



**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

REPUBLIKA SLOVENIJA
SI-PAS5

Podpisnik: Andrej Matvoz
Izdajatelj: SI-PAS5-CA
Št. potrdila: 6c86fdd000000005752a9e3
Čas podpisa: 08:43 30.12.2022

Številka: 3061-30/2022-100

Datum: 29. 12. 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, Istoka Prodana in mag. Mirjane Rozman kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Pivovarna Laško Union d.o.o., Pivovarniška ulica 2, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: PLU), ki ga zastopa glavni direktor Zooulis Mina skupaj s še enim direktorjem in ki ga po pooblastilu zastopa odvetniška družba Šelih & partnerji, o.p., d.o.o., Komenskega ulica 36, 1000 Ljubljana, in DAVIDOV HRAM Veletrgovina d.o.o. Ljubno (v nadaljevanju: Davidov Hram), Loke 37, 3333 Ljubno ob Savinji, ki ga zastopa direktor Dušan Žehelj, na zahtevo, na nejavni seji dne 29. 12. 2022 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij Pivovarna Laško Union d.o.o., Pivovarniška ulica 2, 1000 Ljubljana, in Davidov Hram d.o.o. Ljubno, Loke 37, 3333 Ljubno ob Savinji, ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence, če bodo izpolnjeni korektivni ukrepi iz 2., 3., 4., 5., 6., 7. in 8. točke izreka te odločbe.
2. Za potrebe korektivnega ukrepa je v njem uporabljene pojme treba interpretirati na sledeči način:
 - a) »Priglasitelj« pomeni podjetje Pivovarna Laško Union d.o.o.
 - b) »Tarča« pomeni podjetje DAVIDOV HRAM Veletrgovina d.o.o. Ljubno.
 - c) »Gostinski obrat« pomeni obrat v Republiki Sloveniji, ki pripravlja in streže jedi in pijače in/ali ponuja nastanitev gostov, kot je opredeljen v tretjem odstavku 4. člena Zakona o gostinstvu (ZGos).
 - č) »Dobavitelj piva gostinskim obratom« pomeni veleprodajna podjetja, ki se ukvarjajo z dobavo piva in ostalih pijač gostinskim obratom na območju Republike Slovenije.
 - d) »Poslovno občutljive informacije« vključuje vse informacije, ki so povezane s prodajnimi podatki, trženjem, cenovno politiko oz. prodajno strategijo.
 - e) »Dan učinkovanja« pomeni naslednji dan po dnevu izdaje odločbe Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence o skladnosti predmetne koncentracije s pravili konkurence.
 - f) »Obdobje trajanja korektivnih ukrepov« pomeni obdobje od dneva učinkovanja do izteka sedmih let od dneva učinkovanja.
 - g) »Obdobje poročanja« pomeni obdobje kot je določeno v 6. točki izreka te odločbe.

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.

3. Priglasitelj se zavezuje, da v obdobju trajanja korektivnih ukrepov ne bo izvedel niti pripojitve tarče priglasitelju niti združitve priglasitelja s tarčo.
4. Priglasitelj se kot proizvajalec piva v obdobju trajanja korektivnih ukrepov zavezuje:
 - a) odzvati se na vsa razumna povpraševanja vsakega zainteresiranega dobavitelja piva gostinskim obratom za nakup piva s ponudbo poštenih, primernih in nediskriminatornih komercialnih pogojev. Priglasitelj sme utemeljeno deloma oziroma v celoti zavrniti povpraševanje zainteresiranega dobavitelja piva gostinskim obratom samo iz objektivnih razlogov (npr. pomanjkanje surovin ali težave pri proizvodnji, nezmožnost dobave zelenih količin, predhodne kršitve pogodbe ali preseženega limita kreditne izpostavljenosti do posameznega zainteresiranega dobavitelja piva gostinskim obratom, ipd). Če bo priglasitelj zavrnil povpraševanje zainteresiranega dobavitelja piva gostinskim obratom iz objektivnih razlogov, bo pri tem vse zainteresirane dobavitelje piva gostinskim lokalom obravnaval enakopravno upoštevaje pretekla in želena naročila. Limit kreditne izpostavljenosti do posameznega zainteresiranega dobavitelja piva gostinskim obratom bo priglasitelj za vse dobavitelje piva gostinskim obratom računal po enaki objektivni metodi.
 - b) uporabljati poštene, primerne in nediskriminatorne komercialne pogoje za vse zainteresirane dobavitelje piva gostinskim obratom, tako z vidika cene piva kot tudi kvalitete piva ter pogodbenih pogojev, vključno s prodajnimi bonitetami, količinskimi rabati in dodeljenim marketinškim materialom. V tem smislu priglasitelj tarče ne sme obravnavati drugače od drugih zainteresiranih dobaviteljev piva gostinskim obratom.
 - c) ne prekiniti ali odpovedati pogodb z dobavitelji piva gostinskim obratom brez podlage v pogodbi ali predpisih.
5. Priglasitelj se zavezuje vzpostaviti ustrezna pravila, postopke in fizične prepreke (v nadaljevanju: »požarni zid«), s katerimi bo ustrezno preprečil, da bi bile tarči posredovane ali bi na kakršen koli drug način tarča prejela poslovno občutljive informacije, ki jih bo priglasitelj morebiti prejel od drugih dobaviteljev piva gostinskim obratom. Za implementacijo te zaveze bo priglasitelj pripravil in v roku 30 dni od dneva učinkovanja Agenciji predložil »Pravilnik za preprečitev pretoka informacij«, s katerim bo uredil področja dela in opredelil zaposlene priglasitelja, ki imajo zaradi narave svojega dela lahko dostop do poslovno občutljivih informacij drugih dobaviteljev piva gostinskim obratom, z namenom vzpostavitve ovir za namerni ali nenamerni pretok takih poslovno občutljivih informacij zaposlenim tarče. Požarni zid bo s Pravilnikom za preprečitev pretoka informacij vzpostavljen na sledeč način:
 - a) prepovedan bo prenos tiskanih ali elektronskih dokumentov, ki vsebujejo poslovno občutljive informacije zaposlenim tarče;
 - b) prepovedano bo neposredno ali posredno ustno komuniciranje poslovno občutljivih informacij z zaposlenimi tarče in
 - c) prepovedan bo prenos ali komuniciranje poslovno občutljivih informacij osebam, za katere priglasitelj ve ali bi moral vedeti ali sklepati, da jih bodo posredovale naprej zaposlenim tarče.
6. Priglasitelj se zavezuje, da bo po koncu vsakega šest-mesečnega obdobja od dneva učinkovanja skozi vse obdobje trajanja korektivnih ukrepov Javni agenciji Republike Slovenije za varstvo konkurence predložil poročilo, ki bo za zadnje šest-mesečno obdobje poročanja vključevalo:

- a) seznam dobaviteljev piva gostinskim obratom, ki jim je priglasitelj prodajal pivo, skupaj s prodanimi količinami in vrednostmi po posameznih dobaviteljih posebej za pivo in posebej za ostale pijače.
 - b) seznam zainteresiranih dobaviteljev piva gostinskim obratom, ki jim je priglasitelj zavrnil dobavo, skupaj z razlogom za zavrnitev dobave.
 - c) seznam zainteresiranih dobaviteljev piva gostinskim obratom, ki jim je priglasitelj prekinil dobavo ali odpovedal pogodbo, skupaj z razlogom za prekinitev ali odpoved.
 - č) komercialne pogoje, po katerih je priglasitelj prodajal pivo dobaviteljem piva gostinskim obratom, vključno s tarčo, kar vključuje dejansko uporabljene pogodbene pogoje pri prodaji posameznemu dobavitelju piva gostinskim obratom, iz katerih je razviden tudi obračunan količinski rabat in ostale obračunane bonitete ter dodeljen marketinški material (datum, vrsta in količina) posameznemu dobavitelju piva gostinskim obratom.
 - d) poročilo o izvajanju korektivnega ukrepa v zvezi s požarnim zidom, kot je določen v 5. točki izreka te odločbe.
7. Priglasitelj se zaveže podatke iz 6. točke izreka te odločbe Javni agenciji Republike Slovenije za varstvo konkurence predložiti najkasneje v 30 dneh po poteku vsakega šest-mesečnega obdobja poročanja. Če bo Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence za nadzor nad izvajanjem korektivnih ukrepov zahtevala dodatne informacije ali dokumente, jih je priglasitelj dolžan posredovati v zahtevanem roku, ki ne bo krajši od 8 dni.
8. Čas trajanja korektivnih ukrepov je od dneva učinkovanja (t.j. naslednji dan po dnevu izdaje odločbe Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence o skladnosti predmetne koncentracije s pravili konkurence) do izteka sedmih let od dneva učinkovanja.
9. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 19. 7. 2022² prejela priglasitev koncentracije podjetij PLU in Davidov Hram. Koncentracijo je priglasilo podjetje PLU (v nadaljevanju tudi: priglasitelj).
2. Predmet obravnavane koncentracije je nakup 40,8995 % poslovnega deleža v podjetju Davidov Hram, ki ga bo podjetje PLU pridobilo na podlagi Pogodbe o prodaji poslovnih deležev z dne 13. 7. 2022 (v nadaljevanju: Pogodbe)³, sklenjene med fizičnima osebama Dušan Žehelj in Andreja Žehelj kot prodajalcema in podjetjem PLU kot kupcem. Podjetje PLU bo imelo po izvedeni koncentraciji 51 % poslovni delež v podjetju Davidov Hram⁴ in bo tako pridobilo izključno kontrolo nad tem podjetjem, preostale lastniške deleže pa bosta

² Dokument št. 3061-30/2022-1.

³ Dokument št. 3061-30/2022-1, priloga 6.

⁴ Podjetje PLU je v času priglasitve že imetnik 10,1005 % poslovnega deleža v podjetju Davidov Hram.

obdržali fizični osebi Dušan Žehelj in Andreja Žehelj⁵.

3. Sočasno z izvedbo prodaje poslovnih deležev bo podjetje PLU na podjetje Davidov Hram preneslo svoj obrat za dejavnost sekundarne distribucije alkoholnih in brezalkoholnih pijač v gostinske lokale (PLU PeD obrat⁶), t.j. distribucijske centre in drugo premično in nepremično premoženje, ki se nanašajo na sekundarno distribucijo alkoholnih in brezalkoholnih pijač v gostinske lokale skupaj z zaposlenimi, terjatvami in zalogami⁷. Podjetje PLU pa bo fizičnima osebama Andreji Žehelj in Dušanu Žehlju prodalo tudi svoj poslovni delež v podjetju HRAM NALOŽBE nepremičninska družba d.o.o.⁸.
4. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah (v nadaljevanju: ZUT) je priglasitelj dne 18. 7. 2022 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR⁹.
5. Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj na poziv Agencije¹⁰ dne 22. 8. 2022, 7. 9. 2022, 30. 9. 2022 in 24. 10. 2022 ustrezno dopolnil, s čimer je priglasitev postala popolna.¹¹
6. Podjetje PLU v izključni lasti nizozemskega podjetja HEINEKEN INTERNATIONAL B.V., ki je v 100 % lasti podjetja Heineken N.V., holdinške družba skupine Heineken. Delnice podjetja HEINEKEN INTERNATIONAL B.V. so uvrščene v trgovanje na borzi Euronext Amsterdam Stock Exchange. Podjetje Heineken N.V. je v 52,599 % lasti podjetja L'Arche Green N.V., ki je v večinski lasti družine Heineken (88,86 %) in manjšinski lasti družine Hoyer (11,14 %). Okoli 14 % udeležbo v skupini Heineken ima po podatkih priglasitelja podjetje FEMSA, preko odvisnih podjetij CB Equity in CSCAP, S.A. de C.V., preostanek pa je razpršen. Skupino Heineken sestavlja veliko podjetij od katerih po podatkih iz priglasitve edino podjetje PLU ustvarja promet na trgu Republike Slovenije¹².
7. Podjetje PLU ima eno odvisno družbo na Kosovu, in sicer podjetje Laško Grupa Kosovo Sh.p.k., v kateri ima 100 % poslovni delež in ki po podatkih priglasitelja ne ustvarja prometa na trgu Republike Slovenije. Podjetje PLU ima pred izvedeno koncentracijo v lasti še 10,1005 % poslovni delež v podjetjih Davidov Hram in Hram Naložbe d.o.o.¹³ ter 19,48 % poslovni delež v podjetju SLOPAK, družba za ravnanje z odpadno embalažo d.o.o.
8. Podjetje PLU je proizvajalec brezalkoholnih in alkoholnih pijač predvsem piva, pakirane vode, ledenega čaja, sadnih sokov ter energijskih in športnih pijač, in deluje tudi kot distributer. Proizvode distribuira od mesta proizvodnje do centralnih skladišč oziroma distribucijskih centrov trgovcev (»primarna distribucija«) in tudi od centralnih skladišč oziroma distribucijskih centrov do posameznih gostinskih obratov (»sekundarna distribucija gostinskim obratom«). Podjetje PLU proizvode distribuira skozi tržni kanal trgovine in skozi HoReCa tržni kanal (v nadaljevanju tudi: gostinski tržni kanal)¹⁴.
9. V času priglasitve so bili družbeniki podjetja Davidov Hram fizični osebi Dušan Žehelj

⁵ Dokument št. 3061-30/2022-1.

⁶ Izraz HoReCa je okrajšava za storitev dobave hrane/pijače v gostinski branži. Ime sestoji iz prvih dveh črk področij njenega delovanja: Hotelirstvo, Restavracije, Catering.

⁷ Dokument št. 3061-30/2022-1, Priloga 7.

⁸ Dokument št. 3061-30/2022-1, Priloga 7.

⁹ Dokument št. 3061-30/2022-1, priloga 4.

¹⁰ Dokument št. 3061-30/2022-4, št. 3061-30/2022-39, št. 3061-30/2022-67.

¹¹ Dokumenti št. 3061-30/2022-8, št. 3061-30/2022-22, št. 3061-30/2022-63, št. 3061-30/2022-68.

¹² Dokument št. 3061-30/2022-1.

¹³ Naveden manjšinski delež v podjetju Hram Naložbe bo v okviru predmetne koncentracije podjetje PLU odsvojilo fizičnima osebama Andreji in Dušanu Žehlju.

¹⁴ Dokument št. 3061-30/2022-1.

(52,2105 % poslovni delež) in Andreja Žehelj (37,6890 % poslovni delež) ter podjetje PLU (10,1005 % poslovni delež). Glavna dejavnost podjetja Davidov Hram se nanaša na veleprodajo pijače, hrane in drugega potrošnega materiala oziroma drugih izdelkov, ki jih v pretežni meri distribuira skozi gostinski distribucijski kanal (t.j. do HoReCa obratov). Podjetje ima 13 poslovnih enot na območju celotne Slovenije in nima odvisnih družb. Sicer pa ima podjetje Davidov Hram tudi 25,50 % poslovni delež v podjetju OptiBar, informacijske rešitve d.o.o., ki se ukvarja z upravljanjem spletne mobilne platforme za optimizacijo poslovnih procesov v HoReCa panogi¹⁵.

10. Priglasitelj je podal gospodarsko utemeljitev koncentracije, v kateri navaja, da je zadevna koncentracija primarno usmerjena v [REDACTED]. Podjetje PLU želi z nakupom [REDACTED]. Priglasitelj navaja, da bo podjetje PLU s pridobitvijo nadzora nad podjetjem Davidov Hram [REDACTED]. Sočasno s prenosom obrata PLU PeD na podjetje Davidov Hram pa bi bilo pomembnih sinergij zaradi predvidene koncentracije deležno tudi podjetje Davidov Hram, in sicer na račun [REDACTED]. Priglasitelj navaja, da bi izvedba predmetne koncentracije pomenila tudi [REDACTED].

II. OPIS POSTOPKA

11. Pri predlagani koncentraciji gre za horizontalno združitev na trgu sekundarne distribucije gostinskim obratom, in vertikalno dobavitelja in stranke, saj podjetje Davidov Hram opravlja tudi distribucijo izdelkov priglasitelja gostinskim obratom.
12. Kot že navedeno je bila koncentracija priglašena 19. 7. 2022 in nazadnje dopolnjena 24. 10. 2022. Agencija je priglasitelja na sestanku 17. 10. 2022 in 2. 12. 2022 seznanila z določenimi konkurenčno pravnimi pomisleki, ki izhajajo iz naslova zadevne koncentracije.
13. Agencija je glede značilnosti upoštevnihi trgov in vplivov koncentracije na konkurenco posredovala zahteve za posredovanje podatkov konkurentom v koncentraciji udeleženihi podjetji¹⁷ in določenim HoReCa obratom¹⁸. Podjetja so svoje odgovore posredovala od dne 24. 8. 2022¹⁹ do dne 7. 11. 2022²⁰. Tudi nekateri udeleženci tržne analize so izrazili konkurenčno pravne pomisleke zaradi znatne tržne moči združenega podjetja na zgornjem delu dobavne verige in na njenem spodnjem delu (t.j. na trgu sekundarne distribucije) po

¹⁵ Dokument št. 3061-30/2022-1.

¹⁶ Dokument št. 3061-30/2022-1.

¹⁷ Dokument št. 3061-30/2022-5, št. 3061-30/2022-6, št. 3061-30/2022-9.

¹⁸ Dokument št. 3061-30/2022-5, št. 3061-30/2022-6, št. 3061-30/2022-9, št. 3061-30/2022-20.

¹⁹ Dokument št. 3061-30/2022-10

²⁰ Dokument št. 3061-30/2022-70

izvedeni koncentraciji.

14. Dne 17. 10.2022 je bil opravljen sestanek med predstavniki Agencije in predstavniki priglasitelja.
15. Priglasitelj je dne 25. 10. 2022 na Agencijo naslovil predlog korektivnih ukrepov. Priglasitelj je Agenciji dne 14. 11. 2022 posredoval nov predlog korektivnih ukrepov²¹, za katerega je Agencija dne 15. 11. 2022 izvedla tržni preizkus. Podjetja so svoje odgovore v okviru tržnega testa posredovala od dne 17. 11. 2022²² do dne 25. 11. 2022²³. Priglasitelj je končno različico korektivnih ukrepov posredoval dne 5. 12. 2022²⁴.
16. Dne 19. 12. 2022 je bil senat Agencije seznanjen s predlaganim korektivnim ukrepom ter do tedaj prejetimi mnenji, predlogi in komentarji podjetij glede le-tega²⁵.
17. Ker so korektivni ukrepi, ki jih je predlagal priglasitelj, glede na naravo, obseg in verjetnost uspešne in pravočasne izvedbe odpravili sum o skladnosti koncentracije s pravili konkurence, jih je Agencija sprejela.

III. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

18. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij in s tem obveznost priglasitve nastala dne 13. 7. 2022 s podpisom Pogodbe o prodaji poslovnih deležev, na podlagi katere bo podjetje PLU pridobilo dodatni 40,8995 % poslovni delež v podjetju Davidov Hram²⁶ in bo imelo po izvedeni koncentraciji 51 % poslovni delež v podjetju Davidov Hram ter izključno kontrolo nad njim²⁷.
19. 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

20. Priglasitelj je Agenciji predložil podatke o letnem prometu podjetij, udeleženih v koncentraciji. Podjetje PLU je na trgu Republike Slovenije v letu 2021 ustvarilo 109.704 tisoč EUR prometa (2020: 96.453 tisoč EUR). Druga podjetja iz skupine Heineken prometa na trgu Republike Slovenije niso ustvarila. Podjetje Davidov Hram je v letu 2021 ustvarilo 40.530 tisoč EUR prometa (2020: 37.886 tisoč EUR)²⁸ na trgu Republike Slovenije.
21. Navedeno pomeni, da je presežen prag 35 mio EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK 1, ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega

²¹ Dokument št. 3061-30/2022-72.

²² Dokument št. 3061-30/2022-76.

²³ Dokument št. 3061-30/2022-81.

²⁴ Dokument št. 3061-30/2022-83.

²⁵ Zapisnik o posvetovanju in glasovanju št. 3061-30/2022-87.

²⁶ Podjetje ima pred izvedeno koncentracijo v lasti 10,1005 % poslovni delež.

²⁷ Dokument št. 3061-30/2022-1.

²⁸ Dokument št. 3061-30/2022-1.

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.

22. V predmetni zadevi sta kumulativno izpolnjena oba pogoja - pravni in ekonomski, zaradi česar je zadevna koncentracija podrejena določbam ZPOMK-1 in jo je potrebno prijaviti Agenciji.

C Pristojnost Agencije

23. Agencija ugotavlja, da priglašena koncentracija nima razsežnosti EU. Glede na to, da je podjetje Davidov Hram v letu 2021 doseglo 40.696 tisoč EUR²⁹ čistih prihodkov od prodaje (2020: 38.073 tisoč EUR) ni izpolnjen prag iz točke (b) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, saj skupni letni promet prevzetega podjetja skupaj s povezanimi podjetji ne presega 100 mio EUR. Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU, niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence na podlagi nacionalnega prava o konkurenci na Agenciji.

IV. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni ter geografski trg

24. Agencija je 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.
25. Priglasitelj je prvenstveno proizvajalec brezalkoholnih in alkoholnih pijač, predvsem piva pa tudi pakirane vode, ledenih čajev, sadnih sokov ter energijskih in športnih pijač. Podjetje PLU večinoma distribuira [REDACTED]³⁰, ki jih distribuira v tržni kanal trgovine kot tudi v tržni kanal gostinstva³¹ [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]³². Na področju sekundarne distribucije do HoReCa obratov), [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] Podjetje PLU ima po podatkih iz spletne strani v lasti dve pivovarni (Pivovarna Laško in Pivovarna Union), štiri pivovarniške maloprodajne trgovine z distribucijskimi centri v Ljubljani, Celju, Izoli in Mariboru. Podjetje iz naslova maloprodaje dosega [REDACTED]³⁴.
26. Glavna dejavnost podjetja Davidov Hram je sekundarna distribucija alkoholnih in brezalkoholnih pijač do gostinskih obratov. Podjetje na trgu sekundarne distribucije gostinskim obratom [REDACTED] ustvari iz naslova prodaje piva, ostalo pa predstavlja prodaja drugih pijač, prigrizkov in ostalih izdelkov³⁵. Podjetje

²⁹ Dokument št. 3061-30/2022-1.

³⁰ Dokument št. 3061-30/2022-1.

³¹ Leto 2021: [REDACTED]. Dokument št. 3061-30/2022-22.

³² Dokument št. 3061-30/2022-8; Zaupna priloga A2 trg sekundarne distribucije.

³³ Dokument št. 3061-30/2022-1.

³⁴ Dokument št. 3061-30/2022-22 z dne 7. 9. 2022 (Prihodki iz naslova maloprodaje v letu 2022: [REDACTED]).

³⁵ Dokument št. 3061-30/2022-1.

Davidov Hram je osredotočeno na segment gostinstva, del prihodkov pa ustvari tudi z maloprodajo³⁶ v svojih poslovnih enotah ter prodajo preko spletne prodaje narocidomov.si³⁷. Medsebojni promet med podjetji PLU in Davidov Hram je v letu 2021 znašal [REDACTED] EUR.

27. Priglasitelj navaja, da gre v navedeni koncentraciji za horizontalno prekrivanje dejavnosti obeh podjetij na (i) trgu sekundarne distribucije gostinskim obratom in za vertikalno razmerje dobavitelja in stranke, kar je ugotovila tudi Agencija, saj podjetje Davidov Hram opravlja distribucijo izdelkov PLU HoReCa (gostinskim) obratom, t.j. hotelom, kongresnim centrom, restavracijam, gostinskim lokalom in podobnim obratom. Z vidika vertikalnih razmerij med udeleženci koncentracije je priglasitelj opredelil upoštevne proizvodne trge piva, ledenega čaja, pakirane in ustekleničene vode, sadnih sokov ter energijskih in športnih pijač³⁸, ki jih je geografsko opredelil na nacionalni ravni. Po mnenju priglasitelja je za presojo vertikalnih učinkov zadevne koncentracije pomemben predvsem proizvodni trg piva in deloma tudi trg ledenega čaja, saj je tržna moč PLU na ostalih proizvodnih trgih pijač za HoReCo omejena (tržni delež nižji od 30 %). Glede na navedeno Agencija vertikalnih učinkov na trgih proizvodnje pakirane vode³⁹, sadnih sokov ter energijskih in športnih pijač v nadaljevanju ne bo presojala.

(i) Trg sekundarne distribucije HoReCa (gostinskim) obratom

28. Na trgu sekundarne distribucije se distribucijska pot prične z naročilom kupca, ki se povečini opravi preko prodajnega predstavnika na terenu ali preko klicnega centra. Priglasitelj navaja, da se v zadnjih letih pri HoReCa kupcih pojavlja trend, da svoje potrebe izpolnijo pri čim manjšem številu dobaviteljev, ki jim lahko dostavijo celoten asortima izdelkov, ki jih potrebujejo. Naročeno blago se nato zbere in pripravi za distribucijo v distribucijsko (skladiščnem) centru ponudnika. Na predviden dan se nato blago naloži na tovorna vozila in dostavi do kupca. V primeru, da gre za vračljivo embalažo, zadnji korak distribucije predstavlja vračilo povratne embalaže s strani kupca⁴⁰.
29. Evropska komisija (v nadaljevanju: Komisija) in tudi Agencija je v svoji pretekli praksi⁴¹ proizvodno veleprodajni trg pijač ločila po posameznih vrstah pijač in glede na distribucijski kanal (trgovinski in HoReCa). Prav tako je v nadaljevanju nakazala delitev veleprodajnega trga pijač glede na način izvedbe fizične distribucije (primarna in sekundarna distribucija).
30. Priglasitelj navaja, da imata trga primarne in sekundarne distribucije povsem različne zakonitosti (različne storitve, različno pogostost in velikost naročil ter drugačne konkurente), kar je tudi razlog da se proizvajalci pijač različno odločajo o tem, ali bodo na trgu sekundarne distribucije sploh prisotni, saj proizvajalci storitve sekundarne distribucije večinoma naročajo pri drugih podjetjih (trgovcih cash & carry in grosistih). Nujnost, da se distribucija deli na primarno in sekundarno po navedbah iz priglasitve izhaja iz dejstva, da primarno distribucijo v večini primerov izvajajo proizvajalci pijač, hrane in drugega potrošnega materiala, nasprotno pa sekundarno distribucijo na slovenskem trgu povečini izvajajo podjetja, ki sami

³⁶ [REDACTED]

³⁷ Dokument št. 3061-30/2022-8 in 3061-30/2022-22.

³⁸ Dokument št. 3061-30/2022-1.

³⁹ Iz odločbe Agencije št. 3061-40/2018-81 Agrokor AG-Ardeya Global z dne 28. 1. 2021 je razvidno, da je podjetje PLU [REDACTED] % tržni delež pri proizvodnji in veleprodaji ustekleničene vode.

⁴⁰ Dokument št. 3061-30/2022-1.

⁴¹ Odločba Agencije št. 3061-7/2015-110 z dne 2. 10.2015.

niso proizvajalci⁴².

31. Priglasitelj navaja da je Komisija v novejši praksi odločila v prid ločevanja proizvodnega in veleprodajnega trga pijač⁴³. Tudi Agencija ugotavlja, da so Komisija in konkurenčni organi drugih držav EU v svoji novejši praksi ugotovili, da se proizvodno dobavni trgi lahko ločijo od veleprodajnih trgov, ker distribucijo običajno izvajajo neodvisni trgovci, nanje pa lahko vplivajo različne združitve proizvajalcev pijač in neproizvodnih veleprodajnih distributerjev⁴⁴.
32. Priglasitelj je na trg sekundarne distribucije gostinskim obratom poleg posameznih pijač uvrstil tudi hrano oziroma manjše prigrizke in drug potrošni material za gostinski trg, pri čemer je navedel, da vsi konkurenti ciljnega podjetja poleg piva distribuirajo tudi druge brezalkoholne in alkoholne pijače ter v manjšem obsegu tudi hrano in drug potrošni material za gostinski trg. Priglasitelj navaja, da je delitev po vrstah pijač bolj primerna za zgornje (proizvodne) trge, medtem ko je za spodnje trge sekundarne distribucije manj primerna⁴⁵. Zadevni upoštevni storitveni trg sekundarne distribucije je geografsko opredelil kot nacionalnega, kar je storila tudi Agencija.

Agencija je tekom tržne analize njenim udeležencem zastavila vprašanje, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

34. Agencija je ob upoštevanju zgoraj navedenega in v skladu s svojo preteklo prakso ter na podlagi tržne analize preverila tudi učinke koncentracije na najožje opredeljenih področjih sekundarne distribucije posameznih vrst pijač, in sicer za pivo in ledenih čaj, pri čemer pa je dokončno opredelitev trga sekundarne distribucije v primeru zadevne koncentracije pustila odprto, ker je priglasitelj predložil korektivne ukrepe, ki odpravljajo pomisleke Agencije glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence.

(ii) Proizvodni trg piva za HoReCo

35. Na tem upoštevem storitvenem trgu je prisoten le priglasitelj. Trg proizvodnje piva sta Agencija in Evropska komisija v preteklosti že obravnavali, pri čemer je bilo ugotovljeno, da gre za samostojen trg, ki ga je treba obravnavati ločeno od proizvodnje vina, gaziranih osvežilnih pijač itd., zaradi specifičnih lastnosti kot so okus, postopek proizvodnje, embalaže in priložnosti uživanja. Priglasitelj navaja, da je Komisija v preteklosti kot samostojne in ločene trge obravnavala trge proizvodnje in veleprodaje piva ter uveljavila možnost segmentacije trgov distribucije na primarno in sekundarno distribucijo⁴⁶. Prav tako je nakazala delitev piva glede na zvrst, vsebnost alkohola, blagovno znamko, kakovost, ceno,

⁴² Dokument št. 3061-30/2022-1.

⁴³ Dokument št. 3061-30/2022-1.

⁴⁴ Odločba Latvijskega urada za konkurenco št. KL\2.2-4\19\10 z dne 12 Sep 2019 (Lāčplēša alus SIA|Bauskas alus SIA|Rūta M SIA), odločba M.10061 Coca Cola Hellenic Bottling company/Heineken Stockday) odst. 11, odločba M.5560 Carlsberg Deutschland/Nordmann/JV Nordic Getranke, odst. 10.

⁴⁵ Odločba M.10061 - COCA-COLA HELLENIC BOTTLING COMPANY / HEINEKEN / STOCKDAY.

⁴⁶ Dokument št. 3061-30/2022-1.

in glede na mešanice z drugimi sestavinami itd.⁴⁷

36. Komisija in Agencija sta v preteklosti odločili, da je trg piva po obsegu nacionalen⁴⁸. Razlogi za to so predvsem v tem, da se cene in vzorci porabe ne razlikujejo bistveno med različnimi regijami države, poleg tega se pivo načeloma trži na nacionalni ravni.
37. Agencija je dokončno opredelitev proizvodnega in geografskega trga piva v primeru zadevne koncentracije pustila odprto, ker je priglasitelj predložil korektivne ukrepe, ki odpravljajo pomisleke Agencije glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence.

(iii) Proizvodni trg ledenega čaja za HoReCo

Ledeni čaj je negazirana brezalkoholna pijača z okusom po sadju (najpogosteje z okusom breskev). Na slovenskem trgu so na voljo ledeni čaji, sladkani s sladkorjem, sladili ali s kombinacijo sladkorja in sladil⁴⁹.

39. Agencija je zadevni upoštevni proizvodni trg tako kot priglasitelj geografsko opredelila na nacionalni ravni, pri čemer je dokončno opredelitev proizvodnega in geografskega trga ledenega čaja v primeru zadevne koncentracije pustila odprto, saj ne glede na to, ali bi upoštevni geografski trg opredelili ožje ali širše ne bi bil izkazan sum glede skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence.
40. Kot že navedeno je Agencija v zadevni koncentraciji upoštevni storitveni trg na katerem prihaja do horizontalnih prekrivanj med dejavnostjo priglasitelja in dejavnostjo ciljnega podjetja opredelila kot (i) trg sekundarne distribucije HoReCa obratom. Horizontalne učinke zadevne koncentracije je analizirala tudi na najožje opredeljenih področjih sekundarne distribucije piva in ledenega čaja HoReCa obratom.

Agencija je v nadaljevanju proučila tudi vertikalne učinke med upoštevni storitvenimi trgi sekundarne distribucije HoReCa obratom, na katerem deluje priglasitelj in prevzeto podjetje ter upoštevni proizvodnima trgoma (i) piva in (ii) ledenega čaja HoReCa obratom, kjer deluje priglasitelj, pri čemer je vse trge po obsegu opredelila kot nacionalne.

B Presoja koncentracije

41. Agencija ugotavlja, da v zvezi s trgom sekundarne distribucije HoReCa obratom ne obstajajo uradni statistični ali drugi javno dostopni podatki. Pri presoji se je naslonila na interne podatke podjetij PLU in Davidov Hram ter predložene podatke o tržnem deležu priglasiteljevih blagovnih znamk piva prodanih skozi gostinski distribucijski kanal, ki so jih pripravila neodvisna raziskovalna podjetja Skupine Canadean in Skupine Nielsen.
42. Priglasitelj je posredoval ocene o značilnostih, obsegu in strukturi zadevnih trgov, prav tako je Agencija v predmetni koncentraciji izvedla tržno analizo, v kateri je zahteve za posredovanje podatkov posredovala konkurentom priglasitelja, konkurentom ciljnega podjetja ter določenim HoReCa obratom.⁵⁰

⁴⁷ Odločba Agencije št. 3061-7/2015-110 z dne 2. 10. 2015.

⁴⁸ Odločba Agencije št. 3061-7/2015-110 z dne 2. 10. 2015. Odločba COMP/M.3195, COMP/M.2740, COMP/M.4999, COMP/M.6587.

⁴⁹ Dokument št. 3061-30/2022-28.

⁵⁰ Dokument št. 3061-30/2022-5, Dokument št. 3061-30/2022-9, Dokument št. 3061-30/2022-20.

Horizontalni učinki naupoštevem storitvenem trgu sekundarne distribucije do HoReCa obratov

43. Podjetje PLU izvaja distribucijo na celotnem območju Republike Slovenije preko distribucijskih centrov v Ljubljani, Mariboru, Celju in Izoli ter tako-imenovanih cross-dock centrov v Novem mestu in Novi Gorici. Tudi podjetje Davidov Hram izvaja distribucijo na celotnem območju Republike Slovenije, razen na področjih obale in Notranjske⁵¹.

44. Priglasitelj je za glavne konkurente na temupoštevem storitvenem trgu navedel grosiste ter trgovce Tuš Cash & Carry in Mercator Cash & Carry, ki poleg pijač priglasiteljevih blagovnih znamk ponujajo še ostale pijače in proizvode, ki jih v pretežni meri distribuirajo

45. Tabela 1: Tržni deleži na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom v Republiki Sloveniji:

Leto	2020		2021		2021 Agencija		2021
Podjetje	Prodaja (v €)	Tržni delež (v %)	Prodaja (v €)	Tržni delež (v %)	Pivo* kol. tržni delež (v %)	Ledeni čaj* kol. tržni delež (v %)	Voda kol. tržni delež (v %)
PLU		[5-10]		[5-10]	[20-30]	[10-20]	[5-10]
Davidov Hram		[10-20]		[10-20]	[20-30]	[10-20]	[10-20]
KZ Metlika							
Mercator C&C							
Tuš C&C							
Ahac							
Ostali							
Skupaj							
Združeno podjetje		[20-30]		[20-30]	[40-50]	[20-30]	[20-30]

*Opomba: Agencija je količinski obseg trga sekundarne distribucije piva () in ledenega čaja () skozi HoReCo izračunala na podlagi tržne analize in sicer tako, da je vzela povprečje ocene o obsegu trgov, podane s strani priglasitelja in ocene, ki jo je Agencija pridobila s tržno analizo. Podatki v prvem stolpcu pa so vrednostni podatki o trgu sekundarne distribucije, Vir: Podatki priglasitelja in ocena Agencije.

Dokument št. 3061-30/2022-68.

46. Po podatkih iz tabele 1 je imelo v letu 2021 med vsemi konkurenti, ki delujejo na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom na območju Republike Slovenije, glede na vrednostne podatke najvišji ocenjeni tržni delež združeno podjetje [20-30] % sledijo . Po izvedeni koncentraciji bodo imela največja tri podjetja po višini ocenjenega tržnega deleža skupaj tržni delež. Na podlagi navedenega Agencija ugotavlja, da ima združeno podjetje na področju sekundarne distribucije HoReCa obratom razmeroma visoko tržno moč.

47. Za merjenje stopnje koncentracije se pogosto uporablja Herfindahl-Hirschman indeks

⁵¹ Dokument št. 3061-30/2022-63.

(HHI)⁵². HHI se izračuna tako, da se seštejejo kvadrati posameznih tržnih deležev vseh podjetij na trgu. HHI daje sorazmerno večjo težo tržnim deležem večjih podjetij. Čeprav je najbolje vključiti vsa podjetja, pomanjkanje podatkov o zelo majhnih podjetjih ne more biti pomembno, ker taka podjetja nimajo bistvenega vpliva na HHI. Vrednost HHI se lahko giblje med 0 (razdrobljen trg) in 10.000 (čisti monopol), pri čemer HHI, ki je manjši od 1000, kaže nizko koncentracijo, HHI med 1000 in 1800 srednjo in HHI nad 1800 visoko stopnjo koncentracije trga. V primerih, ko je HHI po izvedeni koncentraciji pod 1000 oziroma med 1000 in 2000 in je delta pod 250 ter nad 2000 in je delta pod 150, je malo verjetno, da bi bila Evropska komisija zaskrbljena in bi bila potrebna poglobljena analiza.⁵³

48. Tabela 2: HHI na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom v Republiki Sloveniji v letu 2021 pred in po izvedeni koncentraciji podjetij PLU in Davidov Hram:

HHI	
	2021
Pred izvedeno koncentracijo	1.536
Po izvedeni koncentraciji	1.863
HHI	327

Vir: Ocena Agencije in podatki priglasiatelja⁵⁴.

49. HHI je izračunan na podlagi vrednostnih podatkov o prodaji na trgu sekundarne distribucije iz Tabele 1. Agencija ugotavlja, da vrednost HHI presega 1.800 in da sprememba HHI presega 250 indeksnih točk.
50. Kot že navedeno je Agencija v zadevni koncentraciji izvedla tudi tržno analizo. Nekateri izmed udeležencev tržne analize so glede zadevne koncentracije izrazili določene konkurenčno pravne pomisleke, ki se nanašajo na zmanjšanje konkurenčnosti na zadevnem upoštevem trgu po izvedeni koncentraciji zaradi znatne tržne moči priglasiatelja na trgu proizvodnje piva in združenega podjetja na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom po izvedeni koncentraciji. Zato je Agencija na podlagi tržne analize analizirala tudi stanje na najožje opredeljenih področjih sekundarne distribucije piva in ledenega čaja.

Agencija ugotavlja, da pivo predstavlja [REDACTED] v prihodkih podjetij, ki delujejo na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom. [REDACTED]

52. Da bi presodili, ali bo združitev občutno ovirala konkurenco z ustvarjanjem in krepitevijo prevladujočega položaja je potrebna presoja morebitnih izravnalnih dejavnikov, ki izhajajo iz naslova koncentracije (obstoj nakupne moči, verjetnost, pravočasnost in zadostnost vstopa novih konkurentov, povečanje učinkovitosti, morebitni pogoji za utemeljitev propadajočega podjetja ipd).

53. Priglasiatelj navaja, da vstop na trg sekundarne distribucije HoReCa obratom zahteva

⁵² HHI – Herfindal-Hirschmanov indeks je merilo za velikost podjetij v odnosu do celotne panoge in je indikator stopnje konkurenčnosti med podjetji. Višji kot je indeks, višja je stopnja koncentracije in nižji kot je indeks, nižja je stopnja koncentracije tržne moči. Na podlagi vrednosti indeksa je mogoče sklepati na konkurenčnost v panogi. Višje vrednosti so lahko znak manjše konkurenčnosti, in obratno, nižje vrednosti lahko pomenijo višjo konkurenčnost (Vir: Grilc Peter et al: Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOmK-1): s komentarjem, Ljubljana: GV Založba, 2009, stran 191).

⁵³ Smernice o presoji horizontalnih združitve, točka 20.

⁵⁴ Dokument št. 3061-30/2022-68.

vzpostavitev distribucijskih centrov in transportnih poti do distribucijskih centrov ter tudi naprej do kupcev (gostinskih obratov), zagotavljanje redne dobave in odvoz povratne embalaže, kjer je potreben (sodi, steklenice). Kljub razmeroma nizkim vstopnim oviram pa močna konkurenca za dobičkonosno poslovanje od podjetij zahteva, da potencialni ponudnik pokriva celotno območje Republike Slovenije, kar vstop novega ponudnika na trg bistveno podraži. Po vedenju priglasitelja v zadnjih petih letih na nobenega od obravnavanih trgov ni vstopilo nobene podjetje niti ni iz njega izstopilo, se je pa povpraševanje na trgu sekundarne distribucije pijač v času epidemije skoraj v celoti preselilo na trgovinski kanal⁵⁵.

Udeleženci tržne analize so kot morebitne vstopne ovire na upoštevni trg sekundarne distribucije HoReCa obratom navedli [REDACTED]

55. Agencija je pri presoji izravnalnih učinkov analizirala tudi nakupno oziroma pogajalsko moč kupcev pri čemer je ugotovila, da so njihove zmožnosti preusmeritve na alternativne dobavitelje piva omejene zaradi prevladujočega položaja podjetja PLU na proizvodnem trgu piva.

56. Priglasitelj navaja, da bi bilo podjetje Davidov Hram deležno določenih [REDACTED]. Priglasitelj navaja, da bo koncentracija prinesla tudi druga povečanja učinkovitosti, ki se pričakujejo že v roku enega leta po njeni izvedbi. Priglasitelj navaja, da se bo povečanje učinkovitosti kazalo [REDACTED]. Priglasitelj navaja, da se bo višja učinkovitost kot posledica koncentracije odrazila predvsem [REDACTED]. Gostinski obrati, ki jim podjetje PLU dostavlja neposredno, bodo zdaj lahko dostopali do celotne ponudbe podjetja Davidov Hram. Prav tako bodo dobave izdelkov [REDACTED].

57. Priglasitelj je v prid združitvi izpostavil dejstvo, da je imelo podjetje Davidov Hram v letu 2020 izgubo iz poslovanja in je bilo primorano [REDACTED] ter navedel, da poleg podjetja Davidov Hram tudi ostali distributerji še vedno trpijo finančne posledice epidemije. Priglasitelj je še izpostavil, da se je v zadnjih letih tudi podjetje PLU na trgu sekundarne distribucije [REDACTED]. Kot glavne razloge za to je navedel predvsem [REDACTED]. Priglasitelj navaja, da podjetje PLU distribuira v pretežni meri [REDACTED]

56.

⁵⁵ Dokument št. 3061-30/2022-1.

⁵⁶ PLU v manjši meri distribuira tudi [REDACTED]

58. Kot že navedeno je Agencija v zadevni koncentraciji izvedla tudi tržno analizo, v kateri je konkurente zadevnih podjetij in določene HoReCa obrate vprašala glede značilnosti v zvezi z upoštevniimi storitvenimi trgi in kako bo po njihovem mnenju vplivala koncentracija zadevnih podjetij na učinkovito konkurenco na teh trgih. Določeni so navedli konkurenčno pravne pomisleke v zvezi z znatno tržno močjo združenega podjetja [REDACTED]
59. Na podlagi vsega zgoraj obrazloženega, upošteva predloženo tržno strukturo, vrednost ter spremembo HHI, navedbe priglasiitelja in udeležencev tržne analize, vertikalno integracijo združenega podjetja, Agencija ocenjuje, da je v predmetni koncentraciji izkazan sum o skladnosti s pravili konkurence na upoštevniim trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom in na ožje opredeljenem področju sekundarne distribucije piva HoReCa obratom.

Vertikalni učinki med upoštevniimi storitvenimi trgi sekundarne distribucije HoReCa obratom in upoštevniimi proizvodniimi trgi piva in ledenega čaja

60. Agencija je v zadevni koncentraciji presojala morebitne protikonkurenčne učinke iz naslova izključitve pri surovinah in izključitve pri strankah, ki bi lahko nastali iz naslova vertikalne integracije združenega podjetja med upoštevniimi proizvodniimi trgi (i) piva, (ii) ledenega čaja ter (iii) upoštevniim storitveniim trgom sekundarne distribucije HoReCa obratom.
61. Izključitev pri surovinah bi lahko nastala, če bi združeno podjetje omejilo dobavo oziroma dostop do proizvodov podjetja PLU (predvsem piva) dejanskim ali potencialnim konkurentom podjetja Davidov Hram na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom, ali povečalo cene, ki jih zaračunava za dobavljanje pijač konkurentom, oziroma bi kako drugače spremenilo pogoje dobave, da bi bili zanje manj ugodni kot bi bili v primeru brez združitve.
62. Agencija je pri presoji verjetnosti nastanka izključitve pri surovinah proučila, ali bi združeno podjetje lahko uporabilo svoj položaj, ki ga ima na zgornjih, proizvodnih trgih (i) piva in (ii) ledenega čaja kot vzvod, da bi na spodnjem, vertikalno povezanem trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom bistveno izboljšalo svoj položaj glede na konkurente, s tem da bi jih izključevalo in s tem občutno škodljivo vplivalo na konkurenco na spodnjem trgu, kar bi lahko škodilo tudi končnim potrošnikom. Pri tem je Agencija preverila, ali ima združeno podjetje zmožnost in spodbudo ter ali bi bilo takšno ravnanje zanj dobičkonosno in bi se s tem občutno zmanjšala konkurenca na tem trgu.⁵⁷
63. Glede zmožnosti izključevanja Agencija ugotavlja, da ima priglasiitelj znatno tržno moč na zgornjih proizvodnih trgih (i) piva in (ii) ledenega čaja, združeno podjetje pa bo po višini tržnega deleža največje na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom t.j. na spodnjem delu dobavne verige. Iz tabele 2 izhaja, da se tržni delež podjetja PLU na proizvodnem trgu piva v obdobju od leta 2019-2021 ni bistveno spremenil in je vseskozi znašal od 80 do 90 %, medtem ko je na upoštevniim trgu proizvodnje ledenega čaja znašal od [20-30] do [30-40]%. Agencija vertikalnih učinkov med trgom sekundarne distribucije HoReCa obratom, na katerem deluje ciljno podjetje, in proizvodniimi trgi pakirane vode, sadnih sokov in energijskih pijač, na katerih deluje priglasiitelj, v nadaljevanju ne bo presojala, saj ima priglasiitelj na njih omejeno tržno moč in tržni delež pod 30 %. Agencija ugotavlja, da je z vidika ugotavljanja vertikalnih povezav sicer najpomembnejši proizvodni trg piva za HoReCo.

⁵⁷ Nehorizontalne smernice, odst. 32.

64. Tabela 3: Tržni delež PLU na trgih proizvodnje posameznih vrst pijač za HoReCo:

Leto/upoštevni proizvodni trg	2019 Količinska prodaja v (hl)	2019 TD v (%)	2020 Količinska prodaja v (hl)	2020 TD v (%)	2021 Količinska prodaja v (hl)	2021 TD v (%)
Pivo PLU		[80-90]		[80-90]		[80-90]
Obseg trga pivo		100		100		100
Ledeni čaj PLU		[30-40]		[20-30]		[30-40]
Obseg trga ledeni čaj		100		100		100
Pakirana voda PLU		[5-10]		[0-5]		[5-10]
Obseg trga voda		100		100		100
Sadni sok PLU		[0-5]		[0-5]		[0-5]
Obseg trga sadni sok		100		100		100
Energijske pijače PLU		[5-10]		[5-10]		[5-10]
Obseg trga energijske pijače		100		100		100

Vir: Podatki priglasitelja. Dokument št. 3061-30/2022-1.

65. V nadaljevanju je Agencija preverila, ali se vertikalni učinki nanašajo na »surovino, ki je pomembna za proizvod na spodnjem delu oskrbne verige«. ⁵⁸ Udeleženci tržne analize so v veliki večini navajali, da morajo, da lahko uspešno konkurirajo na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom

Tudi Agencija ugotavlja, da pivo predstavlja pomemben delež prihodkov podjetij, ki delujejo na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom.

66. Agencija je preverila, kakšne so možnosti alternativnih dobav, in ugotovila, da je pri pivu lojalnost blagovni znamki PLU izredno visoka in da so možnosti zamenjave dobavitelja piva v primeru izpada dobave navedene blagovne znamke omejene, saj ima blagovna znamka Heineken na veleprodajnem trgu piva skozi HoReCo največji približno [80-90] % tržni delež, ki se po izvedeni koncentraciji ne bo spremenil (spremembe bodo le na področju fizične distribucije pijač).

tržnim deležem.

67. Tabela 4: Tržni delež prodaje piva skozi HoReCo v Republiki Sloveniji (v %)

Podjetje	2021
Heineken	[80-90]
Molson Coors	
Asahi	
Carlsbreg	
Budvar	
Ostali	
SKUPAJ trg piva v RS skozi HoReCo	100

Vir: Dokument št. 3061-30/2022-22.

⁵⁸ Kot to izhaja iz Nehorizontalnih smernic, odstavka 34.

68. Agencija ocenjuje, da bi podjetje PLU lahko imelo ekonomski interes (in zato tudi spodbudo) za izključevanje pri surovinah z namenom pridobiti nove kupce od konkurenčnih podjetij, saj je pivo pomemben artikel za dobavo gostinskim obratom. Posledično bi lahko bili zaradi izključevanja pri surovinah (pivu) konkurenti v slabšem položaju.

Na splošno bi lahko združitev vzbudila konkurenčne pomisleke glede konkurence zaradi izključitve pri surovinah, če bi povzročila dvig cen na spodnjem delu oskrbne verige. Da lahko govorimo o bistveni škodi povzročeni učinkoviti konkurenci, morajo imeti izključena podjetja praviloma dovolj pomembno mesto v konkurenčnem procesu in na trgu na spodnjem delu oskrbne verige.⁵⁹ Prav tako lahko učinkovito konkurenco bistveno ovira tudi povečanje vstopnih ovir za morebitne konkurente. Priglasitelj navaja, da novih vstopov in izstopov na upoštevne proizvodne trge v zadnjih petih letih ni bilo, kar je ugotovila tudi Agencija. Agencija ocenjuje, da obstaja verjetnost, da bi lahko združeno podjetje, ki bo največje podjetje na trgu sekundarne distribucije, na račun povečanja učinkovitosti in znižanja stroškov dosegalo nižjo prodajno ceno piva na trgu sekundarne distribucije in s tem izrinilo preostale konkurente s trga, nato pa povečalo cene, kar bi lahko bilo za podjetje na dolgi rok dobičkonosno. Agencija je na podlagi tržne analize ocenila, da za konkurente zadevnih podjetij, ki delujejo na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom pomembno,

70. Druga vrsta protikonkurenčnih učinkov, ki lahko nastanejo iz naslova vertikalnih združitve se nanaša na izključitev pri strankah, ki se lahko pojavi, kadar se dobavitelj poveže s pomembno stranko na spodnjem delu oskrbne verige. Zaradi prisotnosti na spodnjem delu oskrbne verige lahko združeni subjekt svojim dejanskim ali morebitnim konkurentom na zgornjem delu oskrbne verige prepreči dostop do zadostne mreže strank in zmanjša njihovo konkurenčno sposobnost ali spodbudo.⁶⁰ Tako bi se lahko zvišali stroški konkurentom na spodnjem delu oskrbne verige, kar bi jim otežilo dobavo surovine po cenah in pod pogoji, ki bi bili podobni kot v primeru brez združitve. Združeni subjekt bi tako lahko v dobičkonosne namene oblikoval višje cene na spodnjem delu oskrbne verige.

71. Agencija ocenjuje, da bi lahko v zadevni koncentraciji prišlo tudi do protikonkurenčnih učinkov iz naslova izključevanja konkurentov, ki delujejo na zgornjem delu oskrbne verige (t.j. proizvajalcev pijač) in omejevanja njihovega dostopa do zadostne mreže strank (izključitev pri strankah), saj je na podlagi tržne analize ugotovila, da podjetja, ki delujejo na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom, t.j. podjetje Davidov Hram in njegovi konkurenti,

72. Agencija ocenjuje, da bi podjetje PLU od tega lahko imelo ekonomski interes (in zato tudi spodbudo) za izključevanje, saj bi s tem razširilo svojo prodajno mrežo in še okrepilo tržno moč na ostalih proizvodnih trgih pijač, ki niso pivo. Agencija še ocenjuje, da bi bilo slednje zanj dobičkonosno, saj bi lahko združeni subjekt preko zmanjšanja konkurence na zgornjih proizvodnih trgih pijač v dobičkonosne namene oblikoval višje cene na spodnjem trgu sekundarne distribucije.

73. Agencija upošteva tržno moč priglasitelja, nakupno moč (alternativne možnosti dobave) in vstopne ovire na proizvodni trg ledenega čaja ocenjuje, da je verjetnost nastanka protikonkurenčnih vertikalnih učinkov na trgu ledenega čaja manjša kot na trgu piva. Blagovne znamke Heineken imajo po podatkih priglasitelja približno [30-40] % tržni delež pri

⁵⁹ Smernice o presoji nehorizontalnih združitve, točka 48.

⁶⁰ Nehorizontalne smernice, odst. 58.

prodaji ledenega čaja skozi HoReCo, slednje pa se po izvedeni koncentraciji ne bo spremenilo.

74. Tabela 4: Tržni delež prodaje ledenega čaja v HoReCa sektorju v Republiki Sloveniji (v %)

Podjetje	2021
Heineken	[30-40]
Coca Cola	
Fructal	
Ostali	
SKUPAJ trg ledenega čaja v RS z distribucijo skozi gostinski kanal	100

Vir: Dokument št. 3061-30/2022-22

75. Agencija je v zadevni koncentraciji pridobila podatke tudi od konkurentov priglasitelja in ciljnega podjetja ter določenih HoReCa obratov, pri čemer so nekateri izmed njih izrazili konkurenčno pravne pomisleke, saj ima priglasitelj znatno tržno moč na proizvodnem trgu piva, prav tako pa bo imelo združeno podjetje najvišji tržni delež na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom.

V. KOREKTIVNI UKREPI IN NJIHOV TRŽNI PREIZKUS

76. Podjetje PLU je z namenom odprave pomislekov predlagalo korektivne ukrepe. Agencija je s tržnim testom skušala pri konkurentih v koncentraciji udeleženih podjetij in pri drugih udeležencih na upoštevni trgih preveriti, ali predloženi korektivni ukrepi odpravljajo sume o skladnosti koncentracije zadevnih podjetij.

77. Agencija je prejela odgovore [redacted] določene konkurenčno pravne pomisleke.

78. Eno podjetje je imelo [redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted] kar je priglasitelj prav tako vključil v končno različico korektivnih ukrepov in v poročanje Agenciji.

79. Drugo podjetje je navedlo, [redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted].

80. Priglasitelj je tako v končni različici korektivne ukrepe podaljšal iz 5 na 7 let, podrobneje navedel objektivne razloge v primeru nedobave blaga in opisal, kakšno je ravnanje v tem primeru. V korektivne ukrepe je vključil tudi t.i. požarni zid, ki preprečuje prenos občutljivih informacij med proizvajalcem in grosistom.

81. Priglasitelj je v končni različici korektivnih ukrepov, ki so obrazloženi in utemeljeni v nadaljevanju upošteval pomisleke konkurentov. Glede na navedeno Agencija ocenjuje, da je z zadostno stopnjo verjetnosti izkazano, da bodo s predlaganimi korektivnimi ukrepi odpravljeni pomisleki glede konkurence.

VI. OBRAZLOŽITEV IN UTEMELJITEV KOREKTIVNIH UKREPOV

82. Z izjemo pojma dobavitelj piva gostinskim obratom definicije v nadaljevanju niso posebej obrazložene, ker so dovolj jasno obrazložene že v samem izreku odločbe (pod točko 2) oziroma so obrazložene skozi posamezen korektivni ukrep v nadaljevanju.

83. Priglasitelj je pojem »dobavitelj piva gostinskim obratom opredelil kot veleprodajna podjetja, ki se ukvarjajo z dobavo piva in ostalih pijač gostinskim obratom na območju Republike Slovenije. Ta definicija se je v predhodni različici korektivnih ukrepov glasila »dobavitelj piva gostinskim obratom pomenijo veleprodajna podjetja, ki se pretežno ukvarjajo z dobavo piva in ostalih pijač gostinskim obratom na območju Republike Slovenije«. S črtanjem besede pretežno v končni različici korektivnih ukrepov se poskuša v korektivne ukrepe zajeti vsa podjetja, ki delujejo na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom tudi tista katerih glavna dejavnost se ne nanaša pretežno na dobavo piva. Kot že navedeno je zvezi z besedo pretežno

[REDACTED]

[REDACTED] Agencija črtanje besede pretežno utemeljuje s tem, (i) da se poskuša preprečiti izigravanje korektivnih ukrepov in (ii) da se v korektivne ukrepe poskuša zajeti vsa podjetja na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom.

Priglasitelj se zaveže da ne bo izvedel pripojitve in združitve s tarčo (3. točka korektivnih ukrepov)

84. Pod točko 3 se priglasitelj zavezuje, da v obdobju trajanja korektivnih ukrepov ne bo izvedel niti pripojitve tarče priglasitelju niti združitve priglasitelja s tarčo.

85. Na tak način se zagotavlja, da bo poslovanje priglasitelja s podjetjem Davidov Hram potekalo na podlagi izdajanja računov – torej računovodsko na povsem enak način, kot priglasitelj posluje z ostalimi grosisti⁶¹.

86. S tem se po navedbah priglasitelja zagotavlja transparentnost izvajanja predlaganih korektivnih ukrepov in učinkovitost nadzora njihovega izvajanja. Iz tega razloga tudi niso potrebne zahteve glede ločenih računov oziroma podobne zahteve v smislu 66. odstavka Sporočila Komisije. Komercialni pogoji poslovanja med priglasiteljem in ostalimi grosisti pa bodo po navedbah priglasitelja prav tako jasno razvidni iz računovodske dokumentacije priglasitelja⁶².

Opredelitev Agencije do tega ukrepa

87. Agencija ocenjuje, da je ukrep primeren, saj ta zaveza bistveno vpliva na transparentnost in učinkovitost izvajanja korektivnih ukrepov predstavljenih v nadaljevanju in olajša nadzor ukrepov s strani Agencije.

⁶¹ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁶² Dokument št. 3061-30/2022-83.

Uporaba poštenih, primernih in nediskriminatornih komercialnih pogojev za vse zainteresirane dobavitelje piva gostinskim obratom, možnosti za zavračanje dobav iz objektivnih razlogov in možnosti prekinitve ter odpovedi pogodb (4. točka ukrepov)

88. Konkurenčno pravni pomislek, da bi lahko priglasitelj po izvedbi predlagane koncentracije zavračal dobave ostalim grosistom (t.j. veleprodajnim podjetjem, ki se ukvarjajo z dobavo piva in ostalih pijač gostinskim obratom na območju Republike Slovenije), se v predlaganih korektivnih ukrepih naslavlja z zavezama priglasitelja a) da v obdobju trajanja korektivnih ukrepov ne sme deloma ali v celoti zavrniti povpraševanja zainteresiranega grosista, razen če za to ne obstajajo objektivni razlogi (4. a) točka predlaganih korektivnih ukrepov), ter b) ne sme prekiniti ali odpovedati pogodb z grosisti brez podlage v pogodbi ali predpisih (4. c) točka predlaganih korektivnih ukrepov) in uporabljat poštene primerne in nediskriminatorne komercialne pogoje za vse zainteresirane dobavitelje piva gostinskim obratom, tako z vidika cene piva kot tudi kvalitete piva ter pogodbenih pogojev, vključno s prodajnimi bonitetami, količinskimi rabati in dodeljenim marketinškim materialom, kar je navedeno v točki (4. b) korektivnih ukrepov⁶³.
89. Predlagani korektivni ukrepi kot primere objektivnih razlogov, zaradi katerih je dovoljeno zavrniti povpraševanje zainteresiranega grosista, navajajo nezmožnost dobave zelenih količin iz objektivnih razlogov, kot so pomanjkanje surovin ali težave pri proizvodnji, predhodne kršitve pogodbe in presežen limit kreditne izpostavljenosti do posameznega zainteresiranega grosista. Da bi se tudi v takšnih primerih zagotovilo enakopravno obravnavanje vseh grosistov, predlagani korektivni ukrepi zahtevajo, da v primeru nezmožnosti dobave zelenih količin iz objektivnih razlogov priglasitelj vse zainteresirane grosiste obravnava enakopravno upošteva pretekla in zelena naročila. V zvezi z limitom kreditne izpostavljenosti pa predlagani korektivni ukrepi zahtevajo, da ga priglasitelj za vse dobavitelje piva gostinskim obratom računa po enaki objektivni metodi. Ta sistem je integriran in avtomatsko povzroči zavrnitev naročila (tj. zavrnitev povpraševanja) s strani vsakega kupca, ki preseže določen limit kreditne izpostavljenosti in ga po podatkih priglasitelja podjetje PLU uporablja že pred izvedeno koncentracijo⁶⁴.
90. Skladno s predlaganimi korektivnimi ukrepi bi priglasitelj uporabljal opisani postopek izračuna limita kreditne izpostavljenosti za vse grosiste, vključno z Davidovim hramom, na enak način kot ga je uporabljal že do sedaj po metodi, ki se trenutno uporablja v več družbah skupine Heineken⁶⁵.
91. Z navedenimi zavezami priglasitelja pod točko 4 b se zagotavlja, da bodo konkurenčni grosisti od priglasitelja pivo lahko še naprej kupovali po poštenih, primernih in nediskriminatornih komercialnih pogojih, ki se ne bodo razlikovali od komercialnih pogojev, po katerih bo priglasitelj pivo prodajal podjetju Davidov hram. To velja tudi za prodajne bonitete, vključno s količinskimi rabati, in za morebitno dodeljevanje marketinškega materiala⁶⁶.
92. Priglasitelj v zvezi z zgoraj navedenim še pojasnjuje, da bo pravnim osebam, ki hkrati poslujejo kot grosisti in tudi na drugih trgih (npr. v trgovinski maloprodaji), prodajne bonitete za grosiste omogočil za del prodaje, ki ga dosegajo na trgu sekundarne distribucije gostinskim obratom⁶⁷.

⁶³ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁶⁴ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁶⁵ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁶⁶ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁶⁷ Dokument št. 3061-30/2022-83.

93. Agencija bo izpolnjevanje predlaganih korektivnih ukrepov lahko preverjala na podlagi poročil, ki jih bo priglasitelj posredoval v roku 30 dni po koncu vsakega šest-mesečnega obdobja od začetka učinkovanja predlaganih korektivnih ukrepov (6. in 7. točka predlaganih korektivnih ukrepov). Ta poročila bodo v zvezi z zgoraj navedenimi konkurenčno-pravnimi pomisleki vključevala:
- a) seznam grosistov, ki jim je priglasitelj prodajal pivo, skupaj s prodanimi količinami in vrednostmi po posameznih grosistih posebej za pivo in posebej za ostale pijače,
 - b) seznam zainteresiranih grosistov, ki jim je priglasitelj zavrnil dobavo, skupaj z razlogom za zavrnitev dobave,
 - c) seznam zainteresiranih grosistov, ki jim je priglasitelj prekinil dobavo ali odpovedal pogodbo, skupaj z razlogom za prekinitve ali odpoved ter
 - č) komercialne pogoje, po katerih je priglasitelj prodajal pivo grosistom, vključno z Davidovim hramom, kar vključuje dejansko uporabljene pogodbene pogoje pri prodaji posameznemu grosistu, iz katerih je razviden tudi obračunan količinski rabat in ostale obračunane bonitete ter dodeljen marketinški material (datum, vrsta in količina) posameznemu grosistu.
94. Skladno z zgoraj navedenim bodo navedena poročila glede pravnih oseb, ki hkrati poslujejo kot grosisti in tudi na drugih trgih (npr. v trgovinski maloprodaji), vključevala podatke za trg sekundarne distribucije gostinskim obratom.
95. Na podlagi vseh navedenih informacij bo lahko Agencija natančno preverila prodajne pogoje priglasitelja za Davidov hram ter za ostale grosiste in ustrezno ukrepala, če bi bilo ugotovljeno, da je priglasitelj kršil korektivne ukrepe. Če bi se izkazalo, da Agencija potrebuje še dodatne informacije, jih lahko od priglasitelja zahteva tako po ZPOmK-1 oz. ZPOmK-2, kot tudi na podlagi izrecne zaveze v korektivnih ukrepih (7. točka predlaganih korektivnih ukrepov).

Opredelitev Agencije do tega ukrepa

96. Stališče Agencije do tega ukrepa je da je primeren in ga je mogoče učinkovito nadzirati. Agencija ocenjuje, da ta ukrep omogoča uporabo poštenih primernih in nediskriminatornih pogojev poslovanja po izvedeni koncentraciji vključno s prodajnimi bonitetami, količinskimi rabati, in dodeljenim marketinškim materialom, in kot tak po ocenah Agencije pripomore k ohranjanju učinkovite konkurence na trgu sekundarne distribucije HoReCa obratom, saj podjetja, ki delujejo na trgu sekundarne distribucije gostinskim obratom predstavljajo [redacted] kar je Agencija ugotovila že tekom tržne analize. Agencija ocenjuje, da je priglasitelj zadovoljivo opisal objektivne razloge (npr. pomanjkanje surovin ali težave pri proizvodnji, nezmožnost dobave zelenih količin, predhodne kršitve pogodbe ali preseženega limita kreditne izpostavljenosti do posameznega zainteresiranega dobavitelja piva gostinskim obratom, ipd) in pojasnil ravnanje v tem primeru in sicer da, bo vse zainteresirane dobavitelje piva gostinskim lokalom obravnaval enakopravno upošteva pretekla in želena naročila.

Vzpostavitev pravil, postopkov in fizičnih preprek med priglasiteljem in tarčo (v nadaljevanju tudi: »požarni zid«)

97. Konkurenčno pravni pomislek, da bi lahko priglasitelj po izvedbi predlagane koncentracije pri poslovanju podjetja Davidov hram zlorabljal poslovno občutljive informacije, ki bi jih v svojstvu proizvajalca piva morda lahko pridobil od konkurenčnih grosistov, se v predlaganih korektivnih ukrepih naslavlja z zavezami priglasitelja glede vzpostavitve in implementacije požarnega zidu, t.j. ustreznih pravil, postopkov in fizičnih preprek, s katerimi bo priglasitelj ustrezno preprečil, da bi podjetje Davidov hram na kakršen koli drug način prejelo poslovno

občutljive informacije, ki jih bo priglasitelj morebiti prejel od drugih grosistov (5. točka korektivnih ukrepov). »Poslovno občutljive informacije« so pri tem opredeljene kot informacije, ki so povezane s prodajnimi podatki, trženjem, cenovno politiko oz. prodajno strategijo drugih grosistov (2. d) točka predlaganih korektivnih ukrepov), požarni zid pa bo pretok teh informacij preprečil na naslednji način:

a) prepovedan bo prenos tiskanih ali elektronskih dokumentov, ki vsebujejo poslovno občutljive informacije zaposlenim Davidovega hrama;

b) prepovedano bo neposredno ali posredno ustno komuniciranje poslovno občutljivih informacij z zaposlenimi Davidovega hrama in

c) prepovedan bo prenos ali komuniciranje poslovno občutljivih informacij osebam, za katere priglasitelj ve ali moral vedeti ali sklepati, da jih bodo posredovale naprej zaposlenim v podjetju Davidov hram.

98. V obrazložitvi korektivnih ukrepov je priglasitelj med drugim navedel, da se bo s predlaganimi korektivnimi ukrepi z vidika dobave piva zavezal podjetje Davidov hram obravnavati enako kot če bi šlo za grosista, ki s priglasiteljem ni kapitalsko povezan. Zato se bo z vidika dostopa konkurenčnih grosistov do priglasiteljevega piva vzpostavilo enako stanje, kot če bi dejavnost sekundarne distribucije gostinskim obratom, ki se bo sicer opravljala v priglasiteljevi skupini, opravljalo od priglasitelja neodvisno podjetje. Glede na navedeno bodo učinki predlaganih korektivnih ukrepov z vidika dostopa konkurenčnih grosistov do priglasiteljevega piva enaki učinkom odsvojitve dejavnosti sekundarne distribucije. Enako velja z vidika dostopa Davidovega hrama do poslovno občutljivih informacij konkurenčnih grosistov, saj predlagani korektivni ukrepi zagotavljajo, da Davidov hram ne bo imel dostopa do poslovno občutljivih informacij o konkurenčnih grosistih, ki bi jih morda pridobil priglasitelj v svojstvu proizvajalca piva⁶⁸.

Opredelitev Agencije do tega ukrepa

99. Agencija bo izpolnjevanje predlaganih korektivnih ukrepov v zvezi s poslovno občutljivimi informacijami lahko preverjala na podlagi poročil, ki jih bo priglasitelj posredoval v roku 30 dni po koncu vsakega šest-mesečnega obdobja od začetka učinkovanja predlaganih korektivnih ukrepov (6. in 7. točka predlaganih korektivnih ukrepov). Ta poročila bodo vključevala tudi poročilo o izvajanju korektivnega ukrepa v zvezi s požarnim zidom, kot je določen v 5. točki izreka te odločbe (6. d) točka predlaganih korektivnih ukrepov). Če bi se izkazalo, da Agencija potrebuje še dodatne informacije, jih lahko od priglasitelja tudi v zvezi s tem korektivnim ukrepom zahteva tako po 27. členu ZPOmK-1 oz. 52. členu ZPOmK-2, kot tudi na podlagi izrecne zaveze v korektivnih ukrepih (7. točka predlaganih korektivnih ukrepov).

100. Predlagani korektivni ukrepi zagotavljajo, da Davidov hram ne bo imel dostopa do poslovno občutljivih informacij o konkurenčnih grosistih, ki bi jih morda pridobil priglasitelj v svojstvu proizvajalca piva. Agencija se pridružuje mnenju priglasitelja in ocenjuje, da je ukrep primeren, saj bistveno vpliva na transparentnost in učinkovitost izvajanja korektivnih ukrepov in pripomore k ohranjanju učinkovite konkurence na trgu sekundarne distribucije do HoReCa obratov po izvedeni koncentraciji.

⁶⁸ Dokument št. 3061-30/2022-83.

Poročanje Agenciji v zvezi s korektivnimi ukrepi ter možnost za zahtevo dodatnih informacij oziroma dokumentacije (točki 6 in 7 ukrepov)

101. Priglasitelj se pod točko 6 korektivnih ukrepov zavezuje, da bo po koncu vsakega šest-mesečnega obdobja od dneva učinkovanja skozi vse obdobje trajanja korektivnih ukrepov Javni agenciji Republike Slovenije za varstvo konkurence predložil poročilo o izvajanju korektivnih ukrepov, ki bo vključevalo:

a) seznam dobaviteljev piva gostinskim obratom, ki jim je priglasitelj prodajal pivo, skupaj s prodanimi količinami in vrednostmi po posameznih dobaviteljih posebej za pivo in posebej za ostale pijače.

b) seznam zainteresiranih dobaviteljev piva gostinskim obratom, ki jim je priglasitelj zavrnil dobavo, skupaj z razlogom za zavrnitev dobave.

c) seznam zainteresiranih dobaviteljev piva gostinskim obratom, ki jim je priglasitelj prekinil dobavo ali odpovedal pogodbo, skupaj z razlogom za prekinitve ali odpoved.

č) komercialne pogoje, po katerih je priglasitelj prodajal pivo dobaviteljem piva gostinskim obratom, vključno s tarčo, kar vključuje dejansko uporabljene pogodbene pogoje pri prodaji posameznemu dobavitelju piva gostinskim obratom, iz katerih je razviden tudi obračunan količinski rabat in ostale obračunane bonitete ter dodeljen marketinški material (datum, vrsta in količina) posameznemu dobavitelju piva gostinskim obratom.

d) poročilo o izvajanju korektivnega ukrepa v zvezi s požarnim zidom, kot je določen v 5. točki izreka te odločbe.

102. V točki 7 korektivnega ukrepa se priglasitelj zaveže podatke iz 6. točke izreka te odločbe Javni agenciji Republike Slovenije za varstvo konkurence predložiti najkasneje v 30 dneh po poteku vsakega šest-mesečnega obdobja poročanja. Če bo Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence za nadzor nad izvajanjem korektivnih ukrepov zahtevala dodatne informacije ali dokumente, jih je priglasitelj dolžan posredovati v zahtevanem roku, ki ne bo krajši od 8 dni⁶⁹.

103. Predlagani korektivni ukrepi po ocenah priglasitelja vključujejo učinkovite nadzorne mehanizme. Agencija lahko priglasiteljevo skladnost s predlaganimi korektivnimi ukrepi učinkovito nadzira, saj je priglasitelj zavezan o njih poročati vsakih šest mesecev, poleg tega pa Agencija lahko tudi v vmesnem času zahteva dodatne informacije in dokumente v zvezi z izvajanjem predlaganih korektivnih ukrepov. Če bi Agencija na podlagi predloženih poročil ugotovila kršitve korektivnih ukrepov, to lahko poleg uvedbe postopka v zvezi s predmetno koncentracijo povzroči tudi uvedbo postopka v zvezi z zlorabo prevladujočega položaja priglasitelja. Možnost uvedbe obeh postopkov povečuje učinkovitost predlaganih korektivnih ukrepov⁷⁰.

Opredelitev Agencije do tega ukrepa

104. Stališče Agencije v zvezi z ukrepom pod točko 6 in 7 je, da je ukrep primeren saj vključuje učinkovite nadzorne mehanizme skladno s Sporočilom Komisije da morajo biti zaveze takšne, da se morajo učinkovito izvajati in da se lahko nadzorujejo sicer bi bilo treba te zaveze obravnavati le kot izjave strank o nameri in ne bi pomenile zavezujočih obveznosti,

⁶⁹ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁷⁰ Dokument št. 3061-30/2022-83.

saj njihova kršitev zaradi pomanjkanja učinkovitih nadzornih mehanizmov ne bi povzročila preklica odločbe v skladu z določbami Uredbe o združitvah.

Čas trajanja korektivnega ukrepa (točka 8 korektivnih ukrepov)

105. Čas trajanja korektivnih ukrepov je od dneva učinkovanja (t.j. naslednji dan po dnevu izdaje odločbe Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence o skladnosti predmetne koncentracije s pravili konkurence) do izteka sedmih let od dneva učinkovanja⁷¹.
106. Predlagani korektivni ukrepi bodo stopili v veljavo naslednji dan po izdaji odločbe Agencije o skladnosti predmetne koncentracije s pravili konkurence. Zaradi tega ne bo mogoče nobeno vmesno obdobje, v katerem bi priglasitelj v svojstvu proizvajalca piva Davidov hram lahko obravnaval drugače od konkurenčnih grosistov⁷².
107. Predlagani korektivni ukrepi bodo tako stopili v veljavo še preden bo predmetna koncentracija izvedena, torej še preden bo imel priglasitelj možnost na kakršen koli način izvajati odločilni vpliv nad podjetjem Davidov hram v smislu Uredbe o nadzoru koncentracij podjetij (Uredbe ES o združitvah) in ZPOmK-1⁷³.
108. Obenem pa začetek učinkovanja, ki je vezan na dan izdaje odločbe Agencije, omogoča natančno določitev obdobja učinkovanja predlaganih korektivnih ukrepov, t.j. tako dneva začetka učinkovanja in dneva konca učinkovanja, kot tudi vseh datumov poročanja, ki jih predvidevajo predlagani korektivni ukrepi⁷⁴.
109. Izjema glede začetka učinkovanja velja glede implementacije zaveze v zvezi s požarnim zidom, za katero priglasitelj po izdaji odločbe Agencije potrebuje nekaj časa, saj mora pripraviti Pravilnik za preprečitev pretoka informacij za obdobje po izvedbi koncentracije. Navedeni Pravilnik bo priglasitelj pripravil in predložil Agenciji v roku 30 dni od dneva učinkovanja, kar pa se bo še vedno zgodilo pred dejansko implementacijo predlagane koncentracije in bo zato Pravilnik uveljavljen dovolj zgodaj, da v navedenem 30-dnevnem roku ne bo moglo priti do nobene zlorabe poslovno občutljivih informacij ostalih grosistov, tudi če bi jih priglasitelj od konkurenčnih grosistov pridobival. Navedeno pa posledično pomeni, da bodo predlagani korektivni ukrepi lahko izvedeni nemudoma in učinkovito⁷⁵.

Opredelitev Agencije do tega ukrepa

110. Priglasitelj je v končni različici korektivne ukrepe podaljšal iz 5 na 7 let, Agencija meni, da je obdobje 7 let primerno za trajanje takšnega ukrepa, saj daje dovolj časa za implementacijo in izvrševanje takšnega ukrepa ter za ohranitev konkurenčne strukture trga, takšno obdobje trajanja ukrepa pa je tudi v skladu s Smernicami o korektivnih ukrepih. Komisija lahko dovoli, da imajo korektivni ukrepi, ki ne vključujejo odsvojitve, omejeno trajanje. Sprejemljivost roka in trajanje zavez pa sta odvisna od posameznih okoliščin zadeve.
111. Na podlagi vsega navedenega Agencija ugotavlja, da korektivni ukrepi posamezno in skupaj kot celota v zadostni meri urejajo tudi vprašanja, ki jih je Agencija zaznala na trgu. Agencija ocenjuje, da bo s korektivnimi ukrepi preprečeno bistveno oviranje učinkovite konkurence, da so celoviti in učinkoviti ter jih je mogoče v kratkem času učinkovito izvesti. Skladno z navedenim Agencija ocenjuje, da korektivni ukrepi v celoti odpravljajo pomisleke glede

⁷¹ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁷² Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁷³ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁷⁴ Dokument št. 3061-30/2022-83.

⁷⁵ Dokument št. 3061-30/2022-83.

skladnosti predmetne koncentracije s pravili konkurence.

VII. ZAKLJUČEK

112. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije, ob upoštevanju javno dostopnih podatkov ter drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zadevni priglašeni koncentraciji, v kolikor bodo izpolnjeni korektivni ukrepi iz izreka te odločbe, 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, če bodo izpolnjeni korektivni ukrepi od druge do osme točke izreka te odločbe.

VIII. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

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

POUK O PRAVNEM SREDSTVU

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču RS, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vложи 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:
Jasna Tjaša Petan

Andrej Matvoz
Predsednik senata

Vročiti:

- Pivovarna Union Laško d.o.o., Pivovarniška ulica 2, 1000 Ljubljana, **po pooblaščenju:** Odvetniška družba Odvetniki Šelih & partnerji o.p., d.o.o., Komenskega ulica 36, 1000 Ljubljana, **osebno po ZUP.**

Objaviti:

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

