



**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: 3061-15/2021-29

Datum: 22. 10. 2021

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata ter ob sodelovanju mag. Karle Pinter in Francija Pušenjaka kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij KOMPAS SHOP, trgovina, d.d., Šmartinska cesta 52, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: KOMPAS SHOP), ki ga zastopa direktor Primož Kramar, in REGAL-GEBR. HEINEMANN, trgovina in zastopanje d.o.o., (v nadaljevanju: REGAL GH), Bleiweisova cesta 30, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa direktor Janach Friedrich, na nejavni seji dne 22. 10. 2021 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij KOMPAS SHOP, trgovina, d.d., Šmartinska cesta 52, 1000 Ljubljana, in REGAL-GEBR. HEINEMANN, trgovina in zastopanje d.o.o., Bleiweisova cesta 30, 1000 Ljubljana, 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 26. 7. 2021² prejela priglasitev koncentracije podjetij KOMPAS SHOP in REGAL GH. Koncentracijo je priglasilo podjetje KOMPAS SHOP (v nadaljevanju tudi: priglasitelj).
2. Predmet koncentracije je nakup 100 % poslovnega deleža podjetja REGAL GH, ki ga bo podjetje KOMPAS SHOP pridobilo na podlagi Pogodbe o nakupu in prenosu poslovnega deleža z dne 22. 7. 2021 (v nadaljevanju: pogodba), sklenjene med podjetjem Gebr. Heinemann SE & Co. KG s sedežem v Nemčiji kot prodajalcem in podjetjem KOMPAS SHOP kot kupcem. Na podlagi navedene pogodbe bo podjetje KOMPAS SHOP pridobilo izključno kontrolo nad podjetjem REGAL GH³.
3. Priglasitelj je navedel, da je prevzel le maloprodajno dejavnost podjetja REGAL GH v 9 obmejnih trgovinah (brez trgovine na letališču Jožeta Pučnika v Ljubljani in veleprodajne dejavnosti).⁴ Iz pogodbe izhaja, da je bil obstoječi družbenik podjetja REGAL GH pred

¹ 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, 33/14, 76/15 in 23/17.

² Dokument št. 3061-15/2021-1.

³ Dokument št. 3061-15/2021-1, priloga 1.

⁴ Dokument št. 3061-15/2021-1, točka 8.

posredno obvladuje, to so podjetja KOMPAS SHOP, INDUPLATI, d.d. (v nadaljevanju: INDUPLATI)¹⁷ STOL¹⁸, KOMPAS INT d.d.¹⁹, SLUŽBA PROTOKOLA d.o.o.²⁰, KOMPAS YACHTING d.o.o.²¹, GL KOMPAS GORNJI PETROVCI d.o.o.²², AMETELKO d.o.o.²³, FUŽINA3 d.o.o.²⁴, PROALTIA, PRIMOPRO d.o.o.²⁵, STANINVEST d.o.o.²⁶, AJDOVŠČINA d.o.o.²⁷, AS57, d.o.o.²⁸, Z12 d.o.o.²⁹, PHANTASOS³⁰ d.o.o., MORPHEUS d.o.o. VILA GASNER d.o.o.³¹, HABIT d.o.o.³² in ASTRA REAL d.o.o.³³.

9. Podjetje REGAL GH se podobno kot priglasiatelj ukvarja pretežno z maloprodajo trgovskega blaga v devetih obmejnih trgovinah, ki so locirane na mejnih cestnih prehodih z Italijo, Avstrijo, Hrvaško in Madžarsko. Tudi v teh se največ prodaje nanaša na tobačne izdelke (v povprečju ■ % prihodkov iz naslova maloprodaje). Poleg navedenega ponuja še kozmetiko, pijače, oblačila in obutev, vinjete. Kot je že navedeno sta se podjetji KOMPAS SHOP in REGAL GH pred prevzemom dogovorili, da bo priglasiatelj prevzel le dejavnost maloprodaje na devetih obmejnih lokacijah (brez brezcarinske prodaje na letališču Jožeta Pučnika Ljubljana in brez veleprodaje)³⁴.
10. Podjetje REGAL GH je bilo pred prevzemom v lasti podjetja Gebr. Heinemann SE & Co. KG s sedežem v Nemčiji in nima odvisnih družb.
11. Priglasiatelj je podal tudi gospodarsko utemeljitev zadevne koncentracije in navaja, da so kljub precejšnji negotovosti glede bodočega poslovanja, v podjetju KOMPAS SHOP ocenili, da bi z večjim obsegom poslovanja lažje prestali zahtevne poslovne razmere. Na podlagi navedenega so se odločili za nakup podjetja REGAL GH oziroma njegovega poslovanja v devetih obmejnih trgovinah. Priglasiatelj navaja, da se trgovine podjetja REGAL GH v glavnem nahajajo na drugih lokacijah kot trgovine podjetja KOMPAS SHOP in si večinoma ne konkurirajo med seboj³⁵.

¹⁷ Podjetje INDUPLATI je dejavno predvsem na področju upravljanja stavb in oddajanja nepremičnin (Vir: Odločba Agencije št. 3061-1/2021-54).

¹⁸ Podjetje STOL je glavino prihodkov v letu 2019 ustvarilo z oddajanjem nepremičnin v najem in prodajo proizvodov in materiala iz starih zalog (Vir: Odločba Agencije št. 3061-1/2021-54).

¹⁹ Glavna dejavnost podjetja KOMPAS INT d.d. je oddajanje nepremičnin v najem (Vir: Odločba Agencije št. 3061-1/2021-54).

²⁰ Podjetje SLUŽBA PROTOKOLA d.o.o. se ukvarja z dajanjem lahkih motornih vozil v najem in zakup.

²¹ Podjetje Kompas Yachting d.o.o. se ukvarja predvsem s trgovinsko dejavnostjo znotraj skupine (veleprodaja trgovskega blaga znotraj skupine). V letu 2019 je podjetje ustvarilo 142 tisoč EUR prihodkov v letu 2020 pa zgolj 40 tisoč EUR.

²² Podjetje GL KOMPAS GORNJI PETROVCI d.o.o. opravlja dejavnost vzdrževalnih del in hišniške dejavnosti (2019 158 tisoč EUR prometa, 2020: 131 tisoč EUR prometa).

²³ Podjetje AMETELKO d.o.o. se ukvarja s proizvodnjo vodnih turbin in inženirsko dejavnostjo (Vir: Odločba Agencije št. 3061-1/2021-54).

²⁴ Podjetje FUŽINA3 d.o.o. v letih 2019 in 2020 ni ustvarjalo čistih prihodkov od prodaje.

²⁵ Podjetje PRIMOPRO je v izključni lasti podjetja PROALTIA. Podjetje PRIMOPRO ni dejavno na trgu in večino prihodkov po podatkih iz letnega poročila za leto 2019 (2019: 30.870 EUR, 2020: 26.280 EUR) ustvarja s prodajo storitev znotraj skupine (marketing, svetovanje, inženiring).

²⁶ Podjetje STANINVEST je hčerinsko podjetje podjetja KOMPAS SHOP (100 % poslovni delež). Glavino prihodkov ustvari z opravljanjem upravnih storitev ■■■■■ preostali del prihodkov pa iz naslova oddajanja nepremičnin v najem.

²⁷ Podjetje AJDOVŠČINA d.o.o. je hčerinsko podjetje podjetja KOMPAS SHOP (100 % poslovni delež). Podjetje ni dejavno na trgu.

²⁸ Podjetje AS57 d.o.o., ki se ukvarja z oddajanjem nepremičnin in parkirišč v najem, je hčerinsko podjetje podjetja KOMPAS SHOP (100 % poslovni delež).

²⁹ Z dnem 18. 3. 2020 je podjetje KOMPAS SHOP postalo 100 % lastnik podjetja Z12 d.o.o. Slednje se ukvarja z oddajanjem nepremičnin v najem.

³⁰ Glavna dejavnost podjetja PHANTASOS, ki je hčerinsko podjetje podjetja KOMPAS SHOP (100 % poslovni delež), je podjetniško in poslovno svetovanje.

³¹ Podjetje VILA GASNER d.o.o. je hčerinsko podjetje podjetja STANINVEST (100 % poslovni delež). Edini vir prihodkov tega podjetja predstavlja oddajanje nepremičnin v najem.

³² Glavna dejavnost podjetja Habit d.o.o., ki je hčerinsko podjetje podjetja MORPHEUS (82 % poslovni delež) je upravljanje stavb in oddajanje nepremičnin v najem.

³³ Glavna dejavnost podjetja ASTRA REAL d.o.o. je opravljanje računovodskih in knjigovodskih storitev ter storitev davčnega svetovanja (Vir: Odločba Agencije št. 3061-1/2021-54).

³⁴ Dokument št. 3061-15/2021-1, priloga 1.

³⁵ Dokument št. 3061-15/2021-1.

A Koncentracija

12. 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 skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.
13. 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. Kontrola je lahko izključna ali skupna, ko morata dve ali več podjetij pri sprejemanju strateških poslovnih odločitev skupnega podjetja medsebojno sodelovati in doseči skupni dogovor.
14. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij in s tem obveznost priglasitve nastala dne 22. 7. 2021 s sklenitvijo pogodbe, na podlagi katere je podjetje KOMPAS SHOP pridobilo 100 % lastniški delež v podjetju REGAL GH ter s tem neposredno (izključno) kontrolo nad njim. Predmet koncentracije je le maloprodajna dejavnost podjetja REGAL GH v devetih obmejnih trgovinah, brez veleprodaje in prostocarinske prodaje na letališču Jožeta Pučnika Ljubljana, saj je bil lastnik podjetja REGAL GH pred prevzemom dolžan izločiti dejavnosti, ki niso predmet prevzema.
15. Takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, ki določa, da gre za koncentracijo pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer ko eno ali več podjetij bodisi z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij.
16. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 pomeni tako imenovani pravni pogoji, ki je poleg izpolnjevanja ekonomskega pogoja, določenega v prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1, nujni opredelilni element koncentracije. Če sta izpolnjena oba pogoja, nastane obveznost priglasitve in presoje po ZPOmK-1.

B Preseganje pragov po prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1

17. 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 koncentraciji 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.
18. Priglasitelj je za podjetja udeležena v koncentraciji Agenciji predložil podatke o letnem prometu za leti 2019 in 2020.³⁶ Iz predloženih nerevidiranih finančnih podatkov priglasitelja za leto 2020 in javno objavljenih revidiranih letnih poročil za leto 2019 izhaja, da je znašal letni promet podjetja KOMPAS SHOP in z njim povezanih podjetij v letu 2020 na trgu

³⁶ Prečiščeno obvestilo Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (2008/C 95/1), odstavek 170, določa, da se kadar pride do koncentracije podjetij v začetku leta, ko revidirani računovodski izkazi za zadnje računsko leto še niso na voljo, upoštevajo podatki, ki se nanašajo na leto pred tem (razen če pride do prevelikih razlik med obema sklopoma podatkov in je uprava že potrdila končni osnutek podatkov za zadnje leto). Po novi organizacijski strukturi nastali zaradi lastniških sprememb v skupni podjetij povezanih s priglasiteljem, je najvišje postavljeno podjetje AKUSTIKA GROUP, za katero se za leto 2020 sestavlja tudi revidirano konsolidirano letno poročilo. Priglasitelj pojasnjuje, da je podjetje KOMPAS SHOP v revidiranih konsolidiranih računovodskih izkazih Skupine AKUSTIKA GROUP vključeno zgolj od junija do konca leta 2020, zato je Agencija upoštevala nerevidirane podatke o letnem prometu s priglasiteljem povezanih podjetij za leto 2020 iz priglasitve.

Republike Slovenije ■ mio EUR (2019: ■ mio EUR)³⁷, letni promet, ki ga je v istem letu na trgu Republike Slovenije ustvarilo podjetje REGAL GH, pa je znašal ■ mio EUR (2019: ■ mio EUR)³⁸. Navedeno pomeni, da je v obravnavanem primeru 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 trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.

19. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru koncentracije podjetij KOMPAS SHOP in REGAL GH sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1.

C Pristojnost Agencije

20. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe o združitvi ES nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostjo EU. Dolžnost Agencije torej je, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.³⁹
21. 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.
22. Priglasitelj je navedel, da priglašena koncentracija po nobenem od kriterijev Uredbe o združitvi ES nima razsežnosti EU. Agencija na podlagi predloženih podatkov priglasitelja ugotavlja, da skupni čisti prihodki od prodaje v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij na svetovnem trgu v letu 2020 znašajo okoli ■ mio EUR.⁴⁰ Ker vsa v koncentraciji udeležena podjetja na svetovnem trgu ne ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa, koncentracija ne dosega pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. Ker vsa v koncentraciji udeležena podjetja na svetovnem trgu ne ustvarijo tudi več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, koncentracija ne dosega pragov niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah. Ker 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.

³⁷ Dokument št. 3061-15/2021-9.

³⁸ Dokument št. 3061-15/2021-1, točka 2.5 (promet zajema le maloprodajo brez prodaje na letališču Jožeta Pučnika Ljubljana in veleprodaje, ker slednje niso predmet koncentracije).

³⁹ Glej sodbo Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zodl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

⁴⁰ Dokument št. 3061-15/2021-1, str. 13.

II. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni ter geografski trg

23. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s 7. točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali 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.
24. 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 proizvodnem oziroma storitvenem 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 upoštevnege geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
25. Pri presoji koncentracije je Agencija ugotavljala, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih, za vertikalne koncentracije pa štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige.
26. Podjetje KOMPAS SHOP in z njim povezana podjetja ustvarjajo prihodke na trgu Republike Slovenije predvsem z opravljanjem naslednjih dejavnosti: (i) trgovina na debelo in drobno predvsem s tobačnimi izdelki, pa tudi s kozmetiko, živili, pijačami, tekstilom, obutvijo, galanterijo ter igračam, (ii) trženjem nepremičnin, (iii) oddajanjem nepremičnin v najem, (iv) upravljanjem stavb.
27. V celotni skupini prevzemnih podjetij se s trgovsko dejavnostjo ukvarjata večinoma le podjetji KOMPAS SHOP in AKUSTIKA GROUP⁴¹, ki sta v letu 2020 skupaj ustvarili okoli [redacted] mio EUR prihodkov od prodaje trgovskega blaga in materiala (2019: [redacted] mio EUR), od tega je pretežni del prodaje ustvarilo podjetje KOMPAS SHOP v maloprodajnih obmejnih trgovinah na območju Republike Slovenije. V maloprodajni dejavnosti podjetja KOMPAS SHOP predstavljajo največji del prodaje tobačni izdelki (povprečni delež prodaje za zadnja štiri leta je [redacted] %), pomembnejše skupine blaga pa so še kozmetika ([redacted] %), vinjete ([redacted] %), živila ([redacted] %), pijače ([redacted] %), oblačila ([redacted] %), preostale ([redacted] %) maloprodaje pa predstavlja prodaja ostalega blaga (oprema doma, igrače, pripomočki in dodatki, pohištveni tekstil, in ostalo). Podjetje KOMPAS SHOP geografsko gledano pretežni del maloprodaje (približno [redacted] %) ustvari v svojih trgovinah ob avstrijsko-slovenski meji, drugo po velikosti pa je področje ob italijansko-slovenski meji, kjer ustvari približno [redacted] % maloprodaje. Iz priglasitve izhaja, da je podjetje KOMPAS SHOP zaradi epidemije v letu 2020 v svojih trgovinah zabeležilo precejšen upad prodaje⁴².
28. Podjetje KOMPAS SHOP v veleprodajni dejavnosti ni prisotno v znatnem obsegu, saj je v letu 2020 iz naslova veleprodaje ustvarilo le [redacted] EUR prihodkov, kar je približno [redacted] % celotne prodaje⁴³. Veleprodajna dejavnost podjetja KOMPAS SHOP se nanaša na

⁴¹ V manjšem obsegu se s trgovsko dejavnostjo ukvarja še podjetje KOMPAS YACHTING, ki je eden manjših dobaviteljev podjetja KOMPAS SHOP, kateremu občasno dobavi tekstil in modne dodatke. Obseg tega veleprodajnega poslovanja v preteklih treh letih v povprečju ni presegel 50 tisoč EUR. Drugih veleprodajnih kupcev podjetja KOMPAS YACHTING nima.

⁴² Dokument št. 3061-15/2021-1, točka 6.1.

⁴³ Med večjimi kupci v veleprodajni dejavnosti podjetja KOMPAS SHOP sta podjetji "Ternik-Žohar", ki se med drugim ukvarjata z gostinstvom in prav tako maloprodajo ter podjetji Petrol d.d. in PANAL, trgovinska družba d.o.o.

oskrbovanje drugih trgovin na območju Republike Slovenije, ki jim dobavlja večinoma tobačne izdelke⁴⁴. Podjetje KOMPAS SHOP je v preteklih letih v manjši meri tobačne izdelke in vinjete dobavljal tudi prevzetemu podjetju⁴⁵, pri čemer pa je bila dobava blaga podjetju REGAL GH v letu 2020 prekinjena⁴⁶.

29. Podjetje AKUSTIKA GROUP je po podatkih iz priglasitve skoraj celotno svojo prodajo realiziralo [REDACTED], kateremu v pretežni meri dobavlja cigarete proizvajalca [REDACTED] ter občasno [REDACTED], v zadnjem poslovnem letu pa se je večina dobav nanašala izključno na [REDACTED]. [REDACTED] podjetja AKUSTIKA GROUP znaša le približno [REDACTED] EUR letno in se nanaša tako na veleprodajo kot tudi na maloprodajo⁴⁷. Podjetje AKUSTIKA GROUP se v okviru svoje trgovinske dejavnosti med drugim ukvarja z uvozom, prodajo, servisom mobilne telefonije ter sklepanjem naročniških razmerij⁴⁸.
30. Podjetje REGAL GH se prav tako kot priglasitelj ukvarja s prodajo trgovskega blaga v 9. obmejnih trgovinah. Tudi v prevzetih trgovinah podjetja REGAL GH je delež prodaje tobačnih izdelkov največji ([REDACTED] % v povprečju zadnjih štirih let), večji delež v prodaji pa imajo še kozmetika ([REDACTED] %), pijače ([REDACTED] %), živila ([REDACTED] %), in oblačila ([REDACTED] %). Podjetje prav tako prodaja še vinjete, pri čemer je cena slednjih določena v skladu z Uredbo o cestninskih cestah in cestnini⁴⁹ in je na celotnem območju RS enaka saj se vinjete razlikujejo le glede na obdobje veljavnosti (tedenska, mesečna, polletna, letna vinjeta) in cestninski razred.
31. Podjetje REGAL GH ima maloprodajo geografsko gledano precej razpršeno. Največji del maloprodaje ustvari na ob avstrijsko-slovenski meji ([REDACTED] %), drugo po velikosti je področje ob hrvaško-slovenski meji ([REDACTED] % maloprodaje), tretje področje ob madžarsko-slovenski meji ([REDACTED] % prodaje) ter četrto področje ob italijansko-slovenski meji ([REDACTED] % maloprodaje). Trgovine podjetja REGAL GH so v večji meri locirane na drugih mejnih prehodih kot so trgovine KOMPAS SHOP, do prekrivanja s podjetjem KOMPAS SHOP prihaja le v Gornji Radgoni (1 trgovina ob SLO-AVT meji) in na Škofijah (1 trgovina ob SLO-ITA meji), pri čemer ima podjetje KOMPAS SHOP trgovino na Škofijah pri izstopu iz države. Poleg navedenega je podjetje REGAL GH opravljalo tudi dejavnost maloprodaje v brezcarinskih prodajalnah na letališču Jožeta Pučnika Ljubljana ter veleprodajo trgovskega blaga podjetju J.P. Mednarodni Aerodrom Sarajevo, kar pa kot je predhodno že navedeno ni predmet zadevne koncentracije.⁵⁰
32. Priglasitelj navaja, da se največji del prodajnega programa podjetij REGAL GH in KOMPAS SHOP (tobak, kozmetika, oblačila, hrana, pijača) prodaja v okviru dejavnosti nespecializirane trgovine na drobno (47.1) na območju Republike Slovenije, kar je priglasitelj upošteval pri opredelitvi upoštevnega storitvenega in geografskega trga. Nadalje je nakazal tudi možnost delitve trgovskega blaga po blagovnih skupinah in sicer tistih, ki predstavljajo večino prodajnega programa v podjetjih REGAL GH in KOMPAS SHOP. Kot ključne skupine, kjer prihaja do prekrivanja dejavnosti zadevnih podjetij je opredelil predvsem tobačne izdelke, v manjši meri pa še kozmetiko, oblačila, hrano, pijačo.
33. Agencija je pri določitvi upoštevnega proizvodno/storitvenega trga sledila praksi Evropske komisije, ki je trg brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje, kjer prihaja do prekrivanja dejavnosti zadevnih podjetij, opredelila kot ločen trg od ostale maloprodaje, ki je geografsko lahko širši od nacionalnega trga (na ravni EU/EGP).

⁴⁴ Prihodki veleprodajna dejavnost KOMPAS SHOP (2020: [REDACTED] tisoč EUR od tega prodaja tobaka [REDACTED] tisoč EUR, 2019: [REDACTED] tisoč EUR, od tega prodaja tobaka [REDACTED] tisoč EUR)

⁴⁵ V obdobju 2017-2019 je nabava podjetja REGAL GH pri KOMPAS SHOP znašala okoli [REDACTED] tisoč EUR letno, v letu 2020 pa okoli [REDACTED] tisoč EUR (Priglasitev točka 6.2.6.2.)

⁴⁶ Dokument št. 3061-15/2021-1.

⁴⁷ Med veleprodajnimi kupci je po podatkih priglasitve poleg [REDACTED] še podjetje [REDACTED] s Dokument št. 3061-15/2021-1.

⁴⁸ Vir: Spletna stran podjetja Akustika Group. Dostopno na: O podjetju (<https://www.akustikagroup.si>) [30. 8. 2021].

⁴⁹ Uradni list RS št. 77/16, 63/17, 14/18, 74/18, 78/19 in 105/20.

⁵⁰ Dokument št. 3061-15/2021-1.

Trg brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje

34. Brezcarinska⁵¹ in carinska potovalna maloprodaja poteka večinoma v potovalnih okoljih. Na nekaterih ozemljih se izraz "potovalna maloprodaja" uporablja tudi za prodajo proizvodov v potovalnem okolju, za katere se davki in dajatve še naprej plačujejo, čeprav stranka potuje na mednarodni ravni. To velja predvsem v Evropski uniji, kjer je bila prodaja proizvodov oproščenih plačila davkov strankam, ki potujejo v EU, ukinjena že leta 1999.
35. Evropska komisija upoštevnega storitvenega trga carinska in necarinska potovalna maloprodaja sicer ni dokončno opredelila, je pa nakazala možnosti nadaljnje delitve trga po produktnih skupinah in sicer (i) splošne maloprodajne potovalne storitve, (ii) moda & modni dodatki, (iii) alkohol & tobak, (iv) parfum & kozmetika, (v) sladkarije in glede na distribucijske kanale: (i) trgovine na kopnem, (ii) trgovine na letališčih, (iii) trgovine v pristaniščih, (iii) ostale trgovine.
36. V nasprotju s trgovinami na letališčih, ki so običajno brezcarinske, dostopne večinoma potnikom s kupljenimi vozovnicami in osebju, ki je prečkalo carino in letališko kontrolo, pa so trgovine na kopnem v pretežni meri podvržene carinskim dajatvam in dostopne tako potnikom, ki potujejo in imajo kupljeno vozovnico, kot tudi ostalim domačim in tujim čezmejnimi kupcem. Evropska komisija je v svojih preteklih odločitvah nakazala, da bi lahko letališka prodaja predstavljala ločen trg, saj se slednja nekoliko razlikuje od prodaje na kopnem. Poleg tega so letališke prodajalne večinoma locirane znotraj varnostno omejenih območij, letališka prodaja pa po podatkih Evropske komisije predstavlja največji del globalnega trga potovalne maloprodaje⁵². Evropska komisija še ugotavlja, da imajo kupci na letalih na voljo več časa za nakup, so bolj nagnjeni k potrošnji in kupujejo bolj impulzivno⁵³.
37. V prid širši opredelitvi trga je Evropska komisija navedla, da se podjetja, ki delujejo na trgu potovalne maloprodaje običajno ukvarjajo tako z letališko kot tudi s kopensko potovalno maloprodajo, ter brezcarinsko prodajo in prodajo podvrženo plačilu carine, poslovanje večine podjetij pa se nanaša na prodajo celotne košarice izdelkov in ne le ene produktne skupine⁵⁴. Komisija je dokončno opredelitev upoštevnega proizvodno/storitvenega trga pustila odprto⁵⁵.
38. Evropska komisija je v pretekli praksi pustila odprto tudi vprašanje glede dokončne geografske opredelitve trga, saj je ugotovila, da potrošniki med svojim potovanjem kupujejo proizvode preko različnih potovalnih maloprodajnih kanalov, pri čemer primerjajo cene tudi s pomočjo spletne tehnologije, tako da bi bil trg lahko opredeljen širše na ravni EU/EGP⁵⁶ ali celo na globalni ravni.⁵⁷
39. Agencija glede na navedeno meni, da bi bil lahko upošteveni storitveni trg brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje opredeljen širše (brez delitve po produktnih skupinah in distribucijskih kanalih), pri čemer bi geografsko lahko predstavljal območje Evrope. Ker pa v obravnavanem primeru natančna opredelitev upoštevnega storitvenega in geografskega trga ne spremeni presoje predmetne koncentracije, saj le-ta ne vzbuja pomislekov glede njene skladnosti s pravili konkurence, Agencija upoštevnega storitvenega in geografskega trga ni dokončno opredelila.

⁵¹ Brezcarinska prodaja je oproščena plačila nekaterih nacionalnih in lokalnih davkov in poteka običajno z zahtevo, da se blago lahko proda le potnikom, ki ga bodo odpeljali iz države in poteka v zelo reguliranem maloprodajnem okolju (Vir: Spletna stran Duty free world council).

⁵² Case No COMP/M.5123 - AUTOGRILL / WORLD DUTY FREE

⁵³ Case No COMP/M.5123 - AUTOGRILL / WORLD DUTY FREE

⁵⁴ Case No COMP/M.7622 - DUFY / WORLD DUTY FREE

⁵⁵ EGP združuje države članice EU, Islandijo, Liechtenstein in Norveško na skupni trg, ki ga urejajo ista osnovna pravila Vir: European Economic Area (EEA) / Relations with the EU | European Free Trade Association (efta.int) [31. 8. 2021].

⁵⁶ EGP združuje države članice EU, Islandijo, Liechtenstein in Norveško na skupni trg, ki ga urejajo ista osnovna pravila Vir: European Economic Area (EEA) / Relations with the EU | European Free Trade Association (efta.int) [31. 8. 2021].

⁵⁷ Npr. odločbi Evropske komisije št. COMP/M.7622 - DUFY / WORLD DUTY FREE z dne 5. 8. 2015, COMP/M.5123 - AUTOGRILL / WORLD DUTY FREE z dne 16. 5. 2008 in M.8382 - VINCI / DUFY / LFP z dne 5. 7. 2017 in COMP/M.7622 - DUFY / WORLD DUTY FREE.

40. Čeprav ima upoštevni storilveni trg brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje širšo geografsko dimenzijo, pa je Agencija, skladno s svojimi pristojnostmi iz 1. člena ZPOmK-1 v nadaljevanju analizirala učinke koncentracije na ozemlju Republike Slovenije, pri čemer se je osredotočila na segment maloprodaje tobačnih izdelkov, ki je del trga carinske in necarinske potovalne maloprodaje. Agencija ugotavlja, da je za vstop na trg maloprodaje tobačnih izdelkov potrebno pridobiti dovoljenje s strani Ministrstva za zdravje Republike Slovenije. Dovoljenje velja za 5 let od izdaje z možnostjo podaljšanja vsakokrat za pet let. Dovoljenje ni prenosljivo in ga je potrebno pridobiti za vsak poslovni prostor, kjer poteka prodaja tobačnih izdelkov. Iz javno dostopnega seznama izdanih dovoljenj za prodajo tobaka, tobačnih in povezanih izdelkov je razvidno, da obstaja razmeroma veliko število⁵⁸ (več kot pet tisoč) izdanih dovoljenj za prodajo tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije⁵⁹.
41. Kot izhaja iz priglasitve in dopolnitve priglasitve si konkurenti na območju Republike Slovenije ne konkurirajo s ceno tobačnih izdelkov⁶⁰, saj so cene tobačnih izdelkov enake in se spreminjajo zgolj ob spremembi trošarin, določenih po Zakonu o trošarinah⁶¹, ter v primeru, da ceno spremeni proizvajalec. Trgovci na spremembo cen nimajo vpliva, saj so cene tobačnih izdelkov regulirane s strani države, na ceno pa ima največji vpliv trošarina (davek), ki pa se po vrstah izdelkov enakomerno dviguje. Priglasitelj na podlagi navedenega ocenjuje, da koncentracija podjetij ne bo imela za posledico spremembe cen tobačnih izdelkov, saj se tobačni izdelki prodajajo le na prodajnih mestih, ki imajo dovoljenje za prodajo, cene tobačnih izdelkov pa so iz že navedenih razlogov enake na celotnem območju Republike Slovenije⁶².
42. Agencija ugotavlja, da so tobačni izdelki na območju Republike Slovenije večinoma cenejši kot v sosednjih državah, kar predstavlja konkurenčno prednost zadevnih podjetij, ki jo izkoristijo tako tujci, ki živijo blizu obmejnega območja, kot tudi vsi kupci v tranzitu, ki prihajajo ali odhajajo iz držav, kjer so ti izdelki dražji kot v Republiki Sloveniji. Poleg cene in priročnosti lokacij pa konkurenčno prednost po navedbah priglasitelja predstavlja tudi zelo širok asortima tobačnih izdelkov znanih blagovnih znamk, kot tudi lastnih blagovnih znamk, kupci pa istočasno kupijo še drugo blago iz prodajnega programa. Pri prodaji ostalega blaga so določene blagovne znamke in izdelki v prodajalnah obeh družb udeleženih v koncentraciji večinoma enake, podobna pa je tudi cenovna politika.

Vertikalni učinki

43. Agencija ugotavlja, da v zadevni koncentraciji prihaja do manjših vertikalnih povezav med trgoma brezcarinske in carinske potovalne veleprodaje in maloprodaje in znotraj tega med segmentom veleprodaje in maloprodaje tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije.
44. Agencija je prihodke, ki jih udeleženci koncentracije dosegajo na področju veleprodaje tobačnih izdelkov primerjala s podatki o obsegu celotne dejavnosti veleprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji, ki jih objavlja SURS⁶³ pri čemer je ugotovila, da bi bil povprečni tržni delež, združenega podjetja na segmentu veleprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji v obdobju 2019-2020 nižji od [REDACTED].
45. Ker pa veleprodajna dejavnost podjetja REGAL GH po podatkih iz priglasitve ni predmet zadevne koncentracije, podjetji KOMPAS SHOP in AKUSTIKA GROUP pa sta na področju veleprodaje tobačnih izdelkov dejavni v omejenem obsegu glede na celotne prihodke od

⁵⁸ Na dan 15.4.2021 jih je več kot 5870.

⁵⁹ Seznam-izdanih-dovoljenj-za-prodajo-tobaka-tobačnih-in-povezanih-izdelkov-15.04.2021.xls (live.com) [23. 9. 2021].

⁶⁰ Med tobačne izdelke so po Ztro-1 (Zakon o trošarinah) uvrščajo cigarete, cigarilosi, cigare in tobak za kajenje, elektronske cigarete, tobak za segrevanje, itd.

⁶¹ Uradni list RS št. 47/16.

⁶² Dokument št. 3061-15/2021-9.

⁶³ Tobačni izdelki veleprodaja SURS 2019: 714.950 tisoč EUR, 2020: 714.318 tisoč EUR (Tržni delež iz naslova veleprodaje v RS po ocenah priglasitelja [REDACTED])

prodaje⁶⁴, Agencija ugotavlja, da obravnavana koncentracija najverjetneje ne bo povzročila protikonkurenčnih vertikalnih učinkov, saj podjetja na področju veleprodaje tobaka izdelkov večino prihodkov ustvarijo na območju Republike Slovenije, kjer pa ne dosegajo znatne tržne moči, zato Agencija vertikalnih učinkov v nadaljevanju ne bo presojala. Tudi Evropska komisija enako ne izraža pomislekov glede vertikalnih učinkov, če bo tržni delež novega subjekta po združitvi na vsakem od zadevnih trgov znašal manj kot 30 %⁶⁵.

Horizontalni učinki

46. Agencija ugotavlja, da v obravnavani koncentraciji prihaja do horizontalnih prekrivanj dejavnosti med podjetji udeleženi v koncentraciji in sicer na upoštevem storitvenem trgu brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje in na ožjem segmentu tega trga, pri maloprodaji tobaka izdelkov v Republiki Sloveniji.
47. Glede na to, da podjetji KOMPAS SHOP in AKUSTIKA GROUP v nasprotju s svojimi konkurenti na trgu potovalne maloprodaje, večino prihodkov ustvarijo na trgu Republike Slovenije s prodajo tobaka izdelkov (podjetje KOMPAS SHOP: okoli ■ % maloprodaje, podjetje REGAL GH: okoli ■ % maloprodaje), je Agencija v nadaljevanju analizirala tudi horizontalne učinke na ožjem segmentu maloprodaje tobaka izdelkov v Republiki Sloveniji.

B 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 udeleženi podjetij, njihovo možnost za 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 upoštevanih 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. Horizontalne združitve lahko bistveno ovirajo učinkovito konkurenco v primeru, če so pred združitvijo v koncentraciji udeležena podjetja bližnji konkurenti in se s koncentracijo odstrani pomemben konkurenčen pritisk med njimi, kar bi posledično povečalo tržno moč združenega podjetja in škodovalo učinkoviti konkurenci.
50. Agencija je presojo koncentracije izvedla na podlagi javno dostopnih oz. drugih razpoložljivih podatkov, podatkov priglasiatelja, podatkov, ki jih je pridobila v okviru prejetih odgovorov od Evropskega združenja maloprodajne potovalne trgovine in odgovorov na vprašalnike, ki jih je posredovala dobaviteljem in konkurentom na trgu potovalne maloprodaje na območju Republike Slovenije.

Horizontalno prekrivanje dejavnosti udeležencev koncentracije na trgu brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje

■ Agencija je podatke o obsegu evropskega in globalnega trga brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje pridobila od Evropskega združenja potovalne maloprodajne trgovine (v nadaljevanju: ETRC), ki nam je posredovalo podatke Svetovnega združenja brezcarinske potovalne trgovine (v nadaljevanju: TFWA). TFWA zbira podatke na globalni ravni ter po posameznih geografskih segmentih trga (Evropa, Amerika, Afrika, Azija-Pacifik in Bližnji Vzhod). Več kot ■ % globalnega trga brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje se po podatkih TFWA nanaša na Azijsko-Pacifiški trg, drugi po velikosti pa je

⁶⁴ Podjetji KOMPAS SHOP in AKUSTIKA GROUP sta v letu 2019 iz naslova veleprodaje eksterno ustvarili ■ mio EUR prihodkov, leta 2020 ■ mio EUR.

⁶⁵ Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij, UL EU. Št. C 265/6 z dne 18. 10.2008, 24. odstavek.

Evropski trg, na katerem se je v obdobju 2018-2019 ustvarilo med [redacted] % celotne globalne brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje v znesku približno [redacted]

52. Tabela 1: Ocenjeni tržni delež združenega podjetja na evropskem trgu carinske in brezcarinske potovalne maloprodaje v letih 2018 in 2019:

Leto	2018		2019	
	v mio EUR	%	v mio EUR	%
Podjetje				
Priglasitelj s povez. podjetji	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
REGAL GH	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Združeno podjetje	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Evropski trg brezcar. in car. potovalne maloprodaje ⁶⁶	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

Vir: ETRC (TFWA Handbook) In podatki priglasitelja.

53. Agencija je podatke o prodaji podjetij udeleženih v koncentraciji primerjala z obsegom evropskega trga brezcarinske in potovalne maloprodaje na širšem območju Evrope in ugotovila, da je tržni delež združenega podjetja na tem trgu zanemarljiv, saj znaša [redacted] %. Podatkov o obsegu trga za leto 2020 Agencija ni uspela pridobiti, saj še niso na voljo. Se pa je po ocenah TFWA obseg trga brezcarinske in potovalne maloprodaje v letu 2020 na globalni in evropski ravni zaradi epidemije Covid-19 znižal [redacted]. Agencija ugotavlja, da združeno podjetje na evropskem trgu potovalne maloprodaje nima takšne tržne moči, da bi zadevna koncentracija povzročila protikonkurenčne učinke, poleg tega na njem na podlagi javno dostopnih podatkov po velikosti tržnega deleža prevladuje pet večjih konkurentov [redacted] ki pa so po obsegu prodaje precej večja od združenega podjetja, imajo drugačne prodajne poti (se ukvarjajo tudi z letališko, brezcarinsko, ladijsko prodajo itd) ter delujejo bolj mednarodno kot združeno podjetje, ki se ukvarja predvsem s prodajo tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije.
54. Kot že navedeno je Agencija v nadaljevanju analizirala učinke koncentracije na ozemlju Republike Slovenije, pri čemer se je osredotočila na ožji segment maloprodaje tobačnih izdelkov, ki je del trga carinske in necarinske potovalne maloprodaje in na katerega se nanaša največji del maloprodaje združenega podjetja. Agencija je proučila, kako je s prodajo tobačnih izdelkov na avtocestah, ki vodijo do cestnih mejnih prehodov Slovenije s Hrvaško, Italijo, Madžarsko in Avstrijo in kjer v največji meri prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij. Na navedenem segmentu trga so na strani povpraševanja primarno prisotni kupci, ki živijo v krajih na obeh straneh meje in tranzitni kupci.
55. Tabela 2: Segment maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji ter ocenjeni tržni delež združenega podjetja v obdobju od 2018 do 2020.

	2018		2019		2020	
	Slovenski trg v EUR (000)	TD združenega podjetja v (%)	Slovenski trg v EUR (000)	TD združenega podjetja v (%)	Slovenski trg v EUR (000)	Slovenski trg v EUR (000)
Tobačni izdelki	511.965	[redacted]	528.241	[redacted]	577.437	[redacted]

Vir: Podatki priglasitelja, SURS.

⁶⁶ Obseg trga iz USD v EUR je preračunan po povprečnem letnem deviznem tečaju Banke Slovenije.

56. Iz tabele 2 je razvidno, da je znašala velikost slovenskega trga maloprodaje tobačnih izdelkov v letu 2018 511.965 tisoč EUR, v letu 2020 pa 577.437 tisoč EUR. Tržni delež združenega podjetja na segmentu maloprodaje tobačnih izdelkov je v Republiki Sloveniji v letu 2018 znašal ■■■ %, v letu 2019 ■■■ %, v letu 2020 pa le še ■■■ %. Agencija ugotavlja, da je konkurenca na področju širše maloprodaje izdelkov različnih blagovnih skupin v Republiki Sloveniji zelo velika (oblačila in obutev: MAGISTRAT INTERNATIONAL d.o.o., NAMA d.d., kozmetika: MULLER d.o.o., dm drogerie markt d.o.o., živila: večji trgovci z živili), tržni deleži v koncentraciji udeleženih podjetij pa zelo nizki, saj znašajo manj ■■■ %. Agencija je slednje izračunala na podlagi podatkov o obsegu maloprodaje na območju Republike Slovenije po blagovnih skupinah (iz SURS-a) in jih primerjala s podatki o maloprodaji podjetij udeleženih v koncentraciji po posameznih blagovnih skupinah.

Segment maloprodaje tobačnih izdelkov

57. Čeprav združeno podjetje ne dosega znatnega tržnega deleža na področju maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji, je Agencija v nadaljevanju preverila kdo so njegovi največji konkurenti na tem področju in kakšne tržne deleže dosegajo. Priglasitelj je kot svoje največje konkurente na področju maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji, navedel bencinske servise in podjetje Poslovni sistem Mercator d.d., pri čemer pa ni razpolagal z ocenami tržnega deleža posameznega konkurenta.
58. Pojasnil je, da je prodaja tobačnih izdelkov prisotna v praktično vsaki manjši trgovini in gostinskem obratu, poleg tega pa tobačne izdelke prodajajo tudi specializirane trafike in veliki trgovci, zato bo po njegovih navedbah predmetna koncentracija z vidika združitve tržnih deležev priglasitelja in prevzetega podjetja povzročila neznatno spremembo na trgu, ki za svojo posledico ne bo imela povečanja cene teh izdelkov, saj bi lahko potrošniki v tem primeru preusmerili svoja povpraševanja na bližnje bencinske servise, gostinske lokale, trgovine z živili, saj so cene tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije regulirane.
59. Tudi Agencija ugotavlja, da se tržna moč združenega podjetja na ožje opredeljenem trgu maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji po izvedeni koncentraciji ne bo bistveno spremenila, saj je bil po ocenah Agencije tržni delež podjetja REGAL GH na področju maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji v letih 2019 in 2020 približno ■■■ odstoten. Agencija je tržni delež podjetja REGAL GH ocenila s pomočjo podatka priglasitelja o odstotku prodaje tobačnih izdelkov v celotni maloprodaji podjetja REGAL GH⁶⁷ na območju Republike Slovenije in ga primerjala s podatkom o obsegu trga maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji iz SURS-a in priglasitve.
60. Agencija je za potrebe presoje navedene koncentracije preverila tudi kakšno mnenje imajo o izvedeni koncentraciji največji konkurenti združenega podjetja. Vprašalnike je naslovila na tri konkurente združenega podjetja, ki delujejo na področju maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji in na avtocestah, ki vodijo do mejnih prehodov Republike Slovenije s sosednjimi državami in za katere je na podlagi podatkov iz dopolnitve priglasitve ocenila, da bi lahko bili vidnejši konkurenti združenega podjetja. To so podjetja Podjetje 1, Podjetje 2 in Podjetje 3.
61. V vprašalnikih je Agencija od konkurenčnih podjetij zahtevala, naj navedejo višino čistih prihodkov od prodaje na območju Republike Slovenije in na območju avtocest v Republiki Sloveniji v letih 2019 in 2020; vprašala jih je, ali štejejo zadevna podjetja za konkurente; kakšen tržni delež dosegajo na območju Republike Slovenije; ter kaj menijo o zadevni koncentraciji z vidika vpliva na učinkovito konkurenco na področju maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji. Pri tem je Agencija konkurentom postavila tudi vprašanje, da naj podajo svoje mnenje, ali bi se z vstopom podjetja KOMPAS SHOP v podjetje REGAL GH lahko bistveno poslabšali pogoji prodaje tobačnih izdelkov na trgu carinske in

⁶⁷ Iz priglasitve izhaja, da delež prodaje tobačnih izdelkov v celotni maloprodaji podjetja REGAL GH v zadnjih letih znaša v povprečju ■■■ %.

brezcarinske potovalne maloprodaje na območju Republike Slovenije.

62. Večina konkurentov je navedla, da združeno podjetje štejejo za konkurenta predvsem na lokacijah okoli avtocestnih mejnih prehodov. Prav tako je večina izjavila, da se z vstopom podjetja KOMPAS SHOP v podjetje REGAL GH ne bodo bistveno poslabšali pogoji konkurence in pogoji prodaje tobačnih izdelkov na trgu brezcarinske in carinske potovalne maloprodaje in na področju maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji.
63. Tabela 3: Vrednostni obseg maloprodaje tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije ter ocenjeni tržni delež združenega podjetja in konkurentov v letih 2019 in 2020.

Podjetje	Promet v 000 EUR		Tržni deleži v %			
	2019	2020	Podatki podjetij		Ocena AVK	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Podjetje 1						
od tega na avtocestah						
Podjetje 2						
od tega na avtocestah						
Združeno podjetje						
Podjetje 3						
od tega na avtocestah						
Ostali*						
SKUPAJ	528.241	577.437	100,0	100,0	100,0	100,0

*»Ostali« predstavljajo [redacted] preostala podjetja, ki se ukvarjajo s prodajo tobačnih izdelkov in ki jim Agencija ni poslala vprašalnik, saj jih ne uvršča med vidnejše konkurente združenega podjetja.

Vir: Podatki priglasiatelja in njegovih konkurentov.

64. Iz Tabele 3 je razviden tržni delež združenega podjetja in konkurentov na področju maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji. Agencija je podatke o celotni maloprodaji tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije pridobila od SURS-a, nato je prihodke od maloprodaje tobačnih izdelkov za posameznega konkurenta in združeno podjetje primerjala z obsegom trga in tako ocenila strukturo trga.
65. Po podatkih za leto 2020 ima na trgu Republike Slovenije med vsemi konkurenti, ki delujejo na avtocestah v RS, kot na celotnem območju Republike Slovenije, najvišji ocenjeni tržni delež Podjetje 1 [redacted] sledijo Podjetje 2 [redacted]), in združeno podjetje ([redacted] %). Navedenim podjetjem sledijo številni konkurenti, ki pa večinoma ne delujejo na avtocestah, ki vodijo do avtocestnih mejnih prehodov Republike Slovenije s sosednjimi državami. Agencija je ocenila, da se bo tržni delež priglasiatelja po izvedeni koncentraciji povečal le za približno odstotno točko.
66. Priglasiatelj je Agenciji predložil seznam največjih dobaviteljev podjetij KOMPAS SHOP, AKUSTIKA GROUP in REGAL GH, ki so večinoma veletrgovci s tobačnimi izdelki. Agencija je na njih naslovila vprašalnike⁶⁸, naj navedejo višino prodaje s podjetji udeleženi v koncentraciji ter celotne prihodke ustvarjene z vsemi kupci na območju Republike Slovenije. Agencija je dobaviteljem postavila tudi vprašanje, ali menijo, da bi zadevna koncentracija lahko povzročila protikonkurenčne učinke.
67. Večina dobaviteljev tobačnih izdelkov je odgovorila, da po izvedeni koncentraciji po njihovem mnenju ne bo prišlo do protikonkurenčnih učinkov na upoštevni trgih. Eden od dobaviteljev je svoje navedbe utemeljil s tem, [redacted]

⁶⁸ Dokument št. 3061-15/2021-6.

[redacted] in da se združeno podjetje po izvedeni koncentraciji ne bo moglo obnašati neodvisno od svojih konkurentov, dobaviteljev in končnih potrošnikov. Slednji še navaja, da [redacted]

[redacted] ni videti, da bi koncentracija lahko imela za posledico pomembne omejitve na zmožnost potrošnikov, da si zagotovijo tobačne izdelke v drugih prodajalnah, če določeni tobačni izdelki po izvedeni koncentraciji ne bi bili na razpolago na prodajnih mestih združenega podjetja. Le eden od dobaviteljev na vprašalnik ni odgovoril, eden pa je v odgovoru [redacted] izrazil pomisleke glede nadaljnjih koncentracij na tem trgu in njihovega vpliva na učinkovito konkurenco, vendar pa svojih pomislekov ni utemeljil oziroma podkrepil z dokazi. [redacted]

[redacted] 69.

68. Priglasitelj navaja, da bo po izvedeni koncentraciji nabava tobačnih izdelkov smiselno potekala na enak način kot je potekala do sedaj, in sicer izključno od slovenskih dobaviteljev, saj dobava cigaret iz tujine ni možna. Prezeto podjetje bo po podatkih priglasitelja za dobavo cigaret in ostalih tobačnih izdelkov sklenilo pogodbo s slovenskimi dobavitelji, kot jih ima sklenjene tudi priglasitelj koncentracije. Ob tem navaja, da bo prezeto podjetje še naprej samostojno nastopalo na trgu⁷⁰.

69. Agencija je ugotovila, da se trgovine podjetij KOMPAS SHOP in REGAL GH med seboj ne prekrivajo razen na področju okoli mejnih prehodov Gornja Radgona in Škoflje, kjer imata tako priglasitelj kot prezeto podjetje svoje trgovine in jih, kot izhaja iz dopolnitve priglasitve, tudi po izvedeni koncentraciji nameravata v celoti ohraniti. Agencija ocenjuje, da se stanje po izvedeni koncentraciji najverjetneje ne bo bistveno spremenilo, saj imajo konkurenti navedeni v Tabeli 3 svoje poslovalnice, locirane po celotnem območju Republike Slovenije [redacted] kjer [redacted] prodajajo tudi tobačne izdelke.

70. Na podlagi vsega zgoraj obrazloženega, mnenja dobaviteljev, konkurentov in ob upoštevanju dejstva, da so cene tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije določene na podlagi ZTro-1⁷¹ in enake pri vseh konkurentih, ter upoštevanje tržno strukturo in dejstvo, da se bo tržni delež priglasitelja na trgu maloprodaje tobačnih izdelkov v Republiki Sloveniji po izvedeni koncentraciji povečal zgolj za odstotno točko, Agencija zaključuje, da ni izkazana verjetnost, da bi predmetna koncentracija lahko negativno vplivala na učinkovito konkurenco niti na širše opredeljenem trgu potovalne maloprodaje niti na ožjem področju maloprodaje tobačnih izdelkov na območju Republike Slovenije. Tudi sicer se pri koncentracijah, pri katerih prihaja do horizontalnih prekrivanj dejavnosti in pri katerih skupni tržni delež v koncentraciji udeleženih podjetij ne presega 25 %, zaradi omejenega tržnega deleža domneva, da koncentracija ne more ovirati učinkovite konkurence in je zato skladna s pravili konkurence.⁷²

III. ZAKLJUČEK

71. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije, ob upoštevanju javno dostopnih podatkov ter drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zadevni priglašeni koncentraciji 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.

⁶⁹ Dokument št. 3061-15/2021-14, št. 3061-15/2021-15, št. 3061-15/2021-16, št. 3061-15/2021-17, št. 3061-15/2021-18, št. 3061-15/2021-19, št. 3061-15/2021-20, št. 3061-15/2021-21, št. 3061-15/2021-22, št. 3061-15/2021-23.

⁷⁰ Dokument št. 3061-15/2021-9.

⁷¹ Zakon o trošarinah (Uradni list RS, št. 46/16 in 92/21).

⁷² 18. odstavek Smernic o presoji horizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij, UL C 31, 5.2.2004, str. 5–18.

IV. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

72. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku mora organ odločiti o stroških postopka. Glede na to, da posebni stroški v postopku niso nastali, je organ odločil, kot izhaja iz druge točke izreka.

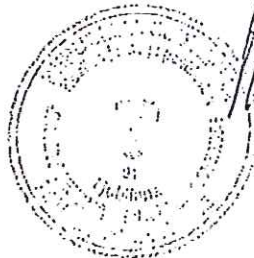
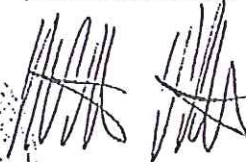
POUK O PRAVNEM SREDSTVU

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču RS, 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 tisti dan, ko je bila priporočeno oddana na pošto.

Postopek vodi:
Jasna Tjaša Petan



Andrej Matvoz
predsednik senata



Vročiti:

- KOMPAS SHOP, trgovina, d.d., Šmartinska cesta 52, 1000 Ljubljana, osebno po ZUP.

Objaviti:

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