



**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: 3061-32/2016-10

Datum: 16. 1. 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 ter ob sodelovanju dr. Aleša Kuharja, Simona Tantegela in Andreja Praha kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij ContiTech AG, Vahrenwalder Straße 9, D-30165 Hannover, Nemčija (v nadaljevanju: ContiTech), ki ga zastopa izvršni direktor Hans-Jürgen Duensing, in ki ga po pooblastilu zastopa Eva Škufca, Odvetniška pisarna Schoenherr, Tomšičeva 3, 1000 Ljubljana, in Hornschuch Group GmbH, Salinenstraße 1, D-74679 Weißbach, Nemčija (v nadaljevanju: Hornschuch), ki ga zastopa izvršni direktor Hans-Hinrich Kruse, na zahtevo, na nejavni seji 16. 1. 2016, naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij ContiTech AG, Vahrenwalder Straße 9, D-30165 Hannover, Nemčija, in Hornschuch Group GmbH, Salinenstraße 1, D-74679 Weißbach, Nemčija, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN STRANKA POSTOPKA

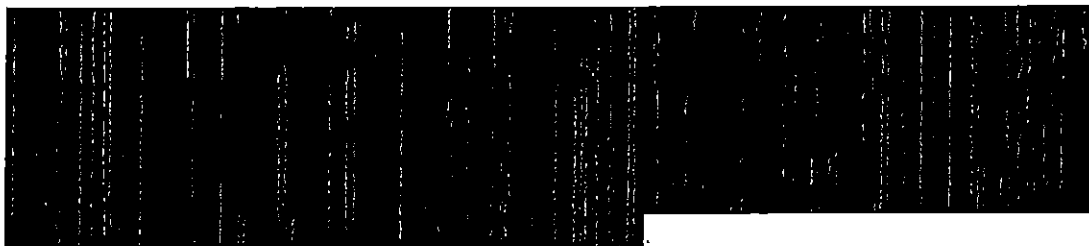
1. Podjetje ContiTech je 14. 11. 2016 priglasilo koncentracijo podjetij ContiTech in Hornschuch. Podjetje ContiTech, s sedežem v Hannover-u, bo z nakupom 100 % delnic podjetja Hornschuch od različnih zasebnih delniških skladov [REDACTED] pridobilo izključno kontrolo nad podjetjem Hornschuch, s sedežem v Weißbach-u, v Nemčiji. Koncentracija je nastala s Sporazumom o nakupu delnic 15. 10. 2016.
2. Kupnina za prodajo in prenos delnic znaša [REDACTED].

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 in 76/15.

3. Podjetje ContiTech je del skupine Continental, ki je pod kontrolo podjetja Continental AG (46 % delnic podjetja Continental AG je v lasti Skupine Schaeffler, ostalih 54 % delnic je v razpršenem lastništvu), katerega dejavnosti so organizirane v avtomobilsko sekcijo (Automotive Group) in sekcijo gum (Rubber Group), pri čemer spada ContiTech v sekcijo gum. Podjetje ContiTech ima v lasti več hčerinskih podjetij, ki so dejavna na področju proizvodnje in prodaje plastičnih folij, predvsem za avtomobilsko industrijo. Eno izmed teh je podjetje Benecke-Kaliko AG s sedežem v Nemčiji [REDACTED] in obrata v Hannover-u in Eislingen-u. Na področju plastičnih folij za avtomobilsko industrijo so prisotna še druga hčerinska podjetja priglasitelja: ContiTech Mexicana S.A. de C.V., Mehika [REDACTED], Benecke Changshun Auto Trim (Zhangjagang) Co., Ltd., Kitajska [REDACTED], Benecke-Kaliko S.A.U., Španija [REDACTED], Benecke-Kaliko S.A., Poljska [REDACTED], Benecke-Kaliko Eco Trim (Changzhou) Co.,Ltd., Kitajska [REDACTED]. Eno podjetje je ustanovljeno tudi v Sloveniji – Veyance Technologies Europe, družba za proizvodnjo gumenih tehničnih izdelkov, d.o.o. Podjetje ContiTech proizvaja in prodaja izdelke iz gume in plastičnih mas za različne industrijske namene (razen pnevmatik). Preko enega od svojih hčerinskih podjetij Benecke-Kaliko AG pa proizvaja in prodaja tudi površinske materiale (plastične folije) za notranje površine osebnih avtomobilov.

4. Glavna dejavnost prevzetega podjetja Hornschuch je proizvodnja dekorativne folije za notranje (folije za stene, vrata, pohištvo, tla in steklo) in zunanje površine hiš (folije za zunanjo uporabo na oknih, vratih, garažnih vratih, fasadah, ipd.), poleg tega pa tudi proizvodnja plastičnih folij za notranje površine osebnih avtomobilov. Podjetje Hornschuch je v zasebni lasti, katerega delnice so v lasti različnih zasebnih delniških skladov, ki jih upravlja in jim svetuje podjetje Equistone Partners [REDACTED]. Podjetje Hornschuch ima v 100 % lasti več hčerinskih podjetij, ki so dejavna na področju proizvodnje in prodaje plastičnih folij. To so podjetja Konrad Hornschuch AG Weißbach, Hornschuch Stolzenau GmbH, Stolzenau in kek-Kaschierungen GmbH, Herbolzheim, vsa tri iz Nemčije. Ostala hčerinska podjetja so dejavna na področju prodaje površinskih materialov (plastičnih folij) v posameznih državah, to so: Hornschuch Italia S.r.l., Hornschuch France SARL, OOO Hornschuch RUS, Hornschuch UK, Ltd in Hornschuch (Shanghai) Surface Technology Co., Ltd. V Republiki Sloveniji podjetje Hornschuch nima nobenih hčerinskih podjetij.

5.



6. 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 podjetij² (v nadaljevanju: Uredba). Ker je bila priglasitev nepopolna, je priglasitelj priglasitev koncentracije dopolnil dne 15. 12. 2016, s čimer je priglasitev postala popolna.

7. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah³ (v nadaljevanju: ZUT) je priglasitelj dne 10. 11. 2016 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR⁴.

II. PODREJENOST ZPOMK-1

A Koncentracija

8. 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.
9. 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.
10. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOMK-1 pomeni tako imenovani pravni pogoj, ki je poleg izpolnjevanja ekonomskega pogoja - preseganje ekonomskih pragov, določenih v prvem odstavku 42. člena ZPOMK-1, nujni opredelilni element koncentracije. Če sta izpolnjena oba pogoja, nastane obveznost priglasitve in presoje po ZPOMK-1.
11. Priglasitelj navaja, da bo podjetje ContiTech pridobilo 100 % delež v osnovnem kapitalu in s tem izključno kontrolo nad podjetjem Hornschuch. Koncentracija je nastala dne 15. 10. 2016, ko je bil med podjetjem ContiTech kot kupcem in lastniki delnic podjetja Hornschuch kot prodajalci sklenjen Sporazum o nakupu delnic.
12. Takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOMK-1, ki določa, da gre za koncentracijo pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer, ko eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij.

² Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

³ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5 in 14/15.

⁴ Dokument št. 3061-32/2016-1, Priloga 4.

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

13. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegele 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegele 1 mio EUR.
14. Iz predloženih finančnih podatkov priglasiatelja ter javno dostopnih podatkov izhaja, da je Skupina Continental na trgu Republike Slovenije v letu 2015 ustvarila [REDACTED] [REDACTED]. Prevzeto podjetje Hornschuch skupaj s povezanimi podjetji pa je v poslovnem letu 2015 na slovenskem trgu ustvarilo promet v višini [REDACTED]. Navedeno pomeni, da je presežen prag 35 mio EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1 in prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
15. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru pridobitve izključne kontrole podjetja ContiTech nad podjetjem Hornschuch sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je priglašena koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1.

C. Pristojnost Agencije

16. 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.⁷
17. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij razsežnost EU, kadar: (i) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa in (ii) 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: (i) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, (ii) vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa, (iii) vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic za namen odstavka (ii) ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in (iv) 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.

⁵

⁶

⁷ 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.

Iz predloženih letnih poročil priglasitelja in prevzetega podjetja izhaja, da je skupni svetovni promet Skupine Continental v predhodnem poslovnem letu znašal 39,232 mrd EUR⁸, Skupine Hornschuch pa 409.704.179 EUR⁹. Po navedbah priglasitelja je skupni promet podjetja Hornschuch v predhodnem poslovnem letu na trgu EU znašal [redacted]

19. Iz navedenega je razvidno, da priglašena koncentracija po kriterijih Uredbe o združitvi ES nima razsežnosti EU. Podjetje Hornschuch v poslovnem letu 2015 ni ustvarilo prometa na trgu EU, ki bi presegel 250 milijonov EUR. Prav tako podjetje Hornschuch ne dosega 25 mio EUR prometa v vsaki od vsaj treh držav članic EU. 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

20. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg predstavljajo tisti proizvodi oziroma storitve, ki so v očeh uporabnika z vidika lastnosti, cene in namena uporabe medsebojno zamenljivi ali nadomestljivi. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg. Upoštevni geografski trg obsega območje, kjer si konkurenti na upoštevnem proizvodnem oziroma storitvenem trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji in nakupu proizvodov in storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ga je mogoče oddeliti od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence na teh območjih bistveno 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.
21. Pri presoji koncentracije je Agencija najprej ugotavljala, ali prihaja do horizontalnega ali vertikalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ali delov podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov.

⁸ Dokument št. 3061-32/2016-1, Priloga 6.

⁹ Dokument št. 3061-32/2016-1, Priloga 9.

¹⁰ Ibid.

Horizontalna prekrivanja dejavnosti

22. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih. Priglasitelj je kot upoštevni proizvodni trg, na katerem delujeta oba udeleženca koncentracije, opredelil trg površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov. Po njegovih navedbah bo po koncentraciji na navedenem trgu prišlo do horizontalnih prekrivanj na podsegmentu materialov za zaščito plošč (cover panels) in vrat avtomobilov na ravni EU.

Trg površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov

23. Priglasitelj navaja, da na EU ravni obstajajo številni proizvajalci površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov, vključno z različnimi konkurenčnimi proizvajalci plastičnih folij, kot tudi različnimi konkurenčnimi proizvajalci nadomestnih materialov, kot so trda plastika, PVC slush¹¹, PU razpršena koža (PU spray skin)¹², tekstilni materiali in usnje. V segmentu vrat plastične folije tekmujejo vsaj s trdo plastiko, tekstilom, PVC slush, PU razpršilom in pravim usnjem, prav tako v segmentu zaščitnih plošč, izvzet je le tekstil. Navedeni materiali ne morejo biti razlikovani glede na končnega kupca, kar pomeni, da obstaja popolna zamenljivost na strani povpraševanja. Čedalje pogosteje pa kupcem znotraj EU dobavljajo izdelke dobavitelji locirani izven EU.
24. Priglasitelj pojasnjuje, da se površinski materiali za notranje površine osebnih avtomobilov dobavljajo omejenemu številu velikih svetovnih proizvajalcev avtomobilov, kot so Volkswagen, BMW in Daimler. Proizvajalci avtomobilov kupujejo izdelke prek svetovnih razpisov, praviloma glede na model avtomobila in njegov življenjski cikel. Proizvajalci avtomobilov imajo veliko nakupno moč, praviloma sami organizirajo (nabavne) razpise, občasno pa tudi prvorazredni dobavitelji sestavnih delov, ki jih je potrebno prekriti z navedenim materialom.
25. Evropska komisija je v eni od svojih odločb¹³ kot upoštevni trg opredelila kot trg za površinske materiale za notranje površine osebnih avtomobilov. Trg je sicer segmentirala tudi glede na posamezne dele osebnih avtomobilov, kjer se uporabljajo površinski materiali (zaščitne plošče, senčila, stropne obloge in ostali notranji deli). Podobna opredelitev upoštevnega trga izhaja tudi iz odločbe Komisije¹⁴, kjer so bile zaščitne in vratne plošče ločene od ostalih delov, kjer se uporabljajo površinski materiali.
26. Notranje površine osebnih avtomobilov so opremljene z različnimi materiali, ki so, po navedbah priglasitelja, med seboj popolnoma zamenljivi. Poleg plastičnih folij se lahko uporabijo tudi PVC slush, PU spray skin, tekstil in pravo usnje. Prav tako v številnih avtomobilih notranji deli niso prekriti z drugim materialom, ampak so narejeni iz trde plastike. Te površine je po navedbah priglasitelja nemogoče razlikovati od plastičnih folij. Poleg tega so na trg prek kratkim vstopila tudi različna mikrovlakna (npr. alcantara), ki so zelo

¹¹ Pri tem postopku je ogrevana lupina iz niklja potisnjena v pladenj s PVC praškom. Le-ta se porazdeli po lupini, kjer se stali. Po strjevanju in ohlajevanju se odtis lahko neposredno vključi v avtomobil.

¹² V tem postopku je poliuretan razpršen po modelu. Po strjevanju se koža odstrani.

¹³ Odločba Komisije IV/M.363 – Continental/Kaliko/DG Bank/Benecke.

¹⁴ Odločba Komisije COMP/M. 2241 Peugeot – Sommer Allibert.

priljubljena, saj površina daje vtis, da je prekrita s semišem. Pravo usnje tudi ostaja alternativa, zlasti za luksuzne avtomobile. Za trde dekorativne dele, ki se uporabljajo za zaščitne plošče in vrata, se uporabljajo tudi drugi materiali, kot so druga trda plastika, kovine, leseni furnir ali t.i. bleščoč pisno lak.

27. Priglasitelj navaja, da navedeni materiali proizvajalcem avtomobilov omogočajo skoraj neomejene možnosti za individualizacijo. Svojim strankam običajno ponujajo različne notranje dizajne in materiale, saj se okus kupcev (tudi v skladu z modnimi trendi) ves čas spreminja.
28. Glede na to, da natančna opredelitev trga površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov ne spremeni presoje predmetne koncentracije, Agencija le-tega ni dokončno opredelila.

Vertikalna prekrivanja dejavnosti

29. Za vertikalne koncentracije štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige. Za vertikalno združitev je na splošno manj verjetno, da bi bistveno ovirala učinkovito konkurenco, zagotavlja celo številne možnosti za povečanje učinkovitosti, saj se proizvodi podjetij vključenih v koncentracijo obojestransko dopolnjujejo in s tem tudi spodbujajo konkurenčnost. Povezovanje lahko tudi zniža stroške transakcije in omogoči boljše usklajevanje glede podobe proizvoda, poteka proizvodnega procesa in načina prodaje. V posebnih okoliščinah pa lahko tudi ovira učinkovito konkurenco, in sicer z neusklajenimi in usklajenimi učinki. Neusklajeni učinki nastanejo takrat, kadar združitev dveh podjetij povzroči izključitev in ima konkurent oviran ali onemogočen dostop do dobave ali trgov.
30. Podjetje ContiTech je kapitalsko udeleženo v podjetju SAS Autosystemtechnik GmbH (v nadaljevanju: SAS), ki je skupno podjetje podjetij ContiTech in Faurecia. Podjetje SAS proizvaja armaturne plošče za avtomobilsko industrijo s pomočjo PVC slush tehnologije, pri kateri se sploh ne uporabljajo folije in prevleke (izdelki skupine ContiTech). Priglasitelj trdi, da zato ne more priti do pomislekov v zvezi z zaprtjem trga [redacted] Potrebe po plastičnih folijah podjetja SAS so namreč odvisne izključno od specifikacij njenih lastnih avtomobilskih kupcev in so torej izven kontrole skupnega podjetja. Priglasitelj navaja, da s koncentracijo ne bo prišlo do vertikalnih prekrivanj.

B Upoštevni geografski trg

31. Upoštevni geografski trg obsega območje, kjer si konkurenti na upoštevni proizvodnem oziroma storitvenem trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji in nakupu proizvodov in storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ga je mogoče oddeliti od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence na teh območjih bistveno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.

32. Kot upoštevni geografski trg za trg površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov je priglasitelj opredelil najmanj območje Evropske unije¹⁵, če ne celo območje celega sveta. Navedbo je utemeljil z dejstvom, da se trg geografsko velikokrat razteza na celoten svet, saj običajno sodelujejo na razpisih, ki so organizirani s strani proizvajalcev avtomobilov, dobavitelji s celotnega sveta (vključno s Kitajsko in Severno Ameriko). Relevantni izdelki (plastične folije, tekstil, mikrovlakna in usnje) se lahko zvijejo in jih je mogoče tesno naložiti za potrebe prevoza in tako zagotoviti transport velikih količin na dolge razdalje. Zaradi navedenega podjetja s celega sveta sodelujejo na razpisih, ki vključujejo dobavo površinskih materialov na notranje površine osebnih avtomobilov, tudi če razpis zadeva dobavo proizvodnemu obratu v Nemčiji ali drugi državi znotraj območja EU. Priglasitelj navaja, da so v zadnjih letih na razpisih znotraj EU sodelovala podjetja, kot so LG Hausys (ZDA, Južna Koreja), Okamoto (ZDA, Japonska) in Kyowa (Japonska, Kitajska).
33. Tudi Agencija je v svojih preteklih odločbah navedla, da bi lahko upoštevni geografski trg znotraj avtomobilske industrije opredelili kot trg, ki zajema vsaj območje Evropska unije.¹⁶ Glede na to, da natančna opredelitev upoštevnege geografskega trga ne spremeni presoje predmetne koncentracije, je Agencija za potrebe presoje predmetne koncentracije za trg površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov upoštevala trg EU, pri čemer upoštevni geografski trgovi ni dokončno opredelila.

C Presoja koncentracije

34. 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.

Horizontalna prekrivanja dejavnosti

35. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih. Priglasitelj na podlagi prej opisanih dejavnosti, s katerimi se ukvarjajo v koncentraciji udeležena podjetja ugotavlja, da bo po izvedeni koncentraciji podjetij ContiTech in Hornschuch prišlo do horizontalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij le na ozkem segmentu trga površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov, in sicer na podsegmentu materialov za zaščito plošč in vrat, predstavljenih v nadaljevanju.

¹⁵ Odločba Komisije IV/M.363 – Continental/Kaliko/DG Bank/Benecke.

¹⁶ Odločba Agencije 306-84/2006-3 American&Eford International - TSP (trg poliesterskih in poliamidnih sukancev za uporabo v avtomobilski industriji, in 306-113/2010-9 Faurecia - Hoerbigier (trg za načrtovanje, proizvodnjo in dobavo celotnih sedežnih sistemov).

Velikost trga površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov

36. Priglasitelj je posredoval Agenciji ocene o velikosti trga površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov in njegovih segmentih glede na vrednost in količinski obseg za zadnja tri leta.

Tabela 1: Ocena celotne velikosti trga površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov in njegovih segmentih za obdobje 2013 – 2015, na svetovnem in EU trgu ter na trgu RS

	Celotna velikost trga glede na količinski obseg (m ²)			Celotna velikost trga glede na vrednost (EUR)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Vsi notranji površinski materiali za osebne avtomobile						
Svet						
EU						
Slovenija						
Notranji površinski materiali za zaščitne plošče v osebnih avtomobilih						
Svet						
EU						
Slovenija						
Notranji površinski materiali za vrata v osebnih avtomobilih						
Svet						
EU						
Slovenija						
Notranji površinski materiali za sedeže v osebnih avtomobilih						
Svet						
EU						
Slovenija						
Notranji površinski materiali za druge dele v osebnih avtomobilih						
Svet						
EU						
Slovenija						

Vir: Podatki priglasitelja.

37.



39. S pomočjo teh izračunov je priglasiatelj nato izračunal tržne deleže obeh podjetij udeleženih v koncentraciji na trgih, kjer se njune dejavnosti prekrivajo.

Tabela 2: Ocena tržnih deležev podjetij, udeleženih v koncentraciji, v prekrivajočih se dejavnostih, v letih 2013 in 2014 (podatki so v %), na svetovnem in EU trgu ter na trgu RS

	2013				2014			
	ContiTech		Hornschuch		ContiTech		Hornschuch	
	m ²	EUR	m ²	EUR	m ²	EUR	m ²	EUR
	Vsi notranji površinski materiali za osebne avtomobile							
Svet								
EU								
Slovenija								
	Notranji površinski materiali za <u>zaščitne plošče</u> v osebnih avtomobilih							
Svet								
EU								
Slovenija								
	Notranji površinski materiali za <u>vrata</u> v osebnih avtomobilih							
Svet								
EU								
Slovenija								
	Notranji površinski materiali za <u>sedeže</u> v osebnih avtomobilih							
Svet								
EU								
Slovenija								

¹⁷ Ostale notranje površine so: strešne obloge, prevleke za prtljažni prostor in talne prevleke.

¹⁸

	2013				2014			
	ContiTech		Hornschuch		ContiTech		Hornschuch	
	m ²	EUR	m ²	EUR	m ²	EUR	m ²	EUR
	Notranji površinski materiali za druge dele v osebnih avtomobilih							
Svet								
EU								
Slovenija								

Vir: Podatki priglasitelja.

40. Kot je bilo ugotovljeno, se bodo dejavnosti priglasitelja in prevzetega podjetja prekrivale le na trgu površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov. Po ocenah priglasitelja je iz tabele razvidno, da sta imeli podjetji tako v letu [redacted] kot tudi v letu [redacted] na navedenem trgu [redacted]. Šele pri razdelitvi trga na podsegmente se je tržni delež na trgu EU [redacted], in sicer na trgu notranjega površinskega materiala za zaščitne plošče v osebnih avtomobilih na [redacted] tako količinsko kot vrednostno in na trgu notranjega površinskega materiala za vrata v osebnih avtomobilih, ocenjenega po količini, na [redacted] in ocenjenega po vrednosti, na [redacted].

41. Na slovenskem trgu pa sta podjetji v letih 2013 in 2014 dosegli [redacted] tržne deleže, in sicer na trgu površinskih materialov za notranje površine osebnih avtomobilov ContiTech [redacted] oz. Hornschuch [redacted] tržne deleže je doseglo podjetje Contitech na ožje opredeljenih segmentih tega trga, in sicer na trgu notranjega površinskega materiala za sedeže v osebnih avtomobilih [redacted], merjeno količinsko, in [redacted], merjeno vrednostno, ter na trgu notranjega površinskega materiala za druge dele v osebnih avtomobilih [redacted] (količinsko) in 14.% (vrednostno) v letu 2013 oziroma [redacted] in [redacted] v letu 2014. Podjetje Hornschuch v obeh letih [redacted], na trgu notranjega površinskega materiala za druge dele v osebnih avtomobilih pa je v obeh letih doseglo [redacted] tržni delež po količini in [redacted] tržni delež glede na vrednost prodaje.

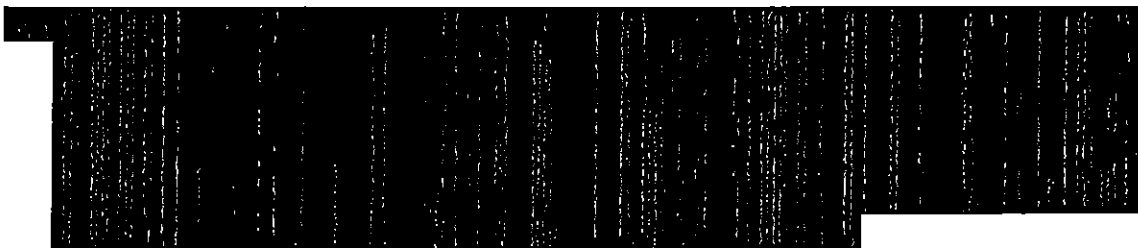
Tabela 3: Ocena tržnih deležev podjetij, udeleženih v koncentraciji, v prekrivajočih se dejavnostih v letu 2015 (podatki so v %), na svetovnem in EU trgu ter na trgu RS

	ContiTech		Hornschuch		Skupaj	
	m ²	EUR	m ²	EUR	m ²	EUR
	Vsi notranji površinski materiali za osebne avtomobile					
Svet						
EU						
Slovenija						

	ContiTech		Hornschuch		Skupaj	
	m ²	EUR	m ²	EUR	m ²	EUR
	Notranji površinski materiali za <u>zaščitne plošče</u> v osebnih avtomobilih					
Svet						
EU						
Slovenija						
	Notranji površinski materiali za <u>vrata</u> v osebnih avtomobilih					
Svet						
EU						
Slovenija						
	Notranji površinski materiali za <u>sedeže</u> v osebnih avtomobilih					
Svet						
EU						
Slovenija						
	Notranji površinski materiali za <u>druge dele</u> v osebnih avtomobilih					
Svet						
EU						
Slovenija						

Vir: Podatki priglasitelja.

42. Iz tabele 3 je razvidno, da sta podjetji v letu 2015 na trgu notranjega površinskega materiala za osebne avtomobile na svetovnem in EU trgu [redacted], kot sta jih imeli v letih 2013 in 2014, [redacted]. Podjetje ContiTech je imelo za [redacted] po količini in [redacted] po vrednosti. Podjetju Hornschuch pa so tržni deleži [redacted] odstotnih točk količinsko in [redacted] odstotne točke vrednostno [redacted].
43. Če trg notranjega površinskega materiala za osebne avtomobile razdelimo na podtrge, pa lahko vidimo [redacted] v Republiki Sloveniji na segmentu notranjega površinskega materiala za sedeže v osebnih avtomobilih (ContiTech [redacted] točk količinsko in za [redacted] odstotnih točk vrednostno ter Hornschuch [redacted] odstotnih točk [redacted] količinsko in [redacted] odstotnih točk vrednostno) in na trgu notranjega površinskega materiala za druge dele v osebnih avtomobilih (ContiTech [redacted] odstotnih točk količinsko in [redacted] odstotnih točk vrednostno ter Hornschuch [redacted] odstotnih točk količinsko in [redacted] odstotne točke vrednostno).



VI. ZAKLJUČEK

50. Ob upoštevanju razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo pridobitve izključne kontrole nad podjetjem Hornschuch s strani podjetja ContiTech ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Koncentracija ne bo povzročila bistvenega omejevanja učinkovite konkurence na ozemlju Republike Slovenije, zlasti kot posledice ustvarjanja oziroma krepitev prevladujočega položaja.
51. Ob upoštevanju navedenega in vseh drugih okoliščin zadevnih trgov, zlasti prisotnosti številnih konkurentov, Agencija ugotavlja, da predmetna koncentracija ne bo povzročila bistvenega zmanjšanja ali onemogočila učinkovite konkurence na upoštevanih trgih, kjer so prisotna, zato koncentraciji na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOmK-1 ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.


ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

52. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku²⁰ 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.

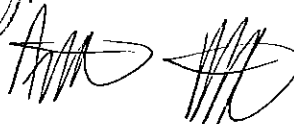
POUK O PRAVNEM SREDSTVU

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

Postopek vodila:
Karmen Oderlap
področna podsekretarka



Andrej Matvoz
predsednik senata



²⁰ Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, 105/06-ZUS-1, 126/07, 65/08, 47/09 Odl.US: U-I-54/06-32 (48/09 popr.), 8/10 in 82/13.

45. Podjetje ContiTech proizvaja notranje površinske materiale za osebne avtomobile na [REDACTED]. V letu 2015 je ContiTech v Slovenijo dobavil izdelke v vrednosti 1.642.000 EUR, kar predstavlja [REDACTED] celotne vrednosti trga notranjih površinskih materialov za osebne avtomobile v Republiki Sloveniji. Podjetje Hornschuch proizvaja notranje površinske materiale za osebne avtomobile v [REDACTED] in jih prodaja tudi v Republiko Slovenijo. V letu 2015 je podjetje Hornschuch v Slovenijo dobavilo izdelke v vrednosti [REDACTED], kar predstavlja [REDACTED] celotne vrednosti trga notranjih površinskih materialov za osebne avtomobile v Republiki Sloveniji.
46. Dejavnosti podjetij ContiTech in Hornschuch se prekrivajo zgolj na trgu notranjih površinskih materialov za osebne avtomobile. Na ravni Republike Slovenije bo prišlo po združitvi do [REDACTED] tržnih deležev na podsegmentu notranjega površinskega materiala [REDACTED] v osebnih avtomobilih, in sicer bosta podjetji beležili okoli [REDACTED] tržni delež.
47. Priglasitelj pojasnjuje, da obstaja na trgu notranjih površinskih materialov za osebne avtomobile velika konkurenca, saj imajo proizvajalci proizvodnjo prilagojeno za potrebe skoraj vseh 'original equipment manufacturer' (v nadaljevanju: OEM). Tudi materiali, ki se uporabljajo, so zlahka zamenljivi, kar pomeni, da se lahko uporabijo tako za sedeže, zaščitne plošče, vrata, kot za ostale dele avtomobila. V skladu s tem bi lahko podjetje ContiTech zlahka proizvajalo tudi druge dele, na katere je trenutno osredotočeno podjetje Hornschuch in obratno. OEM-ji imajo izjemno veliko nakupno moč¹⁹ in lahko posledično izvajajo pritisk na cene proizvajalcev sestavnih delov.
48. Priglasitelj tudi navaja, da bi proizvodnjo plastičnih folij večino proizvajalcev le teh lahko brez večjih težav razširilo s pridobitvijo dodatne proizvodne naprave. Stroški dodatne proizvodne naprave so razmeroma nizki (približno EUR 4-5 milijonov) in razširitev obstoječega obrata z dodatno napravo je mogoče doseči v relativno kratkem času (v približno 12 – 18 mesecih). Poleg tega so v industriji proizvodnje plastike običajno na voljo za nakup obrati, ki jih je mogoče brez večjega naknadnega opremljanja uporabiti tudi za proizvodnjo plastičnih folij. Časovno obdobje 12 mesecev, ki je potrebno za razširitev zmogljivosti, je skladno z razmerami na trgu. Ob predložitvi ponudbe na razpisih, OEM zahtevajo zgolj potrditev, da bo proizvajalec zagotovil ustrezne zmogljivosti do začetka dejanske proizvodnje (kar pomeni, da ob predložitvi ponudbe ni nujno, da proizvajalec takšne zmogljivosti ima). Poleg tega se razvoj novega OEM modela začne precej prej kot sama proizvodnja in tudi kandidatura za dobavo površinskih materialov poteka več let pred tem, navaja priglasitelj.
49. Ob upoštevanju vsega navedenega ter zlasti ob upoštevanju tržne strukture, vstopnih ovir, obstoječe in potencialne konkurence, možnosti izbire, ter drugih dejavnikov, Agencija zaključuje, da predmetna koncentracija ne bo povzročila učinkov, ki bi lahko bistveno zmanjšali učinkovito konkurenco na trgu notranjih površinskih materialov za osebne avtomobile. Prav tako koncentracija podjetij ne bo spremenila narave konkurence na upoštevanih trgih tako, da bi se podjetja, ki prej niso usklajevala svojih ravnanj, po izvedeni koncentraciji bolj verjetno usklajevala in dvigovala cene ali na drug način škodovala učinkoviti konkurenci.

¹⁹ Odločba Komisije COMP/M.7564 – Mahle Behr/ Delphi para. 34; COMP/M. 7972 – ITW/EF&C para. 44; COMP/M.6876 – Sumitomo Electric Industries / Anvis, para. 21.

Vročiti:

- ContiTech AG, Vahrenwalder Straße 9, D-30165 Hannover, Nemčija - osebno po ZUP; **po pooblastilu** Odvetniška pisarna Schönherr, Tomšičeva 3, 1000 Ljubljana.

Vložiti:

- Zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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

