

**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97

F: 01 478 36 08

E: gp.avk@gov.si

www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-25/2021-6

Datum: 24. 1. 2022

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 Francija Pušenjaka in mag. Karle Pinter kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Allegro.eu, S.A. Luksembourg, Rue Hildegard von Bingen 1, L-1282 Luksembourg, Veliko vojvodstvo Luksembourg (v nadaljevanju: Allegro.eu), ki ga zastopa Predsednik upravnega odbora in neizvršni direktor, in ki ga po pooblastilu zastopa Odvetniška družba Odvetniki Šelih & partnerji, o.p., d.o.o., Komenskega ulica 36, 1000 Ljubljana, in MIMOVRSSTE, spletna trgovina, d.o.o., Cesta Ljubljanske brigade 21, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Mimovrste), ki ga zastopa direktorica Katja Miharčič Potužák, na nejavni seji, 24. 1. 2022 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji pridobitvi kontrole podjetja Allegro.eu, S.A. Luksembourg, Rue Hildegard von Bingen 1, L-1282 Luksembourg, Veliko vojvodstvo Luksembourg, nad podjetjem MIMOVRSSTE, spletna trgovina, d.o.o., Cesta Ljubljanske brigade 21, 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 24. 11. 2021 prejela priglasitev koncentracije podjetij Allegro.eu (v nadaljevanju tudi priglasitelj) in Mimovrste (v nadaljevanju tudi prevzeto podjetje). Koncentracijo je priglasilo podjetje Allegro.eu.²
2. Predmet koncentracije je pridobitev celotnega poslovnega deleža v podjetju Mimovrste, ki je v 100 % lasti podjetja Mall Group, le ta pa v lasti podjetij EC Investments a.s (40 %), Bonak a.s. (40) in Rockaway e-commerce a.s. V Pogodbi, sklenjeni 4.11.2021, so se podgodbene stranke

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. 3061-25/2021-1.

dogovorile, da bo podjetje Allegro.eu kupila vseh 100 % delnic podjetja Mall Group, pri čemer prodajalci prenesejo nekatere delnice tudi na podjetje Allegro.eu (le te bodo kmalu po izvedbi prenesli iz Allegro.eu na Allegro.pl), razen če se oba podjetja ne odločita drugače. Podjetje Allegro.pl bo postalo edini delničar podjetja Mall Group in pridobilo izključno kontrolo nad podjetji v skupini Mall Group in posledično tudi nad podjetjem Mimovrste.³

3. 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 ali objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči s prvim 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 podjetij.⁴
4. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah⁵ je bila 23. 11. 2021 plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.⁶
5. Priglasitelj podjetje Allegro.eu iz Luxembourgja je holdinška družba in ima v 100 % lasti podjetje Adinan Midco S.a.r.l. prav tako iz Luxembourgja, le-to ima v 100 % lasti tri podjetja s Poljske: Caneo.pl Sp.z o.o. (spletna trgovina), Allegro Pay Sp.z o.o. (upravitelj plačil preko spletne strani Allegro.eu) in Allegro.pl Sp.z o.o. (spletna trgovina) Slednje ima v 100 % lasti 7 podjetij s Poljske: OpenNet.pl Sp.z o.o., eBilet Polska Sp.z o.o., Allegro Finance Sp.z o.o., Trade Analytics Instytut Badan Ecommerce Sp.z o.o. (v likvidaciji), Fundacija Allegro All For Planet, Skynet Customs Brokers Sp.z o.o.⁷
6. Podjetje Mimovrste je v 100 % lasti podjetja Mall Group a.s. Češka (v nadaljevanju: Mall Group), ki je v lasti podjetij EC Investments a.s. (40 %), Bonak a.s. (40 %) in Rockaway e-commerce a.s (20 %).⁸ Podjetje Mall Group ima poleg podjetja Mimovrste v lasti naslednja podjetja: MallPay s.r.o. (Češka)⁹ (50 %), Internet Mall Hungary Kft. (Madžarska), m-Hu Internet Kft (Madžarska), Netretail Kft.(Madžarka),¹⁰ Internet Mall Slovakia s.r.o. (Slovaška), Internet Mall, a.s. (Češka), Netretail sp.z o.o. (Poljska), Internet Mall d.o.o. za trgovino (Hrvaška), E-commerce Holding, a.s. (Češka). Slednje podjetje ima v lasti še šest podjetij, vsa locirana na Češkem. V nadaljevanju so navedena podjetja, ki jih podjetja Allegro .pl v okviru priglašene koncentracije ne bo pridobilo: Mall TV (prenesena na podjetje Czech Video Center a.s.), MallPay s.r.o. in Vivantis a.s., ki naj bi se izločilo pred zaključkom priglašene koncentracije, do 31.12.2021.
7. Podjetje Mimovrste opravlja storitve trgovine na drobno po pošti ali preko spleta, in sicer upravlja spletno trgovino 'mimovrste.com', ter prodaja izdelke v treh fizičnih trgovinah v Ljubljani. Preko spleta kupcem ponuja potrošniške izdelke kot so: gospodinjski aparati, vse za dom, pohištvo, delavnica in orodje, vse za vrt, male živali zdravje in nega, avdio, video in foto izdelki, računalništvo, šport in prosti čas, igrače in izdelke za otroke, kozmetiko, igre in razvedrilo ter avtomobilizem.¹¹ Prevezeto podjetje je bilo pred zadevno koncentracijo v izključni lasti fizične osebe Bojana Pelcarja in po navedbah v priglasitvi nima odvisnih podjetij.
8. Priglasitelj je podal gospodarsko utemeljitev koncentracije in pri tem navedel, da bo predmetna koncentracija omogočila kupcem iz Slovenije dostop do širše ponudbe izdelkov, ugodnejših

³ Dokument št. 3061-25/2021-1, str. 9.

⁴ Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

⁵ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5, 14/15-ZUUJFO, 84/15-ZZelP-J, 32/18-ZKZaš.

⁶ Dokument št. 3061-25/2021-1, Priloga 4..

⁷ Dokument št. 3061-25/2021-1, Priloga 5.

⁸ Dokument št. 3061-25/2021-1, Priloga 6.

⁹ Ni predmet transakcije.

¹⁰ Ni predmet transakcije.

¹¹ Dokument št. 3061-9/2020-1.

cen in bolj priročnega nakupovanja. Boljša izbira in boljše cene bodo posledica tega, da bodo lahko novi trgovci iz Slovenije, Poljske in drugih držav prodajali v Sloveniji prek mednarodne platforme Allegro. Boljša nakupovalna izkušnja za kupce bo med drugim posledica uvedbe najsodobnejše nakupovalne platforme Allegro, uvedbe programa zvestobe, ki bo vključeval številne ugodnosti za stranke, kot je brezplačna dostava nad določeno vrednostjo naročila, in uvajanja izdelkov fintech (tj. sodobnih finančnih storitev za potrošnike). Hkrati bo novi poslovni model družbe Mimovrste pod lastništvom družbe Allegro slovenskim trgovcem, ki so dejavni na platformi, omogočil, da prek Allegrove mednarodne platforme svoje izdelke zlahka ponudijo širšemu krogu kupcev v drugih državah Srednje in Vzhodne Evrope ter širše. To pa ne bo le privlačna poslovna priložnost za slovenske zasebne trgovce in/ali mala in srednje velika podjetja, temveč tudi velika priložnost za celotno slovensko gospodarstvo. Po mnenju priglasitelja bo predlagana koncentracija prispevala k nadaljnjemu razvoju maloprodajnega trga v Sloveniji.

II. PODREJENOST ZPOMK-1

A Koncentracija

9. 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; (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. 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.
10. Drugi odstavek 10. člena ZPOMK-1 določa, da kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom 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; (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.
11. Iz Prečiščenega obvestila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (v nadaljevanju: Obvestilo Komisije) izhaja, da izključna kontrola obstaja, če lahko samo eno podjetje izvaja odločilni vpliv nad drugim podjetjem. Odločitve, bistvene za strateško gospodarsko ravnanje podjetja, vključujejo odločitve o vprašanih, kot so finančni načrt, poslovni načrt, glavne investicije ali imenovanje višjega vodstva in presegajo odločitve, ki so običajne za zaščito pravic manjšinskih delničarjev (npr. odločitve o bistvu skupnega podjetja, kot so na primer spremembe statuta, povečanje ali zmanjšanje kapitala ali likvidacija)¹².
12. V obravnavanem primeru je koncentracija nastala 4. 11. 2021, ko je bil podpisan Dogovor o nakupu in prodaji delnic med podjetji EC Investments a.s., Bonak a.s., Rockaway e-commerce a.s., Titancoin International a.s. in kupcem Allegro.pl in Allegro.eu. Dogovor se nanaša na pridobitev 100 % poslovnega deleža v prevzetem podjetju Mall Group s čimer bo podjetje Allegro.pl postalo izključni lastnik prevzetega podjetja in s tem bo podjetje pridobilo izključno

¹² Obvestilo Komisije, odstavki od 54 do 61 in od 65 do 73.

kontrolo tudi nad podjetjem Mimovrste. Ker takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, Agencija ugotavlja, da je v obravnavanem primeru pravni pogoj izpolnjen.

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

13. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegele 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegele 1 mio EUR oziroma v primeru, kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem, če je letni promet, vsaj dveh v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, presegele 1 mio EUR.
14. Iz priloženih finančnih podatkov priglasiatelja izhaja, da sta v skupini Mall Group le podjetji Internet Mall a.s. in Mimovrste na trgu Republike Slovenije v letu 2020 dosegli skupni letni promet v višini [REDACTED] EUR¹³ (od tega je [REDACTED]). Podjetje Allegro.eu in njegova povezana podjetja v letu 2020 na slovenskem trgu niso ustvarile nobenih prihodkov od prodaje. Navedeno pomeni, da je v primeru presoje pridobitve izključne kontrole podjetja Allegro.pl nad podjetjem Mimovrste presežen prag 35 milijonov 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.
15. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru predmetne koncentracije sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1.

C Pristojnost Agencije

16. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij¹⁴ (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije¹⁵ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.¹⁶
17. 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

¹³ Dokument 3061-25/2021-1, Priloga 8.

¹⁴ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

¹⁵ 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.

¹⁶ 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.

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.

18. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, saj je podjetje Mall Group v letu 2020 na trgu EU ustvarilo ██████████ EUR¹⁷, podjetje Alegro.eu pa 869.089 EUR¹⁸, kar pomeni, da niso doseženi pragovi iz točke (b) drugega oziroma pragovi iz (b), (c) in (d) točke 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 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 Agenciji.

III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

19. 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.
20. Pri presoji koncentracije je Agencija najprej ugotavljala, ali prihaja do horizontalnega ali vertikalnega prekrivanja 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 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.
21. Priglasitelj sodi v skupino Allegro.eu, ki je tržna platforma in deluje na Poljskem. Vsak registriran uporabnik lahko na tej platformi ponuja in prodaja izdelke drugim uporabnikom. Platforma ponuja orodja za trženje za trgovce in dodatne storitve za kupce. V več državah EU priglasitelj oz. njegove povezane družbe na trgu delujejo kot trgovci na drobno z živilskimi in / ali neživilskimi izdelki, spletni oglaševalci, spletni razvrščevalci, ponudniki storitev primerjave cen, prodajalci vstopnic za kulturne športne in zabavne dogodke, ponujajo potrošniško financiranje (odložena plačila) in storitve hitre kurirske dostave.
22. Osnovna dejavnost podjetja Mimovrste je upravljanje platforme spletne trgovine pod domeno mimovrste.com. Je slovenski trgovec na drobno z živilskimi in neživilskimi izdelki, ki jih ponuja tako na spletu kot zunaj njega. Podjetje Mimovrste upravlja spletno trgovino, ki nabavlja, prodaja in dostavlja različne vrste potrošniškega blaga, ne da bi bila pri tem specializirana za posamezne vrste blaga. Podjetje Mimovrste ima tudi tri fizične trgovine.

¹⁷ Dokument št. 3061-28/2021-1, Priloga 8; podatki so zajeti za obdobje od 31.3.2020 do 31.3.2021.

¹⁸ Consolidated Annual Report <https://about.allegro.eu/static-files/e1c6f962-8152-4554-81a0-cd9751ede2c6>, stran 189; podatek je preračunan v evre po tečaju EUR/PLN 4,6.

23. Priglasitelj pojasnjuje, da podjetje Allegro.eu in njegova povezana podjetja niso dejavna v Sloveniji in v letu 2020 niso imeli nobenega prometa na slovenskem trgu. Iz navedenega izhaja, da na slovenskem trgu med priglasiteljem in prevzetim podjetjem ne prihaja do horizontalnega prekrivanja. Poleg tega med udeleženci koncentracije na slovenskem trgu tudi ni obstoječega ali potencialnega vertikalnega razmerja
24. Po mnenju priglasitelja pa bo imela koncentracija vpliv na slovenski trg prodaje živilskega in neživilskega blaga na drobno, na katerih je dejavno podjetje Mimovrste.
25. Tako Evropska komisija (v nadaljevanju: EK) kot Agencija sta v svoji pretekli praksi že obravnavali trg prodaje neživilskega blaga na drobno in trg prodaje živilskega blaga na drobno.

Trg prodaje neživilskega blaga na drobno

26. V odločbi iz leta 2016 o prevzemu skupine Allegro Group s strani družb Cinven in Permira (v nadaljevanju: odločba Allegro Group) je EK obravnavala trg prodaje neživilskega blaga na drobno (vendar je na koncu natančno opredelitev trga pustila odprto).¹¹
27. Glede razlikovanja med različnimi kategorijami izdelkov se je EK v odločbi Allegro Group sklicevala na predhodno odločbo v zadevi *Otio/Primodo Assets*¹⁹, v kateri je preučila morebitno razdelitev prodaje neživilskega blaga na drobno v naslednje kategorije: (i) oblačila in obutev, (ii) pohištvo in oprema za dom, (iii) elektronika in gospodinjski aparati, (iv) hišni dekor in izdelki za vrt, (v) zdravje in kozmetika, (vi) igrače in družabne igre, (vii) izdelki za šport in taborjenje. Določene kategorije bi bilo nadalje smiselno deliti v podkategorije, kot na primer oblačila, ki se lahko ločijo od obutve in se naprej delijo na moška, ženska in otroška oblačila. Izdelki znotraj posamezne kategorije praviloma niso substituti izdelkom znotraj katerekoli druge kategorije, pri tem so si bistveno različne tudi konkurenčne prednosti znotraj posameznih kategorij. Na trgu tako nastopa množica udeležencev specializiranih za prodajo zgolj ene ali tudi več kategorij izdelkov.²⁰ Komisija je v svojih dosedanjih odločitvah pustila natančno razčlenitev zadevnega trga odprto.
28. Trg prodaje neživilskega blaga na drobno Komisija v preteklih odločitvah nadalje deli po dveh kriterijih, in sicer glede na kategorije izdelkov in glede na prodajni kanal,²¹ ki dobiva vse večji pomen. Vse lažji je tudi prehod strank med različnimi prodajnimi kanali. EK je ugotovila, da v nekaterih kategorijah izdelkov (npr. elektronski izdelki) stranke pogosto pregledujejo izdelke na spletu in jih nato kupijo v fizičnih trgovinah ter obratno.
29. Po kriteriju prodajnega kanala je Komisija trg prodaje neživilskega blaga na drobno v grobem delila na tako imenovane »online« (spletno naročanje, naročanje preko e-pošte) in »offline« (obisk klasičnih prodajal, letaki) prodajne kanale. Pri tem je ugotovila, da se potrošniki vse bolj poslužujejo vseh možnih vrst in oblik nakupovanja in da lahko te oblike enostavno menjajo in kombinirajo, kakor jim v konkretnem primeru nakupovanja najbolj ustreza. V tržni raziskavi zadeve Media-Saturn/Redcoon so anketiranci različne prodajne kanale šteli za medsebojno zamenljive, saj potrošniki vedno bolj primerjajo cene v fizičnih poslovalnicah s cenami na spletu, temu ravnanju potrošnikov pa sledijo tudi trgovci, ko določajo cene po posameznih prodajnih kanalih.²² Po drugi strani pa tržna raziskava Komisije v zadevi *Otto/Primondo Assets* ni zagotovila dovolj dokazov, ki bi zadostovali za sklep, da vsi prodajni kanali tvorijo enoten storitveni upoštevni trg. Veliko anketirancev različnih maloprodajnih kanalov ni smatralo za

¹⁹ Odločba EK z dne 16. 2. 2010 v zadevi M.5721 - *Otto/Primondo Assets*.

²⁰ COMP/M.6226 – *Media-Saturn/Redcoon* z dne 23. 6. 2011.

²¹ Odločba Komisije št. COMP/M.4226 – *DSGI/Fotovista* z dne 29.6.2006 in COMP/M.4392 – *DSGI/FR-Invest/F-Group JV* z dne 30. 11. 2006.

²² COMP/M.6226 – *Media-Saturn/Redcoon* z dne 23. 6. 2011.

medsebojno zamenljive, so pa menili, da bi to lahko bili v primerih, ko gre za prodajo standardiziranih proizvodov, katerih lastnosti so podrobno in jasno navedene, kot so to na primer elektronski izdelki.²³

30. Tudi v zadevi Carphone Warehouse/Dixons je večina anketirancev trdila, da potrošniki štejejo klasično maloprodajo in spletno prodajo za zamenljivo v primeru nakupov izdelkov, kot sta mobilni telefon in tablični računalnik. Velika večina anketirancev je v tem primeru tudi potrdila, da potrošniki primerjajo cene v fizičnih poslovalnicah s tistimi v spletnih trgovinah preden dejansko izvedejo nakup, pri čemer so poudarili pomembnost fizičnih poslovalnic, saj se potrošniki pred nakupom pogosto želijo posvetovati z usposobljenim osebjem in/ali neposredno pregledati izdelek.²⁴ Temu dejstvu se vse bolj prilagajajo tudi spletni trgovci, ki so v zadnjem času začeli odpirati fizične prodajalne²⁵. V vseh treh primerih je Komisija vprašanje, ali vsi maloprodajni kanali predstavljajo enotni storitveni upoštevani trg, pustila odprto.
31. Agencija v dosednji praksi ni dokončno opredelila trga prodaje neživilskega blaga na drobno glede na prodajni kanal, kakor tudi ne, glede na kategorije izdelkov.²⁶ Ker v primeru zadevne koncentracije ni izkazan sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevanih storitvenih trgov, Agencija tudi v tem primeru trga dokončno ne opredeljuje.

Trg prodaje živilskega blaga na drobno

32. Po mnenju priglasitelja je družba Mimovrste del širšega trga prodaje na drobno, ki vključuje tako spletno prodajo kot prodajo v fizičnih prodajalnah. Kot je navedeno zgoraj, je EK v odločbi Allegro Group v skladu s svojo preteklo prakso ločeno obravnavala trge za prodajo neživilskega in živilskega blaga na drobno. Podoben pristop je sprejela tudi Agencija v svojih zgoraj navedenih odločitvah.
33. Priglasitelj se zaveda, da je EK v svojih prejšnjih odločitvah zavzela stališče, da prodajo izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno (večinoma živilskega blaga) večinoma opravljajo trgovine na drobno, kot so supermarketi, hipermarketi in diskontne verige (tako imenovani sodobni distribucijski kanali). Tudi Agencija je upoštevala to delitev v svojih prejšnjih odločitvah, povezanih z izdelki za vsakdanjo rabo.²⁷
34. Francoski organ za varstvo konkurence²⁸ je sicer menil, da je spletna ponudba živilskega blaga po obsegu in ponudbi primerljiva s ponudbo hipermarketov, a je bil vpliv spletne prodaje živilskega blaga v zadevnem primeru zanemarljiv in ni bil podrobneje obravnavan, saj ni vplival na analizo konkurence.
35. Po navedbah nemškega organa za varstvo konkurence²⁹ se opredelitev proizvodnega trga ne razlikuje med prodajnimi oddelki, temveč predpostavlja enoten trg prodaje živilskega blaga na drobno (vključno z neživilskim blagom, ki ga lahko pričakujemo v trgovini z živili), ki se lahko nadalje razdeli na različne segmente. Zaradi omejenega obsega spletne prodaje živilskega blaga v Nemčiji in lastnosti obravnavanega primera, ki se ni nanašal na spletno prodajalno, le-ta še ni bila

²³ COMP/M.5721 – Otto/Primondo, z dne 16. 2. 2010.

²⁴ COMP/M.7259 – Carphone Warehouse/Dixons z dne 25. 6. 2014.

²⁵ Amazon, vodilni svetovni spletni trgovec, je pričel z odpiranjem fizičnih prodajalnih pred petimi leti, v Sloveniji je februarja letos svojo prvo fizično prodajalno odprl vodilni slovenski spletni trgovec Mimovrste.

²⁶ Odločba Agencije št. 3016-6/2016-10 z dne 5. 5. 2016, Odločba Agencije št. 3061-27/2017-71 z dne 12. 4. 2018 in Odločba Agencije št. 3061-41/2018-16 z dne 25. 4. 2019.

²⁷ Odločba št. 306-64/2013-73, z dne 22.11.2013.

²⁸ Glej: Odločba Autorité de la concurrence z dne 11. 7. 2013 v zadevi 13-DCC-90 - Monoprix /Casino Guichard-Perrachon, točka 86, in odločba Autorité de la concurrence z dne 21.11. 2014 v zadevi 14-DCC-173 - Carrefour France / DIA France SAS.

²⁹ Glej: Odločba Bundeskartellamt-a z dne 22. 12. 2020 v zadevi B2-83/20 - Kaufland / SCP Retail Operations, točka 115.

upoštevana in vključena v analizo trga. Vendar je nemški organ za varstvo konkurence navedel, da kljub vstopu družbe Amazon na trg prodaje živilskega blaga na drobno leta 2017 (*Amazon Fresh*), naložbam velikih trgovcev na drobno z živilskim blagom v večkanalne koncepte in ustanavljanju spletnih trgovcev na drobno z živilskim blagom, delež spletne prodaje živilskega blaga ostaja majhen.

36. Priglasitelj meni, da je opredelitev nemškega organa za varstvo konkurence najprimernejša za obravnavani primer. Na podlagi delitve EK glede oskrbe trga z izdelki za vsakdanjo rabo, so kategorije živilskih izdelkov naslednje: (i) pijače, (ii) suha živila, (iii) samopostrežno pokvarljivo blago, (iv) delikatesno blago, (v) ribe, (vi) sadje in zelenjava, (vii) kruh in (viii) sveže pecivo ter (ix) meso.
37. Priglasitelj podpira stališče, da so fizični prodajni kanali in spletni prodajni kanali medsebojno povezani in zamenljivi za številne stranke. Vse bolj priljubljena postaja strategija večkanalne prodaje. Prodaja na podlagi tega modela poteka tako v fizičnih trgovinah kot v spletnih trgovinah in potrošniki niso več vezani le na en sam prodajni kanal. Po mnenju Trgovinske zbornice Slovenije je prihodnost trgovine v kombinaciji spletne in fizične trgovine.³⁰ Kupci imajo pogosto možnost, da izdelek naročijo prek spleta in ga prevzamejo v izbrani fizični trgovini (storitev klikni in prevzemi oz. click & collect), običajno brez kakršnihkoli dodatnih stroškov.³¹
38. Številni veliki trgovci na drobno poslujejo tako na spletu kot v fizičnih trgovinah, med njimi: (i) veliki trgovci (npr. Mercator, Spar), (ii) trgovine z več blagovnimi znamkami in več kategorijami (npr. enaA, Shopster) in (iii) bolj specializirane trgovine (npr. Big Bang na področju elektronike, Zara, H&M na področju oblačil, Mass na področju obutve, Ikea, Harvey Norman, Jysk na področju pohištva, dm, Sanolabor na področju zdravja in lepote, Merkur na področju opreme za domače mojstre, Decathlon, InterSport na področju športnih izdelkov, E-igrače na področju igrač itd.).
39. Potrošniki iščejo bolj priročno nakupovanje in privlačne cene ter vse pogosteje preklaplajo med različnimi prodajnimi kanali glede na trenutne potrebe (če je na primer čas ključnega pomena, se lahko potrošnik odloči za nakup izdelka v bližnji fizični trgovini, če pa je pripravljen počakati na dostavo, pa lahko morda isti izdelek naroči na spletu po nižji ceni). Navedeni trendi so se nedavno zaradi pandemije Covid-19 še okrepili. Med obdobji zaprtja države, ko je bila večina fizičnih trgovin zaprtih in je večina ljudi ostala doma, je spletno nakupovanje postalo še bolj priljubljeno, vključno s kategorijami, ki prej v spletnem nakupovanju niso pretirano izstopale.³² Zaprtje države pa je prisililo tudi bolj tradicionalne trgovine, da so začele svoje izdelke ponujati preko več različnih kanalov.³³
40. Glede na navedeno priglasitelj meni, da je razlikovanje med prodajo na drobno v fizičnih trgovinah in prodajo na drobno preko spleta vse manj pomembno in da se bo ta težnja v prihodnosti le še okrepila. Razlikovanje med prodajo na drobno v fizičnih trgovinah in prodajo na drobno preko spleta zato ne bi bilo primerno.
41. Čeprav obstajajo specializirane trgovine, ki se osredotočajo zgolj na izbrane kategorije izdelkov, pa po mnenju priglasitelja obstajajo tudi številni veliki trgovci na drobno, ki ponujajo izdelke iz široke palete kategorij (npr. Mercator, Spar, enaA, Amazon, AliExpress). Družba Mimovrste je nespécializiran trgovec na drobno in prodaja različne vrste potrošniškega blaga. Iz teh razlogov

³⁰ Glej: Mladina: »Kombinacija spletne in fizične trgovine je temelj nove realnosti« (<https://www.mladina.si/205715/kombinacija-spletne-in-fizicne-trgovine-je-temelj-nove-realnosti/>, 9. 3. 2021).

³¹ To velja tudi za družbo Mimovrste, ki ima spletno trgovino in več fizičnih prodajnih mest, svojim spletnim kupcem pa omogoča tudi prevzem nakupov na sedmih različnih prevzemnih mestih.

³² Glej na primer: Dnevnik: Spletna prodaja med epidemijo cveti (<https://www.dnevnik.si/1042942717>, 6.11.2020).

³³ Glej na primer: Statistični urad Republike Slovenije: V2020 ustvarila prihodek s spletno prodajo skoraj četrtina podjetij z vsaj 10 zaposlenimi in samozaposlenimi (<https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/9890>, 4. 11. 2021).

lahko po mnenju priglasitelja za namen predlagane koncentracije vprašanje, ali je treba prodajo neživilskega blaga na drobno dodatno razdeliti po kategorijah izdelkov, ostane odprto.

42. Kot je že povedano zgoraj, priglasitelj podpira stališče, da so tradicionalne prodajne poti in prodajne poti preko spleta medsebojno povezane in zamenljive za številne stranke. Obstajajo veliki trgovci z živilskim blagom na drobno, ki poslujejo tako na spletu kot zunaj njega (npr. Mercator, Spar), pa tudi številni manjši trgovci na drobno, ki prodajajo živilske izdelke na spletu in zunaj njega (npr. Mama terra, Superhrana).
43. Potrošniki iščejo bolj priročno nakupovanje in privlačne cene ter glede na trenutne potrebe vse pogosteje preklaplajo med različnimi prodajnimi kanali ali pa jih uporabljajo tudi hkrati (na primer prek spleta naročajo težje izdelke ali izdelke z daljšim rokom uporabnosti, za sveže izdelke pa izberejo tradicionalne trgovine).
44. Kot je priglasitelj že navedel, so se zgoraj navedeni trendi zaradi nedavne pandemije Covid-19 še okrepili. Spletno nakupovanje je postalo še bolj priljubljeno kot prej, vključno s kategorijami, ki prej v spletnem nakupovanju niso pretirano izstopale, kot je na primer prodaja živilskega blaga na drobno. Prej je bilo le-to na voljo le v večjih mestnih središčih in prek največjih akterjev na trgu, zdaj pa ga ponujajo po vsej državi in tudi različni manjši trgovci na drobno.
45. Glede na vse zgoraj navedeno priglasitelj meni, da je pri oceni predlagane koncentracije ustrezno opredeliti upoštevna proizvodna trga na: (i) trg prodaje neživilskega blaga na drobno in (ii) trg prodaje živilskega blaga na drobno.

B Upoštevni geografski trg

28. Upoštevni geografski trg je v skladu z 8. točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnege geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.

Trg prodaje neživilskega blaga na drobno

29. V zvezi z upoštevni geografskim trgov je EK v svojih preteklih odločitvah navedla, da se šteje, da je upoštevni geografski trg za nakupovanje na domu (vključno s spletnim nakupovanjem) po obsegu nacionalni. Evropska komisija je pri tem izpostavila več dejavnikov, med drugim jezikovne razlike, stroške in zamude pri mednarodnih pošiljkah, razlike v cenah med državami in promocijske kampanje, namenjene določenim državam. Na koncu je EK natančno opredelitev geografskega trga pustila odprto.
30. Tudi Agencija v svoji zgoraj navedenih odločitvah ni dokončno opredelila geografskega trga. Čeprav priglasitelj priznava dejavnike, ki jih je navedla EK, pa vidi tudi argumente za širšo opredelitev geografskega trga, po obsegu vsaj na ravni EGP. V zadnjih letih je bilo na ravni EU veliko pravnih sprememb, ki so zmanjšale ovire za trgovino med državami članicami:
 - (i) Uredba (EU) 2018/302 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 28. februarja 2018 o naslovitvi neupravičenega geografskega blokiranja in drugih oblik diskriminacije na podlagi državljanstva, kraja prebivališča ali kraja sedeža strank na notranjem trgu ter o spremembi uredb (ES) št. 2006/2004 in (EU) 2017/2394 ter Direktive 2009/22/ES.

Navedena uredba odpravlja ovire pri spletnem trgovanju in prepoveduje diskriminacijo strank iz različnih držav EU na podlagi državljanstva, kraja prebivališča ali kraja sedeža;

- (ii) Uredba (EU) 2018/644 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 18. aprila 2018 o storitvah čezmejne dostave paketov, katere cilj je zagotoviti preglednost cen in konkurenco. Ta uredba naj bi olajšala iskanje najcenejšega načina pošiljanja paketov iz ene države članice v drugo. Cene dostave za zdaj sicer niso omejene, vendar morajo podjetja jasno razkriti svoje cene, tako da jih lahko potrošniki zlahka primerjajo med seboj;
 - (iii) Direktiva (EU) 2019/2161 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. novembra 2019 o spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS ter direktiv 98/6/ES, 2005/29/ES ter 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta zaradi boljšega izvrševanja in posodobitve pravil Unije o varstvu potrošnikov, ki dodatno krepi pravice potrošnikov na spletu, ter
 - (iv) (iv) Uredba (EU) 2019/1150 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. junija 2019 o spodbujanju pravičnosti in preglednosti za poslovne uporabnike spletnih posredniških storitev, ki poenoti standarde delovanja spletnih platform (vključno s platformami za e-trgovanje) po vsej EU.
31. Poleg tega svetovni velikani elektronskega trgovanja, kot sta Amazon in AliExpress, prodajajo svoje izdelke slovenskim strankam, ne da bi bili fizično prisotni v Sloveniji. Jezikovne ovire, ki jih omenja Evropska komisija, postajajo vse manj pomembne, saj slovenski kupci vse bolj tekoče govorijo angleško, lahko pa uporabljajo tudi samodejni prevod spletnih strani, ki ga ponujajo glavni spletni brskalniki. Poleg tega so, kot je razvidno tudi v točki 6.2.3, nekateri najpomembnejši konkurenti družbe Mimovrste na upoštevni trgih prav tuje družbe, ki uspešno konkurirajo na slovenskem trgu.
32. Glede na vse navedeno zgoraj, priglasitelj meni, da je kot upoštevni geografski trg ustrezno opredeliti globalni trg. Vseeno pa glede na zgoraj citirano prakso EK priglasitelj priznava, da je upoštevni geografski trg mogoče opredeliti tudi kot vsaj nacionalni, pri čemer pa priglasitelj poudarja, da glede na omejen vpliv predlagane koncentracije na slovenski trg za njeno presojo upoštevnege geografskega trga niti ni potrebno dokončno opredeliti.
33. Kljub temu priglasitelj v nadaljevanju navaja nekatere podatke o slovenskem trgu, ki so zahtevani v skladu z veljavnim obrazcem za priglasitev, iz katerih izhaja, da predlagana koncentracija ne vzbuja nobenih konkurenčnih pomislekov, tudi če se pri oceni koncentracije kot geografsko upoštevni trg upošteva slovenski nacionalni trg.

Trg prodaje živilskega blaga na drobno

34. Čeprav je bil v preteklosti geografski trg za prodajo izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno v odločbah EK opredeljen znotraj ozemlja, na katerem so potrošniki zlahka dosegli prodajalne (v dosegu približno 10 do 30 minut vožnje), se je EK od te prakse vendarle oddaljila in sprejela stališče, da trg ni širši od nacionalnega. Na koncu je EK natančno opredelitev geografskega trga pustila odprto.
35. Podobno je tudi Agencija pri opredelitvi geografskega trga za prodajo izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno upoštevala doseg v času približno 10 do 30 minut vožnje. Vendar je Agencija tudi ugotovila, da trgovci na drobno sprejemajo svoje tržne odločitve za celotno ozemlje Slovenije in bi se lahko slovenski trg ali njegovi regionalni deli zaradi strukture izdelkov, porekla izdelkov, cenovne

politike in promocij šteli za upoštevne geografske trge v primeru Slovenije. Kljub temu je Agencija doslej natančno opredelitev geografskega trga pustila odprto.³⁴

36. Čeprav priglasiatelj ne zanika dejavnikov, ki sta jih navedli EK in Agencija, pa je zgoraj predstavljen tradicionalni geografski obseg danes morda manj pomemben, saj so tradicionalne prodajne poti in prodajne poti preko spleta medsebojno povezane in zamenljive za številne stranke. Potrošniki so pripravljeni dlje časa čakati na dostavo živilskega blaga, naročenega prek spleta, če jim bolj ustreza, da jim ga dostavijo, ali pa gredo v fizično prodajalno, kjer lahko živilsko blago dobijo takoj ob nakupu. A tudi ta tradicionalna razlika se je nedavno spremenila zaradi podjetij, ki ponujajo hitro dostavo živil, kot sta Glovo ali Wolt.
37. Za določitev geografskega trga za prodajo živilskega blaga na drobno v takšnih novih tržnih okoliščinah se je mogoče sklicevati na trg nakupovanja na domu. EK je v odločbi Allegro navedla, da je v svojih prejšnjih primerih trg nakupovanja na domu (vključno s spletnim nakupovanjem), obravnavala kot nacionalni trg. Razlika med trgovinami z živilskim in neživilskim blagom je glede lokalne razpoložljivosti in večje dostopnosti živilskega blaga na različnih prodajnih mestih vse manj izrazita kot prej.
38. Zaradi zgoraj navedenih razlogov priglasiatelj meni, da se upoštevni geografski trg lahko šteje za globalnega. Kljub temu se glede na zgoraj navedeno prakso odločanja EK priglasiatelj zaveda, daje zadevni skupni trg lahko opredeljen vsaj kot nacionalni, pri čemer pa priglasiatelj poudarja, da glede na omejen vpliv predlagane koncentracije na slovenski trg za njeno presojo upoštevnege geografskega trga ni potrebno dokončno opredeliti.
39. Kljub temu priglasiatelj v nadaljevanju navaja nekatere podatke o slovenskem trgu, ki so zahtevani v skladu z veljavnim obrazcem za priglasitev, iz katerih izhaja, da predlagana koncentracija ne vzbuja nobenih konkurenčnih pomislekov, tudi če se pri oceni koncentracije kot geografsko upoštevni trg upošteva slovenski nacionalni trg.

C Presoja koncentracije

33. 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 krepitve 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.

³⁴Odločba št. 306-64/2013-73 z dne 22. 11. 2013.

34. Agencija ugotavlja, da na trgu spletne prodaje tako živilskega kot neživilskega blaga na drobno ne prihaja do kakršnegakoli prekrivanja dejavnosti priglasiatelja (podjetja Allegro.eu) in podjetja Mimovrste, saj priglasiatelj in njegove povezane družbe ne poslujejo v Sloveniji. Posledično koncentracija na navedenih dveh upoštevni trgih ne bo spremenila razmerij moči udeležencev na trgu in zato ne bo imela negativnih učinkov na konkurenco na zadevnih dveh upoštevni trgih. Prav tako ni morebitnih vertikalnih povezav med dejavnostmi podjetij, ki so udeležena v zadevni koncentraciji.
35. Na podlagi podatkov, ki jih je posredoval priglasiatelj, ter na podlagi podatkov, ki so javno dostopni je priglasiatelj podal oceno vrednosti spletne prodaje na drobno končnim potrošnikom.³⁵
36. Tabela 1: Velikost upoštevni trgov v Republiki Sloveniji v obdobju 2018 - 2020

Upoštevni trg	Velikost trga (prodajna vrednost v mio EUR)		
	2018	2019	2020
Trg prodaje neživilskega blaga na drobno	5.712	5.851	5.560
Trg prodaje živilskega blaga na drobno	3.217	3.224	3.334
Trg prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta	300	333	390
Trg prodaje živilskega blaga na drobno preko spleta	18	20	38

Vir: Statistični urad RS, portal za tržne podatke Statista in interne ocene podjetja Mimovrste.

37. Iz tabele je razvidno, da je v obdobju 2018 – 2020 prodaja blaga na vseh upoštevni trgih rasla, razen na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno v letu 2020. Največji porast je bilo zaznati na trgu prodaje blaga preko spleta, kar je najverjetneje posledica pandemije covid-19. Trg prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta je v letu 2019 porasel za 33 mio EUR oziroma 11 %, v letu 2020 pa še za 57 mio EUR oziroma 17,1 % v primerjavi s predhodnim letom. Trg prodaje živilskega blaga na drobno preko spleta se je v letu 2019 povečal za 2 mio EUR oziroma 1,1 %, v letu 2020 pa kar za 18 mio EUR oziroma za 90 %.

³⁵ Dokument 3061-25/2021-1, str. 24, 25.

38. Tabela 2: Prodaja podjetja Mimovrste na upoštevni trgih v Republiki Sloveniji v obdobju 2018 – 2020

Upoštevni trg	Prodaja podjetja Mimovrste					
	2018		2019		2020	
	mio €	%*	mio €	%*	mio €	%*
Trg prodaje neživilskega blaga na drobno	[50-60]	[0-5]	[70-80]	[0-5]	[100-110]	[0-5]
Trg prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta	[50-60]	[10-20]	[70-80]	[20-30]	[100-110]	[20-30]
Trg prodaje živilskega blaga na drobno	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Trg prodaje živilskega blaga na drobno preko spleta	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]

Vir: Statistični urad RS, portal za tržne podatke Statista in interne ocene podjetja Mimovrste.

*Podatek predstavlja odstotek od celotne prodaje na trgu Republike Slovenije.

39. Prodaja podjetja Mimovrste se je v obdobju 2018 – 2020 na vseh upoštevni trgih povečala. Trg prodaje živilskega in neživilskega blaga na drobno podjetja Mimovrste sicer predstavlja zelo majhen delež prodaje v Sloveniji. Za podjetje Mimovrste pa predstavlja to velik porast, in sicer se je prodaja neživilskega blaga na drobno povečala v letu 2019 za [20-30] % v primerjavi z letom poprej, v letu 2020 pa za [40-50]%. Na trgu prodaje živilskega blaga na drobno je promet znašal v letu 2018 [0-5] mio EUR, v letu 2019 se je povečal na [0-5] mio EUR oziroma za [10-20] %, v letu 2020 se je povečal na [0-5] mio EUR oziroma za [40-50] % glede na leto poprej. Prodaja podjetja Mimovrste na trgu prodaje živilskega in neživilskega blaga preko spleta pa dosega zavidljiv tržni delež na trgu Republike Slovenije, in sicer je v letu 2018 predstavljal [10-20] % prodaje na trgu Republike Slovenije, v letu 2019 [20-30] % in v letu 2020 [20-30] %. Za podjetje Mimovrste to pomeni zelo veliko rast prodaje. Na trgu prodaje neživilskega blaga preko spleta se je rast prodaje v letu 2019 povečala z [50-60] mio EUR na [70-80] mio EUR oziroma za [10-20] mio EUR, kar predstavlja porast za [20-30] %, v letu 2020 pa je znašala prodaja že [100-110] mio EUR in se je povečala za [30-40] mio EUR oziroma za [40-50] % glede na predhodno leto. Na trgu prodaje živilskega blaga na drobno preko spleta je v letu 2018 doseglo [0-5] % tržni delež, prav tako v letu 2019, v letu 2020 pa se je tržni delež zmanjšal za [0-5] odstotni točki in je znašal [0-5] %. Prodaja podjetja Mimovrste je v letu 2018 znašala [0-5] mio EUR, v letu 2019 [0-5] mio EUR, kar predstavlja porast prodaje za [10-20] %, v letu 2020 pa [0-5] mio EUR, kar pomeni porast za [40-50] % glede na preteklo leto. Tako bo podjetje Allegro.eu po izvedeni koncentraciji s [20-30] % tržnim deležem na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta postalo eno izmed najmočnejših konkurentov.

40. Tabela 3: Najpomembnejši konkurenti podjetja Mimovrste na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno v letih 2018 - 2020

Upoštevni trg	Konkurent	Ocenjeni tržni delež					
		2018		2019		2020	
		mio €	%	mio €	%	mio €	%
Trg prodaje neživilskega blaga na drobno	Merkur trgovina d.o.o.	[200-250]	[0-5]	[200-250]	[0-5]	[200-250]	[0-5]
	Big Bang d.o.o.	[130-140]	[0-5]	[120-130]	[0-5]	[100-110]	[0-5]
	Harvey Norman Trading d.o.o.	[60-70]	[0-5]	[70-80]	[0-5]	[70-80]	[0-5]
Trg prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta	Aboutyou.si	/	/	/	/	[30-40]	[5-10]
	Big Bang.si	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[20-30]	[5-10]
	Enaa.com	[5-10]	[0-5]	/	/	[5-10]	[0-5]
	Lekarnar.si	/	/	[10-20]	[0-5]	/	/
	Shopster.com	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	/	/

Vir: Statistični urad RS, portal za tržne podatke Statista, spletna stran <https://www.bizi.si> in interne ocene podjetja Mimovrste.

41. Po oceni priglasiatelja, njegovi konkurenti na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno niso dosegali visokih tržnih deležev. V obravnavanem obdobju je podjetje Merkur trgovina d.o.o. doseglo 231 mio EUR prometa oz. [0-5]% tržni delež v letu 2018, se le-ta se je v naslednjem letu najprej zmanjšal na [0-5] %, v letu 2020 pa povišal na [0-5] %. Podjetje Big Bang d.o.o. je imelo v letu 2018 [130-140] mio EUR prometa, kar predstavlja [0-5] % tržni delež na trgu neživilskega blaga na drobno, ki se je v naslednjem letu zmanjšal za [0-5] odstotni točki, v letu 2020 pa še za [0-5] odstotni točki in je znašal [0-5] %. Podjetje Harvey Norman Trading d.o.o. je doseglo v letu 2018 na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno 69,3 mio EUR prometa oziroma [0-5] % tržni delež, v letu 2019 je le-ta narastel na [0-5] % in ostal enak tudi v letu 2020. Podjetju Mimovrste je bilo na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta v letu 2018 najbolj konkurenčno podjetje Enaa.com, ki je ustvarilo [5-10] mio EUR prometa oz. je doseglo [0-5] % tržni delež. [5-10] mio EUR prometa je doseglo podjetje Shopster.com, kar predstavlja [0-5] % tržni delež, BigBang.si pa [0-5] % tržni delež z [0-5] mio EUR prometa na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta v letu 2018. V letu 2019 je bilo najbolj konkurenčno podjetje na tem trgu Lekarnar.si z [10-20] mio EUR prometa in [0-5] % tržnim deležem, sledita mu podjetje Shopster.com z [0-5] % tržnim deležem in podjetje BigBang.si z [0-5] % tržnim deležem. V letu 2020 je na trgu prodaje neživilskega blaga na drobno preko spleta največ prometa ustvarilo podjetje Aboutyou.si, in sicer [30-40] mio, kar predstavlja [5-10] % tržni delež, sledita mu BigBang.si z [20-30] mio EUR prometa oziroma [5-10] % tržnim deležem in podjetje Enaa.com z [5-10] mio EUR prometa in [0-5] % tržnim deležem.

39. Po mnenju Agencije gre za dinamičen trg na katerega dnevno vstopajo novi ponudniki, tako samostojni spletni trgovci, kot tudi že uveljavljeni prodajalci blaga na drobno (s prodajalnami v fizični obliki), ki svoji ponudbi dodajajo segment spletne prodaje. Vstop na trg spletne prodaje na drobno je relativno enostaven, saj poleg vzpostavitve spletnega portala ter ureditve dobave in dostave blaga, večje ovire in stroški ne obstajajo. V primerjavi z vzpostavitvijo fizične trgovinske mreže, je pri spletni trgovini obseg stroškov povezanih z nakupom ali najemom ter vzdrževanjem prodajnih in poslovnih prostorov precej manjši.⁴⁰
40. Agencija na podlagi navedenega, ob upoštevanju obstoječe in potencialne konkurence ter stanja na trgu spletne prodaje na drobno končnim potrošnikom ugotavlja, da zadevna koncentracija ne bo bistveno zmanjšala ali omejila učinkovite konkurence na upoštevnem trgu.

IV. ZAKLJUČEK

47. Na podlagi posredovanih podatkov priglasiatelja in ob upoštevanju javno dostopnih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo pridobitve izključne kontrole s strani podjetja Allegro.eu nad podjetjem Mimovrste 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

48. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku⁴¹ 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.

⁴⁰ Odločba Agencije 3061-9/2020-14, odst. 42.

⁴¹ 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 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 vodil:
Karmen Oderlap



Andrej Matvoz
predsednik senata

Vročiti:

- Allegro.eu, S.A. Luksembourg, Rue Hildegard von Bingen 1, L-1282 Luksembourg, Veliko vojvodstvo Luksembourg **osebno po ZUP; po pooblaščenju:** Odvetniška družba Odvetniki Šelih & partnerji, o.p., d.o.o., Komenskega ulica 36, 1000 Ljubljana.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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