

Et nedskalert Ica med satsing på Rimi kan være et bedre alternativ for oss kunder enn at Coop kjøper Ica og selger noen butikker, skriver professorene **Tommy S. Gabrielsen** (UiB), **Erling J. Hjelmeng** (UiO) og **Lars Sjørgard** (NHH).

Ikke glem Icas plan B

INNLEGG Handel

Coop Norge har inngått avtale om å kjøpe Ica Norge, og selskapet har selvsagt forhåpninger om at Konkurransetilsynet vil godkjenne oppkjøpet. To advokater i Grette, Amund Brede Svendsen og Thomas Flo Haugaard, har i DN 8. oktober ikke akkurat dempet Coop og Icas forhåpninger om godkjennelse. De antyder at alternativet til oppkjøpet er at Ica trekker seg ut av det norske markedet, og viser til at Ica Norge har hatt tre milliarder i driftsunderskudd siden 2008. Det betyr ifølge Grette-advokatene at oppkjøpet må godkjennes i henhold til det såkalte fallitt-bedriftsforsvaret («failing firm defense») – fordi markedet går fra fire til tre uansett oppkjøp eller ikke. Etter vår oppfatning er det flere grunner til å stille seg tvilende til Svendsens og Haugaards påstand.

For det første: Hvis Ica først er «failing», betyr det at Konkurransetilsynet kan forby oppkjøpet dersom det finnes alternativer som er mer gunstige for konkurransen. Hvis det for eksempel er bedre for konkurransen at Bunnpris kjøper ICA – og Bunnpris ønsker det – vendes tommelen ned for Coop, og Bunnpris får tilslaget. Når Grette-advokatene påstår at Konkurransetilsynet må godta ervervet fordi Ica er «failing», overser de konsekvensen av kravet om mest gunstige alternativ.

For det andre: Er Ica virkelig «failing» og på konkursens rand? Neppe. Det er ikke nok å vise til røde tall og uttalelser fra svenske kjøpmenn om at Ica Norge bør legges ned. Ica kan ha incentiver til å snu den negative utviklingen, og fortsatt ha fotfeste i et marked som har en årlig omsetning på over 100 milliarder kroner. I DN 08.

Coop har åpenbart lagt en slagplan for hvordan det skal få Konkurransetilsynets ja

oktober, noen sider før innlegget av Svendsen og Haugaard, uttaler Ica Norge-sjef Thorbjørn Theie at de hadde en plan B. De ville reddyke Rimi-konseptet, og slik få lønnsom drift igjen alt neste år – med en



■ **ALTERNATIV TIL OPPKJØP.** Ica Norge-sjef Thorbjørn Theies plan B var å reddyke Rimi-konseptet, og slik få lønnsom drift igjen alt neste år. Foto: Aleksander Nordahl.

nedskalert forretningsplan og en markedsandel på syv prosent. Når sjefen selv har en slik plan B, vil en slite hardt med å overbevise Konkurransetilsynet om at Ica er en fallitt-bedrift. Sjefens plan B virker sannsynlig, og er i så fall alternativet en må sammenligne oppkjøpet med.

Coop har åpenbart lagt en slagplan for hvordan det skal få Konkurransetilsynets ja. Det har fra dag én sagt at det vil selge ut butikker i områder med stort overlapp mellom Coop og Ica. Da vil konkurransen ikke svekkes i lokale markeder. Samtidig kan Ica nyte godt av bedre innkjøpsbetingelser hvis det blir en del av Coop. Det vil bidra til at Icas butikker kan konkurrere hardere på pris. Ved en slik tilnærming blir all oppmerksomhet rettet mot spørsmålet om hvor mange Ica-butikker som må selges for tilsynet kan gi sitt ja.

Vi vil advare mot en slik tilnærming. Uansett hvor mange butikker som selges, vil



ADVARER. Tommy S. Gabrielsen (over til venstre), Erling J. Hjelmeng (til høyre) og Lars Sjørgard.

oppkjøpet innebære at en går fra fire til tre aktører i dette markedet. I 2007 var det bekymring for Rema 1000s oppkjøp av Lidl og at markedet gikk fra fem til fire aktører. Lidl hadde ikke noen plan B, og det mest sannsynlige utfallet var en overgang fra fem til fire aktører uansett oppkjøp.

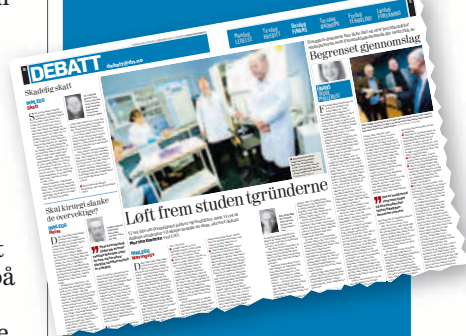
Nå har Ica en plan B, og det kan sikre fortsatt fire aktører hvis oppkjøpet stoppes. Hvis en var bekymret i 2007, er det større grunn til å være bekymret i dag.

Inngrep mot fusjoner og oppkjøp er det viktigste instru-

mentet Konkurransetilsynet har for å påvirke fremtidig markedsstruktur. Hvis en først godtar en reduksjon fra fire til tre aktører i et marked med betydelige etableringshindringer, som i det norske dagligvaremarkedet, kan det være en ugenkallig beslutning. Muligheten for at den minste aktøren (et nedskalert Ica med fokus på kun Rimi), over tid kan øve et betydelig konkurransepress på de tre større aktørene, kan være tapt for godt. Nettopp de minste i markedet kan ha best incentiver og potensial for å konkurrere hardt og vokse – Rema 1000 er ett eksempel. Men for å kunne ta hensyn til en slik utvikling er det helt avgjørende at Konkurransetilsynet har et mer langsiktig perspektiv på sin analyse enn to år, som det tradisjonelt har. I et toårstidsperspektiv vil Ica knapt ha rukket å spisse sin profil mot et konsept med kun Rimi, og forbrukerne har neppe sett hva som er de langsiktige konsekvensene av Icas plan B.

■ Professor Tommy S. Gabrielsen, Universitetet i Bergen, professor Erling J. Hjelmeng, Universitetet i Oslo og professor Lars Sjørgard, Norges Handels-

FLERE INNLEGG Side 30-31



Gjestekommentar Begrenset gjennomslag

Trude Myklebust

Innlegg Løft frem studentgründerne

Morten Dæhlen

Skadelig skatt

Petter Haas Brubakk

Skal kirurgi slanke de overvektige?

Jøran Hjelmæsæth

høyskole. Alle tilknyttet Bergen Center for Competition Law and Economics.