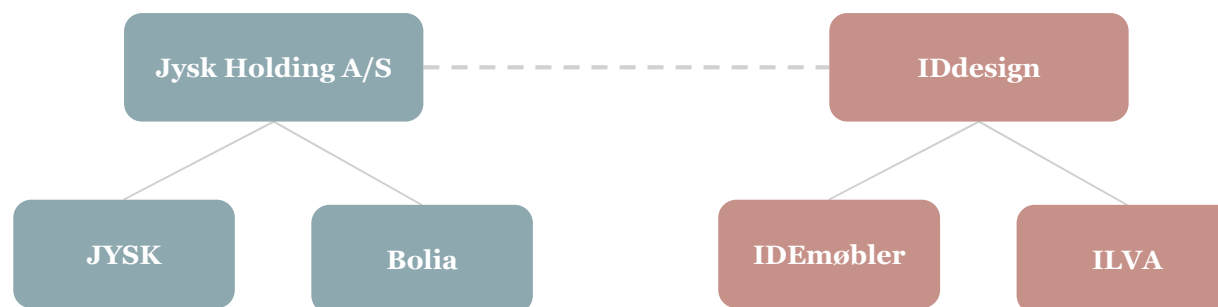


Dansk Forening for Konkurrenceret,
den 11. juni 2014

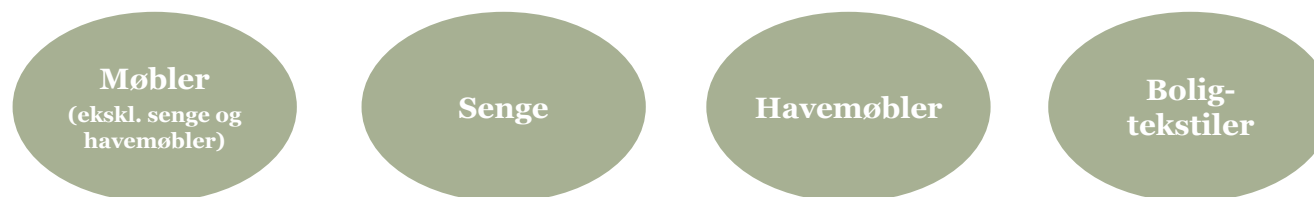
JYSK'S ERHVERVELSE AF ENEKONTROL
MED IDDESIGN A/S

KORT OM TRANSAKTIONEN

- JYSK Holding A/S erhvervede enekontrol med IDdesign (IDEmøbler/ILVA)



- Væsentligste produktmarkeder



- En fusionssag der blev godkendt uden tilsagn i fase II
- Principielle spørgsmål: betydningen af det kontrafaktiske scenario
- Parternes samlede markedsandele på tre ”problem markeder”:
 - Møbler ekskl. Senge og havemøbler: 20-30%
 - Senge og madrasser: 30-40%
 - Havemøbler: 20-30%
- IKEA var både før og efter fusionen størst på møbler og Dansk Supermarked lige så stor på havemøbler
- Ændringer i koncentrationsgraden (HHI) sammenholdt med det kontrafaktiske scenarie var lave (< 400-600)

- Differentierede markeder – konkurrence på pris/kvalitet/design
- Datagrundlag
 - store usikkerheder i markedstal
 - ikke muligt tilstrækkeligt klart at udsondre low/medium/high segmenter
- Adgangsbarriererne var lave, særligt på havemøbler
- Forbrugerundersøgelser (diversion ratio) bekræftede
 - JYSK og IDEmøbler/ILVA ikke var hinandens nærmeste konkurrenter
 - IDEmøbler/ILVA og IKEA var nære konkurrenter

DET KONTRAFAKTISKE SCENARIO

- Betingelserne for failing firm var ikke opfyldt, men...
- KFST blev overbevist om, at det kontrafaktiske scenario IKKE var status quo, men at target (IDEmøbler/ILVA) ville gå konkurs, og at ny entry ikke ville kompensere for tabet af konkurrencepres
- Uanset KFST på baggrund af økonomiske analyser vurderede, at fusionen ville begrænse konkurrencen og føre til højere priser ville det kontrafaktiske scenario medføre en større begrænsning af konkurrencen og endnu højere priser. Navnlig ville konkurrencepreset fra IDEmøbler/ILVA forsvinde og IKEA ville blive markant stærkere på møbler og havemøbler
- KFST indvilligede i en hurtig interview proces til at afklare det kontrafaktiske scenario og sandsynligheden for andres overtagelse af target/entry