



JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE  
ZA VARSTVO KONKURENCE

Dunajska 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97

F: 01 478 36 08

E: gp.avk@gov.si

www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-17/2015/39

Datum: 10. 9. 2015

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu pod predsedstvom Andreja Kraška, ob sodelovanju dr. Aleša Kuharja, Francija Pušenjaka in Simona Tantegela kol članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena v povezavi s tretjim odstavkom 46. člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence<sup>1</sup> (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje priglašene koncentracije podjetij JANUS TRADE, trgovina in storitve, d.o.o., Koroška cesta 53C, Kranj, ki ga zastopata direktorja Rok Žnidar in Jernej Stanonik, po pooblastilu in ki ga zastopa Odvetniška pisarna SCHÖNHERR – podružnica v Sloveniji, odvetnica Eva Škufca, Tomšičeva 3, Ljubljana in AVTERA, distribucija računalniške in pisarniške opreme, d.o.o., Lilijska cesta 259, Ljubljana – Dobrunje, ki ga zastopa direktor Damjan Čelofiga, na nejavni seji dne 10. 9. 2015, naslednjo

#### ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij JANUS TRADE, trgovina in storitve, d.o.o., Koroška cesta 53C, Kranj in AVTERA, distribucija računalniške in pisarniške opreme, d.o.o., Lilijska cesta 259, Ljubljana – Dobrunje, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

#### Obrazložitev:

##### I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 17. 7. 2015 prejela priglasitev koncentracije podjetij JANUS TRADE, trgovina in storitve, d.o.o., Koroška cesta 53C, Kranj (v nadaljevanju: JANUS TRADE) in AVTERA, distribucija računalniške in pisarniške opreme, d.o.o., Lilijska cesta 259, Ljubljana – Dobrunje (v nadaljevanju: AVTERA). Koncentracijo je priglasilo podjetje JANUS TRADE.
2. Priglasilec je navedel, da je Avtotehna d.d. (v nadaljevanju AVTOTEHNA), ki prodaja svoj poslovni delež v podjetju AVTERA, trenutno v postopku prisilne poravnave, ki se pred Okrožnim sodiščem v Ljubljani vodi pod opravilno številko št 4327/2014 in v okviru katerega je bil tudi izdelan Načrt o finančnem prestrukturiranju, ki predvideva prodajo prevzetega podjetja. Sklep o soglasju k sklenitvi predmetne pogodbe, je Okrožno sodišče v Ljubljani izdalo dne 22. 6. 2015.
3. Predmet koncentracije je pridobitev trajnejše spremembe kontrole nad podjetjem AVTERA na podlagi Pogodbe o prodaji in nakupu deleža v družbi AVTERA, št. SV 719/15 z dne 24. 6. 2015 sklenjene med podjetjem AVTOTEHNA, trgovina, proizvodnja in storitev, d.d. (v nadaljevanju AVTOTEHNA) kot prodajalcem in podjetjem JANUS TRADE kot kupcem.

<sup>1</sup> Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 Odl.US: U-I-40/12-31, 63/13 ZS-K in 33/14.

[REDACTED]

[REDACTED] Podjetje JANUS TRADE bo na podlagi predmetne pogodbe pridobilo 100 % lastniški delež v podjetju AVTERA.

4. Podjetje JANUS TRADE je dejavno na področju distribucije in trženja mobilnih telefonskih aparatov in dodatne opreme blagovne znamke Samsung, hkrati pa podjetje JANUS TRADE skrbi za tehnično podporo, namenjeno mobilnim operaterjem in prodajni mreži. Skladno z razvojem trga je družba pričela tudi s prodajo tabličnih računalnikov, pametnih ur ter medicinskih pripomočkov za domačo uporabo<sup>3</sup>. Podjetje JANUS TRADE je skupaj z drugimi podjetji lastniško povezano v skupino RAM. [REDACTED]  
 [REDACTED] Janus Trade d.o.o., [REDACTED]

Tabela 1: Podjetja v skupini RAM, lastniška struktura in njihove dejavnosti

Podjetje	Lastniška struktura	Dejavnost
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Janus Trade d.o.o. Slovenija	Franjo Žnidar 40 % Janus Trade d.o.o. 60 %	46.490 (Trg.db.z dr.lzd.široke porabe) Distribucija Samsung mobilnih telefonov, Tablic in dodatne opreme
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Vir: Dokument št. 3061-17/2015-1 z dne 17. 7. 2015 in spletna stran AJ PES  
<http://www.ajpes.si/ors/>

5. Priglasitelj je navedel, da se podjetje AVTERA ukvarja z distribucijo računalnikov, računalniške periferije, zabavne elektronike, dodatne opreme, bele tehnike in pisarniškega materiala, poleg navedenega pa se družba AVTERA v manjši meri ukvarja tudi z razvojem lastne blagovne znamke PCX<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Dokument št. 3061-17/2015-1 z dne 17. 7. 2015.

<sup>3</sup> Ibidem 2.

<sup>4</sup> Ibidem 2.

6. [REDACTED]

7. [REDACTED]

8. Agencija je priglasitev nemudoma pregledala in ugotovila, da je nepopolna v smislu posredovanja elementov priglasitve, ki jih natančneje določa na podlagi 6. odstavka 43. člena ZPomK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij<sup>5</sup> (v nadaljevanju: Uredba). Priglasitelj je vlogo dopolnil dne 23. 7. 2015 in 12. 8. 2015<sup>6</sup>.

9. Podjetje AVTERA je v 100 % lasti podjetja AVTOTEHNA, le ta pa je v 10 % lasti podjetja AVTOTEHNA in v 90 % lasti podjetja HAT d.o.o. – v stečaju<sup>7</sup>. AVTERA ima dve hčerinski družbi v tujini, ki sta prav tako predmet koncentracije (Avtera BH d.o.o. - Bosna in Hercegovina, kjer ima 51 % lastniški delež in Avtera SR d.o.o. – Srbija, kjer ima 83,3 % lastniški delež).

10. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah (Uradni list RS, št. 106/10; ZUT-UPB5 in 14/15) je priglasitelj dne 17. 7. 2015 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 evrov<sup>8</sup>.

## II. PODREJENOST ZPomK-1

### A Koncentracija

11. ZPomK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer (i) pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij ali (ii) kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij ali (iii) kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi

<sup>5</sup> Ur. l. RS, št. 36/09 in 3/14.

<sup>6</sup> Ibidem 2, dokument št. 3061-17/2015-3 z dne 23. 7. 2015 in dokument št. 3061-17/2015-28 z dne 12. 8. 2015.

<sup>7</sup> Podatki so pridobljeni na podlagi sheme, objavljene na spletni strani podjetja Avtotehna d.d.: <http://www.avtotehna.si/si/853/Predstavitev.aspx>

<sup>8</sup> Ibidem 2.

skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.

12. Kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom v smislu prejšnjega odstavka pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, in sicer zlasti (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja ter (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.
13. Iz Prečiščenega besedila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij<sup>9</sup> (v nadaljevanju: Obvestilo Komisije) izhaja, da izključna kontrola obstaja, če lahko samo eno podjetje izvaja odločilni vpliv nad drugim podjetjem, pri čemer je potrebno ločiti dve vrsti izključne kontrole, (i) pozitivna izključna kontrola, ki jo ima podjetje v primeru, če lahko določa strateške poslovne odločitve drugega podjetja in (ii) negativna izključna kontrola, ki jo ima podjetje, ki lahko da veto na strateške odločitve v podjetju. Odločitve, bistvene za strateško gospodarsko ravnanje podjetja, vključujejo odločitve o vprašanih, kot so finančni načrt, poslovni načrt, glavne investicije ali imenovanje višjega vodstva in presegajo odločitve, ki so običajne za zaščito pravic manjšinskih delničarjev (npr. odločitve o bistvu skupnega podjetja, kot so na primer spremembe statuta, povečanje ali zmanjšanje kapitala ali likvidacija).
14. Pogodba o prodaji in nakupu lastniškega deleža v podjetju AVTERA, sklenjena dne 24. 6. 2015<sup>10</sup> med podjetjem JANUS TRADE kot kupcem in podjetjem AVTOTEHNA v vlogi prodajalca, izkazuje interes kupca oziroma priglasiatelja koncentracije, da pridobi 100 % lastniški delež v podjetju AVTERA.
15. Pridobitev 100 % lastniškega deleža podjetja JANUS TRADE v podjetju AVTERA torej predstavlja koncentracijo, ki jo je v smislu določbe 10. člena ZPOMK-1 treba, v primeru doseganja pragov letnega prometa iz 42. člena ZPOMK-1, obvezno priglasiti Agenciji.

#### **B Preseganje pragov po 1. odstavku 42. člena ZPOMK-1**

16. ZPOMK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegele 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegele 1 mio EUR.
17. Iz predloženih finančnih podatkov priglasiatelja ter javno dostopnih podatkov izhaja, da je znašal letni promet podjetja JANUS TRADE skupaj z drugimi podjetji v skupini RAM v letu 2014 v Republiki Sloveniji znašal [REDACTED]. Letni promet podjetja AVTERA v poslovnem letu 2014 na območju Republike Slovenije pa je znašal [REDACTED], kar pomeni, da je presežen prag 35 mio EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOMK-1 ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na območju Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOMK-1<sup>13</sup>.
18. Podrejenost koncentracije določbam ZPOMK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru

<sup>9</sup> UL C 95, 16.4.2008, str. 1–48, odst. 54.

<sup>10</sup> Ibidem 2.

<sup>11</sup> Dokument št. 3061-17/2015-3 z dne 23. 7. 2015.

<sup>12</sup> Ibidem 2.

<sup>13</sup> Ibidem 2 In dokument št. 3061-17/2015-3 z dne 23. 7. 2015.

pridobitve izključne kontrole podjetja JANUS TRADE nad podjetjem AVTERA sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podjetij podrejena določbam ZPOmK-1.

### C Pristojnost Agencije

19. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij<sup>14</sup> (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije<sup>15</sup> je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU<sup>16</sup>.

20. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij razsežnost EU, kadar: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa in (b) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici. Koncentracija, ki ne doseže pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, ima na podlagi tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah razsežnost EU, če: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, (b) vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa, (c) vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic za namen odstavka (b) ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in (d) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 100 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici.

21. Agencija na podlagi podatkov priglavitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, ker je skupni promet podjetij JANUS TRADE s Skupino RAM in AVTERA na svetovnem trgu<sup>17</sup> v letu 2014 znašal [redacted]. Tako ni presežen prag iz točke (b) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet ne presega 250 mio EUR), kot tudi ne iz točke (d) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet ne presega 100 mio EUR). Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence, na podlagi nacionalnega prava o konkurenci, na Agenciji.

## III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

### A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

22. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s 7. točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse liste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali

<sup>14</sup> UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

<sup>15</sup> Dolžnost izhaja tako iz 10. člena načelom lojalnosti iz tretjega odstavka 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26. 10. 2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

<sup>16</sup> Glej sodbo Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zdl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

<sup>17</sup> [redacted]

<sup>18</sup> Ibidem 2.

uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.

23. Iz prakse Evropske komisije izhaja, da je veleprodajni trg elektronskih proizvodov lahko enoten trg, in sicer kljub temu, da zaobjema širok asortiment izdelkov, kot so (i) IT proizvodi, (ii) telekomunikacijski proizvodi in oprema ter (iii) potrošniški elektronski proizvodi<sup>19</sup>. Veleprodajni trg IT proizvodov je bil v nekaterih odločitvah s strani Evropske komisije definiran tudi kot ločen trg, pri čemer je natančna definicija zaradi odsotnosti pomislekov o skladnosti koncentracije ostala odprta.<sup>20</sup>
24. Priglasitelj navaja, da enako velja za veleprodajni trg električnih proizvodov, ki sicer zaobjema širok spekter izdelkov, kot so (i) hladilniki, (ii) pralni stroji, (iii) sušilni stroji, (iv) klimatske naprave in (v) preostala bela tehnika, ki z vidika potrošnika sicer niso zamenljivi, z vidika distribucije oziroma za potrebe veleprodajnih aktivnosti pa sodijo na isti trg, saj so zamenljivi z vidika dejavnosti distribucijskih podjetij.
25. Priglasitelj je tudi navedel, da upošteva značilnosti veleprodaje nadaljnja segmentacija po posameznih izdelkih ne bi bila primerna, saj ima distribucija izdelkov z vseh zgoraj identificiranih upoštevni trgov - z vidika prodajalcev in kupcev na veleprodajnem trgu – praviloma enake nabavne in distribucijske poti in se praviloma ne razlikuje po posameznih izdelkih.
26. Priglasitelj poudarja, da je glavna značilnost vseh identificiranih veleprodajnih trgov, da je tržna moč vsakega distributerja močno odvisna od tržne moči posamezne blagovne znamke iz njegovega asortimenta, hkrati pa omejena s tržno močjo proizvajalcev, ki so podjetja s prisotnostjo na večini svetovnih trgov in imajo distribucijo svojih izdelkov praviloma urejeno z (več) distribucijskimi pogodbami ali pa se v primeru velikih kupcev z njimi povežejo neposredno in posledično sama nastopajo na veleprodajnih trgih.
27. Identificirani upoštevni veleprodajni trgi torej praviloma združujejo (i) klasične distributerje, t.j. podjetja, ki nastopajo zgolj na veleprodajnem trgu, (ii) proizvajalce posameznih blagovnih skupin, ki zaradi različnih razlogov na trgu nastopajo neposredno, kot tudi (iii) velika trgovska podjetja, ki nastopajo tako na maloprodajnem kot tudi veleprodajnem trgu. Konkurenčni pritisk s strani podjetij na upoštevni veleprodajni trgih, ki se ukvarjajo z veleprodajo v nadaljevanju opredeljenih upoštevni proizvodnih/storitvenih trgih, je torej visok, saj se lahko glede vsake blagovne skupine na trgu kadarkoli pojavi bodisi proizvajalec ali distributer blagovnih znamk, ki v EU ali JV Evropi še ni prisoten ali pa proizvajalec, oziroma nov distributer blagovnih znamk, ki so na trgu že prisotne.
28. Poleg navedenega priglasitelj meni, da so preference potrošnikov pomembne za podjetja na veleprodajni ravni kljub odsotnosti neposrednega stika predstavljajo potrošniki, saj le-ti določajo smernice povpraševanja po posameznih blagovnih znamkah ter proizvodih. Tržna moč podjetij na trgu je tako odvisna od (i) uvajanja novih proizvodov, ki zadovoljujejo novo identificirano potrebo potrošnikov, ali pa predstavljajo hibrid na trgu uveljavljenih proizvodov (npr. tablice), ter (ii) prepoznavnosti blagovnih znamk proizvajalcev.
29. Glede na navedeno priglasitelj predlaga, da se za potrebe predmetne presoje koncentracije

<sup>19</sup> Odločba Evropske komisije z dne 11. 10. 2012 v zadevi COMP/M.6685 - Ingram Micro/Brightpoint, Odločba Evropske komisije z dne 27. 10. 2011 v zadevi COMP/M.5903 - Tech Data Europe/Brightstar Europe/Triade Holding.

<sup>20</sup> Odločba Evropske komisije z dne 19. 5. 2008 v zadevi COMP/M.6515 Arrov Electronics/Logix, Odločba Evropske komisije z dne 25. 6. 2012 v zadevi COMP/M.6515 Arrov Electronics/Altimate Group.

kot najožje upoštevne trge določi: (i) veleprodajni trg potrošniških elektronskih proizvodov, (ii) veleprodajni trg IT proizvodov, (iii) veleprodajni trg telekomunikacijskih proizvodov in opreme in (iv) veleprodajni trg električnih proizvodov.

30. Pri presoji koncentracije je Agencija ugotavljala, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženi in z njimi povezani podjetji ali delov podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njim tesno povezanih trgov.

31. Agencija sicer meni, da so z vidika zamenljivosti povpraševanja različnih proizvodov ali skupin proizvodov na posameznem, v nadaljevanju opredeljenih upoštevni veleprodajni trgov ti medsebojno zamenljivi, kar bi lahko posledično pomenilo, da le-ti sodijo na isti upoštevni proizvodno/storitveni trg, kljub temu, da z vidika povpraševanja končnega uporabnika med seboj niso zamenljivi. Agencija meni, da natančna definicija upoštevni trgov ostane odprta, ker v primeru presoje predmetne koncentracije ni izkazan resen sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevni trgov.

#### *A1: Veleprodajni trg potrošniških elektronskih proizvodov*

32. Veleprodajni trg potrošniških elektronskih proizvodov zaobjema širok spekter različnih naprav, ki imajo tako z vidika distributerjev kot z vidika kupcev na veleprodajnem trgu enake značilnosti glede nabavnih in distribucijskih poti<sup>21</sup>.

33. Po mnenju priglasiatelja skladno s prakso Evropske Komisije na navedeni upoštevni trg med drugim sodijo (i) digitalni fotoaparati, (ii) digitalne kamere, (iii) brivski aparati, (iv) kalkulatorji, (v) glasbeni predvajalniki in s temi proizvodi povezana dodatna oprema<sup>22</sup>.

34. V Republiki Sloveniji distributerji potrošniških elektronskih proizvodov le-te prodajajo predvsem trgovcem, ki proizvode ponujajo v maloprodaji, in sicer bodisi specializiranim prodajalnam (kot je na primer Big Bang) bodisi večjim trgovskim verigam, ki nudijo široko paleto blagovnih skupin (npr. Spar Slovenija ali Poslovni sistem Mercator), pri čemer večina distributerjev distribuira bodisi več potrošniških elektronskih proizvodov bodisi distribucijo enega izmed potrošniških elektronskih proizvodov dopolnjuje z izdelki z drugih trgov, npr. s pisarniškim materialom.

35. Agencija meni, da glede na karakteristike in širokega spektra različnih naprav predmetna koncentracija ne bo vodila do negativnih učinkov na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih proizvodov in poudarja, da natančna definicija upoštevni trgov ostane odprta, kot izhaja tudi iz prakse Evropske Komisije, ker v primeru presoje predmetne koncentracije ni izkazan resen sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevni trgov.

#### *A2: Veleprodajni trg IT proizvodov*

36. Veleprodajni trg proizvodov informacijske tehnologije je Evropska komisija v preteklosti že opredelila kot ločen trg od trga ostalih elektronskih proizvodov<sup>23</sup>. Informacijsko tehnologijo

<sup>21</sup> Odločba Evropske komisije z dne 22. 9. 2010 v zadevi COMP/M.5903 - Tech Data Europe/Brightstar Europe/Triade Holding.

<sup>22</sup> Ibidem 20.

<sup>23</sup> Odločba Evropske komisije z dne 21. 9. 2012 v zadevi COMP/M.6577 - Avnet/Magirus, odločba Evropske Komisije z dne 27. 10. 2011 v zadevi COMP/M.6323 Tech Data Europe/MuM VAD Business,

opredeljuje prenos informacij v obliki podatkov, zvoka ali slike, kar se aplicira na širok spekter izdelkov. Po mnenju priglasitelja in upošteva praxo Evropske komisije, na navedeni proizvodni trg med drugim sodijo (i) osebni in prenosni računalniki, (ii) tablični računalniki brez reže za SIM kartico, (iii) računalniška periferija (tipkovnice, igralni pripomočki, slušalke), (iv) televizorji, (v) zasloni, (vi) strežniki, (vii) delovne postaje, (viii) programska oprema in (ix) druge komunikacijske rešitve<sup>24</sup>.

37. Glede delitve tablic na (i) tablični računalnik brez reže za SIM kartico (katerih dostop do interneta je omejen na dostop do wi-fi, priglasilec meni, da slednje sodijo na veleprodajni trg IT proizvodov) in (ii) tablice z režo za SIM kartico. Tablični računalniki brez SIM reže najdemo predvsem v ponudbi klasičnih in spletnih tehničnih trgovcev, kot tudi v ponudbi v večjih trgovskih verigah z mešanim blagom, saj tudi za potrošnike predstavljajo substitut za klasični osebni ali prenosni računalnik.

38. Agencija meni, da v primeru presoje predmetne koncentracije ni izkazan resen sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevni trgov, dokončna opredelitev trga ni potrebna.

#### **A3: Veleprodajni trg telekomunikacijskih proizvodov in opreme**

39. Evropska komisija je v preteklosti že zavzela pozitivno stališče do obstoja ločenega trga za veleprodajni trg telekomunikacijskih proizvodov in dodatne opreme<sup>25</sup> od splošnega veleprodajnega trga elektronskih proizvodov. Po mnenju Priglasitelja predmetni upoštevni trg med drugim sestavljajo: (i) mobilni telefoni, (ii) tablice z režo za SIM kartico, (iii) dodatna oprema (polnilci, bluetooth slušalke, adapterji, ovitki, folije) in (iv) drugi telekomunikacijski aparati kot npr. modemi, stacionarni telefoni, izdelki IP telefonije.

40. Priglasilec meni, da tablice z režo za SIM kartico sodijo na upoštevni trg telekomunikacijskih proizvodov in opreme. Njihovi tipični veleprodajni kupci so namreč v prvi vrsti telekomunikacijski operaterji, saj takšne tablice omogočajo prenos podatkov prek 3G in LTE omrežij. Operaterji takšne tablice praviloma ponujajo v t.i. "data only" naročniških paketih, ki omogočajo visoke prenosne hitrosti in velike količine prenosa podatkov, s čimer operaterji širijo svoj obseg prihodkov in naročnikov. Glede na to, da se tudi z vidika potrošnikov uporaba takšnih tablic veže na obstoj naročnine s telekomunikacijskim operaterjem (tablice z režo SIM so praviloma namreč dražje od tablic, ki omogočajo zgolj povezavo preko wi-fi), je po mnenju priglasitelja uvrstitev takšnih tablic na veleprodajni trg telekomunikacijskih proizvodov in opreme bolj primerna.

41. Agencija meni, da v primeru presoje predmetne koncentracije ni izkazan resen sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevni trgov, dokončna opredelitev trga ni potrebna.

#### **A4: Veleprodajni trg električnih proizvodov**

42. Na veleprodajni trg električnih proizvodov spada široka paleta proizvodov bele tehnike in drugih električnih proizvodov za domačo uporabo. Evropska komisija je v preteklosti upoštevne trge (na proizvodnem oz. maloprodajnem trgu) sicer razdelila po specifičnih

odločba Evropske komisije z dne 2. 7. 2010 v zadevi COMP/M.5864 - Avne/Bell Micro, odločba Evropske Komisije z dne 19. 5. 2008 v zadevi COMP/M.5099 - Arrow Electronics/Logix.

<sup>24</sup> Ibidem 20.

<sup>25</sup> Odločitev Evropske komisije z dne 22. 9. 2010 v zadevi COMP/M.5903 - Tech Data/Brightstar Europe/Triad Holdings, Odločitev Evropske komisije z dne 11. 10. 2012 v zadevi COMP/M.6685 - Ingram Micro/Brightpoint.



proizvodih, in sicer na (i) naprave za kuhanje, (ii) nape, (iii) pomivalne stroje, (iv) hladilnike, (v) zamrzovalnike), (vi) mikrovalovne pečice, (vii) pralne stroje in (viii) sušilne stroje<sup>26</sup>, pri čemer pa takšna delitev veleprodajnega trga za potrebe predmetne priglasitve samo delno ustreza. Za namen predmetne koncentracije po mnenju priglasitelja na predmetni trg poleg zgoraj navedenih proizvodov sodijo tudi (ix) klimatske naprave in (x) preostala bela tehnika.

43. Razlog za takšno opredelitev predstavlja distribucijska pot, pri kateri distributerji svojim kupcem namreč nudijo in dobavljajo celo vrsto električnih naprav in se ne specializirajo zgolj na eno vrsto proizvodov, kot velja tudi za končne ponudnike teh proizvodov, ki na maloprodajnih trgih veljajo za t.i. "one stop shop" pri nakupu takšne opreme.
44. Agencija meni, da v primeru presoje predmetne koncentracije ni izkazan resen sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevni trgov, dokončna opredelitev trga ni potrebna.

#### **B Upoštevni geografski trg**

45. Upoštevni geografski trg je v skladu z 8. točko 3. člena ZPOMK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevni geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
46. Skladno s prakso Evropske komisije je opredelitev veleprodajnih trgov potrošniških elektronskih proizvodov, veleprodajnih trgov IT proizvodov, veleprodajnih trgov telekomunikacijskih proizvodov in opreme in veleprodajnih trgov električnih proizvodov nacionalna in s tem omejena na ozemlje Republike Slovenije<sup>27</sup>, pri čemer pa priglasitelj poudarja, da bi se zaradi vse lažje komunikacije ter razvoja distribucijskih in logističnih sistemov, ki omogočajo hitro dobavo proizvodov znotraj EU, upoštevni trgi širijo na regionalno raven, oziroma bi jih pri določenih blagovnih skupinah že bilo treba opredeliti kot trge EU.
47. Agencija ugotavlja, da je večina podjetij, ki poslujejo na veleprodajnem trgu dejavna na celotnem nacionalnem teritoriju, prav tako slednja sprejemajo svoje poslovne odločitve (npr. oglaševanja ter promocij) na nacionalnem nivoju. Ker obravnavana koncentracija ne zbuja suma glede njene skladnosti s pravili konkurence tudi ob najožji definiciji upoštevni geografskega trga, Agencija v danem primeru zato obsega geografskega trga ni natančno opredelila in se je osredotočila na območje Republike Slovenije.

#### **C Presoja koncentracije**

48. V skladu z 11. členom ZPOMK-1 so prepovedane koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali krepitev prevladujočega položaja. Agencija presoja koncentracije zlasti glede na tržni položaj v koncentraciji udeleženih podjetij, njihovo možnost za

<sup>26</sup> Odločitev Evropske komisije z dne 13. 10. 2014 v zadevi COMP/M.7366 - Whirlpool/Indesit.

<sup>27</sup> Odločitev Evropske komisije z dne 27. 10. 2011 v zadevi COMP/M.6323 - Tech data Europe/MuM VAD business, Odločitev Evropske komisije z dne 19. 5. 2010 COMP/M.5099 - Arrov Electronics/Logix, Odločitev Evropske komisije z dne 22. 9. 2010 v zadevi COMP/M.5903 - Tech Data Europe/Brightstar Europe/Triade Holding, Odločitev Evropske komisije z dne 5. 10. 2007 v zadevi COMP/M.4868 - Avnet/Magirus Eid.

financiranje, strukturo trga, izbiro, ki jo imajo na voljo dobavitelji in uporabniki, ter njihov dostop do virov ponudbe oziroma do samega trga, obstoj morebitnih pravnih ali dejanskih vstopnih ovir, gibanje ponudbe in povpraševanja na upoštevni trgih, koristi vmesnih in končnih uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurence.

49. Agencija je presojo koncentracije izvedla na podlagi podatkov, ki jih je posredoval priglasitelj koncentracije, podjetje JANUS TRADE, podatkov konkurentov in podatkov, ki so javno dostopni in jih je uporabila v okviru analize upoštevni trgov in presoje učinkov koncentracije na upoštevni trgih.
50. Obe podjetji v koncentraciji s povezanimi podjetji se tako ukvarjata z veleprodajo elektronskih in električnih proizvodov na območju Republike Slovenije, pri čemer se asortiment izdelkov obeh v koncentraciji udeleženi in z njima povezani podjetji pomembno razlikuje in po posameznih sklopih izdelkov prihaja do horizontalnih učinkov prekrivanja zgoj v minimalnem obsegu. Pregled blagovnih skupin po upoštevni trgih, na katerih prihaja do prekrivanja oziroma do horizontalnih učinkov: (i) veleprodajni trg potrošniških elektronskih proizvodov (prekriva na trgu prodaje kalkulatorjev); (ii) veleprodajni trg IT proizvodov ((prekrivanje na segmentu proizvodov računalniške periferije, npr. tiskovnice, mlške, spletne kamere, slušalke itd., tablic brez SIM reže, igralnih pripomočkov, druge dodatne opreme, npr. polnične postaje, baterije, adapterji, programske opreme in televizorjev); (iii) veleprodajni trg telekomunikacijskih proizvodov in opreme (prekrivanje na segmentu stacionarnih telefonov); (iv) veleprodajni trg električnih proizvodov (prekrivanje na segmentu klimatskih naprav, pralnih strojev, hladilnikov).
51. Podjetji, udeleženi v koncentraciji in z njima povezana podjetja, so preko lastne blagovne znamke prisotna tudi na trgu proizvodnje elektronske opreme, in sicer gre za proizvodnjo računalnikov oziroma sestavo računalnikov iz komponent, ki jih podjetje distribuira. Pri tem je tržni delež na trgu prodaje računalnikov v Republiki Sloveniji zanemarljiv, saj se večina računalnikov, ki se prodajo v Republiki Sloveniji, proizvede v drugih državah EU ali celo izven nje<sup>29</sup>. Podjetje tako ocenjuje, da njegov tržni delež na veleprodajnem trgu IT proizvodov v letu 2014 znaša manj kot [REDACTED].
52. V koncentraciji udeleženi podjetji sta navedli podatke o velikosti upoštevni trgov na podlagi lastnih ocen in komercialno pridobljenih meritev o velikosti posameznih maloprodajnih blagovnih skupin. Priglasitelj ob tem opozarja, da je natančna ocena velikosti veleprodajni trgov na katerih sta v koncentraciji udeleženi podjetji (skupaj z drugimi podjetji v skupini) dejavni, težko določljiva zaradi vrste objektivni dejavnikov, med drugim: (i) splošni značilnosti veleprodajni trgov, saj (v nasprotju z maloprodajni trgi) ni informacij o tem, kje in v kakšni količinah posamezne stranke (oz. prodajalci na maloprodajnem trgu) kupijo posamezne proizvode; (ii) Geografski značilnosti relevantni trgov, saj se leti praviloma raztezajo na celotno območje EU - stranke (oz. prodajalci na maloprodajnem trgu) posamezne izdelke kupujejo tako od distributerjev, ki imajo sedež v Sloveniji, kot tudi neposredno od proizvajalcev in mednarodni distributerjev, ki v Sloveniji niso neposredno prisotni, zato je tudi težko določiti, do kakšne mere so na slovenskem trgu prisotni; (iii) širokega (in raznolikega) spektra proizvodov, ki sodijo na posamezen upoštevni trg, pri čemer praviloma v koncentraciji udeleženi podjetji distribuira zgoj določene izdelke v okviru relevantnega trga, skladnega z definicijo Evropske Komisije in nimata vpogleda v obseg prodaje izdelkov, katerih sama ne distribuira, (iv) pogostega pojava novih blagovni skupin in hitrega tehnološkega razvoja, ter (v) odsotnosti uradni podatkov o višini poslovanja s

<sup>29</sup> Do enakega zaključka je prišla tudi Agencija, in sicer v svoji odločbi z dne 12. 2. 2010 v zadevi presoje koncentracije IT Ekspert in Moneta IT, dokument št. 306-97/2009.

posameznimi blagovnimi skupinami.

53. Vloga in tržna moč distribucijskih podjetij je omejena tudi s tržno močjo proizvajalcev, razmerje moči na veleprodajnih trgih pa je odvisno od vseh zgoraj identificiranih dejavnikov.

54. Na podlagi navedenega je priglasitelj podal podatke o lastnih poslovnih rezultatih znotraj posamezne blagovne skupine in na podlagi njih podal približne ocene tržnih deležev po posameznih upoštevni trgih, kot izhaja v nadaljevanju.

55. Priglasitelj ocenjuje, da je ekonomija obsega sčasoma sicer pomemben parameter pri poslovanju, nikakor pa manjše količine ne omejujejo vstopa na upoštevne trge, saj se znotraj le teh ves čas odpirajo niše, ki so plod konstantnega razvoja in inovacij s strani proizvajalcev. Z vidika stroškov potencialnega vstopa, so le ti mnogo manjši kot v primeru proizvodnje ali razvoja, saj gre na upoštevni trgih zgolj za distribucijo proizvodov, torej mora vsak vstopnik poskrbeti predvsem za razvoj lastnega distribucijskega sistema ter zagotavljati konkurenčne cene in podporo strankam.

56. Primeroma priglasitelj navaja, da ključno komponento za dolgoročno konkurenčnost v Skupini Ram predstavlja predvsem usposabljanje zaposlenih. Poudarek je na izobrazbi na področju prodaje in nabave kot tudi pravilnega napovedovanja, planiranja in razumevanja dinamike nabavnih sistemov kupcev, ki nabavne procese vse bolj in bolj avtomatizirajo. S tega vidika so nujno potrebne tudi investicije v usposobitev IT sistema in v module, ki omogočajo kupcem avtomatizirano izmenjavo podatkov o stanju zalog in cen.

#### Horizontalni učinki

57. Po izvedeni koncentraciji bo Skupina Ram dosegala tržni delež, ki je višji od [REDACTED] na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih proizvodov, veleprodajnem trgu IT proizvodov in veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov in opreme, pri čemer bo tržni delež novega podjetja na vsakem izmed navedenih trgov povečan zgolj minimalno in razmerje med tržnimi deleži po izvedbi koncentracije praktično ne bo spremenjeno. Navedeno je posledica [REDACTED] tržnih deležev Skupine Ram na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih proizvodov in veleprodajnem trgu IT proizvodov [REDACTED] ter [REDACTED] tržnega deleža podjetja AVTERA na veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov in opreme. Tržni delež, ki je nižji od [REDACTED] je zgolj veleprodajnem trgu električnih proizvodov, pri čemer je skupni tržni delež Skupine RAM in podjetje AVTERA po oceni priglasitelja nižji od [REDACTED]

#### *C1: Horizontalni učinki na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih proizvodov*

58. Veleprodajni trg potrošniških elektronskih proizvodov obsega neomejeno število naprav zabavne elektronike, katerih število se vsako leto širi, povpraševanje potrošnikov pa je močno odvisno od predstavitve novih izdelkov proizvajalcev elektronskih proizvodov.

Tabela 2: Prihodki od prodaje na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih proizvodov v EUR in tržni delež v koncentraciji udeleženi in z njimi povezani podjetji ter konkurentov v %

Podjetje	2013		2014		2015	
	Prihodki od prodaje (v EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (v EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (v EUR)	Tržni delež (%)
Skupina RAM						
AVTERA						
Skupaj						
Ocenjena velikost trga	26.000.000	100,00	24.000.000	100,00	23.000.000	100,00

Vir: Podatki priglasitelja, konkurentov in Statističnega urada Republike Slovenije <sup>29</sup>.

59. Na navedenem trgu se prevzeto podjetje ukvarja z distribucijo kalkulatorjev, digitalnih fotoaparatorov in kamer, diktafonov ter glasbenih in video predvajalnikov, medtem ko celoten trg zaobjema še druge proizvode, kot so npr. e-bralniki, elektronski proizvodi za osebno nego, projektorji, avto-akustika, elektronske navigacijske naprave, elektronska glasbila, ... Prevzeto podjetje ocenjuje, da njen asortiment zaobjema večino potrošnih elektronskih proizvodov in pokriva cca. [redacted] celotnega maloprodajnega trga potrošnih elektronskih proizvodov, pri čemer svoj promet dosega s prodajo artiklov vodilnih blagovnih znamk (Canon, Epson, Samsung...), ki po posameznih proizvodih dosegajo cca. [redacted] tržni delež na maloprodajnem trgu potrošnih elektronskih proizvodov. Glede na navedeno in ob upoštevanju narave sklenjenih pogodb s proizvajalci navedenih blagovnih znamk [redacted] [redacted], prevzeto podjetje ocenjuje, da na celotnem trgu dosega [redacted] tržni delež. Prevzeto podjetje je v letu 2014 pri prodaji te skupine proizvodov dosegla okvirni promet [redacted], kar ob upoštevanju [redacted] tržnega deleža pomeni, da lahko celoten trg ocenimo na [redacted].

60. Horizontalno prekrivanje po posameznih blagovnih skupinah, ki jih ponujata Skupina RAM in AVTERA je na predmetnem trgu minimalno in je omejeno na kalkulatorje, pri čemer ocenjeni tržni delež Skupine Ram na celotnem veleprodajnem trgu potrošnih elektronskih proizvodov znaša manj kot [redacted]. Posledično koncentracija na navedenem veleprodajnem trgu potrošnih elektronskih proizvodov ne bo spremenila razmerij moči konkurentov na trgu in posledično ne bo imela negativnih učinkov na konkurenco na upoštevnem trgu.

61. Tržna koncentracija sporoča stopnjo skoncentriranosti na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih proizvodov v Republiki Sloveniji. Za merjenje stopnje koncentracije se uporablja Indeks Herfindahl – Hirschman (HHI)<sup>30</sup>, ki v danem primeru pred koncentracijo znaša HHI = 1.530,91, kar pomeni, trg z visoko stopnjo konkurence. Tudi po koncentraciji ne prihaja do večjih sprememb saj je HHI = 1.607,06 ( $\Delta HHI = 76,15$ ), kar predstavlja vrednost, pri kateri ne gre za visoko stopnjo koncentracije na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih

<sup>29</sup> Dokument št. 3061-17/2015-1 z dne 17. 7. 2015, 3061-17/2015-20 z dne 6. 8. 2015, 3061-17/2015-21 z dne 7. 8. 2015, 3061-17/2015-22 z dne 7. 8. 2015, 3061-17/2015-23 z dne 10. 8. 2015, 3061-17/2015-25 z dne 11. 8. 2015, 3061-17/2015-26 z dne 12. 8. 2015, 3061-17/2015-27 z dne 12. 8. 2015, 3061-17/2015-29 z dne 13. 8. 2015, 3061-17/2015-30 z dne 13. 8. 2015, 3061-17/2015-31 z dne 17. 8. 2015, 3061-17/2015-32 z dne 18. 8. 2015, 3061-17/2015-33 z dne 19. 8. 2015, 3061-17/2015-34 z dne 20. 8. 2015, 3061-17/2015-35 z dne 24. 8. 2015 in 3061-17/2015-36 z dne 25. 8. 2015.

<sup>30</sup> HHI se izračuna tako, da se seštejejo kvadrati posameznih tržnih deležev vseh podjetij na trgu. Znaša lahko malo nad 0 (na trgu neštevilnih ponudnikov) do 10.000 v primeru monopolov. Pri izračunu pa je izjemno pomemben tudi t.i. prirast-delta, ki kaže spremembo spremembo v tržni situaciji, ki jo povzroči zadevna koncentracija, če je HHI manj kot 1.000 ali indeks HHI med 1.000 in 2.000 in delta pod 250 bodo horizontalno koncentracijo odobrili, ker je malo verjetno, da bi negativno vplivala na upošteveni trg.

proizvodov.

62. Glede na navedeno in v skladu z 18. odstavkom Smernic o presoji horizontalnih združitvev na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij<sup>31</sup> (v nadaljevanju: Horizontalne smernice), ki določa, da se pri koncentracijah, pri katerih skupni tržni delež v koncentraciji udeleženih podjetij na določenem trgu ne presega 25 %, zaradi nizkega tržnega deleža domneva, da koncentracija ne more ovirati učinkovite konkurence in je zato skladna s pravili konkurence, Agencija zato ne izraža pomislekov glede predmetne koncentracije na veleprodajnem trgu potrošniških elektronskih proizvodov v Republiki Sloveniji.

### C2: Horizontalni učinki na veleprodajnem trgu IT proizvodov

63. Prevzeto podjetje na veleprodajnem trgu IT proizvodov svoj promet (med drugim) dosega s prodajo artiklov blagovnih znamk HP, Asus, Dell, Acer, ... pri čemer je v letu 2014 doseglo promet v višini [REDACTED]. Navedene blagovne znamke po posameznih segmentih/izdelkih na maloprodajnih trgih dosegajo tržne deleže v okviru [REDACTED] pri čemer je treba upoštevati, da [REDACTED], (ii) da obstajajo številne prepoznavne konkurenčne blagovne znamke, kot so npr. Apple, Lenovo, Kindle, ..., ki na maloprodajni ravni dosegajo pomembne tržne deleže, katerih prevzeto podjetje v svojem portfelju nima, ter (iii) da asortiment prevzetega podjetja po vsej verjetnosti predstavlja zgolj cca. [REDACTED] celotnega upoštevnega trga.

Tabela 3: Prihodki od prodaje na veleprodajnem trgu IT proizvodov v EUR in tržni delež v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ter konkurentov v %

Podjetje	2012		2013		2014	
	Prihodki od prodaje (v EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (v EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (v EUR)	Tržni delež (%)
Skupina RAM	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
AVTERA	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Skupina	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Skupna velikost trga	210.000.000	100,00	210.000.000	100,00	210.000.000	100,00

Vir: Podatki priglasitelja, konkurentov in Statističnega urada Republike Slovenije<sup>32</sup>.

64. Glede na zgoraj navedeno prevzeto podjetje ocenjuje, da njen tržni delež na upoštevem trgu dosega [REDACTED] kar ob upoštevanju prodaje v letu 2014 pomeni, da celoten trg v letu 2014 znaša cca [REDACTED].

65. Izmed vseh naštetih blagovnih skupin se asortiment Skupine Ram in Avtere prekriva pri računalniški periferiji, tablicah brez reže za SIM kartico, televizorjih ter programski opremi, pri čemer ocenjeni tržni delež Skupine Ram znaša manj kot [REDACTED]. Posledično koncentracija na navedenem trgu ne bo spremenila razmerij moči konkurentov na trgu in posledično ne bi imela negativnih učinkov na konkurenco na upoštevem trgu.

66. Tržna koncentracija sporoča stopnjo skoncentriranosti na veleprodajnem trgu IT proizvodov v Republiki Sloveniji. Za merjenje stopnje koncentracije se uporablja indeks Herfindahl – Hirschman (HHI)<sup>33</sup>, ki v danem primeru pred koncentracijo znaša  $HHI = 1.099,82$ , kar

<sup>31</sup> UL C 31, 5. 2. 2004, str. 5–18.

<sup>32</sup> Ibidem 29.

<sup>33</sup> Ibidem 30.

pomeni, trg z visoko stopnjo konkurence. Tudi po koncentraciji ne prihaja do večjih sprememb saj je HHI = 1.172,37 ( $\Delta$ HHI = 72,55), kar predstavlja vrednost, pri kateri ne gre za visoko stopnjo koncentracije na veleprodajnega trga IT proizvodov.

67. Glede na navedeno in v skladu z 18. odstavkom Horizontalnih smernic, ki določa, da se pri koncentracijah, pri katerih skupni tržni delež v koncentraciji udeleženih podjetij na določenem trgu ne presega 25 %, zaradi nizkega tržnega deleža domneva, da koncentracija ne more ovirati učinkovite konkurence in je zato skladna s pravili konkurence, Agencija zato ne izraža pomislekov glede predmetne koncentracije na veleprodajnem trgu IT proizvodov v Republiki Sloveniji.

### C3: Horizontalni učinki na veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov in opreme

68. Horizontalno prekrivanje ponudbe med obema v koncentracijama udeleženi subjektoma je tudi na predmetnem trgu omejeno, saj podjetje AVTERA ne prodaja mobilnih telefonov in tablic s SIM režo, v svoji ponudbi pa ima stacionarne telefone, kar predstavlja le manjši del asortimenta Skupine Ram na upoštevem trgu<sup>34</sup>. Po mnenju priglasitelja koncentracija kljub minimalnemu prekrivanju na upoštevem trgu ne more voditi do negativnih učinkov.

Tabela 4: Prihodki od prodaje na veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov in opreme v EUR in tržni delež v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ter konkurentov v %

Podjetje	Prihodki od prodaje (EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (EUR)	Tržni delež (%)
Skupina RAM						
AVTERA						
Skupaj						
Cena velikosti trga	135.000.000	100,00	122.000.000	100,00	200.000.000	100,00

Vir: Podatki priglasitelja, konkurentov in Statističnega urada Republike Slovenije<sup>35</sup>.

69. Priglasitelj se je pri oceni v osnovi zanašal na meritve [redacted] ki merijo vrednost prodaje mobilnih telefonov in tablic v maloprodaji. Ob upoštevanju predvidenih povprečnih marž na veleprodajnem in maloprodajnem trgu, je omenjene podatke prilagodil in pripravil oceno velikosti veleprodajnega trga obeh izmed blagovnih skupin.

70. Pri preostalih blagovnih skupinah na upoštevem trgu iz svojega asortimenta (to je (i) STB napravah, (ii) modemih in (iii) dodatni opremi), priglasitelj takšnih meritev nima in se je pri podajanju svoje ocene zanašal na kombinacijo treh parametrov: [redacted]

<sup>34</sup> Skupina Ram na veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov in opreme ponuja: (i) mobilne telefone, (ii) Set top box (STB) naprave, (iii) Modeme, (iv) Tablice z režami za SIM kartice, (v) dodatno opremo in (vi) stacionarne IP telefone..

<sup>35</sup> Ibidem 29.

71. V segmentu (iv) IP telefonije, je priglasitelj ocenil, da njegov tržni delež znaša približno [redacted] na osnovi letnega prometa, ki ga dosega z IP telefonijo, je nato izdelal končno oceno velikosti segmenta.

72. Na podlagi navedenega, je priglasitelj ocenil velikost posameznih blagovnih skupin, zaokrožen seštevek zneskov pa podal kot oceno velikosti celotnega upoštevnega trga<sup>38</sup>.

73. Tržna koncentracija sporoča stopnjo skoncentriranosti na veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov in opreme v Republiki Sloveniji. Za merjenje stopnje koncentracije se uporablja indeks Herfindahl – Hirschman (HHI)<sup>39</sup>, ki v danem primeru pred koncentracijo znaša  $HHI = 1.232,71$  kar pomeni, trg z visoko stopnjo konkurence. Tudi po koncentraciji ne prihaja do večjih sprememb saj je  $HHI = 1.232,71$  ( $\Delta HHI = 0,00$ ), kar predstavlja vrednost, pri kateri ne gre za visoko stopnjo koncentracije na veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov in opreme, vrednost HHI pa se ni spremenila.

74. Agencija glede na navedeno ugotavlja, da na trgu ni izkazan sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence, saj HHI ne izraža pomislekov glede predmetne koncentracije na veleprodajnem trgu telekomunikacijskih proizvodov v Republiki Sloveniji.

#### C4: Horizontalni učinki na veleprodajnem trgu električnih proizvodov

75. Veleprodajni trg električnih proizvodov je skladno z definicijo Evropske komisije izjemno širok trg, pri čemer prevzeto podjetje pokriva zgolj distribucijo določenih izdelkov, in sicer klimatske naprave, pralne in sušilne stroje, hladilnike in mikrovalovne pečice. Iz navedenega sledi, da prevzeto podjetje ne nastopa na precejšnjem delu trga, saj ne distribuira, na primer, pomivalnih strojev, zamrzovalnikov, naprav za kuhanje ali električnih proizvodov za uporabo na vrtu, ...

Tabela 5: Prihodki od prodaje na veleprodajnem trgu električnih proizvodov v EUR in tržni delež v koncentraciji udeleženi in z njimi povezani podjetji ter konkurentov v %

	2017	2017	2017	2017	2017	2017
Podjetje	Prihodki od prodaje (EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (EUR)	Tržni delež (%)	Prihodki od prodaje (EUR)	Tržni delež (%)
Skupina RMM	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
AVTERA	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
SKUPAJ	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Ocena velikosti trga	10.000.000	100,00	10.000.000	100,00	10.000.000	100,00

Vir: Podatki priglasitelja, konkurentov in Statističnega urada Republike Slovenije<sup>40</sup>.

#### 38 Ocena velikosti posameznih blagovnih skupin:

Blagovna skupina	Podjetje	Podjetje	Podjetje
Telefoni	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Tablice	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Modemi	[redacted]	[redacted]	[redacted]
STB naprava	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Dodatna oprema	[redacted]	[redacted]	[redacted]
IP Telefonija	[redacted]	[redacted]	[redacted]
SKUPAJ	[redacted]	[redacted]	[redacted]

<sup>39</sup> Ibidem 30.

<sup>40</sup> Ibidem 29.

76. Priglasitelj nima vpogleda v prodajne podatke posameznih segmentov navedenih proizvodov, vendar ocenjuje, da njun asortiment predstavlja na maloprodajnem trgu električnih proizvodov dobavitelja [REDACTED] glede na vrednost prodaje, skupen tržni delež nižji od [REDACTED] je za celoten upošteveni relevantni trg za leto 2014 mogoče podati oceno o obsegu v višini [REDACTED]
77. Izmed vseh naštetih blagovnih skupin se asortiment Skupine RAM in podjetja AVTERA prikriva zgolj minimalno, pri čemer imata obe v koncentraciji udeleženi podjetji [REDACTED] tržni delež tako da je posledično tudi skupen tržni delež zanemarljiv, konkurenčno stanje na trgu pa se ne bo spremenilo.
78. Tržna koncentracija sporoča stopnjo skoncentriranosti na veleprodajnem trgu električnih proizvodov v Republiki Sloveniji. Za merjenje stopnje koncentracije se uporablja indeks Herfindahl – Hirschman (HHI)<sup>41</sup>, ki v danem primeru pred koncentracijo znaša  $HHI = 1.432,81$  kar pomeni, trg z visoko stopnjo konkurence. Tudi po koncentraciji ne prihaja do večjih sprememb saj je  $HHI = 1.433,19$  ( $\Delta HHI = 0,38$ ), kar predstavlja vrednost, pri kateri ne gre za visoko stopnjo koncentracije na veleprodajnem trgu električnih proizvodov, vrednost HHI pa je praktično nespremenjena.
79. Glede na navedeno in v skladu z 18. odstavkom Horizontalnih smernic, ki določa, da se pri koncentracijah, pri katerih skupni tržni delež v koncentraciji udeleženih podjetij na določenem trgu ne presega 25 %, zaradi nizkega tržnega deleža domneva, da koncentracija ne more ovirati učinkovite konkurence in je zato skladna s pravili konkurence, Agencija zato ne izraža pomislekov glede predmetne koncentracije na veleprodajnem trgu IT proizvodov v Republiki Sloveniji.

#### Vstopne ovire

80. Priglasitelj meni, da na vstop ali umik s trga vplivajo predvsem splošne ekonomske razmere v družbi, ki hkrati poganjajo tehnološki napredek in razvoj tehnologije. Skladno z razvojem družbe in potrebami po večji informatizaciji tako vsakdanjih kot tudi specializiranih opravil, raste oziroma pada tudi povpraševanje po takšnih produktih.
81. Priglasitelj navaja, da se podjetja za vstop na trg odločijo predvsem v obdobju, ko pride do hitrega in nenadnega razvoja, saj ima trg v teh trenutkih največji potencial rasti. Nasprotno se bodo podjetja postopoma umikala s trga, kadar bo povpraševanje po tehnoloških produktih padlo, saj bodo dolgoročno najverjetneje preživela le podjetja z izjemno dobro stroškovno učinkovitostjo in optimiziranimi dobavnimi sistemi.
82. Ob morebitnem interesu za vstop na trg priglasitelj ne vidi nikakršnih posebnih pravnih ovir, ki bi bile specifične za vstop na upoštevene trge, prav tako omejen dostop do virov nabave. Prav tako priglasitelj ni seznanjen, da bi bile na trgu prisotne kakršnekoli omejitve industrijske lastnine, ki bi lahko na upoštevnih trgih kakorkoli omejevale poslovanje potencialnega vstopnika.
83. Agencija glede na gornje navedbe v sklopu vstopnih ovir ne izraža pomislekov glede predmetne koncentracije na relevantnih upoštevnih veleprodajnih trgih proizvodov v Republiki Sloveniji.

<sup>41</sup> Ibidem 30.



#### IV. ZAKLJUČEK

84. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije in na podlagi podatkov, ki jih je Agencija pridobila iz javno dostopnih evidenc, Agencija ugotavlja, da koncentracija podjetij JANUS TRADE in AVTERA ne bo imela za posledico ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja na kateremkoli od horizontalno povezanih trgov, na katerih so prisotna v koncentraciji udeležena podjetja in z njimi povezana podjetja, imela negativne učinke na konkurenco na upoštevni trgih, zato ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Agencija zato koncentraciji na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOmK-1 ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

85. Odločba je izdana v dveh izvornikih od katerih enega prejme priglasitelj koncentracije in enega hrani Agencija.

#### V. OBJAVA IZREKA ODLOČBE

86. Na podlagi petega odstavka 22. člena ZPOmK-1 se izrek odločbe objavi na spletni strani Agencije.

#### VI. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

87. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku<sup>42</sup> mora organ odločiti o stroških postopka. Glede na to, da posebni stroški v postopku niso nastali, je organ odločil, kot izhaja iz tretje točke izreka.

#### POUK O PRAVNEM SREDSTVU:

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču Republike Slovenije, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vloži pri sodišču ali pa se pošlje po pošti. Šteje se, da je bila tožba vložena pri sodišču listi dan, ko je bila priporočeno oddana na pošto.

Postopek vodil:  
Marko Ežer

Andrej Krašek  
PREDSÉDNIK SENATA

#### Vročiti:

- JANUS TRADE, trgovina in storitve, d.o.o., Koroška cesta 53C, Kranj, po pooblastilu: Odvetniška pisarna SCHÖNHERR – podružnica v Sloveniji, odvetnica Eva Škufca, Tomšičeva 3, Ljubljana – osebno po ZUP.

#### Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

#### Objaviti:

- Izrek odločbe se objavi na spletni strani Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence.

<sup>42</sup> Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, 105/06-ZUS-1, 126/07, 65/08, 47/09 Odl.US: U-I-54/06-32 (48/09 popr.), 8/10 in 82/13.

