



**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: 3061-3/2017-10

Datum: 31. 5. 2017

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata in Franci Pušenjak ter Simon Tantegel kot člana senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije pridobitve kontrole Romana Moškotevca, [REDACTED] (v nadaljevanju: Roman Moškotevc), ki ga po pooblastilu zastopa Tone Pekolj iz podjetja KF FINANCE d.o.o., Verovškova ulica 55a, 1000 Ljubljana, nad podjetjem PREMA trgovina, inženiring, zastopstva, d.o.o., Majorja Lavriča ulica 12, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Prema), ki ga zastopa direktor Marko Prezelj, na zahtevo, na nejavni seji dne 31. 5. 2017, naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji pridobitve kontrole Romana Moškotevca, [REDACTED], nad podjetjem PREMA trgovina, inženiring, zastopstva, d.o.o., Majorja Lavriča ulica 12, 1000 Ljubljana, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN STRANKA POSTOPKA

1. Agencija je dne 20. 2. 2017 prejela priglasitev koncentracije, ki bo nastala na podlagi pridobitve celotnega poslovnega deleža Romana Moškotevca v podjetju Prema. Koncentracijo je priglasil Roman Moškotevc (v nadaljevanju tudi priglasitelj).
2. Predmet koncentracije je nakup 100 % poslovnega deleža podjetja Prema, ki ga bo priglasitelj pridobil ob izpolnitvi vseh odložnih pogojev² iz Pogodbe o odsvojitvi poslovnega deleža z dne [REDACTED]³ (v nadaljevanju: Pogodba), sklenjene med Markom Prezljem, [REDACTED] (v nadaljevanju: Marko Prezelj), kot odsvojiteljem in Romanom Moškotevcem kot pridobiteljem, s čimer bo Roman Moškotevc pridobil izključno kontrolo nad podjetjem Prema.

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 Prvi odložni pogoj se nanaša na pridobitev soglasja oz. odobritve s strani Agencije, drugi pa na podpis pogodbe o zaposlitvi [REDACTED]

³ Dokument št. 3061-3/2017-1, priloga 1.

3. Celotna vrednost transakcije, ki predstavlja pridobitev 100 % osnovnega kapitala podjetja Prema, znaša █████ EUR.
4. 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 podjetij⁴ (v nadaljevanju: Uredba). Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj na poziv Agencije dne 24. 3. 2017, 19. 4. 2017 in 15. 5. 2017 ustrezno dopolnil, s čimer je priglasitev postala popolna.⁵
5. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah⁶ (v nadaljevanju: ZUT) je priglasitelj dne 17. 2. 2017 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR⁷.
6. Roman Moškotevc neposredno obvladuje tri podjetja, ki so dejavna na različnih področjih. Priglasitelj tako izvaja neposredno kontrolo v podjetjih AHAC d.o.o., Stopče 31, 3231 Grobelno (v nadaljevanju: Ahac) in BDL TRADING d.o.o. Leskoškova cesta 12, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: BDL trading), kjer ima 100 % poslovni delež ter s 73,6 % lastniškim deležem v podjetju RADIO ŠTAJERSKI VAL d.o.o. Šmarje pri Jelšah, Aškerčev trg 21, 3240 Šmarje pri Jelšah (v nadaljevanju: Radio Štajerski val).
7. Podjetje Ahac je trgovinsko podjetje, ki se ukvarja predvsem z uvozom in distribucijo alkoholnih in brezalkoholnih pijač ter hrane. Distribucija, ki se deli na distribucijo z zastopništvom⁸ in ekskluzivno distribucijo⁹ do posameznih kupcev, je osrednja dejavnost podjetja Ahac. V ta namen imajo močno razvito lastno potniško mrežo za prodajno podporo kupcem v gostinstvu, trgovcem in drugim grosistom. Z nakupom blagovne znamke Droga je podjetje Ahac v letu 2011 razširilo svojo dejavnost na področje proizvodnje hrane. Poslovna enota Gosad v Središču ob Dravi proizvaja in razvija izdelke lastnih blagovnih znamk (Droga, Pomurka) ter izdelke trgovinskih blagovnih znamk (Engrotuš, Spar Slovenija in Jagros). Proizvodnjo delijo na tri linije: (i) linija za predelavo zelenjave in gob, kjer proizvajajo vse vrste vložene zelenjave; (ii) linija za omake, kjer proizvajajo omake in dodatke k jedem in (iii) linija za predelavo sladkorja, kjer meljejo in polnijo sladkor in pakirajo citronsko kislino.¹⁰ S prevzemom blagovnih znamk Iskra, Iskra ERO, Bluebeagle, Green Thumb in KLAN je podjetje Ahac razširilo svojo ponudbo tudi na različne tehnične izdelke¹¹ (obdelovalni stroji, električno ročno orodje, mali gospodinjski aparati, kosilnice, motorne žage, motorna kolesa itd.).
8. Podjetje BDL trading ustvari celoten promet na trgu Republike Slovenije z dejavnostjo oddajanja nepremičnin v najem, podjetje Radio Štajerski val pa z radijsko dejavnostjo.

⁴ Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

⁵ Dokument št. 3061-3/2017-4, 3061-3/2017-6 in 3061-3/2017-8.

⁶ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5 in 14/15.

⁷ Dokument št. 3061-3/2017-1, priloga 8.

⁸ Priglasitelj je navedel, da pojem »distribucija z zastopništvom« označuje storitev, ko podjetje Ahac zastopa blagovno znamko na slovenskem trgu in skrbi za njeno distribucijo. Te blagovne znamke so: Paulaner - piva Paulaner, Molsoncoors - piva Staropramen, Becks, Nikšičko, Jelen, Ožujsko, Co-ro food - sokovi Sunquick, Del Monte - kompoti Del Monte, Veltins - piva Veltins, Sovereign Beverage Co. - piva Belhaven, Old Tom, Innis and Gunn, Alecoq - alkoholni cocktaili, pivo Imperial (dokument št. 3061-3/2017-6, točka 2).

⁹ S pojmom »ekskluzivna distribucija« podjetje Ahac označuje storitev distribucije (ne zastopstva), ko za posameznega proizvajalca opravlja distribucijo njegovih izdelkov (lahko je le eden izdelek ali pa celoten asortima) do določenih kupcev, npr. enega od trgovcev, do gostinskih lokalov, drugih veleprodajalcev, itd. V tem primeru je podjetje Ahac edini distributer izdelka/izdelkov do tega/teh kupcev na trgu Republike Slovenije (dokument št. 3061-3/2017-6, točka 2).

¹⁰ Vir: spletna stran podjetja Ahac (<http://www.ahac.si/storitev>).

¹¹ Podjetje Ahac je poiskalo ustrezne proizvajalce, ki pod njihovim nadzorom, v skladu s standardi kakovosti, izdelujejo različne tehnične izdelke prevzetih blagovnih znamk (dokument št. 3061-3/2017-6, točka 8).

9. Osnovna dejavnost podjetja Prema je trgovina na debelo ekoloških izdelkov na področju prehrane in nege telesa. Prevzeto podjetje ustvari večino prihodkov s prodajo in distribucijo ekoloških izdelkov, zlasti prehrane za ljudi s presnovnimi motnjami. Preko lastne spletne prodajalne je ciljno podjetje prisotno tudi na področju maloprodaje, v okviru katere prodaja različne ekološke izdelke iz svojih treh prodajnih programov: hrana in napitki, prehranska dopolnila in izdelki za nego telesa. Podjetje Prema zastopa čez trideset blagovnih znamk vodilnih svetovnih proizvajalcev, med katerimi so pomembnejše Schar, Whole Earth, SteSweet, Byodo, Vitaquell, Eden in druge. Lastnik 100 % poslovnega deleža podjetja Prema je Marko Prezelj, ki je tudi lastnik podjetja Manim d.o.o.¹² Iz priglasitve izhaja, da podjetje Prema nima odvisnih podjetij.
10. Priglasitelj je navedel, da je Roman Moškotevc tudi lastnik 18,49 % lastniškega deleža podjetja GORICE trgovsko podjetje d.o.o. – v stečaju in da je direktor podjetja VOC Celje, d.d. in VOC Ekologija d.o.o. Ker navedeni podjetji nista dejavni na istih upoštevni trgih¹³, kot podjetja, udeležena v predmetni koncentraciji, ju Agencija ni vključila v presojo učinkov zadevne koncentracije, saj slednje ne bi spremenilo ugotovitev Agencije v zvezi s predmetno koncentracijo.
11. Priglasitelj je kot gospodarsko utemeljitev koncentracije navedel, da želi Roman Moškotevc s prevzemom podjetja Prema razširiti svojo dejavnost veleprodaje izdelkov za vsakdanjo rabo, ki jo opravlja njegovo odvisno podjetje Ahac, na področje trgovine z ekološkimi izdelki, in na ta način vstopiti na nove trge. Podjetji Ahac in Prema naj bi tudi po izvedeni koncentraciji opravljali dejavnosti ločeno, kar pomeni da predmetna koncentracija naj ne bi prinesla sinergij na področju razvoja, nabave, prodaje, logistike in skupnih služb, ki bi potencialno lahko vplivale na stroškovno učinkovitost in s tem povečanje dobičkonosnosti. Po navedbah priglasitelja naj bi bila največja pridobitev zadevne koncentracije povečanje deleža prodaje priglasitelja v večjih trgovinskih sistemih.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

12. ZPOmK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer (i) pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij ali (ii) kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij ali (iii) kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.
13. Kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom v smislu prejšnjega odstavka pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, in sicer zlasti (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja ter (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.

¹² Podjetje Manim d.o.o. se po navedbah priglasitelja ukvarja s poslovnim svetovanjem. Iz javnih evidenc je razvidno, da je v letu 2016 ustvarilo zgolj 6.000 EUR prometa, v letu 2015 podjetje sploh ni beležilo prometa, leta 2014 pa je ustvarilo 20.000 EUR čistih prihodkov od prodaje.

¹³ Osnovna dejavnost podjetja VOC Celje, d.d. je gradnja in vzdrževanje cest, podjetja VOC Ekologija d.o.o. pa urejanje in vzdrževanje zelenih površin in okolice (dokument št. 3061-3/2017-1, točka 4.2).

14. V obravnavanem primeru je koncentracija nastala dne 14. 2. 2017 s sklenitvijo Pogodbe, na podlagi katere bo Roman Moškotevc pridobil 100 % delež v osnovnem kapitalu podjetja Prema in na ta način izključno kontrolo v tem podjetju.
15. Takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, ki določa, da gre za koncentracijo pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer ko ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje bodisi z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij.
16. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 pomeni tako imenovani pravni 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

17. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 1 mio EUR.
18. Iz predloženih finančnih podatkov priglasitelja izhaja, da je znašal letni promet podjetij, ki jih obvladuje Roman Moškotevc, t.j. podjetij Ahac, BDL trading in Radio Štajerski val, v letu 2015 na trgu RS ██████████ EUR¹⁴, letni promet, ki ga je ustvarilo v tem letu na slovenskem trgu podjetje Prema, pa je znašal ██████████ EUR¹⁵. Agencija je, da bi preverila, ali prihaja do velikih razlik med ustvarjenim prometom v koncentraciji udeleženih podjetij v predhodnem letu (2016) glede na leto pred tem (2015), pozvala priglasitelja,¹⁶ da ji posreduje podatke o letnem prometu v koncentraciji udeleženih podjetij na trgu Republike Slovenije tudi za leto 2016, čeprav ta podatek še ni revidiran¹⁷. Iz posredovanih podatkov, ki so del nerevidiranih računovodskih izkazov, je razvidno, da so podjetja v skupini priglasitelja v predhodnem poslovnem letu ustvarila na trgu RS v razmerju do tretjih oseb čiste prihodke od prodaje v višini ██████████ EUR¹⁸ in da je znašal promet podjetja Prema v tem letu na slovenskem trgu ██████████ EUR¹⁹. Navedeno pomeni, da je v primeru presoje koncentracije pridobitve kontrole Romana Moškotevca nad podjetjem Prema presežen prag 35 mio EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1, ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
19. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji

¹⁴ Dokument št. 3061-3/2017-4, točka 3.c), tabela 2. Priglasitelj je pri izračunu prometa izločil čiste prihodke od prodaje proizvodov in opravljanja storitev med podjetji v skupini, t.j. podjetji Ahac, BDL trading in Radio Štajerski val.

¹⁵ Dokument št. 3061-3/2017-1, točka 2.5 in 3061-3/2017-4, točka 3.c).

¹⁶ Prečiščeno obvestilo Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (2008/C 95/1), odstavek 170, določa, da se kadar pride do koncentracije podjetij v začetku leta, ko revidirani računovodski izkazi za zadnje računsko leto še niso na voljo, upoštevajo podatki, ki se nanašajo na leto pred tem (razen če pride do prevelikih razlik med obema sklopoma podatkov in je uprava že potrdila končni osnutek podatkov za zadnje leto).

¹⁷ Iz javnih evidenc je razvidno, da je k reviziji računovodskih izkazov med podjetji, udeleženimi v koncentraciji, zavezano le podjetje Ahac.

¹⁸ Dokument št. 3061-3/2017-4, točka 3.c), tabela 2.

¹⁹ Dokument št. 3061-3/2017-4, točka 3.c).

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

20. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe o združitvi ES nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostjo EU. Dolžnost Agencije torej je, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.²⁰
21. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij razsežnost EU, kadar: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa in (b) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici. Koncentracija, ki ne doseže pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, ima na podlagi tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah razsežnost EU, če: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, (b) vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa, (c) vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic za namen odstavka (b) ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in (d) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 100 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici.
22. Agencija ugotavlja, da priglašena koncentracija po nobenem izmed kriterijev Uredbe o združitvi ES nima razsežnosti EU. Kumulativni prihodki podjetij v skupini priglavitelja in podjetja Prema znašajo po podatkih za leto 2015 zgolj [REDACTED] EUR.²¹ Agencija ugotavlja, da v koncentraciji udeleženi skupini podjetij na svetovnem trgu v poslovnem letu 2015 nista ustvarili letnega prometa, ki bi presegel 5.000 mio EUR (točka a. drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah) in tudi ne prometa, ki bi presegel 2.500 mio EUR (točka a. tretjega odstavka 1. člena Uredbe o združitvi ES). Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU, niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence, na podlagi nacionalnega prava o konkurenci, na Agenciji.

III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg in upoštevni geografski trg

23. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s 7. točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.

²⁰ 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.

²¹ Dokument št. 3061-3/2017-4, točka 17.

24. Upoštevni geografski trg je v skladu z 8. točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevнем proizvodnem oziroma storitvenem trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnege geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
25. Pri presoji koncentracije je Agencija ugotavljala, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevniх trgih, za vertikalne koncentracije pa štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige.
26. Priglasitelj je navedel, da se podjetje Prema ukvarja z dejavnostjo veleprodaje ekoloških izdelkov za vsakdanjo rabo²². Ciljno podjetje se v zelo omejenem obsegu ukvarja tudi z maloprodajo teh izdelkov. Iz predloženih podatkov je namreč razvidno, da je podjetje Prema ustvarilo s spletno prodajo ekoloških izdelkov za vsakdanjo rabo v letu 2015 ██████████ EUR od skupno ██████████ EUR, v letu 2016 pa ██████████ EUR od skupno ██████████ EUR ustvarjenih prihodkov, kar v obeh letih predstavlja zgolj ██████████ % celotnih prihodkov podjetja Prema. Od odvisnih podjetij priglasitelja je samo podjetje Ahac aktivno na trgih, ki so povezani s prodajo izdelkov za vsakdanjo rabo. Podjetje Ahac se ukvarja predvsem z veleprodajo (lastna proizvodnja in distribucija) izdelkov za vsakdanjo rabo, ki ne vključujejo ekoloških izdelkov, in v manjši meri tudi z maloprodajo navedenih izdelkov. Podjetje Ahac je s prodajo izdelkov za vsakdanjo rabo gospodinjstvom oz. fizičnim osebam v okviru svoje trgovine v Slovenski Bistrici v letu 2015 ustvarilo ██████████ EUR od ██████████ EUR in leta 2016 ██████████ EUR od ██████████ EUR celotno ustvarjenih prihodkov podjetja, kar predstavlja le ██████████ % (2015) oz. ██████████ % (2016) vseh prihodkov podjetja Ahac. Navedeno pomeni, da se tudi podjetje Ahac z maloprodajo izdelkov za vsakdanjo rabo ukvarja v zelo omejenem obsegu, zato Agencija presoje na tem trgu ni izvedla, saj bodo učinki po izvedeni koncentraciji na tem trgu zanemarljivi.

Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo

27. Kot navaja priglasitelj, se dejavnosti podjetij Prema in Ahac prekrivajo pri prodaji izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo v segmentih prehrane, pijač (brezalkoholne pijače in napitki, čaj, kava) ter ostalih proizvodov (čistila, izdelki za nego telesa). Podjetji prodajata izdelke tudi nekaterim skupnim kupcem, gre za trgovinske sisteme, kot so ██████████ itd. Ne glede na navedeno pa priglasitelj meni, da se dejavnosti obeh podjetij prekrivata zgolj v širšem pomenu, saj podjetji, glede na lastnost in ceno ekoloških izdelkov, prodajata medsebojno nezamenljive izdelke. Podjetje Ahac na veleprodajnem trgu prodaja izdelke za vsakdanjo rabo, pridelane iz sestavin klasične proizvodnje, medtem ko podjetje Prema prodaja izdelke ekološke ter zdravju in okolju prijazne izdelke ter izdelke za ljudi s presnovnimi motnjami. Kot navaja priglasitelj, bi se končni potrošnik, ki običajno kupuje klasične proizvode, odločil tudi za nakup ekoloških izdelkov, medtem ko se končni eko potrošnik, ki običajno kupuje ekološke izdelke, ne bi odločil za nakup klasičnih oz.

²² Pojem »izdelki za vsakdanjo rabo« označuje živila, pijače, tobačne proizvode in nekatere neživilske impulzne proizvode, kot npr. izdelke za pranje, čiščenje, higieno, kozmetiko ipd., torej košarico izdelkov, ki jo ponujajo trgovine tipa hipermarket, supermarket ter druge trgovine (diskontne trgovine in drugi moderni distribucijski kanali), ki potrošniku omogočajo, da kupi vse gospodinjske potrebščine na enem mestu.

neekoloških proizvodov. Kupci zdrave in ekološke prehrane so ljudje, ki s svojim življenjskim slogom poudarjajo skrb za zdravo življenje in s tem višjo kakovost življenja. Prav lastnosti ekoloških izdelkov so ključne za diferenciacijo od klasičnih izdelkov. Eko oz. bio izdelki morajo namreč dosegati določene standarde in ustrezati predpisom po katerih morajo proizvajalci in trgovci zagotavljati za potrošnika ustrezno varnost in kakovost proizvoda. Cena ekoloških proizvodov je zaradi višjih proizvodnih stroškov (prepovedana uporaba kemičnih in sintetičnih sredstev ter herbicidov, kar pomeni več ročnega dela) in strožjega nadzora posledično višja za 20-50 % od »klasičnih« proizvodov.²³

28. Priglasitelj glede na navedeno meni, da proizvodi klasične pridelave in ekološke pridelave ne sodijo na isti upoštevni proizvodni trg, zato je veleprodajni trg izdelkov za vsakdanjo rabo razdelil na dva ožja, ločena trga, in sicer:
- veleprodajni trg »ekoloških« izdelkov vsakdanje rabe,
 - veleprodajni trg »klasičnih« izdelkov vsakdanje rabe.
29. Na podlagi navedene razdelitve je priglasitelj ugotovil, da v koncentraciji udeležena podjetja delujejo na različnih upoštevni proizvodnih/storitvenih trgih in tudi niso v razmerju dobavitelja in odjemalca, zato niso v medsebojnem vertikalnem razmerju. Priglasitelj je navedel, da bi lahko dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij opredelili kot sosednje oz. tesno povezane trge, saj proizvodi, ki jih prodajata podjetji Prema in Ahac spadajo v paleto proizvodov, ki jih običajno kupuje ista skupina kupcev za isto končno uporabo (npr. trgovci, kot kupci, ki v svojih trgovinah prodajajo tako bio kot nebio izdelke za vsakdanjo rabo).
30. Iz dosedanje prakse Agencije je razvidno, da trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo vključuje trg oskrbe kupcev, to je pravnih oseb, ki kupujejo blago za nadaljnjo prodajo ali za lastno uporabo. Kupce na tem trgu predstavljajo grosisti, maloprodajni in gastro kupci ter javni sektor. Podobno stališče upoštevnega storitvenega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo potrjuje tudi praksa Evropske komisije, iz katere izhaja, da trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo predstavlja oskrbo tretjih oseb (trgovcev na drobno, hotelov, restavracij in drugih velikih uporabnikov) z izdelki za vsakdanjo rabo, ki pretežno vključuje prodajo s strani proizvajalcev, trgovcev na debelo in tako imenovanih cash & carry trgovin²⁴.
31. Agencija je v svoji pretekli praksi, skladno s prakso Evropske komisije s tega področja, ugotovila, da bi lahko trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo delili na ožje opredeljene upoštevne trge, ki zajemajo posamezne skupine proizvodov, ker so trgovci na debelo večinoma specializirani za posamezne skupine proizvodov in ne prodajajo vseh izdelkov oziroma vseh skupin izdelkov za vsakdanjo rabo. Prav tako je ugotovila, da bi bila nadaljnja delitev trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo mogoča tudi glede na različne skupine kupcev (razlikovanje med trgovom prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo HoReCa kupcem od trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo drugim trgovcem).²⁵
32. Glede na to, da natančna opredelitev upoštevne storitvenega trga ne spremeni presoje predmetne koncentracije, saj koncentracija ne vzbuja pomislekov glede njene skladnosti s pravili konkurence, ne glede na to, ali je upoštevni trg opredeljen širše ali ožje, Agencija upoštevne storitvenega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo ni dokončno opredelila. Agencija je kljub temu v nadaljevanju proučila učinke koncentracije na ožje

²³ Dokument št. 3061-3/2017-4, točka 15 in 16.

²⁴ COMP/M.2161 Ahold/Superdiplo, odst. 15, COMP/M.4293 Nordic Capital Fund VII/ICA Meny, odst. 8 do 10.

²⁵ Odločba Agencije št. 306-64/2013-73; Agrokor/Mercator, odst. 33; odločba Agencije št. 3061-2/2015-18; Mercator/EraGood, odst. 35.

opredeljenih upoštevnih storitvenih trgih, in sicer ločeno na trgu prodaje »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo in trgu prodaje »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo.

33. Agencija je preverila tudi, ali bi bilo treba ločeno opredeliti upoštevne storitvene trge glede na različne prodajne kanale, preko katerih udeleženca koncentracije prodajata svoje proizvode, in sicer prodajo trgovskim družbam, ki izdelke nato prodajajo v maloprodaji, in prodajo gostinstvu in drugim kupcem. Priglasitelj v priglasitvi ni ločeno opredelil trgov glede na vrsto prodajnih kanalov. V dopolnitvi z dne 24. 3. 2017²⁶ pa je priglasitelj za podjetje Ahac navedel, da predstavlja prodaja gostinstvu približno [redacted] % celotne veleprodaje podjetja, preostali del pa odpade na velike trgovce ([redacted] itd). Podjetje Prema pa po podatkih priglasitelja večino svoje prodaje ustvari s prodajo prej navedenim velikim trgovcem v Sloveniji, delež prodaje HoReCa kupcem pa je zanemarljiv, saj letno predstavlja manj kot [redacted] %. Glede na te podatke Agencija sklepa, da je ciljno podjetje Prema prisotno v gostinstvu v zanemarljivem obsegu, zato meni, da bo vpliv koncentracije na konkurenčne pogoje na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo HoReCa kupcem, četudi bi Agencija učinke koncentracije presojala na ožje opredeljenem upoštevni trgu (glede na prodajni kanal) in ne na širše opredeljenem trgu prodaje preko vseh prodajnih kanalov, zanemarljiv.
34. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja Agencija ugotavlja, da v kolikor trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo razdelimo na dva ožja trga, ki ločujeta »klasične« od »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo, z obravnavano koncentracijo ne bo prišlo niti do horizontalnih niti do vertikalnih povezav dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij. Podjetja iz skupine priglasitelja niso dejavna na istih trgih, na katerih je aktivno prevzeto podjetje Prema, niti niso trgi, na katerih delujejo v koncentraciji udeležena in z njimi povezana podjetja, med seboj vertikalno povezani, zato ne gre za vertikalno združitve dveh podjetij na različnih stopnjah oskrbovalne verige.
35. Agencija je v zvezi s priglašeno koncentracijo preverila, ali bo slednja glede na vrsto dejavnosti udeleženk koncentracije povzročila morebitne protikonkurenčne konglomeratne učinke. Konglomeratne združitve so združitve, ki niso ne v horizontalnem (kot konkurenti na istem upoštevni trgu) ne v vertikalnem odnosu (kot dobavitelji in stranke).²⁷ Za potrebe presoje konglomeratnih učinkov predmetne koncentracije je Agencija analizirala strukturo trga prodaje »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo in trga prodaje »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo. Kot je bilo že ugotovljeno, horizontalnih prekrivanj na teh trgih ni, zato se tržni deleži s koncentracijo pri prodaji navedenih proizvodov ne bodo spremenili, vendar Agencija ugotavlja, da gre za tesno povezane trge, zato je preučila možnost negativnih konglomeratnih učinkov koncentracije.
36. Priglasitelj je kot upoštevni geografski trg opredelil trg Republike Slovenije. Tudi iz prakse Evropske komisije izhaja, da ima trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo dimenzijo praviloma nacionalnega trga, lahko pa bi bil tudi širši predvsem zaradi naraščajoče internacionalizacije. Ker pri predmetni koncentraciji ni bila potrebna dokončna opredelitev upoštevnih storitvenih trgov, tudi dokončna opredelitev geografskega trga ni potrebna, saj niti ob najožji opredelitvi upoštevni geografskega trga ne bi bil izkazan sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence.

²⁶ Dokument št. 3061-3/2017-4, točka 14.

²⁷ Smernice o presoji nehorizontalnih združitve na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij: Uradni list C 265, 18/10/2008, odst. 91.

C Presoja koncentracije

37. 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.
38. Kot že navedeno, predmetna koncentracija ne bo povzročila horizontalnih ali vertikalnih učinkov, ker v koncentraciji udeležena podjetja niso dejavna na istih ali vertikalno povezanih trgih.

Konglomeratni učinki

39. Konglomeratne koncentracije v večini primerov ne vzbujajo pomislekov glede učinkovite konkurence, v nekaterih posebnih primerih pa lahko škodijo učinkoviti konkurenci na trgu. Pri konglomeratnih združitvah je v praksi pozornost usmerjena na združitve med podjetji, ki so dejavna na tesno povezanih trgih, na primer združitve dobaviteljev proizvodov/storitev, ki sodijo v proizvodno/storitveno paleto, ki je namenjena prodaji isti skupini strank za isto končno uporabo. Stranke imajo lahko močno spodbudo, da paleto zadevnih proizvodov/storitev raje kupijo pri enem samem viru, kot pri več dobaviteljih, saj tako prihranijo transakcijske stroške. Vendar dejstvo, da bo imel združen subjekt široko paleto ali portfelj proizvodov/storitev, samo po sebi ne vzbuja pomislekov glede pravih konkurence.
40. Glavni pomislek v okviru konglomeratnih združitve je povezan z izključitvijo. Z združenjem proizvodov/storitev na povezanih trgih lahko združen subjekt pridobi sposobnost in spodbudo, da z učinkom vzvoda svoj močan položaj na enem trgu uporabi tudi na drugem trgu, in sicer v obliki vezanih ali združenih prodaj ali drugih izključitvenih praks. Učinki združenih ali vezanih prodaj so po pričakovanjih lahko pomembni le, če imajo v koncentraciji udeležena podjetja visok tržni delež pri številnih proizvodih/storitvah, pri katerih ne pride do horizontalnih prekrivanj²⁸ ali če imajo številni proizvodi/storitve udeležencev združitve poseben pomen, ustreznih alternativ pa je le majhno število.
41. Da bi ugotovili, ali bi konglomeratna koncentracija lahko imela negativne učinke na učinkovito konkurenco na upoštevni trgih, je treba preučiti, ali bo imelo združeno podjetje sposobnost (podjetje mora imeti precejšnjo stopnjo tržne moči na številnih zadevnih trgih) in spodbudo (ali bo ravnanje podjetja dobičkonosno, če bo na primer vezalo prodajo različnih proizvodov/storitev oziroma zahtevalo nakup celotne palete proizvodov/storitev in s tem tvegalo, da kupci ne bodo zainteresirani za takšen nakup in podjetje ne bo prodalo izdelkov/storitev) izključevanja konkurentov in kakšen bi bil vpliv takšnega ravnanja na učinkovito konkurenco na trgu (ali bo ravnanje združenega podjetja predstavljalo občutno zmanjšanje prodajnih možnosti za konkurente). Če bodo na vseh upoštevni trgih, na katerih nastopa združeno podjetje, ostali učinkoviti konkurenti, se konkurenca ne bo zmanjšala.²⁹

²⁸ Tako tudi Evropska komisija v odločbi z dne 15. 10. 1997 v zadevi Guinness-Grand Metropolitan COMP/M.938 in v zadevi Procter & Gamble/Gillette (M.3732).

²⁹ Smernice o presoji nehorizontalnih združitve na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij: Uradni list C 265, 18/10/2008, str. 6 - 25.

42. Agencija je presojo koncentracije izvedla na podlagi podatkov, posredovanih s strani priglasiatelja, in na podlagi javno dostopnih podatkov ter drugih razpoložljivih podatkov.

C.1. Trg prodaje »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo

43. Priglasitelj je ocenil velikost veleprodajnega trga »ekoloških« izdelkov vsakdanje rabe v Republiki Sloveniji na podlagi podatka o vrednostnem obsegu maloprodajnega trga ekoživil, objavljenega v publikaciji, ki jo je izdala IFOAM EU Group³⁰. Po podatkih IFOAM EU Group je maloprodajni trg ekoloških živil v Republiki Sloveniji leta 2013 obsegal 48,6 mio EUR, kar predstavlja 1,77 % celotnega maloprodajnega trga izdelkov za vsakdanjo rabo v Republiki Sloveniji, ki je v tem letu po podatkih SURS znašal 2.748 mio EUR. Pri slednjem je priglasitelj upošteval prihodke od prodaje blaga v trgovini na drobno za blagovni skupini živila in pijače. Delež ekoloških živil v maloprodaji (1,77 %) je priglasitelj nato apliciral na veleprodajni trg in ugotovil, da je v letu 2013 znašal obseg veleprodajnega trga »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo (živila in pijače) v Republiki Sloveniji približno 23,3 mio EUR (izračun: 1,77 % od 1.317 mio EUR³¹). Za naslednja leta je določil obseg trga tako, da je upošteval 1,5 % letno rast. Priglasitelj je na ta način velikost trga prodaje »ekoloških izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo (živila in pijače) ocenil na 23,3 mio EUR leta 2013, na 23,6 mio EUR leta 2014, na 24 mio EUR leta 2015 in na 24,3 mio EUR leta 2016, kar je razvidno iz Tabele 1.
44. Agencija ugotavlja, da v naši državi ne obstajajo uradni statistični podatki, ki bi ločeno prikazovali prihodke od prodaje ekoloških izdelkov za vsakdanjo rabo, bodisi v trgovini na debelo ali trgovini na drobno. Dalje Agencija ugotavlja, da je bila v okviru raziskovalnega projekta Biotehniške fakultete in Inštituta za trajnostni razvoj objavljena publikacija »Analiza stanja in potencialov za rast ponudbe ekoloških proizvodov v luči doseganja ciljev Akcijskega načrta za razvoj ekološkega kmetijstva v Sloveniji do leta 2015«, v kateri je bil na podlagi tržne raziskave ocenjen skupen dohodek od prodaje ekoživil (vključno s pijačo) v Sloveniji v letu 2009 na 34,4 mio EUR; od tega je na maloprodajo (prodaja v trgovinah) odpadlo 29 mio EUR, prodajo na ekotržnicah 1,67 mio EUR, razliko pa predstavlja neposredna prodaja na ekoloških kmetijah. Ugotovljeno je bilo, da so leta 2009 ekoživila v Republiki Sloveniji obsegala 1 % celotnega prometa v maloprodaji in da je bil verjetno približno enak delež tudi v prometu z živilo po vseh drugih poteh. Povprečen izdatek za ekoživila v Sloveniji v letu 2009 pa je bil 17 EUR/prebivalca.
45. Glede na podatke iz zgoraj navedene tržne raziskave in podatkov IFOAM EU Group Agencija ugotavlja, da se je prodaja ekoživil v Republiki Sloveniji v obdobju od leta 2009 do leta 2013 povečala za 41 %, kar predstavlja povprečno 10 %/leto. Tudi podatki o porabi ekoživil v Republiki Sloveniji, objavljeni v publikaciji IFOAM EU Group kažejo, da se je le-ta povečala v primerjavi z letom 2009, saj je leta 2013 znašala 26,6 EUR/prebivalca. Po ocenah tržnih akterjev v objavljeni raziskavi Biotehniške fakultete in Inštituta za trajnostni razvoj je obseg prihodkov od prodaje ekoživil v zadnjih letih (torej pred letom 2009) naraščal po stopnji 10-15 %. Na podlagi tega je bilo ugotovljeno, da bi ob taki dinamiki v letu 2015 dosegal 2,3 % celotnega prometa z živilo in pijačami. Podatki SURS za leto 2015 kažejo, da je bilo v trgovini na debelo s hrano in pijačo v Republiki Sloveniji ustvarjenih 1.422 mio prihodkov, kar pomeni, da priglasiateljeva ocena velikosti veleprodajnega trga ekoživil v tem letu, ki je 24 mio EUR, predstavlja 1,7 % delež celotnega veleprodajnega trga živil in pijač v Sloveniji in je torej manjša od napovedi za maloprodajni trg (2,3 %). Delež prodaje na maloprodajnem trgu je, kot je bilo že navedeno, priglasitelj apliciral na veleprodajni trg. Prav tako Agencija ugotavlja, da je bila po podatkih IFOAM EU Group stopnja rasti

³⁰ Organic in Europe. Prospects and Developments 2016 (<http://www.ifoam-eu.org>).

³¹ Vir: SURS (Prihodek od prodaje blaga po blagovnih skupinah v trgovini na debelo; živila in pijače).

maloprodajnega trga ekoloških izdelkov na ravni EU leta 2014 glede na leto 2013 7,4 %, priglasiatelj pa je v svojih ocenah upošteval 1,5 % rast veleprodajnega trga.

46. Agencija glede na razpoložljive podatke ugotavlja, da je priglasiateljeva ocena obsega veleprodajnega trga ekoživil razmeroma konzervativna, in bi jo bilo možno korigirati navzgor (posledično bi bili tudi tržni deleži prevzetega podjetja manjši). Vendar iz razloga, ker koncentracija ne vzbuja resnih pomislov glede skladnosti s pravili konkurence, Agencija tega ni naredila, in je v nadaljevanju, upoštevala podatke oz. ocene priglasiatelja.
47. Tabela 1: Ocena vrednostnega obsega trga prodaje »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo (živila in pijače) v Republiki Sloveniji in tržnih deležev podjetja Prema v obdobju od leta 2013 do 2016

	2013		2014		2015		2016	
	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)
Trg RS	23,3		23,6		24,0		24,3	
Prema	■	■	■	■	■	■	4,5	18,5

Vir: Ocene priglasiatelja na podlagi podatkov SURS, IFOAM EU Group in internih podatkov podjetja Prema.³²

48. Kot je razvidno iz Tabele 1 tržni deleži podjetja Prema na trgu prodaje »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo v obdobju od leta 2013 do leta 2016 v glavnem ne presegajo ■ %. Izjema je leto 2015, ko je podjetje Prema beležilo tudi največji vrednostni obseg prodaje (■ mio EUR) v obravnavanem obdobju. Agencija ugotavlja, da je priglasiatelj med prihodke od prodaje na debelo podjetja Prema vključil tudi prihodke od prodaje ekoloških izdelkov za nego telesa in čistil ter prihodke od prodaje prehranskih dopolnil, ki niso zajeti v vrednostnem obsegu celotnega trga, kar pomeni, da bi bili tržni deleži, v kolikor bi bila v prihodkih podjetja Prema zajeta samo prodaja živil in pijač, nekoliko manjši, vendar ne bistveno (npr. leta 2015 je prevzeto podjetje ustvarilo s prodajo ekoloških izdelkov za nego telesa in čistil ■ EUR ter s prodajo prehranskih dopolnil ■ EUR prihodkov, kar pomeni, da če od prihodkov podjetja Prema odštejemo vrednostni obseg prodaje teh dveh skupin izdelkov, znaša v tem letu tržni delež prevzetega podjetja ■ %).
49. Priglasiatelj je navedel, da na trgu »ekoloških« izdelkov vsakdanje rabe obstajajo številni konkurenti, ki so večinoma dejavni tako na področju veleprodaje kot tudi maloprodaje. Priglasiatelj je ocenil tudi njihove tržne deleže, vendar Agencija ugotavlja, da je za njihov izračun uporabil podatke o celotno ustvarjenih čistih prihodkih od prodaje iz baze Ajpes, ki vključujejo tako prodajo na drobno kot tudi na debelo, zato jih Agencija, z izjemo podjetja Sonital d.o.o., ki se po priglasiateljevih navedbah ukvarja izključno s prodajo ekoloških izdelkov vsakdanje rabe na debelo, v odločbi ne povzema. Kot glavne konkurente na zadevnem trgu je priglasiatelj navedel podjetje DG 69 d.o.o., Kalček d.o.o., Sonital, d.o.o. (9,7 %), Živa center d.o.o., OrCa d.o.o., Klasa d.o.o.

³² Dokument št. 3061-3/2017-8.

C.2. Trg prodaje »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo

50. Za oceno obsega veleprodajnega trga »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo je priglasitelj uporabil podatke SURS (Prihodek od prodaje blaga v trgovini na debelo za blagovni skupini živila in pijače), pri čemer je od njih odštel ocenjen obseg veleprodajnega trga »ekoloških« izdelkov za vsakdanjo rabo (živila in pijače), ker SURS ne prikazuje ločeno podatkov za obe skupini izdelkov. Priglasitelj je tako ocenil vrednostni obseg trga prodaje »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo na območju Republike Slovenije v obdobju od leta 2013 do 2016 na 1.294 mio EUR leta 2013, na 1.454 mio EUR leta 2014, na 1.398 mio EUR leta 2015 in na 1.485 mio EUR leta 2016, kar je razvidno iz Tabele 2. Oceno tržnih deležev podjetja Ahac (Tabela 2), je priglasitelj izračunal s primerjavo izkazanih prihodkov od prodaje blaga za vsakdanjo rabo na debelo (interni podatki priglasitelja) glede na ocenjen vrednostni obseg zadevnega trga.

51. Tabela 2: Ocena vrednostnega obsega trga prodaje »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo (živila in pijače) v Republiki Sloveniji in tržnih deležev podjetja Ahac v obdobju od leta 2013 do 2016

	2013		2014		2015		2016	
	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)	Prihodki od prodaje (mio EUR)	TD (%)
Trg RS	1.293,7		1.453,7		1.398,4		1.485,3	
Ahac	■	■	■	■	■	■	■	■

Vir: Ocene priglasitelja na podlagi podatkov SURS in internih podatkov podjetja Ahac.³³

52. Iz Tabele 2 je razvidno, da znaša tržni delež podjetja Ahac na slovenskem trgu prodaje »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo v obdobju od leta 2013 do leta 2016 približno ■ %. Priglasitelj je sicer predložil podatke o tržnih deležih konkurenčnih podjetij na zadevnem trgu, vendar je glede na razpoložljivost javno dostopnih podatkov v izračunu zajel njihove celotne čiste prihodke iz naslova prodaje blaga in storitev, za katere je navedel, da lahko vsebujejo tudi prihodke iz maloprodaje. Agencija ugotavlja, da tržni deleži, izračunani na taki osnovi, ne odražajo realnega stanja, zato jih ne povzema, in navaja samo imena glavnih konkurentov, kot jih je navedel priglasitelj: Kompas MTS d.d., KZ Metlika, z.o.o., Davidov hram d.o.o., Vigros d.o.o., Merit HP d.o.o.

53. Priglasitelj je navedel, da v koncentraciji udeleženi podjetji večino svojih izdelkov, ki jih prodajata, nabavita od drugih držav članic EU. Enako velja tudi za njihove konkurente. Po oceni priglasitelja za vstop na katerega od upoštevanih trgov niso potrebni veliki finančni vložki. Potrebni so skladiščni prostori, logistika in običajna poslovna infrastruktura. Prav tako se za vstop na te trge ne potrebuje ozko specializirano znanje, niti posebnih dovoljenj državnih organov. V skladu z navedenim na trgih obstaja obstoječa in potencialna konkurenca, ki bi lahko stopila v kratkem, brez večjih tveganj in stroškov. Kupec na tem trgu lahko po mnenju priglasitelja zaradi odprtosti trga, geografske majhnosti, in logistične dostopnosti enostavno in hitro zamenja veletrgovca oziroma distributerja. Običajnim distributerjem na veleprodajnem trgu po navedbah priglasitelja veliko konkurenco

³³ Dokument št. 3061-3/2017-8.

predstavlja tudi internetna prodaja ter v zadnjih 5-ih letih opazen porast ekoloških trgovskih blagovnih znamk.³⁴

54. Ker lahko skladno s Smernicami o presoji nehorizontalnih združitvev na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij³⁵ (v nadaljevanju: Nehorizontalne smernice) nehorizontalne koncentracije, kar velja tudi za konglomeratne koncentracije, pomenijo grožnjo učinkoviti konkurenci samo v primeru, če ima združeni subjekt precejšnjo stopnjo tržne moči na najmanj enem od zadevnih trgov, Agencija podobno kot Evropska komisija ne izraža pomislekov glede navedenih konglomeratnih povezav, saj bo tržni delež združenega podjetja po združitvi na vsakem od zadevnih trgov znašal manj kot ■ %.³⁶
55. Agencija ugotavlja, da ne glede na nekoliko širšo paleto proizvodov, ki jih bo na trgu lahko ponujalo združeno podjetje, slednje ne bo imelo sposobnosti in spodbude izključevanja konkurentov pri prodaji proizvodov, saj na nobenem od povezanih trgov ne dosega takšne tržne moči, ki bi mu omogočala, da z učinkom vzvoda svoj močan položaj na enem trgu uporabi tudi na drugem trgu (npr. da bi lahko dobičkonosno pogojevalo prodajo določenega proizvoda s prodajo tudi drugih proizvodov iz svojega prodajnega asortimana). Pri prodaji tako »ekoloških« kot tudi »klasičnih« izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo bodo na trgu ostali učinkoviti konkurenti, ki bodo vršili konkurenčni pritisk na združeno podjetje. Glede na navedeno Agencija ocenjuje, da z zadevno koncentracijo ne bo moglo priti do negativnih učinkov na trgu. Agencija tudi ugotavlja, da se izbira in koristi za končnega kupca kot posledica obravnavane koncentracije ne bodo zmanjšale.

IV. ZAKLJUČEK

56. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja in ob upoštevanju javno dostopnih podatkov Agencija ugotavlja, da koncentracija pridobitve kontrole Romana Moškotevca nad podjetjem Prema ne bo povzročila učinkov, ki bi lahko bistveno zmanjšali učinkovito konkurenco na kateremkoli od povezanih trgov, zato ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Agencija zato koncentraciji, na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOMK-1, ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

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

³⁴ Dokument št. 3061-3/2017-4.


³⁵ UL C 265, 18. 10. 2008.

³⁶ Nehorizontalne smernice, odst. 3, 15, 23 in 25.

POUK O PRAVNEM SREDSTVU

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

Postopek vodila:
Andreja Engelman



Andrej Matvoz
predsednik senata



Vročiti:

- Roman Moškotevc, [REDACTED], po pooblaščenju: KF FINANCE d.o.o., Verovškova ulica 55a, 1000 Ljubljana, g. Tone Pekolj - osebno po ZUP.

Objaviti:

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

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.