

Misstänkt konkurrensbegränsande samarbete – försäljning av bröd till dagligvaruhandeln

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket kommer inte att fortsätta utredningen avseende Fazer Bageri AB, 556219-9363, Polarbröd Aktiebolag, 556168-8705 och Polfärskt bröd AB, 556195-7456 i ärende med dnr 365/2021 rörande en misstänkt överträdelse av förbudet i 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579), KL, och artikel 101 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, EUF-fördraget.

Ärendet avslutas.

Bakgrund till ärendet

1. Konkurrensverket fick under våren 2021 uppgifter om ett samarbete avseende försäljning av bröd till dagligvaruhandeln i Sverige. Det aktuella samarbetet inleddes i maj 2021 när Polfärskt bröd AB (Polfärskt), som ägs till 51 procent av Polarbröd Aktiebolag (Polarbröd), började återförsälja bröd till dagligvaruhandeln i Sverige åt Fazer Bageri AB (Fazer). Det framgick även att företagets försäljning av vissa brödprodukter skulle ha upphört i samband därmed.

Konkurrensverkets utredning i ärendet

Misstanken

2. Den huvudsakliga frågan i ärendet har varit om Fazer och Polarbröd, i samband med att Polfärskt blev återförsäljare åt Fazer, koordinerat sitt marknadsbeteende genom att avtala eller samordna sig om företagets utbud av bröd till dagligvaruhandeln i Sverige, dvs. en form av sortimentsdelning,



bland annat genom att komma överens om att upphöra att sälja vissa brödprodukter till dagligvaruhandeln i Sverige.

3. Uppgifter till Konkurrensverket gav även vid handen att Polfärskts återförsäljning av konkurrerande leverantörers produkter riskerade att i sig begränsa konkurrensen mellan leverantörerna, särskilt mot bakgrund av att Polarbröd är både leverantör och majoritetsägare i Polfärskt.

Utredningsåtgärder

4. Konkurrensverkets utredning har huvudsakligen inriktats på en eventuell sortimentsdelning. Platsundersökningar har genomförts hos Fazer, Polarbröd och Polfärskt inklusive koncernbolag.¹ Vidare har Konkurrensverket ålagt företagen att inkomma med kompletterande uppgifter och hållit förhör med ett flertal anställda och tidigare anställda hos företagen, både i Sverige och i Finland.
5. I syfte att särskilt förstå marknaden och hur Polfärskts återförsäljning regleras i avtal och fungerar i praktiken har information inhämtats från företagen och andra marknadsaktörer genom skriftliga frågor och möten. Polfärskt och Fazer har också på eget initiativ redogjort bland annat för bakgrunden till och förhandlingen om utformningen av samarbetet mellan företagen.

Företagen

6. **Fazer** är verksamt inom tillverkning och försäljning av bröd bland annat till dagligvaruhandeln. Fazer säljer bröd under varumärkena "Fazer" och "Skogaholm". Bolaget ingår i en familjeägd koncern med moderbolag i Finland.
7. **Polarbröd** är verksamt inom tillverkning och försäljning av bröd bland annat till dagligvaruhandeln. Polarbröd säljer bröd under varumärket "Polarbröd" och ingår i en svensk familjeägd koncern.
8. **Polfärskt** ägs till 51 procent av Polarbröd. Resterande 49 procent ägs av Sälj- och Distribution i Sverige AB, vars ägare består av 24 lokala distriktsbolag. Tillsammans med dessa lokala distriktsbolag är Polfärskt en rikstäckande återförsäljare av bröd och kakor till dagligvaruhandeln i Sverige. Polfärskt hanterar och administrerar verksamheten centralt medan de lokala distriktsbolagen genomför det praktiska arbetet med försäljning och distribution m.m.

¹ Dnr 189/2022.



Marknaden

9. I Sverige tillämpas den så kallade brödmodellen vid försäljning av färskt bröd till dagligvaruhandeln. Den innebär att de rikstäckande distributörerna ansvarar för att brödet levereras från bageri till butikshylla och att de chaufförer som kör ut brödet har ett mer omfattande ansvar än att bara leverera varor. Brödmodellen innebär att chauffören även sköter ordertagning och bestämmer hur mycket bröd som ska levereras till respektive butik och tar sedan i retur det bröd som inte blivit sålt. Därutöver ingår plockning i hyllor, exponering av varor och viss hantering av kampanjer i chaufförens uppgifter. Eftersom bröd är en färskvara innebär brödmodellen att distributörerna behöver besöka butikerna dagligen eller flera gånger i veckan. För att få lönsamhet i en sådan sälj- och distributionsorganisation krävs leveranser av betydande volymer.
10. Det är i regel en förutsättning för att få leverera bröd till dagligvaruhandeln att brödet har en så kallad listning hos den aktuella dagligvaruhandelskedjan. Listningen förhandlas centralt med respektive dagligvaruhandelskedja. Det förhandlas även fram ett listpris som gäller för kedjans inköp av bröd. Dagligvaruhandeln sätter i sin tur priset mot konsument. Det slutliga konsumentpriset påverkas även av att bröd är en kampanjintensiv kategori, innebärande att en stor del bröd säljs genom någon slags kampanj.
11. Innan Fazer började återförsälja bröd genom Polfärskt fanns det tre rikstäckande distributörer av bröd till dagligvaruhandeln i Sverige: Fazer, Polfärskt och Pågen. Både Fazer och Pågen var vertikalt integrerade och producerade, sålde och distribuerade bröd till dagligvaruhandeln. Polfärskt sålde och distribuerade bröd som producerades av Polarbröd och Lantmännen. När Fazer anslöt sig till Polfärskts återförsäljning avvecklade Fazer sin sälj- och distributionsorganisation. Därmed minskade antalet rikstäckande distributörer i Sverige från tre till två, nämligen Polfärskt och Pågen. Polfärskts andel av försäljningen av bröd till dagligvaruhandeln har efter Fazers anslutning ökat från cirka 15 procent till närmare 35 procent, vilket medfört att det blivit mer jämnstort med Pågen. Butikerna säljer även bröd under eget varumärke, EMV, vilket står för drygt 10 procent av försäljningen av bröd i dagligvaruhandeln. EMV distribueras genom kedjans centrala distribution och hanteras av butikens personal. Därutöver finns mindre lokala bagerier som levererar direkt till butik.

Förfarandet

12. Det förfarande som utretts är företagets kontakter och agerande inför att Fazer och Polfärskt ingick ett återförsäljaravtal avseende försäljning och distribution av bröd till dagligvaruhandeln i Sverige (återförsäljaravtalet). Även vissa aspekter av samarbetet som sådant och i vilken mån det kan ha påverkat konkurrensintensiteten mellan Fazer och framförallt Polarbröd har undersökts.



Skälen för Konkurrensverkets beslut

Rättslig reglering

13. Förbudet i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget gäller avtal och samordnade förfaranden mellan företag som har till syfte eller resultat att hindra, begränsa eller snedvrیدا konkurrensen på marknaden på ett märkbart sätt.

Konkurrensverkets bedömning

14. Konkurrensverket har utrett den misstänkta sortimentsdelningen genom att undersöka om det finns stöd för att Polarbröd och Fazer, direkt eller indirekt via Polfärskt, avtalat eller samordnat sig kring företagets utbud av bröd till dagligvaruhandeln i samband med att Fazer ingick återförsäljaravtalet med Polfärskt. En sortimentsdelning är en form av marknadsdelning som kan vara en allvarlig överträdelse av konkurrensreglerna.
15. Det material som inhämtats under utredningen visar att det har förekommit kontakter, inte bara mellan Fazer och Polfärskt utan även i viss utsträckning mellan Fazer och Polarbröd, inför Fazers ingående av återförsäljaravtalet med Polfärskt. Utredningen ger även stöd för att Fazer har upphört att sälja vissa, med Polarbröd konkurrerande, brödprodukter i tidsmässigt samband med att Polfärskt blev återförsäljare för Fazer. Utredningen ger dock inte stöd för att dessa utbudsjusteringar har skett till följd av en överenskommelse mellan företagen. Det saknas vidare stöd för att Fazer och Polarbröd, t.ex. vid de kontakter som förevarit mellan företagen, på annat sätt avtalat eller samordnat sig kring företagets utbud av bröd till den svenska dagligvaruhandeln. Sammanfattningsvis har Konkurrensverket inte genom utredningen funnit stöd för misstanken om en sortimentsdelning.
16. Konkurrensverket har vidare undersökt Polfärskts återförsäljning av Fazers bröd och dess påverkan på konkurrensen mellan Fazer och Polarbröd liksom övriga leverantörer. Försäljnings- och distributionssamarbete mellan konkurrenter kan i vissa fall ge upphov till samordning av pris, sortiment och andra centrala konkurrensvillkor eller informationsutbyte som begränsar konkurrensen, särskilt om de inblandade företagen är betydande aktörer på marknaden. Bland annat följande har framkommit.
17. I återförsäljaravtalet garanteras att Polfärskt, inklusive de lokala distriktsbolagen, ska behandla alla leverantörer objektivt, opartiskt och icke-diskriminerande. Polarbröd har även som majoritetsägare förbundit sig att inte förhindra eller försvåra uppfyllandet av dessa principer. I återförsäljaravtalet finns även en reglering för att hindra att känslig information om Fazer sprids genom Polfärskt till andra leverantörer, inklusive majoritetsägaren Polarbröd. På uppmaning av Konkurrensverket har Polfärskt och Polarbröd redogjort för sitt arbete med att säkerställa efterlevnaden av denna reglering i

återförsäljaravtalet. Polfärskt har också redogjort för sitt arbete med regelefterlevnad mer generellt.

18. Under utredningen har företagen även framhållit att det råder konkurrens mellan Polfärskts leverantörer, likväl som i förhållande till Pågen och EMV. Det har ingetts underlag avseende marknadsandelsutvecklingen för bröd sedan Polfärskt började återförsälja Fazers brödprodukter som indikerar att Polfärskts leverantörer utmanar varandra likväl som Pågen. Av marknadsandelsutvecklingen efter att Fazer anslöt sig till Polfärskts återförsäljning, framgår även att EMV har tagit andelar av den totala försäljningen av bröd i dagligvaruhandeln. Polfärskts återförsäljaruppdrag för Fazer omfattar inte försäljning av produkter till EMV. Fazer har således möjlighet att konkurrera med Polfärskts andra leverantörer även utanför Polfärsktsamarbetet, genom EMV.
 19. Som återförsäljare sätter Polfärskt priserna till dagligvaruhandeln men Fazer och övriga leverantörer behåller visst inflytande över prissättningen bland annat genom att initiera och finansiera kampanjer. Leverantörerna sköter också införsäljningen till dagligvaruhandeln av nya produkter och för dialogen om listning med respektive kedja. Konkurrensverket har tagit del av några exempel som visar på förekomsten av sortimentskonkurrens mellan Polfärskts leverantörer.
 20. Under utredningen har framförts att Fazers anslutning till Polfärskts återförsäljning för med sig vissa fördelar. Fazers anslutning har möjliggjort fortsatt riksdistribution för Fazer och enligt Fazer inneburit finansiella besparingar. Fazers egna rikstäckande sälj- och distributionsorganisation var enligt uppgift inte lönsam. För Polfärskt har Fazers anslutning inneburit en ökad försäljningsvolym och att de kunnat erbjuda ett bredare sortiment och tätare leveranser över hela landet. Dessutom innebär samdistribution inom Polfärskt mindre miljöpåverkan genom ökade volymer per leverans och minskade utsläpp genom färre distributionsbilar. Konkurrensverket har inte närmare undersökt företagets uppgifter i dessa delar.
 21. Utredningen har inte gett stöd för att det utredda förfarandet utgör en överträdelse av 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget. Inte heller vad som framkommit avseende samarbetet som sådant ger Konkurrensverket skäl att fortsätta utredningen. Utredningen ska därför avslutas. Konkurrensverkets beslut att avsluta utredningen innebär dock inte ett ställningstagande till om förfarandet är i överensstämmelse med konkurrensreglerna.
-

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit konkurrensrådet Helena Höök.

Beslutsfattandet har dokumenterats digitalt och beslutet saknar därför namnunderskrift.

Rikard Jermsten

Anvisning om annan möjlighet till prövning

Konkurrensverkets beslut kan enligt 7 kap. 1 § KL inte överklagas. Enligt 3 kap. 2 § KL kan däremot ett företag som berörs av förfarandet på egen hand väcka talan vid domstol för att få saken prövad (särskild talan). Talan väcks genom ansökan om stämning vid Patent- och marknadsdomstolen.

Kopia till:

Fazer Bageri AB
Polarbröd Aktieföretag
Polfärskt bröd AB

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.