

Karo Healthcare AB
Att: advokaten AA, EU-advokaten BB och
juristen CC (ombud)
Roschier Advokatbyrå

Skickas per e-post

Anmälan om företagskoncentration – grossisthandel med hudvårds- och hygienprodukter

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket lämnar Karo Healthcare AB:s, 556309–3359, förvärv av ensam kontroll över Perrigo Company plc:s europeiska dermokosmetikverksamhet (omfattande ACO Hud Nordic AB, 556602–6224, samt vissa dotterbolag och andra tillgångar) utan åtgärd.

Företagskoncentrationen och berörda företag

Den anmälda företagskoncentrationen

1. Karo Healthcare AB ("Karo") anmälde den 19 oktober 2025, enligt 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579), KL, förvärv av ensam kontroll över ACO Hud Nordic AB jämte dotterbolagen Perrigo Norge AS, Perrigo Suomi Oy och Perrigo Danmark A/S (tillsammans "ACO") samt vissa tillgångar hänförliga till förpackning, försäljning och distribution av egenvårdsprodukter för konsumenter (tillsammans med ACO, "Målbolaget") från Perrigo Company plc ("Perrigo").

Berörda företag

2. Karo är ett hälsovårdsföretag som erbjuder ett varierat utbud av hälsovårdsprodukter inom olika kategorier såsom receptfria läkemedel för egenvård, färdigdoserade läkemedel, medicintekniska produkter, dermatologiska krämer, kosmetika och kosttillskott. Karo äger varumärken såsom Decubal, Locobase, Propyless och CCS. Karo är indirekt majoritetsägt



av fonder, entiteter och konton som rådges och förvaltas av KKR & Co, ett globalt investmentbolag.

3. Målbolaget utvecklar, producerar och marknadsför hudvårdsprodukter. Målbolaget erbjuder bland annat kosmetiska produkter för ansiktsvård, kroppsvård och solskydd samt medicinska hudvårdsprodukter. Målbolagets huvudvarumärke är ACO. Canoderm, Miniderm och Minicare är under-varumärken till ACO-varumärket. Före förvärvet är Målbolaget indirekt helägt och ensamt kontrollerat av Perrigo.
4. Karo och Målbolaget benämns i det följande tillsammans "Parterna".

Förutsättningar för beslutet

5. 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.

Konkurrensverkets utredning

6. Karo och Målbolagets verksamheter överlappar inom ett stort antal produktsegment avseende receptfria läkemedel och kosmetiska produkter.
7. Konkurrensverket har inom ramen för utredningen varit i kontakt med ett stort antal marknadsaktörer, däribland kunder, konkurrenter och myndigheter. Konkurrensverket har inhämtat information genom skriftliga frågor, ålägganden och intervjuer. Konkurrensverket har även analyserat internt material från Parterna.
8. Utredningen har fokuserat på kategorin hudskyddsmedel och mjukgörande medel, där Parterna tillsammans får en hög marknadsandel.

Marknadsförhållanden

9. Hudvårds- och hygienprodukter omfattar produkter för alla områden på kroppen med syfte att behandla besvär och/eller i skönhets syfte. Relevanta produktområden är ansiktsvård, kroppsvård, läppvård, fothälsa, intimhälsa, barnvård och hårvård. Värdekedjan består av tillverkare, leverantörer, grossister, detaljister och konsumenter.
10. Leverantörerna äger de varumärken under vilka de säljer sina produkter men kan även licensiera ut varumärket till en annan aktör. Leverantörer kan tillverka produkterna själva eller använda sig av kontraktstillverkare. Det är



vanligt att leverantörer säljer sina produkter till grossister som i sin tur distribuerar till detaljister i samtliga relevanta försäljningskanaler. Dessa kanaler är apotekskanalen,¹ skönhetskanalen² och den så kallade massmarknadskanalen (innefattande dagligvaruhandeln och lågprisbutikskedjor),³ och omfattar både e-handel och fysiska butiker.

11. Hudvårds- och hygienprodukter kan klassificeras som läkemedel eller som handelsvaror vilket påverkar deras prissättning. Prissättningen av läkemedel som omfattas av läkemedelsförmånen (även känt som högkostnadsskyddet) regleras av Tandvårds- och läkemedelsförmånsverket ("TLV"). TLV fastställer priset som apoteket respektive konsumenten betalar samt apotekens handelsmarginal. TLV:s pris gäller bara läkemedel för vilka konsumenten har ett recept. För handelsvaror och receptfria läkemedel råder fri prissättning. Förskrivna läkemedel säljs endast på apotek, medan vissa receptfria läkemedel kan säljas av såväl apotek som andra detaljister som har tillstånd från Läkemedelsverket. Handelsvaror kan säljas fritt i alla kanaler.
12. Läkemedelsverket tilldelar godkända läkemedel en ATC-kod.⁴ ATC är ett internationellt klassificeringssystem för läkemedel. I grunden består ATC-systemet av ett antal anatomiska huvudgrupper som klassificeras vidare i fyra undernivåer. Den andra nivån (ATC2) representerar en farmakologisk eller terapeutisk grupp. Den tredje nivån (ATC3) indelar läkemedlen ytterligare efter deras specifika terapeutiska indikationer, det vill säga deras avsedda användning.
13. För handelsvaror finns inget vedertaget klassificeringssystem som används i lika stor utsträckning som ATC-systemet. Vid beräkning av marknadsandelar har Parterna bland annat använt försäljningsdata från IQVIA Holdings, Inc. ("Iqvia")⁵ som delar in handelsvaror och läkemedel som säljs i apotekskanalen i klassificeringssystemet *Non-Ethical Class* ("NEC"). NEC-systemet består liksom ATC-systemet av fyra klassificeringsnivåer där NEC3-nivån grupperar produkter efter terapeutiska indikationer.

¹ Apotekskanalen omfattar fyra nationella detaljhandelskedjor som är verksamma i fysiska butiker och online: Apoteket AB, Apotek Hjärtat AB, Kronans Apotek AB och Admenta Sweden AB (Doz Apotek). Det finns även tre renodlade e-handelsapotek som saknar närvaro i fysiska butiker: Apohem AB, Apotea AB och Meds Apotek AB. Därutöver finns omkring 50 fristående apotek som är organiserade inom Sveriges oberoende apoteksaktörers förening ("SOAF").

² Detaljister i skönhetskanalen omfattar aktörer med närvaro online och i fysiska butiker. Sådana aktörer inkluderar Lyko Sverige AB, Kicks Group AB och Sephora Sweden AB. Varuhus som Åhlens AB och Aktiebolaget Nordiska Kompaniet ingår också i denna kanal.

³ Massmarknadskanalen utgörs av dagligvarukedjor som Ica Gruppen AB, Coop Sverige AB och Axfood AB samt lågprisbutikskedjor som Normal Sweden AB, ÖoB AB och Rusta AB.

⁴ ATC står för *Anatomical Therapeutic Chemical Classification*.

⁵ Iqvia är en leverantör av analys, tekniska lösningar och kliniska forskningstjänster till vård- och läkemedelsindustrin.



Bedömning

Relevant marknad

14. 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. 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.
15. Parternas uppfattning är att den relevanta marknaden bör definieras på nationell nivå utifrån NEC3-kategori och omfatta alla försäljningskanaler. Om den relevanta marknaden skulle avgränsas på detta vis skulle koncentrationen enligt Parterna endast ge upphov till en berörd marknad,⁶ NEC3-kategorin 06P1 hudskyddsmedel och mjukgörande medel.
16. Parternas uppfattning om att analysen av koncentrationens effekter bör omfatta alla försäljningskanaler har fått stöd i Konkurrensverkets marknadskontakter när det gäller hudvårds- och kosmetikprodukter i allmänhet. Beträffande mer specifikt hudskyddsmedel och mjukgörande medel (NEC3-kategorin 06P1) finns det emellertid indikationer på att ett sådant segment bör analyseras särskilt i apotekskanalen. Utan att det har varit nödvändigt för bedömningen av koncentrationens effekter att ta ställning till om den relevanta produktmarknaden för hudskyddsmedel och mjukgörande medel innefattar samtliga försäljningskanaler eller enbart apotek, har utredningen fokuserat på Parternas försäljning av dessa produkter i apotek där Parterna tillsammans kommer att få en hög marknadsandel.
17. NEC3-kategorin 06P1 hudskyddsmedel och mjukgörande medel omfattar hudvårdsprodukter och mjukgörande och skyddande medel (med eller utan aktiva terapeutiska ämnen). I denna kategori ingår krämer och lotioner med varierande användningsområden och som bland annat används vid behandling av hudbesvär som eksem och psoriasis. I kategorin ingår både produkter som är läkemedelsklassade och kosmetiska produkter (handelsvaror).
18. Beträffande läkemedel har kommissionen i tidigare beslut funnit att läkemedel som utgångspunkt kan avgränsas utifrån ATC3-kategori, eftersom

⁶ Med *berörda marknader* avses bland annat marknader där företagskoncentrationen kommer att medföra en sammanlagd marknadsandel på 20 procent eller mer, se definition i Konkurrensverkets föreskrifter och allmänna råd om anmälan om företagskoncentration enligt konkurrenslagen (2008:579), KKVFS 2025:1.



det möjliggör en gruppering av läkemedel utifrån läkemedlens avsedda användning.⁷

19. Kommissionen har emellertid i tidigare beslut även hänvisat till NEC-klassificeringen för marknadsavgränsning beträffande receptfria hudvårdsprodukter med mera.⁸ Kommissionen har vanligtvis hänvisat till NEC3-kategorin i detta klassificeringssystem som startpunkt även om den ansett att det i vissa fall kan finnas skäl att använda andra nivåer eller utgångspunkter för analysen.⁹
20. Av Konkurrensverkets marknadskontakter har framkommit att den övervägande majoriteten av de marknadsaktörer som har uttalat sig om produktmarknaden uppfattar att NEC3-kategorin, på det sätt som beskrivits av Parterna, är en lämplig utgångspunkt för marknadsavgränsningen. Mot bakgrund av detta anser Konkurrensverket att avgränsningen av den relevanta produktmarknaden för hudskyddsmedel och mjukgörande medel i detta ärende preliminärt kan utgå från NEC3-kategorin 06P1. Den exakta avgränsningen av den relevanta produktmarknaden kan dock lämnas öppen i förevarande ärende.
21. Beträffande den relevanta geografiska marknaden har inget framkommit som talar emot Parternas uppfattning att den bör avgränsas på nationell nivå. Den exakta avgränsningen av den relevanta geografiska marknaden kan dock lämnas öppen i förevarande ärende.

Inget påtagligt hämmande av en effektiv konkurrens

22. Konkurrensverket har att bedöma huruvida den anmälda företagskoncentrationen riskerar att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det. Faktorer som är av betydelse för denna bedömning är de samgående företagens marknadsandelar och andra faktorer som kan hämma eller främja konkurrensen, såsom förekomsten av faktisk och potentiell konkurrens samt köparmakt.
23. Produkter inom en relevant marknad kan vara differentierade, på ett sådant sätt att vissa produkter är närmare substitut än andra. En hög grad av utbytbarhet mellan de samgående företagens produkter ökar risken för prishöjningar efter koncentrationens genomförande, särskilt om ett stort antal

⁷ Se exempelvis ärende M.10997, *NB/Ardian/Mediolanum/Neopharmed*, kommissionsbeslut den 27 februari 2023, punkt 21, med hänvisning.

⁸ Se exempelvis följande ärenden M.11532, *ICG/Holding Uriach/Uriach/Ineldea*, kommissionsbeslut den 15 juli 2024, punkt 25, med hänvisning, och M.6162, *Pfizer/Ferrosan consumer healthcare business*, kommissionsbeslut den 9 juni 2011, punkt 11, med hänvisning. Det ska noteras att kommissionen har andra benämningar på Iqvias klassificeringssystem i dessa beslut.

⁹ Se exempelvis ärende M.11532, *ICG/Holding Uriach/Uriach/Ineldea*, kommissionsbeslut den 15 juli 2024, punkt 27, med hänvisning.



kunder betraktar de samgående företagens produkter som sitt första och andra val.

24. Under Konkurrensverkets utredning har majoriteten av de aktörer som uttalat sig inte ansett att koncentrationen kommer att ge upphov till några större negativa konsekvenser från konkurrenssynpunkt. Några aktörer, såväl kunder som konkurrenter, har dock uttryckt viss oro för att Parterna tillsammans kommer att bli en mycket stor leverantör och få en stark ställning.
25. Med utgångspunkt i den preliminära avgränsningen av den relevanta marknaden som beskrivits ovan kan det konstateras att Parterna gemensamt kommer att få en hög marknadsandel på den nationella marknaden för hudskyddsmedel och mjukgörande medel (NEC3-kategorin 06P1), särskilt vad gäller försäljning av dessa produkter i apotekskanalen. Det har därför varit av särskild vikt att utreda konkurrensnärheten i Parternas produkter inom hudskyddsmedel och mjukgörande medel.
26. Utredningen har visat att det inom segmentet hudskyddsmedel och mjukgörande medel inte föreligger någon tydlig konkurrensnärhet mellan Parternas produkter. Kommentarer från kunder (apotek) och konkurrenter har varit blandade. Vissa har beskrivit Parternas produkter som kompletterande, medan andra har uttryckt att Parterna kan ses som nära eller ganska nära konkurrenter men att det finns många starka eller likvärdiga alternativ. I åläggande som Konkurrensverket skickade till samtliga apotekskedjor och e-handelsapotek, ombads dessa ange första, andra och tredje alternativ till ett antal av Parternas produkter inom hudskyddsmedel och mjukgörande medel, eller om det saknades alternativ till Parternas respektive produkter. Svaren på detta åläggande indikerade att graden av utbytbarhet mellan Parternas produkter är relativt låg och att det ofta finns flera produkter från andra leverantörer som är utbytbara i högre grad med Parternas produkter.
27. I Konkurrensverkets marknadskontakter har även framkommit att ett tillräckligt konkurrenstryck från konkurrerande produkter inom segmentet hudskyddsmedel och mjukgörande medel kommer att kvarstå även efter koncentrationen, både från apotekens egna märkesvaror och från andra konkurrenter.
28. Sammanfattningsvis har Konkurrensverket i sin bedömning beaktat att det i allmänhet inte finns någon större oro från de marknadsaktörer som uttalat sig och det som framkommit om graden av utbytbarhet mellan Parternas produkter samt att det finns ett tillräckligt kvarvarande konkurrenstryck från såväl apotekens egna märkesvaror som andra konkurrenter.



Slutsats

29. Konkurrensverket finner sammanfattningsvis att koncentrationen inte är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det.

Detta beslut har fattats av enhetschefen Maria Ulfvensjö Baltatzis. Föredragande har varit sakkunniga juristen Victoria Fredén.

Beslutsfattandet har dokumenterats digitalt och beslutet saknar därför namnunderskrift.

Maria Ulfvensjö Baltatzis

Detta beslut kan inte överklagas (7 kap. 1 § KL).

Beslutet publiceras på Konkurrensverkets webbplats.