



**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: 3061-16/2020-39

Datum: 21. 10. 2020

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana, izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata in Andrej Prah, Franci Pušenjak in mag. Karla Pinter kot člani senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Plasta proizvodnja in trgovina d.o.o., Šentrupert, Kamnje 41, 8232 Šentrupert, ki ga zastopa direktor Stanislav Gorenc, in ki ga po pooblastilu zastopa Odvetniška družba Krašek, o.p., d.o.o., Cigaletova ulica 7, 1000 Ljubljana, in Vital Mestinja, proizvodnja brezalkoholnih pijač, d.o.o., Stranje 7A, 3241 Podplat, ki ga zastopata direktorici Mira Močnik in Mirjam Hočevnar, na nejavni seji dne 21. 10. 2020, naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij Plasta proizvodnja in trgovina d.o.o., Šentrupert, Kamnje 41, 8232 Šentrupert, in Vital Mestinja, proizvodnja brezalkoholnih pijač, d.o.o., Stranje 7A, 3241 Podplat, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN STRANKA POSTOPKA

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija) je dne 17. 6. 2020 prejela priglasitev koncentracije podjetij Plasta proizvodnja in trgovina d.o.o., Šentrupert, Kamnje 41, 8232 Šentrupert (v nadaljevanju: Plasta ali prigrasitelj), in Vital Mestinja, proizvodnja brezalkoholnih pijač, d.o.o., Stranje 7A, 3241 Podplat (v nadaljevanju: Vital Mestinja ali prevzeto podjetje).² Koncentracijo je prigrasilo podjetje Plasta.
2. Predmet koncentracije je pridobitev 99,74 % deleža v podjetju Vital Mestinja, ki ga je podjetje Plasta pridobilo na podlagi Pogodbe o prodaji in nakupu poslovnih deležev v družbi Vital Mestinja d.o.o. (v nadaljevanju: Pogodba), ki sta jo dne 19. 5. 2020 sklenili podjetje Plasta kot kupec in podjetje Pivovarna Laško Union d.o.o. kot prodajalec. Na podlage te Pogodbe bo prigrasitelj pridobil neposredno izključno kontrolo nad prevzetim podjetjem.

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. 3061-16/2020-1.

3. Vrednost transakcije znaša [REDACTED], kar predstavlja znesek kupnine za 99,74 % poslovni delež v podjetju Vital Mestinje.³
4. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah⁴ je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.⁵
5. V skladu s prvim odstavkom 43. člena ZPOMK-1 morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe, objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči z nastopom prvega od teh dogodkov. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih natančneje določa na podlagi šestega odstavka 43. člena ZPOMK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij⁶. Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj dne 7. 8. 2020⁷ ustrezno dopolnil. Priglasitelj je Agenciji posredoval dodatna pojasnila dne 12. 10. 2020.⁸
6. Podjetje Plasta je v izključni lasti ene fizične osebe, in sicer gospoda Franca Freliha. Priglasitelj ima naslednjih pet odvisnih podjetij, ki imajo sedež v Sloveniji⁹: (i) podjetje Dana, proizvodnja in prodaja pijač, d.o.o. (v nadaljevanju: Dana),¹⁰ v katerem ima 66,83 % poslovni delež, medtem ko je 30,48 % v lasti gospoda Franca Freliha, (ii) podjetje S E P proizvodnja in storitve d.o.o.,¹¹ v katerem ima 51,00 % poslovni delež, (iii) podjetje Termoplasti-Plama, proizvodnja izdelkov iz plastičnih mas d.o.o.,¹² v katerem ima 60,47 % poslovni delež, (iv) podjetje Plama-Pur, proizvodnja in predelava plastičnih mas, d.o.o.,¹³ v katerem ima 75,02 % poslovni delež, in (v) podjetje Tovarna olja Gea d.o.o.,¹⁴ v katerem ima 100 % poslovni delež, ter (vi) podjetje Plasta za proizvodnjo i trgovino d.o.o., Novi Sad, ki ima sedež v Srbiji¹⁵.
7. Osnovna dejavnost priglasitelja je proizvodnja izdelkov iz plastičnih mas, poleg tega pa opravlja tudi reciklažo odpadne polietilenske embalaže, trgovino na debelo in dejavnost logistike. Priglasitelj in njegovih pet odvisnih podjetij, ki imajo sedež v Sloveniji, so tako dejavna na različnih področjih, in sicer na področju: proizvodnje folij in vrečk, proizvodnje jedilnega olja, proizvodnje pijač, proizvodnje poliuretanske pene in proizvodnje plastičnih polizdelkov s tehniko brizganja in pihanja.¹⁶
8. Podjetje Vital Mestinje, ki nima odvisnih podjetij, je v 99,72 % lasti podjetja Pivovarna Laško Union d.o.o., preostali 0,26 % poslovni delež pa je v lasti štirih fizičnih oseb.¹⁷ Njegova osnovna dejavnost je proizvodnja brezalkoholnih pijač, in sicer nektarjev, sadnih pijač in sirupov.¹⁸

³ Dokument št. 3061-16/2020-1.

⁴ Uradni list RS, št. 106/10 – UPB5, 14/15 – ZUUJFO, 84/15 – ZZelP-J, 32/16 in 30/18 – ZKZaš.

⁵ Plačilo dne 16. 6. 2020.

⁶ Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

⁷ Dokument št. 3061-16/2020-6.

⁸ Dokument št. 3061-16/2020-37.

⁹ AJPES, Poslovni register Slovenije.

¹⁰ Podjetje ima 51,00 % poslovni delež v podjetju HSK Adriatic d.o.o., ki ima sedež na Hrvaškem in se ukvarja s proizvodnjo in prodajo sokov, kave in čajev.

¹¹ Osnovna dejavnost podjetja je proizvodnja komponent iz plastičnih mas s tehnologijo brizganja in pihanja (vir: spletna stran <http://www.sep.si/si/O-podjetju/Predstavitev>, dostopno dne 2. 8. 2020). Podjetje ima 51,00 % poslovni delež v podjetju S E P RUS d.o.o., ki ima sedež v Rusiji, in 100 % poslovni delež v podjetju S E P d.o.o., Bijeljina, ki ima sedež v Bosni in Hercegovini.

¹² Osnovna dejavnost podjetja je proizvodnja tiskane in netiskane, fleksibilne, predvsem PE embalaže (vir: spletna stran <http://www.ter-plama.si/pages/si/o-podjetju.php>, dostopno dne 2. 8. 2020). Podjetje ima 100 % poslovni delež v podjetju IP Plama-TER, invalidsko proizvodno in storitveno podjetje d.o.o., Podgrad, in v podjetju Termoplasti-Plama EKO, proizvodnja izdelkov iz plastičnih mas d.o.o., Podgrad.

¹³ Osnovna dejavnost podjetja je proizvodnja in predelava mehke poliuretanske pene (vir: spletna stran <https://www.plama-pur.si/89/o-nas>, dostopno dne 2. 8. 2020). Podjetje ima 100 % poslovni delež v podjetju Plama-G.E.O., izdelovanje galvanskih, čistilnih in drugih naprav ter opreme iz plastičnih materialov, d.o.o., Podgrad in v podjetju Plama Invest d.o.o., ki ima sedež v Bosni in Hercegovini.

¹⁴ Podjetje ima 100 % poslovni delež v podjetju Uljarna GEA & ABA d.o.o. Sarajevo, ki ima sedež v Bosni in Hercegovini.

¹⁵ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 10.

¹⁶ Konsolidirano letno poročilo podjetja Plasta, proizvodnja in trgovina d.o.o., Šentrupert, za leto 2019.

¹⁷ AJPES, Poslovni register Slovenije.

¹⁸ Vir: <http://www.vital.si/domov>, dostopno dne 25. 8. 2020.

9. Priglasitelj je koncentracijo gospodarsko utemeljil s tem, da bo s prevzemom podjetja Vital Mestinje razširil dejavnost svoje skupine na področju polnjenja brezalkoholnih pijač ter preko poslovnega povezovanja dosegel prihranke pri upravljanju, saj pričakuje, da se bodo zaradi povečanja obsega proizvodnje znižali tako fiksni kot tudi variabilni stroški obeh podjetij, s tem pa pričakuje tudi nižjo ceno proizvodov na trgu, kar bo koristilo tudi potrošnikom. Pomembna je tudi geografska bližina priglasitelja in prevzetega podjetja, zaradi česar bodo stroški integracije prevzetega podjetja v skupini nižji. S pridobitvijo blagovne znamke Frupi in trgovskih blagovnih znamk bo dosegel širitev prodaje na spodnjem in spodnjem srednjem cenovnem razredu, kar bo komplementarno sedanji proizvodnji blagovne znamke Dana v zgornjem srednjem cenovnem razredu.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

10. 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.
11. 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.
12. V obravnavanem primeru je koncentracija nastala na podlagi sklenitve Pogodbe z dne 19. 5. 2020 med podjetjema Plasta in Pivovarna Laško Union d.o.o., na podlagi katere bo priglasitelj pridobil 99,74 % delež v podjetju Vital Mestinje in s tem neposredno izključno kontrolo nad prevzetim podjetjem.
13. 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.
14. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 pomeni tako imenovani pravni pogoj, 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

15. 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 presegel 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 1 mio EUR.
16. Iz priloženih podatkov priglasitelja izhaja, da je podjetje Plasta skupaj s povezanimi podjetji v letu 2019 na trgu Republike Slovenije ustvarilo 56.139.428,00 EUR čistih prihodkov od

prodaje¹⁹, medtem ko je prevzeto podjetje v istem letu na trgu Republike Slovenije ustvarilo 3.251.117,56 EUR čistih prihodkov od prodaje²⁰.

17. Navedeno 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 trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
18. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru pridobitve kontrole podjetja Plasta nad podjetjem Vital Mestinje sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je priglašena koncentracija 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 podjetij²¹ (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostjo EU. Iz tega izhaja dolžnost Agencije²², da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.²³
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 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. Priglasitelj je navedel, da priglašena koncentracija nima razsežnosti EU, saj ne dosega pragov iz drugega in tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ugotavlja, da so vsa udeležena podjetja v koncentraciji v letu 2019 ustvarila 171.448.970,00 EUR prometa²⁴, s čimer ni dosežen prag iz točke (a) drugega odstavka 1. člena oziroma točke (a) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU niti po drugem niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato ima Agencija izključno pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence na podlagi nacionalnega prava o konkurenci.

¹⁹ Dokument št. 3061-16/2020-1.

²⁰ AJPES, Javna objava letnih poročil.

²¹ UL L 24, 29.1.2004, str. 1-22.

²² Dolžnost izhaja tako iz načela lojalnosti, ki je opredeljeno v tretjem odstavku 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26.10.2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

²³ Sodba Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zodl. 2006 str. II-2533 (99. in 100. odstavek).

²⁴ V znesek je zajet letni promet podjetja Plasta v višini 168.197.852,00 EUR (vir: Plasta d.o.o., Šentrupert, Konsolidirano letno poročilo 2019, str. 78) ter letni promet podjetja Vital Mestinje v višini 3.251.117,56 EUR (vir: AJPES), ki sta ga v letu 2019 ustvarila na svetovnem trgu.

III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oz. storitveni in geografski trg

22. Upoštevni proizvodni oz. storitveni trg je skladno s sedmo 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 oz. storitveni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.
23. Upoštevni geografski trg je v skladu z osmo točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodnem ali 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, na katerih so pogoji konkurence 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.
24. Pri presoji koncentracije je Agencija najprej ugotavljala, ali prihaja do horizontalnega prekrivanja ali vertikalnega povezovanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ali delov 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 so tiste, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih, podjetja, ki so udeležena v vertikalnih koncentracijah, pa so dejavna na različnih stopnjah oskrbovalne verige.
25. Osnovna dejavnost priglasiatelja je proizvodnja polietilenske folije iz polietilena nizke gostote PE-LD in polietilena visoke gostote PE-HD, poleg tega pa razpolaga tudi z lastno trgovino in logistiko oz. opravlja prevoz blaga do svojih kupcev. Proizvodnja se deli na naslednje proizvodne obrate: (i) ekstruzija, v katerem nastajajo polizdelki, ki so namenjeni kasnejšem dokončanju v obratu konfekcija, ali pa že končni izdelki, ki so pripravljene za plasiranje na trg, (ii) konfekcija in (iii) reciklaža, v katerem poteka predelava odpadne polietilenske folije.²⁵
26. Osnovna dejavnost podjetja Dana, ki je odvisno podjetje priglasiatelja, je proizvodnja brezalkoholnih in alkoholnih pijač, proizvaja pa tudi polizdelke za živilsko industrijo, ki jih trži pod lastno blagovno znamko Dana Interrrom, in sicer: (i) sadne pripravke in emulzije za pijače, (ii) naravne dodatke in (iii) pekovske dodatke in marmelade.²⁶ Prodajni program brezalkoholnih pijač zajema naslednje skupine: (i) voda, voda s sokom, Dana Vitamin, (ii) sokovi, nektarji in sadne pijače, (iii) sirupi, (iv) ledeni čaji, (v) gazirane pijače.²⁷
27. Ključno pri tem, ali neko pijačo imenovati sadni sok (v nadaljevanju: sok), sadni nektar (v nadaljevanju: nektar) ali preprosto sadna pijača je odvisno od tega, kolikšen sadni delež vsebujejo, kar vpliva tudi na količino dodanega sladkorja in nenazadnje tudi na ceno samega proizvoda.²⁸ Direktiva Sveta 2001/112/ES z dne 20. decembra 2001 o sadnih sokovih in nekaterih podobnih proizvodih, namenjenih za prehrano ljudi²⁹ in Pravilnik o sadnih sokovih in nekaterih podobnih izdelkih, namenjenih za prehrano ljudi³⁰ določata minimalno kakovost in označevanje sokov in nekaterih podobnih izdelkov, in sicer glede na sledeče razlikovanje:
- a) Sok je proizvod s 100 % sadnim deležem brez dodanega sladkorja. Proizveden je lahko tudi iz sadnega koncentrata, zgoščenega sadnega soka ali dehidriranega oz. sadnega soka v prahu, kar mora biti posebej označeno. Sok se deli še na motni, bistri ali kašasti sok, in sicer glede na količino netopnih delcev v samem soku.

²⁵ Vir: spletna stran <https://www.plasta.si/dejavnosti.html>, dostopno dne 2. 8. 2020.

²⁶ Vir: spletna stran <https://interrrom.si/>, dostopno dne 2. 8. 2020.

²⁷ Vir: spletna stran <https://www.dana.si/zdelek/>, dostopno dne 2. 8. 2020.

²⁸ Sadje so vse vrste sadja, vključno s paradižnikom – 1. odstavek 2. člena Pravilnika.

²⁹ UL L št. 10 z dne 12. 1. 2002, str. 58, zadnjič spremenjeno z Direktivo 2012/12 EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. aprila 2012 o spremembi Direktive Sveta 2001/112/ES o sadnih sokovih in nekaterih podobnih proizvodih, namenjenih za prehrano ljudi (UL L št. 115 z dne 27. 4. 2012, str. 1)

³⁰ Ur. l. RS, št. 89/13 in 26/14 – ZKme-1B.

- b) Nektar je sok, ki mu je dodana voda, običajno tudi sladkor, vendar največ do 20 % skupne mase končnega izdelka. Doda se lahko tudi aromo, pulpo, sadne celice in sladila. Odstotek sadnega deleža je določen glede na vrsto sadja. Določeni so torej minimalni sadni deleži, ki pa so seveda lahko višji, s čimer proizvajalec doseže polnejši okus nektarja od manjši količini dodanega sladkorja.
- c) Sadne pijače imajo običajno še manjši sadni delež kot nektar in so vse ostale pijače, ki ne izpolnjujejo predpisanih pogojev za sok ali nektar. Dodajo se lahko tudi barvila.
28. Priglasitelj je predlagal oblikovanje naslednjih upoštevni proizvodnih trgov: (i) upoštevni trg brezalkoholnih pijač, med katere je uvrstil sokove, nektarje, sadne pijače, ledene čaje, gazirane pijače, (ii) upoštevni trg vod, med katere je uvrstil negazirane in gazirane vode, vode s sokom, obogatene vode, ter (iii) upoštevni trg sirupov.³¹
29. Evropska komisija (v nadaljevanju: Komisija) je v svojih preteklih odločitvah znotraj kategorije brezalkoholnih pijač opredelila dva ločena trga, in sicer trg gaziranih brezalkoholnih pijač (angl. *carbonated soft drinks*) in trg negaziranih brezalkoholnih pijač (angl. *non-carbonated soft drinks*)³², slednje pa je nadalje delila na: (i) 100 % sokove, (ii) nektarje, ki imajo sadni delež večji od 25 %, (iii) sadne pijače, ki so že pripravljene za uživanje (angl. *ready-to-drink* oz. kratica RTD) in imajo sadni delež manjši od 25 %, (iv) RTD čaje, (v) vode in (vi) ostalo, kamor sodijo energijske pijače, športni napitki in sirupi, vendar glede podkategorij (i), (ii), (iii) in (vi) ni dokončno niti podrobneje opredelila ločenih upoštevni trgov.³³
30. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da v zadevni koncentraciji prihaja do horizontalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženi podjetij in z njimi povezanih podjetij: (i) na trgu nektarjev, (ii) na trgu sadnih pijač in (iii) na trgu sirupov. Glede na to, da se dejavnosti podjetij Dana in Vital Mestinje prekrivajo izključno na področju nektarjev, sadnih pijač in sirupov, Agencija ni preverjala tržnega položaja na najširše opredeljenem upoštevni trgu, kot je predlagal priglasitelj, tj. trg brezalkoholnih pijač, saj ta poleg omenjenih treh kategorij brezalkoholnih pijač zajema tudi druge kategorije (vode, čaji, energijski in športni napitki), med katerimi ne obstaja visoka stopnja zamenljivosti, kar potrjuje pretekla praksa Komisije in praksa drugih konkurenčnih organov držav članic.³⁴ Ker prihaja na trgu nektarjev in na trgu sadnih pijač le do manjšega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženi podjetij, se je Agencija pri presoji učinkov zadevne koncentracije osredotočila na trg sirupov.
31. Drugi konkurenčni organi so v podobnih koncentracijah upoštevni trg sirupov obravnavali še podrobneje, in sicer glede na:
- (i) to, ali se sirup prodaja pod blagovno znamko proizvajalca ali pod trgovsko blagovno znamko trgovske verige,
 - (ii) distribucijski kanal, pri čemer so razlikovali med tistimi sirupi, ki se prodajajo v trgovinah na drobno neposredno za gospodinjsko uporabo (angl. *off-trade*) in tistimi, ki se prodajajo preko sektorja gostinstva, tj. v hotelih, restavracijah in kavarnah oz. t.i. HORECA sektor (angl. *on-trade*);
 - (iii) kvaliteto sirupa, torej ali gre glede na odstotek sadnega deleža za standardne ali premium sirupe.³⁵
- Agencija trga sirupov ni razčlenila po ožjih segmentih glede na navedene parametre, se pa je nanje oprla pri presoji zadevne koncentracije.
32. Ker tudi ob najožji opredelitvi upoštevni proizvodnega trga ne obstaja resen sum o sklanosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence, Agencija ni dokončno opredelila upoštevni proizvodni trgov.

³¹ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 13.

³² Razlogi za ločeno opredelitev so tako na strani povpraševanja, tj. razlike v ceni, okusu, ciljnih skupinah in končni potrošnji, kot tudi na strani ponudbe, tj. gazirane brezalkoholne pijače so redko pakirane aseptično, niso pakirane v plastificiranem papirju, njihove polnilni linije so običajno ločene od ostalih, negaziranih brezalkoholnih pijač.

³³ Npr. v zadevi M.6924 - Refresco Group/ Pride Foods, tč. 11 in 16.

³⁴ Npr. v zadevi M.2276 - The Coca-Cola Company / Nestle / JV, tč. 18. in v zadevi M.8244 - The Coca-Cola Company / Coca-Cola HBC / Neptuno Vandenzs.

³⁵ Npr. odločba konkurenčnega organa Češke št. ÚOHS-08033/2020/840/ASm, z dne 11. 3. 2020, v zadevi Kofola, ČeskoSlovensko a.s. in Ondrášovka a.s., Karlovarská Korunní s.r.o.

33. Agencija je preverila tudi vertikalno povezanost med podjetji, udeleženi v koncentraciji, in z njimi povezanimi podjetji, in sicer povezanost med osnovno dejavnostjo prevzetega podjetja in podjetjem Dana, ki izdeluje tudi polizdelke za proizvodnjo alkoholnih in brezalkoholnih pijač, ter povezanost med osnovno dejavnostjo priglasiatelja, ki proizvaja termoskrčljive folije, in osnovno dejavnostjo prevzetega podjetja.
34. Priglasiatelj je upoštevni geografski trg opredelil kot nacionalni trg, torej kot ozemlje Republike Slovenije. Glede na to, da v primeru presoje predmetne koncentracije s pravili konkurence ni potrebna dokončna opredelitev upoštevnega proizvodnega trga, Agencija ugotavlja, da tudi dokončna opredelitev upoštevnega geografskega trga ni potrebna, saj sum glede skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence ne bi bil izkazan niti ob najožji definiciji upoštevnega geografskega trga.

B Presoja koncentracije

35. 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 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.
36. V letu 2019 so celotni prihodki od prodaje podjetja Dana znašali 17.101.639,00 EUR,³⁶ pri čemer je izključno prodaja sirupov predstavljala [redacted] oz. [redacted].³⁷ Prodaja sirupov je sicer na četrtem mestu glede na prodano količino izdelkov, saj je podjetje Dana v letu 2019 prodalo 20.000 tisoč litrov vod, skoraj 9.000 tisoč litrov sokov, nektarjev in sadnih pijač, skoraj 2.500 tisoč litrov gaziranih pijač in ledenega čaja ter nekoliko manj kot 2.000 tisoč litrov sirupov. Delež izvoza je v istem letu predstavljal skoraj tretjino navedene prodane količine sokov, nektarjev in sadnih pijač ter polovico navedene prodane količine sirupov.³⁸ Osnova prodaje podjetja Dana so izdelki pod lastno blagovno znamko.³⁹
37. Prevzeto podjetje proizvaja le brezalkoholne pijače, in sicer sirupe, nektarje in sadne pijače. V letu 2019 je ustvarilo 3.251.118,00 EUR prihodkov od prodaje,⁴⁰ pri čemer je izključno prodaja sirupov predstavljala [redacted] oz. [redacted], medtem ko je prodaja nektarjev in sadnih pijač k celotnim prihodkom od prodaje prispevala [redacted]. Prevzeto podjetje beleži minimalen izvoz nektarjev in sadnih pijač, pri čemer sirupov ne izvažata.⁴¹
38. Pri presoji skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence je Agencija preverila možne protikonkurenčne učinke, ki bodo nastali zaradi zadevne koncentracije, pri čemer je izhajala iz trenutnega tržnega stanja. Agencija je presojo koncentracije izvedla na podlagi podatkov, ki jih je posredoval priglasiatelj, podatkov, ki so javno dostopni, ter na podlagi podatkov, ki so jih na podlagi vprašalnikov, ki jih je pripravila Agencija, posredovali kupci in konkurenti podjetij, ki so udeležena v koncentraciji.⁴²

³⁶ Dana Letno poročilo 2019, str. 55.

³⁷ Dokument št. 3061-16/2020-6.

³⁸ Dana Letno poročilo 2019, str. 12.

³⁹ Dana Letno poročilo 2019, str. 10.

⁴⁰ Vir: AJPES.

⁴¹ Dokument št. 3061-16/2020-6.

⁴² Agencija je vprašalnice naslovila na osem kupcev oz. trgovcev na drobno ([redacted])

[redacted] ter na štiri konkurente ([redacted]).

B. 1 Analiza horizontalnih učinkov

39. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevnihih trgih. Iz Smernic o presoji horizontalnih združitvev na podlagi uredbe sveta o nadzoru koncentracij podjetij (v nadaljevanju: Horizontalne smernice)⁴³ je razvidno, da obstajata dva glavna načina, po katerih lahko horizontalne združitve bistveno ovirajo učinkovito konkurenco, zlasti z ustvarjanjem ali krepitvijo prevladujočega položaja: a) z odstranitvijo pomembnega konkurenčnega pritiska za eno podjetje ali več podjetij, ki bi posledično povečala tržno moč brez usklajenega ravnanja (enostranski protikonkurenčni učinki), in b) s spremembo narave konkurence tako, da je precej verjetneje, da bodo podjetja, ki prej niso usklajevala svojega ravnanja, zdaj uskladila in dvignila cene ali na drug način škodovala učinkoviti konkurenci. Z združitvijo lahko postane usklajevanje lažje, stabilnejše ali učinkovitejše za podjetja, ki so se usklajevala že pred združitvijo (koordinirani protikonkurenčni učinki ali koordinirano vzajemno delovanje)⁴⁴.
40. Priglasitelj je Agenciji posredoval ocene velikosti trgov in tržnih deležev najpomembnejših konkurentov, ki naj bi bili skupni podjetjema Dana in Vital Mestinje na upoštevnihih trgu brezalkoholnih pijač ter na upoštevnihih trgu sirupov na območju Republike Slovenije. Osnova posredovanihih ocen in podatkov priglasitelja sta tržni analizi obeh trgov, ki sta ju opravili podjetji Nielsen in GlobalData, iz katerih izhaja, da se je v Sloveniji v letu 2018 prodalo 368 milijonov litrov brezalkoholnih pijač, od tega 31 milijonov litrov sirupov⁴⁵, 27 milijonov litrov sokov in nektarjev ter 30 milijonov litrov negaziranihih sadnihih pijač. Priglasitelj pojasnjuje, da je trg brezalkoholnih pijač stabilen in da so zato nihanja potrošnje minimalna, zato ocenjuje, da navedene vrednosti veljajo za vsa tri leta pred priglasitveno zadevno koncentracijo.⁴⁶

Trg nektarjev in trg sadnihih pijač

41. Iz analize trga sokov, nektarjev in sadnihih pijač, ki jo je opravilo podjetje Nielsen in je bila priložena priglasitvi, izhaja, da je imelo podjetje Dana v letu 2019 na trgu nektarjev tržni delež [5-10] % in podjetje Vital Mestinje [0-5] %, medtem ko je imelo na trgu sadnihih pijač podjetje Dana tržni delež v višini [0-5] %, tržni delež podjetja Vital Mestinje pa je znašal manj kot [0-5] %.⁴⁷ Iz navedenega izhaja, da skupni tržni delež združenega podjetja ne bi presegel [5-10] % niti na ozko opredeljenem upoštevnihih proizvodnem trgu, zaradi česar ni izkazan sum glede neskladnosti s pravili konkurence, zato Agencija ni podrobneje presojala vpliva, ki bi jih zadevna koncentracija imela na tržne udeležence na strani ponudbe in povpraševanja po nektarjih in sadnihih pijačah.
42. V skladu z 18. odstavkom Horizontalnihih smernic se pri koncentracijah, 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. Glede na navedeno Agencija meni, da zadevna koncentracija ne vzbuja konkurenčnopравниhih pomislekov, saj je skupni tržni delež združenega podjetja na trgu nektarjev v letu 2019 znašal slabih [5-10] %, na trgu sadnihih pijač pa [redacted] [0-5] %.

Trg sirupov

43. Na trgu sirupov na območju Republike Slovenije je priglasitelj ocenil tržne deleže štirihih, po njegovi presoji najpomembnejših konkurentov, in sicer: (i) podjetje [redacted] s [10-20] % tržnim deležem, (ii) podjetje [redacted] s [0-5] % tržnim deležem, (iii) podjetje [redacted] s [0-5] % tržnim deležem in (iv) podjetje [redacted] s [0-5] % tržnim deležem. Tržni delež podjetja Dana na trgu sirupov je priglasitelj ocenil na [10-20] %, tržni delež

⁴³ Ur. l. EU C 31/03, 2004, odst. 24.

⁴⁴ Smernice o presoji horizontalnihih združitvev, odst. 22.

⁴⁵ Preračunano na količino popite pijače – mešalno razmerje pri sirupih 1:6.

⁴⁶ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 14 in 19.

⁴⁷ Dokument št. 3061-16/2020-1, priloga.

prevzetega podjetja na [10-20] %, za trgovske blagovne znamke pa meni, da dosegajo [40-50] % delež na trgu sirupov.⁴⁸

44. Agencija je ob presoji tržnega deleža v koncentraciji udeleženih podjetij na trgu sirupov v Republiki Sloveniji le deloma upoštevala navedbe priglasitelja v prejšnji točki, saj je upoštevala tudi nekatere druge konkurente, med katerimi povprečni potrošnik izbira v trgovinah na drobno. Izhajajoč iz navedenega in na podlagi podatkov priglasitelja ter podatkov, ki so bili zbrani na podlagi izpolnjenih vprašalnikov Agencije, je Agencija ocenila tržne deleže podjetja Dana, prevzetega podjetja in njihovih konkurentov kot izhaja iz sledeče tabele:

Tabela 1: Ocena tržnih deležev podjetja Dana, prevzetega podjetja in njihovih konkurentov na trgu sirupov na območju Republike Slovenije v letu 2019:

Zap. št.	Podjetje	Tržni delež (v %) v letu 2019
1.	[redacted]	[40-50]
2.	Dana	[10-20]
3.	[redacted]	[10-20]
4.	Vital Mestinje	[10-20]
5.	[redacted]	[0-5]
6.	[redacted] ⁴⁹	[0-5]
7.	[redacted] ⁵⁰	[0-5]
8.	[redacted]	[0-5]
9.	Ostali proizvajalci	[0-5]
10.	Preostali uvoz	[0-5]
	Celotni trg spletne prodaje sirupov⁵¹ na območju Republike Slovenije	100

Vir: podatki priglasitelja⁵², izpolnjeni vprašalniki Agencije⁵³, izračun Agencije.

45. Poleg podjetij [redacted] in [redacted], ki ju je v primerjavo in oceno tržnih deležev predlagal priglasitelj, je Agencija v skupno oceno zajela še tri podjetja, ki s svojimi proizvodi nastopajo na trgu sirupov, in sicer: (i) podjetje [redacted], (ii) podjetje [redacted] in (iii) podjetje [redacted]. Agencija je iz priglasiteljevega predloga, kot izhaja iz 43. odstavka te odločbe, iz primerjave tržnih deležev izključila podjetje [redacted] in podjetje [redacted]. Agencija pojasnjuje, da je pri presoji, katera podjetja bo kot najpomembnejše konkurente vključila v oceno dejanskega stanja na trgu sirupov, izhajala tako iz podatkov, ki jih je pridobila na podlagi vprašalnikov, kot tudi iz dejanske in povprečne založenosti polic v trgovinah na drobno s posameznimi blagovnimi znamkami.
46. Iz Tabele 1 izhaja, da je v letu 2019 na trgu sirupov na območju Republike Slovenije tržni delež podjetja Dana znašal okvirno [10-20] %, tržni delež prevzetega podjetja pa okvirno [10-20] %, iz česar sledi, da je tržni delež združenega podjetja po koncentraciji ocenjen na [20-30] %.
47. Tako podjetje Dana kot tudi prevzeto podjetje nastopata na trgu sirupov z lastno blagovno znamko, in sicer prvo z blagovno znamko Dana in drugo z blagovno znamko Frupí. Obe podjetji proizvajata tudi trgovski blagovni znamki sirupov, pri čemer predstavlja prodaja trgovske blagovne znamke sirupa, ki ga polni podjetje Vital Mestinje, [redacted] oz. skoraj [redacted] deleža v celotni prodani količini sirupa, prodaja trgovske blagovne znamke sirupa, ki ga polni podjetje Dana, pa [redacted] delež v celotni prodani količini sirupa. Prevzeto

⁴⁸ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 15.

⁴⁹ Podjetje [redacted] proizvaja sirupe pod blagovno znamko [redacted].

⁵⁰ Podjetje [redacted] proizvaja sirupe pod blagovno znamko [redacted].

⁵¹ Glej opombo 61.

⁵² Dokument št. 3061-16/2020-1.

⁵³ Dokument št. 3061-16/2020-12, 13, 15, 16, 18-21, 25-29.

podjetje ocenjuje, da je v letu 2019 proizvedlo okoli [REDAKTIRANO] vseh trgovskih blagovnih znamk na slovenskem trgu.⁵⁴ Trgovske blagovne znamke običajno niso pakirane v stekleni embalaži; razen trgovske blagovne znamke, ki so višje kvalitete zaradi ekološki ali lokalnih sestavin. Na splošno velja, da višje cene dosegajo sirupi, polnjeni v stekleni embalaži, sirupi v plastični embalaži pa so večinoma cenovno pozicionirani nižje, in sicer od 5-20 %, ter da blagovne znamke proizvajalcev dosegajo višje cene kot trgovske blagovne znamke.⁵⁵

48. Agencija je podrobneje pregledala vzorec 12-ih sirupov različnih blagovnih znamk⁵⁶ z okusom maline⁵⁷. Skupina treh blagovnih znamk tujih proizvajalcev, ki svojim proizvodom niso dodali umetnih barvil in konzervansov, je imela od 20-50 % sadni delež. Sadni delež med 11 in 15 % je imelo sedem blagovnih znamk, v enem primeru so bila dodana umetna barvila, v drugem konzervansi, v tretjem pa oba dodatka, vendar ne v sirupih trgovskih blagovnih znamk. Dve blagovni znamki z najnižjim, tj. s 3 in 9 % sadnim deležem, imata dodane tudi konzervanse. Najnižjo ceno na liter imajo sirupi trgovskih blagovnih znamk.⁵⁸
49. Agencija ugotavlja, da je prva skupina najkvalitetnejših sirupov z najvišjim sadnim deležem in pakirana v 0,7 litrski embalaži tudi najdražja, sicer pa v preostalih dveh skupinah ni enoznačnega pravila, da višji (nižji) sadni delež pomeni tudi višjo (nižjo) ceno na liter sirupa. Bolj pomembno je, kolikšen je delež tistega sadja, ki je navedeno kot okus sirupa. V konkretnem vzorcu sirupov z okusom maline sta imeli tako npr. dve trgovski blagovni znamki visok sadni delež glede na ceno sirupa, in sicer 13 % sadni delež, a je od tega le 1 % predstavljal sadni delež maline.
50. Agencija opazuje, da se je znotraj trga sirupov oblikovala tržna niša, ki zajema sirupe najvišje kvalitete, katerih sestavine so biološkega ali lokalnega izvora, imajo bistveno manj ali nič sladkorja in zato večji ali celo 100 % sadni delež, pakirana pa so v stekleni in običajno v manj kot litrski embalaži. Posledično tovrstni sirupi sodijo na najvišjo cenovno raven. Takšne sirupe izdelujeta tudi podjetji Dana in Vital Mestinje, in sicer podjetje Dana proizvaja: (i) sirupi s 100 % sadnim deležem, (ii) BIO sirupe s 40 % oz. 30 % sadnim deležem in (iii) BIO zeliščne sirupe, ki jih proizvaja tudi prevzeto podjetje.⁵⁹ Agencija ugotavlja, da je na trgu sirupov vedno več ponudnikov, predvsem lokalnih, ki ponujajo tovrstne sirupe najvišje kvalitete.
51. Agencija ugotavlja, da je ponudba na trgu sirupov na območju Republike Slovenija zelo raznolika in široka v vseh treh kakovostnih oz. cenovnih razredih sirupov, ne samo glede števila samih ponudnikov oz. proizvajalcev sirupov, tako domačih kot tudi tujih, temveč tudi glede same sestave sirupov, med katerimi lahko potrošnik izbira glede na svojo kupno moč in osebne preference.
52. Priglasitelj poudarja, da so najpomembnejši ponudniki na trgu sirupov trgovske verige, ki tam nastopajo z lastnimi trgovskimi blagovnimi znamkami.⁶⁰ Ocenjuje, da podjetji Dana in Vital Mestinje uporabljata sorazmerno kakovostne surovine in da zato izdelujeta kakovostne izdelke. Njuni sirupi se uvrščajo med višjo do nižjo srednjo cenovno raven, izdelujeta pa tudi sirupe, ki sodijo na najvišjo cenovno raven. Podjetji ne izdelujeta sirupov najnižje cenovne ravni, kjer so prisotne pretežno ali izključno umetne in najcenejše surovine.⁶¹
53. Priglasitelj dodaja, da kupci sicer prepoznavajo najbolj ugledne blagovne znamke proizvajalcev, vendar da je v zadnjem času opaziti predvsem intenziven trend v povečevanju proizvodnje in prodaje trgovskih blagovnih znamk.⁶² Čeprav je priglasitelj trg sirupov ocenil

⁵⁴ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 15.

⁵⁵ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 23.

⁵⁶ Te so: [REDAKTIRANO]

⁵⁷ Ker v dveh primerih okus maline ne obstaja, je Agencija preverila primerljiv okusa »rdeči sadeži« in »gozdni sadeži«.

⁵⁸ Cenovna primerjava je zajela ceno izdelkov v litrski embalaži; sirupi nekaterih blagovnih znamk so namreč pakirani tudi v 3 litrskih plastenkah.

⁵⁹ Vir: <http://www.vital.si/sl/bio-sirupi-19> in <https://www.dana.si/izdelek/>, dostopno dne 25. 8. 2020.

⁶⁰ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 15.

⁶¹ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 23.

⁶² Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 29.

kot zrelega, v zadnjih letih nanj vstopajo majhni lokalni proizvajalci, katerih ciljna skupina so potrošniki, ki sta jim pri izbiri sirupa bistvena poreklo in delež posameznih sestavin.

54. Obe podjetji, tako Dana kot tudi Vital Mestinje, sta s prodajo svojih sirupov prisotni tudi v t.i. HORECA sektorju, vendar so njuni najpomembnejši kupci trgovske verige, prodaja katerim predstavlja [REDACTED] celotnih prihodkov od prodaje sirupov podjetja Dana in [REDACTED] celotnih prihodkov od prodaje sirupov prevzetega podjetja.
55. Agencija ocenjuje, da zadevna koncentracija ne bo znatno ovirala učinkovite konkurence na trgu sirupov, npr. z oteževanjem širitev manjših ali vstopa novih konkurentov, niti ne bo imela negativnega vpliva na poslovanje največjih obstoječih konkurentov obeh podjetij.
56. Na podlagi razmer na upoštevnem trgu ter pregleda obstoječe in potencialne konkurence Agencija ugotavlja, da zadevna koncentracija ne bo bistveno zmanjšala ali omejila učinkovite konkurence na upoštevnem trgu. Zaradi raznolike izbire različnih ponudnikov se po izvedeni koncentraciji položaj priglasitelja na trgu sirupov ne bo bistveno izboljšal, hkrati pa združeno podjetje ne bo imelo takšne tržne moči, da bi lahko vplivalo na pogoje konkurence na upoštevanih ali kako drugače oviralo učinkovito konkurenco, zlasti z ustvarjanjem ali krepitvijo prevladujočega položaja.

B.2 Analiza vertikalnih učinkov

57. Vertikalne združitve imajo lahko za posledico izključitev, kadar ima dejanski ali morebitni konkurent oviran ali onemogočen dostop do dobav in trgov zaradi vertikalne združitve, kar zmanjšuje konkurenčno sposobnost in/ali spodbudo zadevnih podjetij. Agencija je pri presoji vertikalnih učinkov upoštevala Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij, pri čemer Agencija poudarja, da nehorizontalne koncentracije (kar velja tudi za vertikalne povezave pri zadevni koncentraciji) lahko pomenijo grožnjo učinkoviti konkurenci samo v primeru, če ima združeni subjekt precejšnjo stopnjo tržne moči na najmanj enem od zadevnih trgov, pri čemer Agencija, podobno kot Komisija, običajno ne bo izrazila pomislekov glede nehorizontalnih združitvev, če bo tržni delež novega subjekta po združitvi na vsakem od zadevnih trgov znašal manj kot 30 %.

Trg termoskrčljivih folij

58. Podjetje Plasta proizvaja polietilenske folije, ki se jih lahko uporablja v različne namene. Tako se npr. t.i. termoskrčljive folije uporabljajo na strojih za avtomatsko pakiranje velikoserijskih izdelkov in polizdelkov, v prehranski industriji pa za pakiranje osvežilnih pijač in drugih izdelkov.⁶³
59. Priglasitelj pojasnjuje, da prevzeto podjetje pakira steklenice oz. platenke v termoskrčljive folije, kakršne proizvaja tudi priglasitelj, vendar da so stroški nabave teh folij zanemarljivi glede na celotne proizvodne stroške. Pomemben strošek v proizvodnji pijač in še posebej vod je namreč plastična embalaža oz. surovina za plastično embalažo (t.j. granulati za izdelavo platenk), ki pa je ne priglasitelj ne ostala podjetja v skupini priglasitelja ne proizvajajo.
60. Priglasitelj nadalje pojasnjuje, da priglasitelj ne dobavlja termoskrčljivih folij prevzetemu podjetju, niti si zaradi zadevne koncentracije ne obeta povečanja proizvodnje in prodaje svojih folij, zaradi česar po njegovem mnenju prevzeto podjetje ne bo imelo izboljšane dostopa do surovin.
61. Tako kot priglasitelj tudi Agencija ugotavlja, da na trgu Republike Slovenije nastopa več podjetij, ki proizvajajo termoskrčljive folije, zato je ob upoštevanju preostalih navedb presodila, da v zadevnem primeru ne gre za vertikalno koncentracijo v smislu 57. odstavka te odločbe, ki bi jo morala posebej presojati, zato tudi ni preverjala in primerjala tržnih

⁶³ Konsolidirano letno poročilo podjetja Plasta, proizvodnja in trgovina d.o.o., Šentrupert, za leto 2019, str. 28.

deležev v koncentraciji udeleženih podjetij s tržnimi deleži drugih podjetij, ki proizvajajo termoskrčljive folije oz. polietilensko embalažo.

Trg polizdelkov za industrijo pijač

62. Kot je bilo že omeneno v 26. odstavku te odločbe, podjetje Dana proizvaja tudi polizdelke, ki jih trži pod blagovno znamko Dana Interrom, in so namenjeni pijačarski, pekarski in mlekarški industriji.⁶⁴ Agencija je preverila, ali in v kolikšni meri podjetje Dana dobavlja polizdelke, tj. sadne pripravke in emulzije za pijače ter naravne dodatke, prevzetemu podjetju ter kakšno poslovno sodelovanje si priglasitelj obeta na tem področju.
63. Priglasitelj navaja, da je prevzeto podjetje v letu 2019 nabavilo [REDACTED] surovin za sirupe od podjetja Dana.⁶⁵ Priglasitelj pojasnjuje, da je podjetje Dana le eno izmed dobaviteljev in hkrati eno izmed manjših konkurentov na trgu polizdelkov za industrijo pijač. Večji konkurenti in glavni dobavitelji podjetja Vital Mestinje so namreč podjetje [REDACTED], podjetje [REDACTED] in podjetje [REDACTED], ki so na tem trgu prisotni že dlje časa kot podjetje Dana, ki pa ima z vidika prevzetega podjetja konkurenčno prednost v hitrem odzivu, dostavi v skladišče kupca in predvsem v tem, da je pripravljeno razviti in nato izdelati specifično bazno surovino za relativno nizko količino izdelkov, kar proizvajalcu pijač omogoča, da na trgu predstavi nove izdelke in pridobi nove kupce. Cene polizdelkov podjetja Dana so zato praviloma višje od cen konkurentov.⁶⁶
64. Priglasitelj poudarja, da tudi podjetje Dana nima svoje proizvodnje arom, temveč zgolj zmeša ustrezna razmerja in jih pripravi za uporabo v polnilnici, zato mora za izdelovanje polizdelkov arome kot osnovno surovino kupovati od zgoraj navedenih dobaviteljev, ki so torej v tem delu hkrati tudi njegovi konkurenti. Priglasitelj in prevzeto podjetje načrtujeta sodelovanje na tem področju tudi v prihodnje, pri čemer sta oba v celoti odvisna od navedenih dobaviteljev arom.⁶⁷
65. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da med dejavnostmi udeležencev koncentracije in z njimi povezanih podjetij ne prihaja do takšnih povezav, ki bi povzročile izločitev ali bistveno zmanjšale učinkovito konkurenco na upoštevnihih trgih, na katerih delujejo v koncentraciji udeležena podjetja skupaj s povezanimi podjetji.

IV. ZAKLJUČEK

66. Ob upoštevanju razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo pridobitve izključne kontrole s strani podjetja Plasta nad podjetjem Vital Mestinje ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Koncentracija ne bo povzročila bistvenega omejevanja učinkovite konkurence na ozemlju Republike Slovenije, zlasti kot posledice ustvarjanja oziroma krepitev prevladujočega položaja. Agencija zato koncentraciji na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOMK-1 ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku⁶⁸ 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.

⁶⁴ Dana Letno poročilo 2018, str. 14.

⁶⁵ Dokument št. 3061-16/2020-1, str. 25.

⁶⁶ Dokument št. 3061-16/2020-37.

⁶⁷ Dokument št. 3061-16/2020-37.

⁶⁸ 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.

POUK O PRAVNEM SREDSTVU

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču Republike Slovenije, Fajfarjeva ulica 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 vodila:
Neža Manfreda



Andrej Matvoz
predsednik senata



- Plasta proizvodnja in trgovina d.o.o., Šentrupert, Kamnje 41, 8232 Šentrupert – osebno po ZUP; po pooblaščenju: Odvetniška družba Krašek o.p., d.o.o., Cigaletova ulica 7, 1000 Ljubljana.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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

