

Til markaðsaðila

Sent með tölvupósti

Reykjavík, 13. júní 2024

Tilv.: 2406007

Efni: Fyrirhuguð kaup Arctic Adventures hf. á ST Holding ehf./Special Tours ehf. – Ósk um sjónarmið og upplýsingar

Tilfni þessa bréfs eru fyrirhuguð kaup Arctic Adventures hf. („Arctic Adventures“) á ST Holding ehf. sem fyrirtækin hafa tilkynnt til Samkeppniseftirlitsins. Síðarnefnda fyrirtækið er m.a. eigandi Special Tours ehf. („Special Tours“) og hvalaskoðunarsafnsins Whales of Iceland ehf. Kaupin fela í sér samruna í skilningi 17. gr. samkeppnislaga nr. 44/2005 og er samruninn því háður samþykki Samkeppniseftirlitsins.

Upplýsingar um viðskiptin má finna í svonefndri samrunaskrá frá félögunum sem er meðfylgjandi bréfi þessu.

Samkeppniseftirlitið hefur það hlutverk samkvæmt samkeppnislögum að rannsaka samruna. Við mat á áhrifum samruna á samkeppni geta sjónarmið keppinauta og hagaðila haft verulega þýðingu. Samkeppniseftirlitið óskar því góðfúslega eftir því að fyrirtæki þitt tjái sig um eftirfarandi:

- Í hjálagðri samrunaskrá kemur fram að samrunaaðilar telji markað málsins aðallega vera markað fyrir sölu og framkvæmd skipulagðra ferða á Íslandi, hvort sem um smásölu eða heildsölu sé að ræða.¹

Óskað er eftir sjónarmiðum fyrirtækisins um framangreinda markaðsskilgreiningu.

- Miðað við markaðsskilgreiningu í samrunaskrá telja samrunaaðilar ekki þörf á að skipta markaðnum eða aðgreina hann frekar eftir sölustigum, þ.e. heildsölu eða smásölu ferða, samkvæmt eftirfarandi lýsingu Arctic Adventures og Special Tours.²

Í málinu komi því til skoðunar bæði heildsölumarkaður og smásölumarkaður í tengslum við skipulagðar ferðir að sögn fyrirtækjanna. Heildsölumarkaður felist þannig í sölu á skipulögðum ferðum, þar á meðal á ýmissi afþreyingu, til ferðaskipuleggjenda, ferðaskrifstofa og annarra milligönguaðila sem bjóði aftur upp á skipulagðar ferðir, s.s. skoðunarferðir og rútuþjónustu, sem samanstendur af þjónustu margra aðila. Smásölumarkaðurinn felist þá í því að selja skipulagðar ferðir beint til endanotenda, án milligöngu annarra.

¹ Í fyrri úrlausnum hefur Samkeppniseftirlitið lagt sambærilega markaðsskilgreiningu til grundvallar, þ.e. sala og framkvæmd á skipulögðum ferðum á Íslandi í smásölu eða heildsölu. Hefur eftirlitið þó bent á að mögulega mætti skipta mörkuðum niður í undirmarkaði eftir eðli eða tegund viðkomandi ferðar/afþreyingar.

² Hjá samkeppnisyrirvöldum í Evrópu hefur virðisikeðja ferðþjónustu verið talin skiptast í: **A) Ferðþjónustubirgja** (e. travel suppliers) sem eiga og/eða reka sjálfir undirliggjandi þjónustustarfsemi, **B) ferðaskipuleggjendur** (e. tour operators) sem búa til vörur á sviði ferðþjónustu með því að kaupa einstaka þjónustubætti frá ferðþjónustubirgjum og binda þá saman í ferðapakka og **C) ferðaskrifstofur** (e. travel agencies) sem dreifa ferðþjónustu eða þjónustupökkum til viðskiptavina.



Samrunaaðilar selja og framkvæma eigin ferðir í heildsölu og smásölu og gera engan greinarmun á milli slíkrar sölu að eigin sögn. Þá sé í boði á vefsíðum samrunaaðila vörur sem samanstanda af mismunandi vörum ferðapjónustu, sem dæmi hvalaskoðun og heimsókn í baðlón, og því mætti segja að samrunaaðilar starfi á öllum framangreindum þrepum virðisikeðjunnar. Enginn greinarmunur sé gerður á slíku í rekstri félaganna. Þannig sé mikil skörun og bæði mikil bein samkeppni, sem og óbeint samkeppnislegt aðhald, á milli aðila sem annars teljist öllu jafna til mismunandi þrepa virðisikeðju ferðapjónustu. Þá beri að líta til þess að neytendur gera almennt engan greinarmun á því á hvaða sviðum virðisikeðju fyrirtæki staðsetja sig. Telja samrunaaðilar því að engin rök standa til þess að gera greinarmun á þessum stigum í virðisikeðju ferðapjónustu við skilgreiningu markaðarins að mati samrunaaðila.

Er fyrirtæki þitt sammála þessari lýsingu samrunaaðila, þ.e. að ekki sé tilefni til þess að gera greinarmun á samkeppni og starfandi fyrirtækjum í ferðapjónustu eftir sölustigum eða eftir ferðapjónustubirgjum/ferðaskipuleggjendum/ferðaskrifstofum?

3. Í fyrrnefndri markaðsskilgreiningu samrunaaðila felst jafnframt að ekki er gerður greinarmunur á mörkuðum eftir því hvers eðlis umrædd ferð eða afþreying er.

Samrunaaðilar framkvæmi að stórum hluta þá afþreyingu sem þeir selja að eigin sögn. Samrunaaðilar telja að full staðganga sé á milli ólíkra tegunda afþreyingarferða eins og hestaferða, flúðasiglingaferða, snjósleðaferða, ferða á ýmis söfn tengd sögu og náttúru Íslands og hellaskoðunarferða, svo dæmi séu tekin. Oftast ráði tilviljun ein því hvaða ferð eða ferðir ferðamenn sem hingað koma velja. Samrunaaðilar telja því ekki þörf á nákvæmari markaðsskilgreiningum í þessu samhengi.

Óskað er eftir sjónarmiðum um það hvort fyrirtæki þitt sé sammála eða ósammála þessari lýsingu samrunaaðila.

4. Samrunaaðilar benda á að fyrirtæki í ferðapjónustu hérlendis séu fær um að veita víðtæka þjónustu á sviði skipulagðra ferða, óháð lengd þeirra (t.d. dagsferðir eða lengri ferðir), fjölda þátttakenda eða þeirri afþreyingu sem boðið er upp á í hverri ferð fyrir sig. Ferðaskipuleggjendur/ferðaskrifstofur geti oftast en ekki auðveldlega breytt söluframboði sínu og aðlagð það að stefnum og straumum. Frá sjónarhorni framboðs og getu fyrirtækja til þess að breyta framboði sínu virðast samrunaaðilar byggja á því að skilgreina eigi markaðinn vítt.

Óskað er eftir sjónarmiðum um það hvort fyrirtæki þitt sé sammála eða ósammála þessari lýsingu samrunaaðila.

5. Samrunaaðilar skilgreina einnig markað fyrir rekstur sölutorgs fyrir skipulagðar ferðir, þar sem samkeppni yfirmarkaðarins, þ.e. sölu og framkvæmd skipulagðra ferða, á sér að mestu stað.

Arctic Adventures bjóði upp á fjölbreytt úrval skipulagðra ferða á sölusíðu fyrirtækisins, en Special Tours bjóði að verulega takmörkuðu leyti upp á ferðapakka á vefsíðu sinni. Virðast samrunaaðila því telja að Special Tours sé ekki á þessum markaði. Að sögn fyrirtækjanna mun samruninn því ekki koma til með að styrkja stöðu Arctic Adventures á þessum markaði.

Helstu fyrirtækin sem reki sölutorg fyrir skipulagðar ferðir séu stór netsölufyrirtæki sem selji ferðir til erlendra ferðamanna, t.d. Viator, TripAdvisor, Expedia, Booking.com, Get Your Guide og Guide To Iceland, eða svokölluð OTA (*Online Travel Agencies*).



Arctic Adventures selji sínar ferðir að stærstum hluta á eigin sölusíðu en framangreindar sölusíður séu með mun stærri hlut í sölu afþreyingarferða til ferðamanna auk annarrar þjónustu.

Óskað er eftir sjónarmiðum um það hvort fyrirtæki þitt sé sammála eða ósammála þessari lýsingu samrunaaðila.

6. Samrunaaðilar telja að áhrif samrunans séu takmörkuð. Samruninn komi að þeirra mati ekki til með að skapa eða styrkja markaðsráðandi stöðu og/eða raska samkeppni með öðrum hætti.

Er fyrirtæki þitt sammála lýsingu samrunaaðila á takmörkuðum samkeppnislegum áhrifum samrunans? Ef ekki, hvaða áhrif telur fyrirtækið að samruninn geti haft á samkeppni á þeim mörkuðum sem samrunaaðilar starfa á?

Er þess óskað að umsögnin verði send á netföngin gogn@samkeppni.is og matthias.davidsson@samkeppni.is.

Um heimild Samkeppniseftirlitsins til að afla upplýsinga vegna málsmeðferðar vísast til 19. gr. samkeppnislaga nr. 44/2005.

Innihaldi umsögn fyrirtækisins trúnaðarupplýsingar er mikilvægt að slíkt komi fram og að Samkeppniseftirlitinu berist einnig afrit af svarinu án trúnaðarupplýsinga, sbr. 2. mgr. 16. gr. reglna nr. 880/2005 um málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins.

Samkvæmt lögum ber Samkeppniseftirlitinu að ljúka meðferð samrunamála innan tiltekins tímaramma. Er því mikilvægt að gagnaöflun gangi eins hratt fyrir sig og unnt er. Er þar af leiðandi vinsamlegast óskað eftir því að framangreindar upplýsingar og sjónarmið fyrirtækisins varðandi áhrif samrunans berist eigi síðar en föstudaginn **21. júní 2024**.

Virðingarfyllt,
Samkeppniseftirlitið