Även om ändamålet med mobila betallösningar och andra betallösningar sammanfaller, så skiljer sig mobila betallösningar från andra betallösningar vad gäller egenskaper och funktioner. En mobil betallösning för parkering ger slutanvändaren möjlighet att betala för sin parkering oavsett var slutanvändaren befinner sig. Vidare ger den mobila betallösningen slutanvändaren möjlighet att förlänga eller förkorta parkeringstiden och att göra detta på distans. Det är även möjligt att samla sina parkeringsavgifter på faktura.
81. Andra betallösningar, som parkeringsautomater, innebär att slutanvändarens möjlighet att betala för parkering är beroende av om infrastrukturens lösning fungerar och att den finns tillgänglig inom ett för slutanvändaren relevant avstånd. Dessutom har övriga betallösningar inte samma egenskaper och funktioner som mobila betallösningar.
82. Flera andra uppgifter i utredningen talar också för att mobila betallösningar utgör en egen relevant produktmarknad från slutanvändarsidan. Bland annat väljer kommuner att införa mobila betallösningar för parkering för att de ser en sådan efterfrågan hos kommuninvånarna. Vidare har det varit möjligt för

leverantörer av mobila betallösningar att ta ut serviceavgifter från slutanvändare utöver parkeringsavgiften. Trots skillnaden i pris, där slutanvändare betalar upp till 15 procent mer för att betala för sin parkering via mobila betallösningar, har efterfrågan för mobila betallösningar fortsatt att växa. Konkurrensverkets utredning visar att det handlar om en ensidig förskjutning av efterfrågan från parkeringsautomater till mobila betallösningar för parkering snarare än en substitution mellan dessa alternativ.

83. Resultatet från konsumentundersökningen som riktades till slutanvändare visar att drygt två tredjedelar av slutanvändarna skulle byta till en annan betallösning ifall alla mobila betallösningar hade ökat serviceavgiften med tio procent. Detta indikerar att parkeringsautomater skulle kunna vara utbytbara med mobila betallösningar för parkering och att den relevanta produktmarknaden kan vara vidare än endast mobila betallösningar. Då en tredjedel av respondenterna angav att de inte visste om det ingick en serviceavgift utöver den parkeringsavgift som de betalade när tjänsten användes, måste resultatet emellertid betraktas med viss försiktighet.
84. Som framgått ovan, bör resultaten från ett SSNIP-test tolkas med viss försiktighet när det gäller tvåsidiga plattformar. Mot bakgrund av detta och med anledning av den begränsade kunskap om serviceavgifter som framkommer i konsumentundersökningen, har Konkurrensverket genomfört ytterligare analyser.
85. Konkurrensverket har analyserat transaktionsdata från Gävle kommun, där Easypark under perioden som enskild leverantör av mobil betallösning både sänkte och höjde serviceavgiften. Konkurrensverket noterar att prissänkningen sammanfaller med ett ökat användande av mobila betallösningar i kommunen men att det inte finns tillräcklig information för att statistiskt undersöka relationen mellan prishöjningen och användandet av mobil betalning.
86. Vidare har Konkurrensverket tagit del av data om transaktionsvolymerna avseende mobil betallösning och parkeringsautomat från nio kommuner. Konkurrensverket har därefter jämfört den procentuella fördelningen mellan mobil betallösning och parkeringsautomat för de kommuner som har krav på kostnadsneutralitet och de som inte kräver kostnadsneutralitet. Analysen visar att de kommuner som kräver kostnadsneutralitet har en högre andel transaktioner via mobila betallösningar i början av tidsperioden. Däremot är tillväxttakten hos kommunerna som inte kräver kostnadsneutralitet högre under perioden. Detta innebär att i slutet av tidsperioden har kommuner med och utan kostnadsneutralitet en lika hög andel transaktioner via mobil betallösning.

87. Även om vissa av resultaten från Konkurrensverkets utredning indikerar att övriga betallösningar skulle kunna vara utbytbara med mobila betallösningar, ger de olika analyser som Konkurrensverket genomfört inte ett entydigt resultat.

#### *Sammanfattande bedömning*

88. Sammanfattningsvis talar Konkurrensverkets utredning för att tillhandahållande av mobila betallösningar för parkering, från parkeringsoperatörssidan, utgör en egen relevant produktmarknad.

89. Vad gäller slutanvändarsidan, talar omständigheter i Konkurrensverkets utredning både för och emot att andra betallösningar skulle vara utbytbara med mobila betallösningar för parkering. Konkurrensverket finner såväl indikationer på att produktmarknaden bör inkludera parkeringsautomater som att produktmarknaden skulle avgränsas snävare till att endast inkludera mobila betallösningar.

90. För bedömningen av koncentrationens effekter har det emellertid inte varit nödvändigt att slutgiltigt fastställa den relevanta produktmarknadens avgränsning, varför frågan lämnas öppen.

#### **Relevant geografisk marknad**

##### *Parternas inställning*

91. Vad avser den produktmarknad som enligt anmälan definieras som uppströmsmarknaden, avgränsas marknaden enligt anmälan till den yta på vilken leverantören av den digitala tjänsten tillåts erbjuda sina tjänster.

92. Den geografiska marknaden nedströms motsvarar enligt anmälan det område inom vilket slutanvändaren letar parkering och som omfattar en radie om 320–480 meter från slutanvändarens slutdestination.

##### *Konkurrensverkets bedömning*

##### *Parkeringsoperatörssidan*

93. Utgångspunkten för Konkurrensverkets bedömning av den geografiska marknaden för att tillhandahålla mobila betallösningar för parkering från parkeringsoperatörssidan är de geografiska områden i Sverige där parkeringsoperatörer tar betalt för parkering genom mobila betallösningar. Den geografiska marknaden omfattar vidare de geografiska områden där Parterna kan konkurrera om att erbjuda sina tjänster, det vill säga den konkurrensutsatta marknaden.

94. Konkurrensverket har analyserat deltagande i kommunala parkeringsoperatörers upphandlingar av mobila betallösningar under åren 2015–2019.

Analysen visar att Parterna och andra leverantörer av mobila betallösningar för parkering lägger anbud i och möter varandra samt vinner upphandlingar, enskilt eller tillsammans, över hela Sverige. Under utredningen har det även framkommit att det förekommer att kommunala parkeringsoperatörer som direktupphandlar sådana tjänster, vänder sig till de största aktörerna, däribland Parterna, med anbudsfrågningar, baserat på att dessa är stora aktörer som är verksamma i hela Sverige.

95. Vad gäller privata parkeringsoperatörers inköpsmönster har det framkommit att nationella avtal tecknas med leverantörer av mobila betallösningar. Det har inte framkommit att parkeringsoperatörer har vänt sig till eller anlitat leverantörer som saknar närvaro i Sverige, även om det i enstaka fall har förekommit att företag verksamma utanför Sverige har lämnat anbud i upphandlingar. Konkurrensverkets analys av marknadsförhållandena i övrigt talar inte i annan riktning.

#### *Slutanvändarsidan*

96. Konkurrensverket invänder inte mot Parternas inställning att en slutanvändare önskar parkera så nära sin slutdestination som möjligt. Konkurrensverket delar däremot inte Parternas uppfattning om att en sådan omständighet är relevant för att studera den geografiska utbytbarheten i slutanvändares efterfrågan på olika betallösningar för parkering, i det här fallet mobila betallösningar. En sådan omständighet skulle snarare beaktas inom ramen för en analys av den geografiska utbytbarheten i slutanvändarens efterfrågan på parkeringsplatser. Vad som är relevant för den geografiska marknadsdefinitionen är om slutanvändarnas inköpsmönster skiljer sig beroende på var man befinner sig när man väljer vilken betallösning man ska använda.
97. Konsumentundersökningen som genomförts under utredningen visar att slutanvändare lägger högst värde i att det går att använda den mobila betallösningen i det område där slutanvändaren brukar parkera i sin vardag. Slut användare lägger även värde i att en viss mobil betallösning kan användas i närliggande kommuner respektive nationellt, men detta är inte lika högt värderat som att den går att använda i det område där slutanvändaren brukar parkera i sin vardag.
98. Det saknas skäl till varför preferensen för att en mobil betallösning ska finnas tillgänglig där en slutanvändare vanligtvis parkerar i sin vardag skulle skilja sig åt mellan olika geografiska områden. Däremot finns det anledning att utgå från att det geografiska område där slutanvändare vanligtvis parkerar skiljer sig åt beroende på var denne bor. I storstadsregioner där många pendlar mellan kommuner är det troligt att slutanvändare föredrar en mobil betallösning som finns i flera kommuner. Detta stöds av uppgifter från kommuner nära storstäder som uttryckt att det är en fördel att slutanvändare

kan använda samma mobilapplikation. I andra regioner i Sverige där få pendlar till andra kommuner är det troligt att slutanvändare föredrar en mobil betallösning som finns i den kommunen men anser det mindre viktigt att den mobila betallösningen finns i andra kommuner.

#### *Sammanfattande bedömning*

99. Sammantaget talar utredningen för att den relevanta geografiska marknaden för tillhandahållande av mobila betallösningar för parkering, från parkeringsoperatörssidan, omfattar de geografiska områden i Sverige där leverantörer av mobila betallösningar för parkering konkurrerar om kontrakt med parkeringsoperatörer. Oaktat att det finns områden i Sverige där mobila betallösningar i nuläget inte efterfrågas, saknas det för bedömningen anledning att avgränsa den geografiska marknaden till snävare än Sverige.
100. Sett till slutanvändarsidan, talar Konkurrensverkets utredning för att den relevanta geografiska marknaden bör avgränsas till en lokal nivå som baseras på var kommuninvånarna vanligtvis parkerar. Denna lokala nivå är snävare än nationell till följd av att det finns geografiska områden med tydliga pendlingsmönster mellan kommuner.
101. För bedömningen av koncentrationens effekter har det dock inte varit nödvändigt att slutgiltigt fastställa den relevanta geografiska marknaden, varför marknadsavgränsningen kan lämnas öppen.

### **Marknadsinflytande hos Parterna och deras konkurrenter**

102. En koncentration kan påtagligt hämma den effektiva konkurrensen på en marknad genom att den eliminerar ett betydande konkurrenstryck som en eller flera aktörer varit utsatta för. Den mest direkta effekten av en koncentration är att konkurrensen mellan de samgående företagen försvinner. En annan effekt är att företag på samma marknad som inte går samman också kan dra nytta av det minskade konkurrenstrycket som följer av koncentrationen, och som i sin tur finner det lönsamt att höja sina priser eller sänka kvalitén på sina produkter eller tjänster. Minskningen av konkurrenstrycket skulle kunna leda till betydande prishöjningar på den relevanta marknaden.<sup>13</sup>
103. De skadeteorier som Konkurrensverket har utrett består i den strukturella förändring som uppkommer genom att EasyPark förvärvar Inteleon, i förlusten av konkurrenstryck mellan Parterna, samt i de effekter detta kan få för konkurrensförhållandena på marknaden.

---

<sup>13</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, p. 24.



104. Vad gäller frågan om koncentrationen är ägnad att leda till konkurrensbegränsande effekter gentemot offentliga respektive privata *parkeringsoperatörer*, har Konkurrensverket främst utrett om skada kan förväntas uppstå genom prishöjningar för parkeringsoperatörer i form av provisionshöjningar.

105. Vad gäller frågan om koncentrationen är ägnad att leda till konkurrensbegränsande effekter gentemot *slutanvändare*, har Konkurrensverket främst utrett om sådan skada kan förväntas uppstå genom prishöjningar i form av höjning av serviceavgifter.

### Marknadsandelar och marknadsstyrka

106. Marknadsandelar och marknadskoncentration är första indikationer på marknadsstrukturen och den betydelse de samgående parterna och deras konkurrenter har i konkurrenshänseende.<sup>14</sup> Även om marknadsandelar vanligtvis beräknas på grundval av försäljningssiffror, finns det andra faktorer som beroende på egenskaperna hos produkterna eller branschen i fråga kan ge vägledning, exempelvis kapacitet och antal aktörer på upphandlingsmarknader.<sup>15</sup>

107. Enligt Parterna är marknadsförhållandena sådana att det inte är relevant att tala om marknadsandelar, bland annat eftersom delar av marknaden utgörs av en upphandlingsmarknad och att marknadsandelarna därav snabbt kan ändras genom att parkeringsoperatören ändrar villkoren för tillgång till marknaden. Easypark har vidare uppgett att minst fyra till fem aktörer i genomsnitt lämnar anbud i kommunernas upphandlingar, men att det finns exempel på att ännu fler anbudsgivare har deltagit, i något fall upp till nio leverantörer. Easypark anger att om marknadsandelar ska beräknas så är så kallad float det relevanta måttet för att mäta motsvarigheten till marknadsandelar. Easypark definierar float som "hur mycket parkeringsavgifter som kan fördelas till varje leverantör av en digital parkeringstjänst".

### Parkeringsoperatörsidan

108. Som framgått ovan, bekräftar Konkurrensverkets utredning att marknaden för tillhandahållande av mobila betallosningar till parkeringsoperatörer kännetecknas av en konkurrens om kommunala och privata kontrakt. De kommunala kontrakten upphandlas i stor utsträckning, i en del fall i form av koncessioner. Flera kommuner köper också in tjänsterna genom direktupphandling. Vad gäller avtalslängd för offentliga aktörer uppgår den typiska ordinarie avtalslängden till två år med möjlighet att förlänga i två år.

---

<sup>14</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, p. 14.

<sup>15</sup> Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, p. 54.



109. Utredningen ger också stöd för att det i vissa upphandlingar förekommer flera anbudsgivare, men den visar även att inte alla dessa har lyckats kvalificera sig för ett kontrakt, åtminstone inte i samma utsträckning som Parterna tillsammans med framförallt konkurrenten Parkster.
110. Det finns indikationer på att i vart fall de större privata parkeringsoperatörerna i framtiden önskar tillhandahålla sina egna mobila betallösningar i större utsträckning på de platser som de förvaltar. Vidare framgår det av utredningen att de större parkeringsoperatörerna har möjlighet att styra vilka leverantörer som får tillgång till dessa parkeringar och under vilka villkor detta sker. Enligt Konkurrensverkets bedömning finns det därför fog för Easyparks uppfattning att marknadsandelar beträffande kontrakten med privata parkeringsoperatörer har begränsad betydelse för bedömningen av Parternas marknadsstyrka efter förvärvet.
111. Frågan hur ofta Parterna möts och i vilken utsträckning de lyckats vinna kontrakt i konkurrens med varandra och med andra anbudsgivare på marknaden för tillhandahållande av mobila betallösningar till parkeringsoperatörer behandlas i samband med bedömningen av koncentrationens potentiella effekter nedan.

#### Slutanvändarsidan

112. Konkurrensverket har kartlagt Parternas och konkurrenternas närvaro på kommunala parkeringsplatser för att studera olika leverantörers täckningsgrad. Under 2019 hade Easypark närvaro i 34 kommuner, Inteleon i 42 kommuner och Parkster i 37 kommuner. Övriga leverantörer hade närvaro i 1–8 kommuner. Easypark, Inteleon och Parksters närvaro var därmed mycket högre än övriga leverantörers närvaro, sett till antalet kommuner.
113. Justerat för befolkningmängden i kommunen ökar de övriga leverantörernas täckningsgrad. Detta förklaras av att de flesta leverantörerna finns i Stockholms kommun. Konkurrensverkets analys visar däremot att närvaron i en kommun inte nödvändigtvis innebär en hög användargrad i kommunen. Detta då det inte finns några garanterade volymer utan det står slutanvändarna fritt att välja bland de mobila betallösningar som erbjuds.
114. Som tidigare angetts anser Easypark att så kallad float är ett relevant mått på aktörernas marknadsandelar på de relevanta marknaderna. Utifrån de uppgifter som har framkommit i utredningen, finner Konkurrensverket emellertid att en användning av float skulle ge en övervikt till områden med dyrare parkeringar och samtidigt inte fånga upp den prisdifferentiering som existerar hos de olika mobila betallösningarna. En beräkning av marknadsandelar som enbart utgår från float skulle därmed inte vara tillräckligt tillförlitlig. Konkurrensverket har i stället beräknat marknadsandelar på antal genomförda transaktioner som en indikation på

marknadsstrukturen och betydelsen av Parterna, i förhållande till deras konkurrenter, på marknaden för mobila betallösningar till slutanvändare.

115. Det saknas officiell statistik avseende antal användare eller antal transaktioner som genomförs genom mobila betallösningar. Konkurrensverket har därför inhämtat relevanta uppgifter från såväl Parterna som deras konkurrenter och parkeringsoperatörer. Det summerade antalet transaktioner som genomförts genom leverantörens mobila betallösning ger en samlad bild över användandet av tjänsten i hela landet. Eftersom det ofta erbjuds flera olika mobila betallösningar vid en given parkeringsplats utgör varje enskild transaktion ett diskret val för slutanvändaren och summan av dessa val kan rimligtvis spegla slutanvändarnas värdering.
116. Parternas gemensamma marknadsandel på marknaden efter förvärvet, beräknad på antal transaktioner år 2018, uppgick till cirka [40–60] procent, där Easypark står för cirka [20–40] procent och Inteleon cirka [20–40] procent. Easypark är störst sett till antal transaktioner medan Inteleon är störst avseende unika användare. Den tredje aktören är Parkster. De tre stora aktörerna står för mer än 60 procent av det totala antalet transaktioner. Bland de övriga aktörerna finns den kommunala betalappen i Stockholm, Betala P och ett antal mindre aktörer. Betala P erbjuds endast i Stockholm och utgör där ett stort, men lokalt, konkurrenstryck.
117. Såväl Parternas gemensamma marknadsandel efter förvärvet, som det tillskott som Inteleon bidrar med, indikerar att förändringen i marknadsstrukturen är tillräckligt betydande för att som utgångspunkt väcka farhågor om koncentrationens effekter. Även andra omständigheter ska dock vägas in i bedömningen, vilket framgår nedan.

### **Konkurrenstryck mellan Parterna och kvarvarande konkurrenter**

118. För bedömningen av en koncentrationens effekter beaktas bland annat hur nära konkurrenter parterna är och graden av konkurrenstryck som de utövar på varandra. Ju högre graden av utbytbarhet är mellan de samgående företagens produkter, desto mer troligt är det att de samgående företagen kommer att höja sina priser betydligt.<sup>16</sup> Å andra sidan är det mer sannolikt att incitamentet för de samgående företagen att höja sina priser är begränsat när konkurrerande företag tillverkar substitut som ligger nära de samgående företagens produkter än när de erbjuder mindre närliggande substitut. Det är därför mindre troligt att en koncentration påtagligt kommer att hämma den effektiva konkurrensen om det finns en hög grad av utbytbarhet mellan de

---

<sup>16</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, p. 28.

samgående företagens produkter och de produkter som levereras av konkurrerande tillverkare.<sup>17</sup>

119. För att avgöra vilket konkurrenstryck som Parterna har utövat mot varandra innan förvärvet har Konkurrensverket bland annat gjort en upphandlingsdataanalys, samt analyserat data från enkäter till parkeringsoperatörer och slutanvändare.
120. Konkurrensverkets analys av upphandlingsdata för offentliga parkeringsoperatörer visar att Parterna har mötts i de flesta upphandlingar som har analyserats och har vunnit merparten av dessa. Detta tyder på att Parterna är nära konkurrenter till varandra och viktiga aktörer på upphandlingsmarknaden. Även Parkster har emellertid mött Parterna i de flesta upphandlingarna och har vunnit den högsta andelen av kontrakten de varit med och konkurrerat om, vilket talar för att även Parkster är en nära konkurrent till Parterna och en viktig aktör inom mobila betallosningar för parkering. Övriga aktörer har inte konkurrerat lika effektivt med Parterna eller Parkster och de har vunnit ett mycket begränsat antal upphandlingar, vilket talar för att dessa aktörer kommer att utöva ett begränsat konkurrenstryck på Parterna efter förvärvet.
121. Vad gäller direktupphandlingar är Parterna de aktörer som oftast blir kontaktade och valda av kommunerna. Detta talar för att Parterna är ledande aktörer även för de uppdrag som inte konkurrensutsätts offentligt.
122. Konkurrensverket har även genomfört en analys av rankingen av anbudsgivare för en delmängd av upphandlingarna. Analysen av rankingen indikerar att Easyparks förvärv av Inteleon eliminerar en av Easyparks närmsta konkurrenter.
123. Konkurrensverkets utredning ger vidare stöd för att trenden med så kallade nollanbud i upphandlingar startades av Parkster och kort därefter Inteleon, och att Easypark började tillämpa nollanbud först något efter att Inteleon och Parkster börjat med detta.
124. Sammantaget visar Konkurrensverkets analys av upphandlingsdata, tillsammans med uppgifter som framkommit från marknadsaktörer under utredningen, att Parterna innan förvärvet har utövat ett betydande konkurrenstryck på varandra. Analysen talar samtidigt för att även Parkster är en nära konkurrent i upphandlingar. Att Parkster tillsammans med Inteleon verkar ha initierat strategin med att lägga nollanbud i upphandlingar talar

---

<sup>17</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, p. 28.

också för att Parkster har utövat ett betydande konkurrenstryck i förhållande till Parterna innan förvärvet.

125. Även analys av diversioner, det vill säga hur stor andel av en aktörs kunder som anser att en specifik annan aktör är det främsta alternativet, från Konkurrensverkets operatörsenkät visar att privata parkeringsoperatörer ser två leverantörer som relevanta alternativ vid ett byte från Easypark respektive Inteleon. Sammantaget visar operatörsenkäten att majoriteten av Inteleons kunder ser Easypark som det främsta alternativet till Inteleon, ungefär dubbelt så många som ser Parkster som främsta alternativ, medan Easyparks kunder ser Parkster och Inteleon som främsta alternativ till Easypark i ungefär samma utsträckning.
126. Av konsumentundersökningen framgår att omkring en av fem respondenter skulle byta till Inteleon vid ett påtvingat byte från Easypark. Den motsvarande diversionen till Easypark vid ett påtvingat byte från Inteleon är omkring en av tre respondenter. Det framgår dock även att respondenterna har en begränsad kunskap om vilka andra mobila betallösningar som fanns tillgängliga vid det senaste tillfället som de använde tjänsten. Mot bakgrund av respondenternas begränsade kunskap och kännedom om alternativa lösningar har Konkurrensverket inte kunnat lägga resultaten till grund för någon slutsats om hur nära konkurrenter Parterna är från slutanvändarsidan.
127. Konkurrensverkets sammantagna bedömning är att Parterna är nära konkurrenter utifrån parkeringsoperatörssidan. Därutöver är även Parkster en nära konkurrent. Vad avser slutanvändarsidan ger utredningen ingen entydig bild av om hur nära konkurrenter Parterna är.

## **Andra marknadsförhållanden av betydelse**

128. För att bedöma effekterna av en koncentration på den relevanta marknaden analyseras, förutom det minskade konkurrenstrycket mellan de samgående företagen och deras konkurrenter, även faktorer såsom exempelvis förutsättningarna för marknadsinträde och i vilken mån leverantörerna utsätts för ett konkurrenstryck från kunderna på marknaden.<sup>18</sup>

### **Parkeringsoperatörssidan**

129. Som en del i bedömningen av koncentrationen har Konkurrensverket utrett förutsättningarna för marknadsinträde. Avtal med en parkeringsoperatör är nödvändigt för att en leverantör av mobil betallösning ska kunna tillhandahålla sin tjänst på operatörens parkeringsplatser, och först då kan leverantören även få slutanvändare. Förutsättningarna för ett inträde i parkeringsoperatörs-

---

<sup>18</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, p. 12.

ledet är således av avgörande betydelse för bedömningen av ett potentiellt marknadsinträde.

130. Konkurrensverkets utredning visar inte att det föreligger några omfattande tekniska eller rättsliga inträdeshinder för att tillhandahålla mobila betallösningar till parkeringsoperatörer, och i sin tur till slutanvändare, i Sverige. Det har inte heller framkommit att det skulle vara förenat med betydande kostnader att lansera och tillhandahålla en mobil betallösning. Vidare ger utredningen stöd för att leverantörer kan etablera sig på marknaden i en mindre skala och successivt etablera sig på en större del av marknaden i takt med att befintliga och nya parkeringsoperatörers behov av mobila betallösningar konkurrensutsätts.
131. Utredningen ger inte stöd för att de krav som uppställs av vissa parkeringsoperatörer på leverantörer av mobila betallösningar förekommer i sådan omfattning att de utgör betydande inträdeshinder. Konkurrensverkets analys ger inte heller stöd för att privata och offentliga parkeringsoperatörer skulle vara bundna av långa avtal med leverantörer. I de fall avtalen löper tills vidare finns möjlighet till uppsägning. Analysen visar även att flera avtal kommer att konkurrensutsättas under de kommande åren. Det kan inte heller uteslutas att nya avtal tillkommer på marknaden i takt med det förväntade ökade antalet kommuner med avgiftsbelagd parkering och den ökade efterfrågan på mobila betallösningar. Det kommer således finnas ett flertal avtal att konkurrera om för nya leverantörer under de kommande åren.
132. Vid bedömningen av inträdeshöjderna på marknaden har Konkurrensverket även tagit hänsyn till den väntade marknadsutvecklingen.<sup>19</sup> Utredningen ger stöd för att parkeringsbranschen för närvarande genomgår en snabb förändring och att marknaden är dynamisk. Bland annat har det framkommit att både offentliga och privata parkeringsoperatörer har lanserat egna mobila betallösningar som, på vissa ställen i landet, konkurrerar om slutanvändare med leverantörer av mobila betallösningar.
133. Vertikal integration hos parkeringsoperatörer, genom lansering av egna mobila betallösningar som sker i syfte att enbart försörja den egna efterfrågan eller verksamheten, kan också beaktas. Vid varje tillfälle en parkeringsoperatör ges valmöjligheten att tillhandahålla sin egen mobila betallösning eller en fristående mobil betallösning på en parkeringsplats, uppstår en konkurrensutsättning mellan tjänsterna som i vart fall påverkar dynamiken och storleken på den marknad som leverantörer av mobila betallösningar verkar på.

---

<sup>19</sup> Kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, p. 73.

134. Under Konkurrensverkets utredning har också framkommit omständigheter som talar för att kommunerna, utifrån rådande marknadsförhållanden, kan avgöra hur många mobila betallösningar denne vill tillhandahålla på sina parkeringsplatser, vilka krav leverantören ska uppfylla samt avtalslängd. Ett krav som många kommuner ställer är kostnadsneutralitet. Den omständigheten talar i sig för viss grad av köparmakt.
135. Vidare ger Konkurrensverkets utredning stöd för att det inte föreligger några omfattande kostnader eller praktiska svårigheter för parkeringsoperatörer att byta leverantör av mobil betallösning. Det finns kommuner som på ett framgångsrikt sätt har lanserat egna mobila betallösningar. Några parkeringsoperatörer har även indikerat att de skulle överväga möjligheten att utveckla en egen mobil betallösning vid prishöjningar eller försämrat utbud. Utredningen ger inte stöd för att detta skulle vara förenat med omfattande kostnader eller en stor tidsåtgång. För mindre parkeringsoperatörer är det möjligt att göra detta i samverkan med andra parkeringsoperatörer för att dela på de finansiella eller övriga resurser som krävs. Hotet om att parkeringsoperatörer kan lansera egna mobila betallösningar lösningar utgör en viss motverkande kraft till leverantörens möjligheter att försämlra villkor.
136. De stora privata parkeringsoperatörerna löper visserligen större risk för skada än offentliga parkeringsoperatörer, eftersom deras uppdragsgivare kan ställa krav på att de även ska tillhandahålla en marknadsledande leverantör av mobil betallösning. Konkurrensverkets utredning visar dock att sådana krav inte förekommer i någon större omfattning. Vidare är det parkeringsoperatörerna som antingen själva eller i samråd med fastighetsägaren, avgör om sådana krav ska ställas eller inte.
137. De stora privata parkeringsoperatörerna är viktiga kunder till Parterna. Några har även lanserat egna mobila betallösningar och har, genom sina avtal med ett stort antal uppdragsgivare runt om i landet avseende andra typer av parkeringstjänster, utarbetade kanaler för att marknadsföra och introducera sina egna mobila betallösningar. Enligt Konkurrensverkets bedömning är det möjligt att dessa parkeringsoperatörer med tiden successivt kan öka sina egna volymer och på sikt förstärka sin köparmakt gentemot leverantörer av mobila betallösningar.
138. Konkurrensverket kan konstatera att de mindre privata parkeringsoperatörerna skulle få en svagare ställning i förhållande till Parterna efter förvärvet än de större parkeringsoperatörerna. De har emellertid flera mobila betallösningar att välja mellan eftersom det generellt inte är lika viktigt för dem med en marknadsledande aktör.
139. Oavsett den privata parkeringsoperatörens storlek kan valmöjligheten vad gäller mobil betallösning begränsas av krav från parkeringsoperatörens



uppdragsgivare avseende vilken eller vilka mobila betallösningar som ska tillhandahållas. Kraven som uppställs är dock fragmenterade och varierar beroende på exempelvis uppdragsgivarens storlek och dess verksamhets geografiska täckning. Under utredningen har det framförts att parkeringsoperatörer skulle vara hänvisade till att använda en stor eller marknadsledande mobil betallösning, som finns tillgänglig på flera orter i landet vilket innebär att det enbart är Parterna och i viss utsträckning Parkster som utgör reella alternativ. Utredningen visar dock att den kundgrupp som ställer sådana krav motsvarar en liten andel av den totala omsättningen för privata parkeringsoperatörer.

140. Det kan tilläggas att en stor del av de parkeringsoperatörer som Konkurrensverket har varit i kontakt med inte har uttryckt någon större oro avseende koncentrationens potentiella effekter. Många har även framfört att det finns många leverantörer att välja på.

#### **Slutanvändarsidan**

141. Vad avser slutanvändare på en parkering som sköts av en offentlig parkeringsoperatör, har Parterna framfört att en markant prishöjning från en leverantörs sida skulle få som effekt att användare skulle välja en konkurrerande mobil betallösning om sådan finns tillgänglig, eller istället betala via en parkeringsautomat.
142. Vad avser offentliga parkeringsoperatörer visar Konkurrensverkets analys av upphandlingsunderlag och avtal att en klar majoritet av kommunerna ställer krav på kostnadsneutralitet. Av kontakterna med de största kommunala parkeringsoperatörerna framgår att de allra flesta av de kommuner som i dag har krav på kostnadsneutralitet, kommer att uppställa detta krav även vid nästa konkurrensutsättning. Även privata parkeringsoperatörer ställer krav på kostnadsneutrala mobila betallösningar, dock inte i samma uträkning som offentliga parkeringsoperatörer.
143. Slutanvändarens möjlighet att byta leverantör är beroende av dennes egen prisedvetenhet, vilken pristransparens som råder samt användarens faktiska förutsättningar att göra prisjämförelser mellan olika lösningar. Den konsumentundersökning som har genomförts under utredningen visar emellertid att pristransparensen och prisedvetenheten beträffande huruvida en extra avgift tas ut är låg bland en inte obetydlig del av slutanvändarna, vilket till viss del inverkar i slutanvändarnas möjlighet att byta leverantör.
144. Det har vidare under utredningen framförts att en slutanvändare, oavsett om denna parkerar på en offentlig eller privat parkeringsoperatörs parkeringsplats, inte vill ha för många mobila betallösningar installerade i sin mobiltelefon och att slutanvändaren främst använder den lösning som installerats först eller den som slutanvändaren normalt använder. Det har



under utredningen också framkommit att en slutanvändare gärna lägger så lite tid som möjligt på betalning av parkering, vilket i sin tur kan motverka slutanvändares benägenhet att installera ytterligare mobila betallösningar för att kunna jämföra priser. Dessa omständigheter, tillsammans med många slutanvändares bristande prisedvetenhet, torde motverka en faktisk jämförelse mellan olika tjänster och priser.

145. Samtidigt visar konsumentundersökningen att två tredjedelar av de tillfrågade slutanvändarna vid en prishöjning av en mobil betallösning skulle välja att betala parkering via en parkeringsautomat. Resultatet indikerar att de slutanvändare som är medvetna om att de betalar en extra avgift för mobila betallösningar vid en prishöjning istället skulle betala via en parkeringsautomat, för vilken det i normalfall inte utgår en extra avgift. Detta, i kombination med det ovan beskrivna kravet på kostnadsneutralitet, minskar risken för att koncentrationen är ägnad att leda till prishöjningar i förhållande till slutanvändare.

### **Sammanfattande slutsats och bedömning**

146. Med beaktande av de omständigheter som framkommit under utredningen är Konkurrensverkets sammantagna bedömning att koncentrationen inte är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en väsentlig del av det.

147. Koncentrationen ska, med beaktande av vad som anförts ovan, lämnas utan åtgärd.

---

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit ekonområdet Martin Sutinen.

Rikard Jermsten

Martin Sutinen

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.