



Številka: 3061-38/2020-20

Datum: 22. 3. 2021

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata ter ob sodelovanju Francija Pušenjaka in mag. Karle Pinter kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v zadevi presoje koncentracije ustanovitve skupnega podjetja z nazivom [REDACTED] (v nadaljevanju: [REDACTED], s strani podjetij AVANT CAR, poslovni inženiring, d.o.o., Dunajska cesta 140, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: AVANT CAR ali priglasitelj 1), ki ga zastopa direktor Gašper Žvan, in AMZS družba za opravljanje storitev članom AMD in drugim udeležencem v cestnem prometu d.d., Dunajska cesta 128A, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: AMZS ali priglasitelj 2), ki ga zastopa direktorica Lucija Živa Sajevec, in ga po pooblastilu zastopa podjetje AVANT CAR, kot skupni predstavnik priglasitve, na zahtevo, na nejavni seji dne 22. 3. 2021, naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji ustanovitve skupnega podjetja z nazivom [REDACTED] s strani podjetij AVANT CAR, poslovni inženiring, d.o.o., Dunajska cesta 140, 1000 Ljubljana, in AMZS družba za opravljanje storitev članom AMD in drugim udeležencem v cestnem prometu d.d., Dunajska cesta 128A, 1000 Ljubljana, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je prejela priglasitev koncentracije, ki bo nastala na podlagi ustanovitve skupnega podjetja [REDACTED] (v nadaljevanju tudi: skupno podjetje), s strani podjetij AVANT CAR in AMZS². Koncentracijo sta dne 10. 12. 2020 priglasili podjetji AVANT CAR in AMZS (v nadaljevanju tudi: priglasitelja).
2. Koncentracija v času priglasitve še ni bila izvršena. Priglasitelja sta Agenciji posredovala [REDACTED]³, podpisano dne 9. 12. 2020, s katerim sta izkazala resen namen ustanoviti

¹ Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 odl. US: U-I-40/12-31, 63/13-ZS-K, 33/14, 76/15 in 23/17.

² Dokument št. 3601-38/2020-1.

³ Dokument št. 3061-38/2020, priloga 2.2.2.

polno delujoče skupno podjetje z nazivom [REDACTED] ter končno različico Družbene pogodbe družbe [REDACTED] (v nadaljevanju: Družbena pogodba)⁴, ki bo sklenjena med priglasiteljema⁵. Priglasitelja bosta na podlagi določil Družbene pogodbe nad skupnim podjetjem izvajala skupno kontrolo preko uresničevanja glasovalnih pravic iz dveh enakih poslovnih deležev.

3. V skladu s prvim odstavkom 43. člena ZPOmK-1 morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe ali objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči s prvim od teh dogodkov. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih natančneje določa na podlagi šestega odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij⁶. Ker je bila priglasitev nepopolna, sta jo priglasitelja dopolnila dne 15. 1. 2021⁷ in dne 22. 2. 2021⁸.
4. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah⁹ je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR¹⁰.
5. Podjetje AVANT CAR opravlja dejavnosti na trgu storitev mobilnosti, in sicer dejavnost dajanja vozil v najem, pri tem ponuja dolgoročne (fleet management), kot tudi kratkoročne najeme vozil (rent-a-car), najem vozila z voznikom in storitev souporabe vozil. Na trgih dolgoročnih in kratkoročnih najemov vozil je podjetje AVANT CAR prisotno tako z električnimi kot tudi ne-električnimi vozili. V povezavi z električnimi vozili (v nadaljevanju: e-vozila) se podjetje AVANT CAR ukvarja z upravljanjem polnilne infrastrukture, in sicer skoraj izključno za potrebe zagotavljanja lastnega sistema souporabe e-vozil ter v izredno omejenem obsegu tudi z dobavo polnilne infrastrukture tretjim strankam. Podjetje AVANT CAR se v zelo omejenem obsegu ukvarja še s prodajo rabljenih vozil, v letu 2020 pa se je zaradi izrednih okoliščin¹¹ pričelo ukvarjati tudi z dostavo izdelkov na dom.¹²
6. Podjetje AVANT CAR z 74,9 % lastništvom obvladuje fizična oseba Matej Čer, ki ima neposredno v lasti 19,8 % poslovni delež in preko podjetja Avanteam d.o.o.¹³ še 55,1 % poslovni delež. Ostali družbeniki podjetja AVANT CAR so fizične osebe Gašper Žvan z 8,1 % poslovnim deležem, Alan Perc, Rafael Kos in Tomaž Berložnik z 4,2 % poslovnim deležem, Mitja Podgajski z 1,3 % poslovnim deležem ter podjetji Sortis d.o.o. z 1,7 % poslovnim deležem in Brod na Muri d.o.o. z 1,3 % poslovnim deležem, izključni lastnik zadnjega podjetja je fizična oseba Alan Perc. Podjetje AVANT CAR je ustanovitelj in edini lastnik dveh podjetij na Hrvaškem, in sicer AVANT CAR d.o.o. in Avant Gastro d.o.o., pri tem se podjetje AVANT CAR d.o.o. ukvarja z enakimi dejavnostmi kot priglasitelj v Sloveniji, Avant Gastro d.o.o. pa opravlja gostinsko dejavnost.¹⁴ Matej Čer ima v izključni lasti tudi podjetje P.S.M., d.o.o., katero na območju Republike Slovenije opravlja dejavnost podjetniškega in poslovnega svetovanja.
7. Osnovna dejavnost podjetja AMZS je opravljanje storitev za člane AMZS in druge osebe ter v manjši meri prodaja blaga. Najpomembnejše storitve podjetja AMZS so: tehnični pregledi, sklepanje avtomobilskih zavarovanj, storitve registracije vozil, opravljanje pomoči na cesti,

⁴ Dokument št. 3061-38/2020, priloga 2.2.1.

⁵ Priglasitelja nameravata Družbena pogodbo podpisati takoj po prejemu odločbe Agencije o skladnosti koncentracije s pravili konkurence.

⁶ Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

⁷ Dokument št. 3061-38/2020-5.

⁸ Dokument št. 3061-38/2020-17.

⁹ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5, 14/15-ZUUJFO, 84/15-ZZelP-J, 32/16 in 32/18-ZKZaš.

¹⁰ Dokument št. 3061-38/2020-1, priloga 2, plačilo 9. 12. 2020.

¹¹ Vpliv pandemije Korona virusa (COVID 19) na dejavnost podjetja.

¹² Dokument št. 3061-38/2020-1 in <https://www.avantcar.si/sl/>, vpogled z dne 23. 12. 2020.

¹³ Matej Čer je edini lastnik podjetja Avanteam d.o.o..

¹⁴ Dokument št. 3061-38/2020-1.

prevoz vozil, mehanične, vulkanizerske storitve in druge tehnične storitve, izvajanje zakonsko predpisanih usposabljanj za voznike, izvajanje programov varne vožnje, oddajanje prostorov v najem in njihovo upravljanje ter prodaja potrebščin za avtomobiliste in njihova vozila.¹⁵

8. Edini lastnik podjetja AMZS je Avto-moto zveza Slovenije, Dunajska cesta 128, 1000 Ljubljana, ki ima 96,65 % delnic podjetja AMZS. Ostalih 3,35 % delnic podjetja AMZS predstavljajo lastne delnice. Avto-moto zveza Slovenije je zveza avto-moto društev in avto-moto touring klubov z območja Republike Slovenije. Članice Zveze so društva, druge organizacije ali zveze, ki so k njej pristopile v skladu z njenimi veljavnimi pravili.¹⁶ Podjetje AMZS ima odvisno podjetje IZAVA d.o.o., ki se ukvarja z zavarovalnim zastopanjem zavarovalnih produktov na slovenskem trgu.¹⁷
9. Priglasitelja sta podala gospodarsko utemeljitev koncentracije in pri tem navedla, da je namen ustanovitve podjetja [REDACTED] v zagotavljanju razvoja in širitve celotnega trga storitev električne mobilnosti (v nadaljevanju: e-mobilnosti), v zagotovitvi večje prepoznavnosti e-mobilnih izdelkov in storitev obstoječih ponudnikov, kot tudi v omogočanju lažjega in hitrejšega vstopa novih ponudnikov na ta trg, [REDACTED], ki bo pod konkurenčnimi pogoji odprta za sodelovanje s preverjenimi in zaupanja vrednimi partnerji s področja e-mobilnosti. S tem bo podjetje [REDACTED] delovalo v smeri zagotovitve večje in boljše osveščenosti obstoječih uporabnikov o e-mobilnosti in pritegnitve novih uporabnikov na trg e-mobilnosti.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

10. ZPOmK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer (i) pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij, (ii) kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij, ali (iii) kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.
11. Kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom v smislu prejšnjega odstavka pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, in sicer zlasti (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja ter (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja. Kontrola je lahko izključna ali skupna.
12. V obravnavanem primeru je predmet koncentracije ustanovitev skupnega podjetja [REDACTED] s strani podjetij AVANT CAR in AMZS, zato je Agencija preverila, ali sta izpolnjeni zahtevi za koncentracijo v smislu tretje alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, in sicer (i) pridobitev skupne kontrole nad ustanovljenim podjetjem ter (ii) da mora skupno podjetje trajno opravljati vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem, t.i. polno delujoče

¹⁵ Dokument št. 3061-38/2020-1.

¹⁶ Zveza je na dan 31. december 2019 združevala 91 članic z 79.893 člani.

¹⁷ Dokument št. 3061-38/2020-1.

skupno podjetje.

13. V skladu s Prečiščenim obvestilom Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (v nadaljevanju: Obvestilo komisije o nadzoru)¹⁸ gre za skupno kontrolo v primeru, ko imata dve ali več podjetij ali oseb možnost izvajanja odločilnega vpliva nad drugim podjetjem. Odločilni vpliv v tem smislu običajno pomeni moč preprečiti dejanja, ki določajo strateško gospodarsko obnašanje podjetja. Sledi torej, da morajo podjetja pri določanju gospodarske politike skupnega podjetja doseči skupni dogovor, torej morajo medsebojno sodelovati.
14. Najbolj jasna oblika skupne kontrole je, kadar obstajata samo dve matični družbi, ki si v enakem deležu delita glasovalne pravice v skupnem podjetju. V tem primeru med njima ni potreben formalni sporazum. V primeru formalnega sporazuma, pa mora biti ta skladen z načelom enakosti med matičnima družbama, tako da na primer določa, da ima vsaka pravico do enakega števila predstavnikov v upravnih organih, in da noben član nima odločilnega glasu.¹⁹
15. V obravnavanem primeru koncentracija v smislu določil ZPOmK-1 še ni nastala, saj Družbena pogodba med podjetjema AVANT CAR in AMZS še ni bila sklenjena, koncentracija pa se še ni začela izvrševati, saj skupno podjetje v času priglasiitve še ni bilo ustanovljeno. Priglasitelja sta Agenciji predložila [REDACTED] ter končno besedilo Družbene pogodbe, iz katerih so razvidne prihodnje aktivnosti glede izvedbe priglasiitve koncentracije in vsebina koncentracije.
16. Iz Pisma o nameri ter končnega besedila Družbene pogodbe izhaja, da bo lastništvo nad ustanovljenim skupnim podjetjem [REDACTED] med priglasitelja - družbenika razdeljeno glede na višino vplačanega vložka, in sicer bo vsak družbenik vplačal osnovni vložek v nominalnem znesku [REDACTED] EUR, kar bo predstavljalo poslovni delež v višini 50 % osnovnega kapitala skupnega podjetja in bo pomenilo, da bosta imela družbenika enako število glasov za odločanje na skupščini. Priglasitelja v Družbeni pogodbi določata, (i) da bosta v zvezi z upravljanjem in v zvezi s sprejemanjem vseh drugih odločitev v podjetju [REDACTED] za vsakih dopoljenih 50,00 EUR osnovnega vložka imela 1 glas za odločanje na skupščini, (ii) da bo skupščina podjetja [REDACTED] veljavno odločala, če bosta na njej navzoča oba družbenika, (iii) da bosta družbenika sklepe na skupščini sprejemala soglasno, (iv) da bo podjetje [REDACTED] imelo enega direktorja, ki ga bosta soglasno imenovala oba družbenika, (v) da obstaja možnost imenovanja drugega direktorja in / ali prokurista, ki bo lahko imenovan s sklepom, ki ga soglasno sprejmeta oba družbenika. Družbena pogodba določa posle in pristojnosti direktorja za katere le ta potrebuje soglasje obeh družbenikov. Gre za odločitve o vprašanih v zvezi s poslovnim načrtom, finančnim načrtom, glavnimi investicijami in zaposlitveno politiko podjetja. Navedene odločitve so bistvene za strateško gospodarsko ravnanje podjetja in presegajo odločitve, ki so običajne za zaščito pravic manjšinskih delničarjev (npr. odločitve o bistvu skupnega podjetja, kot so na primer spremembe statuta, povečanje ali zmanjšanje kapitala ali likvidacija).²⁰ Družbena pogodba predpisuje tudi postopek za primer zastoja zaradi zavrnitve predlaganih strateških odločitev skupnega podjetja.
17. Agencija na podlagi navedb priglasitelja in predložene dokumentacije ugotavlja, da bo novoustanovljeno podjetje [REDACTED] imelo skupno kontrolo in da je s tem izpolnjena prva zahteva za koncentracijo v smislu tretje alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1.
18. Druga zahteva, ki mora biti izpolnjena, da se šteje ustanovitev skupnega podjetja za

¹⁸ Uradni list EU št. C 95 z dne 16. 4. 2008.

¹⁹ Obvestilo komisije o nadzoru, odstavek 64.

²⁰ Obvestilo komisije o nadzoru, odstavek 66 in 67.

koncentracijo v smislu ZPOmK-1, je polno delujoče skupno podjetje. To dejansko pomeni, da skupno podjetje deluje na trgu, pri čemer mora opravljati vse funkcije, ki jih običajno opravljajo podjetja, ki delujejo na istem trgu. V ta namen mora imeti skupno podjetje vodstvo, ki se posveča tekočemu poslovanju, in dostop do zadostnih virov, vključno s financami, osebjem in sredstvi (neopredmetenimi in opredmetenimi), da lahko trajno in neodvisno opravlja svoje poslovne dejavnosti na področju, ki jih predvideva pogodba o skupnih vlaganjih, pri čemer mora opravljati dejavnosti, ki presegajo specifično funkcijo za matična podjetja (skupno podjetje ni polno delujoče, če prevzame samo eno specifično funkcijo v okviru poslovnih dejavnosti matičnega podjetja, brez dostopa do trga). Skupno podjetje mora stopati v prodajno/nabavna razmerja s podjetji, ki so ga ustanovila, pod enakimi pogoji, kot veljajo za poslovna razmerja s tretjimi. Sicer pa koncept polno delujočega skupnega podjetja dopušča, da lahko pod določenimi pogoji v začetnem obdobju (ki običajno ni daljše od treh let), skupno podjetje pridobi določena sredstva s strani matičnih podjetij ter se opira na nabavo od matičnih podjetij oz. prodajo matičnim podjetjem. Pri tem pa cilj oziroma učinek ustanovitve skupnega podjetja ne sme biti usklajevanje konkurenčnega nastopa matičnih podjetij na upoštevanih trgih.

19. Priglasitelja navajata, da bo skupno podjetje za poslovanje [REDACTED] skladno s finančnim načrtom, vsebovanim v letnem poslovnem načrtu²¹, potrebovalo predvidoma [REDACTED] EUR sredstev, pri čemer bo [REDACTED] EUR pridobilo iz osnovnega kapitala, [REDACTED] EUR pa bo pridobilo [REDACTED]. Podjetje [REDACTED] bo v prvem letu svojega poslovanja poleg direktorja, najelo osebje, ki bo za [REDACTED] opravljalo storitve na podlagi pogodb o poslovnem sodelovanju, pri čemer bo del storitev najemalo tudi od podjetij priglasiteljev. Podjetje [REDACTED] ne bo opravljalo dejavnosti, ki predstavlja samo eno specifično funkcijo v okviru poslovnih dejavnosti priglasiteljev, temveč bo samostojno pridobivalo stranke za svoje pogodbene partnerje in prodajalo storitve in izdelke iz področja e-mobilnosti. Podjetje [REDACTED] bo deloma delovalo tudi kot [REDACTED], ki bo po eni strani [REDACTED] [REDACTED] itd), ki bodo [REDACTED] oziroma proti [REDACTED] dostopne preko [REDACTED], pomagalo širiti vedenje o e-mobilnosti.
20. Priglasitelja navajata, da bosta kot ustanovitelja skupnega podjetja zlasti v zagonskem obdobju poslovanja (tj. predvidoma v obdobju prvih 2 do 3 let), v manjši meri pa tudi po preteku tega obdobja, skupnemu podjetju zagotavljala svoje storitve. Tako priglasitelja kot tudi njuni podizvajalci (zunanji partnerji) bodo skupnemu podjetju zagotavljali pomoč pri pripravi [REDACTED]. Podjetje AVANT CAR bo skupnemu podjetju zagotovilo [REDACTED], medtem ko bo podjetje AMZS skupnemu podjetju zagotovilo [REDACTED] preko svojih zunanjih partnerjev pa bo na račun skupnega podjetja tudi zagotovilo [REDACTED]. Ta pomoč priglasiteljev bo v prvem letu poslovanja skupnega podjetja predstavljala okoli [REDACTED] vseh prihodkov, po poteku zagonskega obdobja poslovanja pa okoli [REDACTED] vseh prihodkov skupnega podjetja. Za te potrebe bo vsak od priglasiteljev s skupnim podjetjem sklenil pogodbo o poslovnem sodelovanju, v okviru katere bo dobava vseh navedenih storitev s strani priglasitelja potekala pod običajnimi tržnimi pogoji, torej pod smiselno podobnimi tržnimi pogoji, pod katerimi bo skupno podjetje sodelovalo z drugimi poslovnimi partnerji.²²
21. Iz Družbene pogodbe izhaja, da bo skupno podjetje ustanovljeno za nedoločen čas. Družbena pogodba predvideva več mehanizmov za reševanje zastojev v primeru nesoglasij, vezanih na

²¹ Dokument št. 3061-38/2020-1, priloga 2.2.

²² Dokument št. 3061-38/2020-1.

strateške odločitve skupnega podjetja, s poudarkom na mirnem reševanju spora in ohranitvi družbeniških razmerij in nadaljnega poslovanja.²³

22. Agencija na podlagi razpoložljivih dokumentov in podatkov priglasi teljev ugotavlja, da bo ustanovljeno skupno podjetje opravljalo vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem in bo neodvisno z operativnega vidika, s čimer so izpolnjeni pogoji, ki določajo polno delujoče podjetje in s tem nastanek koncentracije, kar je v skladu z določbami ZPOmK-1.
23. Takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu tretje alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, ki določa, da gre za koncentracijo, kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.
24. 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.

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

25. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presege 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presege 1 mio EUR oziroma v primeru kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem, če je letni promet, vsaj dveh v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, presege 1 mio EUR.
26. Iz priglasitve izhaja, da je podjetje AVANT CAR skupaj z drugimi podjetji v skupini v letu 2019 na trgu Republike Slovenije doseglo letni promet v višini [REDACTED] EUR, medtem ko je podjetje AMZS skupaj z drugimi podjetji v skupini v istem letu na trgu Republike Slovenije imelo [REDACTED] EUR letnega prometa. Iz navedenega izhaja, 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 iz druge alineje prvega odstavka tega istega člena, pri katerem se v primeru pridobitve skupne kontrole nad ustanovljenim skupnim podjetjem pri izračunu upošteva promet vsakega od podjetij, ki pridobi kontrolo nad ustanovljenim skupnim podjetjem²⁴.
27. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru koncentracije ustanovitve skupnega podjetja s strani podjetij AVANT CAR in AMZS sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1 in mora biti priglašena Agenciji.

C Pristojnost Agencije

28. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja

²³ Dokument št. 3061-38/2020-1, priloga 2.2.1.

²⁴ Novoustanovljeno podjetje ni udeleženo podjetje, ker praviloma še ne obstaja in posledično nima lastnega prometa.

2004 o nadzoru koncentracij podjetij²⁵ (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katerokoli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije²⁶ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU²⁷.

29. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij razsežnost EU, kadar: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa, in (b) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici. Koncentracija, ki ne doseže pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, ima na podlagi tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah razsežnost EU, če: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, (b) vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa, (c) vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic za namen odstavka b) ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in (d) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 100 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici.
30. Priglasitelj sta navedla, da priglašena koncentracija po nobenem izmed kriterijev Uredbe ES o združitvah ES nima razsežnosti EU, saj je skupni promet v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij znašal leta 2019 ██████ EUR. Kot navajata priglasitelja je bil navedeni promet v celoti ustvarjen na ravni EU, pri čemer je podjetje AVANT CAR s povezanimi podjetji ustvarilo ██████ EUR, podjetje AMZS pa skupaj s podjetji v skupini ██████ EUR prometa²⁸. Agencija ugotavlja, da v koncentraciji udeležena in z njimi povezana podjetja na svetovnem trgu v poslovnem letu 2019 niso ustvarila letnega prometa, ki bi presegel 5.000 mio EUR (točka a. drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah) in tudi ne prometa, ki bi presegel 2.500 mio EUR (točka a. tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah). Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU, niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence, na podlagi nacionalnega prava o konkurenci, na Agenciji.

III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgi

31. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s sedmo točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.
32. Priglasitelja navajata, da bo skupno podjetje delovalo na trgu storitev mobilnosti oziroma na

²⁵ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

²⁶ Dolžnost izhaja tako iz načela lojalnosti, ki je opredeljeno v tretjem odstavku 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26.10.2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

²⁷ Sodba Sodišča EU, 14. julij 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zodl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

²⁸ Dokument št. 3061-38/2020-1.

ožjem trgu storitev e-mobilnosti. Cilj podjetja [REDACTED] je razvoj in širitev trga e-mobilnosti²⁹, omogočanje lažjega in učinkovitejšega dostopa do e-mobilnosti ter zagotovitev večje prepoznavnosti e-mobilnih izdelkov in storitev vseh ponudnikov, tako tistih, ki so na trgu e-mobilnosti že prisotni, kot tudi tistih, ki na ta trg šele vstopajo, slednjim bo skupno podjetje pomagalo pri lažjem in hitrejšem vstopu na trg preko [REDACTED]

33. Priglasitelja trge na katerih bo skupno podjetje delovalo, upoštevajoč najožjo določitev upoštevanih trgov, opredeljujeta kot:
- (i) trg dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila, pri čemer bo podjetje [REDACTED] voznikom/lastnikom e-vozil (fizičnim in pravnim osebam), preko spletne trgovine omogočalo nakup polnilne infrastrukture in nudilo storitev njene namestitve s pomočjo zunanjih izvajalcev in
 - (ii) trg zagotavljanja storitev e-mobilnosti, pri čemer bo podjetje [REDACTED] na trgu predvsem zagotavljalo izobraževalne in informacijske storitve, ob tem pa tudi storitve posredovanja pri prodaji izdelkov in storitev s področja e-mobilnosti.
34. Evropska komisija (v nadaljevanju: Komisija) je v svojih preteklih odločitvah³⁰ storitve za zagotavljanje e-mobilnosti opredelila kot storitve, ki so potrebne za delovanje e-vozil vključujoč zagotavljanje električne energije iz obnovljivih virov, zagotavljanje infrastrukture za polnjenje in zagotavljanje podpore uporabnikom (informacije o dosegu vozila, razpoložljivost polnilnih postaj, načrtovanje poti, pomoč pri okvarah itd.). Pri tem je poudarila, da gre za trg, ki bo podvržen radikalnim spremembam v prihodnosti, kot so porast prodaje in registracije e-vozil, ponujanje različnih možnosti najema e-vozil, ponujanje paketov kompletnih storitev za e-vozila in podobno. Kot pripadajoča nabavna trga je Komisija obravnavala (i) trg za dobavo električne energije velikim odjemalcem in (ii) trg za proizvodnjo, dostavo in namestitve polnilne infrastrukture za e-vozila, pri katerem je dopustila možnost nadaljnje delitve trga na zagotavljanje (i) strojne opreme (polnilne postaje), (ii) potrebne programske opreme in (iii) dodatnih storitev. Komisija je natančno razčlenitev navedenih trgov pustila odprto.
35. Glede opredelitve trga zagotavljanja storitev e-mobilnosti priglasitelja menita, da trg vključuje tako ponudnike storitev, ki ponujajo celovito rešitev vezano na e-mobilnost, kot tudi ponudnike storitev, ki ponujajo samo nekatere storitve e-mobilnosti, kot so oskrba z električno energijo, storitve polnilnih postaj in podporne storitve. Trg vključuje vse vrste kupcev - fizične in pravne osebe, saj vsak od obstoječih konkurentov na tem trgu svoje storitve bodisi že ponuja vsem

²⁹ E-mobilnost ali daljše električna-mobilnost v današnjem času v sodobno družbo uvaja nov koncept urbane mobilnosti, ki temelji na zeleni energiji, zmanjševanju ogljičnega odtisa in emisij trdnih delcev v prometu. Zaradi vse večje ozaveščenosti, da prihaja v našem okolju do globalnih, predvsem negativnih podnebnih sprememb, so se pojavile težnje po učinkoviti rabi energije, ki bi imela za posledico zmanjšanje ogljičnega odtisa. Družba se tudi zaveda, da z ogromno porabo pojenjajo tudi zaloge fosilnih goriv. V zvezi s tem tudi EU preko sprejema ustrezne zakonodaje in ciljev spodbuja strateški razvoj infrastrukture in omrežij vozil na električni pogon, k čemur so se zavezale vse članice EU. Tako si tudi Slovenija prizadeva s svojo vizijo preiti v nizkoogljico družbo do leta 2050. E-mobilnost temelji predvsem na vozilih na električni pogon, ki so namenjena pretežno osebni prevozu. Sem se poleg osebnih avtomobilov uvrščajo še motorna kolesa, kot tudi manjša tovorna vozila, ki namesto fosilnih goriv koristijo pogon na električno energijo. Zaradi majhne oddaljenosti med kraji po Sloveniji in odlične infrastrukture polnilnih postaj, ima Slovenija velik potencial za razmah prometa z električnimi vozili. Povečan trend uporabe vozil na električni pogon prinaša veliko neposrednih pozitivnih učinkov in vpliva na izboljšanje kakovosti življenja prebivalcev. Vozila na električni pogon imajo v primerjavi z običajnimi avtomobili večji izkoristek energije, tudi do 90 %, motorji z notranjim izgorevanjem imajo izkoristek le med 20-40%. Vozila na električni pogon, v primerjavi z vozili na fosilni pogon, proizvedejo nižje emisije CO₂ ter ne povzročajo onesnaženja s trdnimi delci v zraku (PM₁₀). S tem se bistveno zmanjšajo škodljivi učinki na zdravje ljudi, npr. obremenitve dihalnega sistema ali povečana pogostost rakastih obolenj. Poleg tega pa so precej tišja od motorjev z notranjim izgorevanjem, kar je pomembno predvsem v urbanih sredinah, kjer so trendi zmanjševanja zvočne onesnaženosti. Nabava vozila na električni pogon pomeni tudi nižje stroške vzdrževanja in prihranek pri nakupu goriva. Električni motorji so bolj zanesljivi, saj so sestavljeni iz manj premičnih delov in za svoje delovanje ne potrebujejo olj, maziv, hladilnih tekočin, ipd.. Zaradi tega potrebujejo nižjo stopnjo vzdrževanja za uspešno delovanje in so hkrati tudi bolj zanesljivi. Vir: <http://topnews.si/2018/07/27/kaj-je-to-e-mobilnost-in-zakaj-je-za-naso-druzbo-tako-pomembna/>.

³⁰ Odločba Komisije št. COMP/M.6641-Verbund/Siemens/E-Mobility Provider Austria z dne 20. 9. 2012 in COMP/M.8744-Daimler/BMW/Car sharing JV z dne 7. 11. 2018.

skupinam kupcev oziroma lahko brez ovir domet svoje ponudbe razširi na vse relevantne skupine kupcev. Upoštevni trg je močno povezan s trgom e-vozil in trgom e-mobilnosti kot celote, ki se spreminjata in prilagajata tehničnemu in tehnološkemu razvoju. Trg se zato nahaja v fazi razvoja in postopne širitve, pri čemer nihče od udeležencev na trgu nima jasne slike o tem, kako bo trg dejansko izgledal v zreli fazi. Priglasitelja poudarjata pomen povezljivosti posameznih produktov in storitev na zadevnem trgu, zaradi česar si ponudniki na trgu prizadevajo zagotoviti povezljivost in sodelovanje s čim večimi ponudniki drugih, komplementarnih produktov in storitev. Zaradi navedenega priglasitelja menita, da je takšna nekoliko širša opredelitev upoštevnega trga primerna.

36. Ker obravnavana koncentracija tudi ob najožji opredelitvi upoštevni proizvodno/storitveni trgov ne vzbujata resnega suma o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence, Agencija le teh ni dokončno opredelila.

B Upoštevni geografski trg

37. Upoštevni geografski trg je v skladu z osmo točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnega geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
38. Priglasitelja menita, da je trg dobave in namestitve električnih polnilnih postaj mogoče opredeliti kot trg EU oziroma širše Evrope, saj na trgu po vedenju priglasiteljev ni vstopnih ovir z izjemo morebitnih razlik v lokalni zakonodaji. Skupno podjetje bo dejavnost v začetnem obdobju opravljalo na območju [REDACTED], pri čemer namerava polnilne postaje prodajati [REDACTED], vgradnjo pa bo sprva izvajalo [REDACTED]. Na podlagi [REDACTED] [REDACTED] bo podjetje [REDACTED] brez dodatnih ovir lahko zagotavljalo storitev namestitve polnilnih postaj tudi na širšem območju [REDACTED].
39. Tudi trg pomožnih storitev na področju e-mobilnosti je po mnenju priglasiteljev mogoče geografsko opredeliti kot trg EU oziroma širše Evrope. V začetnih fazah poslovanja namerava podjetje [REDACTED] delovati na območju [REDACTED], pozneje pa tudi na mnogo širšem območju. Izobraževalne vsebine bodo namreč v uvodni fazi poslovanja dostopne le v slovenskem jeziku, a je namen podjetja [REDACTED] širiti poslovanje in vzpostaviti spletno stran tudi v angleškem jeziku, tako da bodo vsebine razumljive tudi širšemu krogu oseb. Poleg jezikovne ovire, drugih ovir za dostop do teh storitev ni, izjemo lahko predstavljajo le praktična izobraževanja, ki bi bila opravljena v živo, ki pa bodo predstavljala manjši del izobraževalnega segmenta [REDACTED], tudi to pa namerava podjetje [REDACTED] izvajati vsaj še na geografskem območju [REDACTED].
40. Komisija je v svojih odločitvah³¹ v povezavi z zadevnimi proizvodno/storitvenimi trgi predpostavljala, da je potrebno geografsko upoštevati najmanj nacionalno območje, vendar trgov geografsko ni dokončno opredelila.

³¹ Odločba Komisije št. COMP/M.6641-Verbund/Siemens/E-Mobility Provider Austria z dne 20. 9. 2012 in COMP/M.8744-Daimler/BMW/Car sharing JV z dne 7. 11. 2018.

41. Ker v primeru obravnavane koncentracije Agencija ni dokončno opredelila upoštevnih proizvodnih oziroma storitvenih trgov, tudi opredelitev upoštevnege geografskega trga ni potrebna, saj ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence, ne glede na to, kako ozko ali široko je trg opredeljen.

C Presoja koncentracije

42. V skladu z 11. členom ZPOmK-1 so prepovedane koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja. Agencija presoja koncentracije zlasti glede na tržni položaj v koncentraciji udeleženih podjetij, njihovo možnost za financiranje, strukturo trga, izbiro, ki jo imajo na voljo dobavitelji in uporabniki, ter njihov dostop do virov ponudbe oziroma do samega trga, obstoj morebitnih pravnih ali dejanskih vstopnih ovir, gibanje ponudbe in povpraševanja na upoštevni trgih, koristi vmesnih in končnih uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurence.
43. Pri presoji koncentracije je Agencija najprej ugotavljala, ali prihaja do horizontalnega ali vertikalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ali delov podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih, za vertikalne koncentracije pa štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige.

Horizontalno prekrivanje dejavnosti

Trg dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila

44. Podjetje AVANT CAR dobavlja, namešča in upravlja polnilne postaje skoraj izključno za lastne potrebe, se pravi za dejavnost oddajanja e-vozil, sistem souporabe e-vozil in lastno logistiko. V redkih primerih direktnega povpraševanja s strani rednih strank pa polnilno postajo stranki tudi dobavi in poskrbi za njeno vgradnjo ter izvedbo meritev. Po mnenju podjetja AVANT CAR predstavlja dobava polnilnih postaj tretjim osebam [REDACTED]. Podjetje AMZS ne deluje na trgu polnilne infrastrukture za električna vozila, namerava pa v začetnih fazah delovanja podjetja [REDACTED] uporabiti [REDACTED] za dobavo in namestitve polnilne infrastrukture kupljene preko [REDACTED]. Pozneje, po preteku zagonskega obdobja, bo podjetje [REDACTED] v ta namen sklenilo [REDACTED]. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da bo z začetkom poslovanja skupnega podjetja na trgu dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila v manjši meri prišlo do horizontalnih prekrivanj dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij.

Trg zagotavljanja storitev e-mobilnosti

45. Podjetje AMZS sicer nastopa na trgu izobraževanj svojih uporabnikov, pri čemer izvaja praktična izobraževanja, in sicer komercialne programe varne vožnje in druge programe, usmerjene v zagotavljanje varnosti v prometu z vsemi kategorijami vozil in upoštevajoč specifične vozne pogoje in sposobnosti voznikov. Podjetje [REDACTED] bo sicer s spletnimi vsebinami prisotno na trgu izobraževanj voznikov in potencialnih voznikov, a se bodo te vsebine osredotočale na specifično področje e-mobilnosti in trajnostne mobilnosti v širšem

smislu, uporabnikom pa bodo na voljo tudi [REDACTED]. Cilj izobraževalnih vsebin bo naročnikom in registriranim uporabnikom [REDACTED].

[REDACTED] Po mnenju priglasitelja 2 podjetji AMZS in [REDACTED] tako ne bosta delovala na istem trgu zagotavljanja izobraževalnih vsebin, saj se te razlikujejo po svoji obliki, vsebini in namenu in jih potrošniki ne doživljajo kot substitute.³²

46. Agencija ugotavlja, da je tudi podjetje AVANT CAR dejavno na upoštevem trgu za zagotavljanje storitev električne mobilnosti, in sicer z izobraževanjem na temo električne mobilnosti in »showroom-om«³³ električne mobilnosti. Priglasitelj 1 Agenciji v zvezi s tem pojasnjuje³⁴, da je namen izobraževanj in »showroom-a« zgolj informiranje, to je predstavitev novega, do tedaj javnosti nepoznanega izdelka (e-vozila) in nove oblike mobilnosti (e-mobilnosti), približanje le-teh ljudem in preko svetovalnega pristopa in nudenja praktične izkušnje spoznavanja e-vozila, zagotavljanje informiranega prehoda strank na e-mobilnost. Podjetje AVANT CAR je poleg vzpostavitve navedenega »showroom-a« opravljalo tudi izobraževanja strank [REDACTED], a je vse predstavitve s ciljem ozaveščanja opravljalo [REDACTED]. Podjetje AVANT CAR dejavnosti izobraževanja na temo e-mobilnosti ni oglaševalo, edini vir oglaševanja oziroma promoviranja je bila predstavitev opravljanja izobraževanj in »showroom-ma« na spletni strani podjetja v okviru ponudbe e-mobilnosti, da so potencialni interesenti sploh lahko bili seznanjeni s to možnostjo. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da bo z začetkom poslovanja skupnega podjetja na trgu zagotavljanja storitev e-mobilnosti v manjši meri prišlo do horizontalnih prekrivanj dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij.

Vertikalna in konglomeratna povezanost dejavnosti

47. Pri presoji vertikalnih učinkov priglašene koncentracije podjetij je Agencija upoštevala podatke priglasitelja in Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij³⁵ (v nadaljevanju: Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev). Vertikalne združitve zadevajo podjetja, ki so dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige. Kadar se na primer proizvajalec določenega proizvoda (»podjetje na zgornjem delu oskrbne verige«) združi z enim od svojih distributerjev (»podjetje na spodnjem delu oskrbne verige«), se to imenuje vertikalna združitev.³⁶
48. Pri konglomeratnih združitvah je v praksi pozornost usmerjena na združitve med podjetji, ki so dejavna na tesno povezanih trgih, na primer združitve dobaviteljev dopolnilnih proizvodov/storitev ali proizvodov/storitev, ki spadajo v isto proizvodno paleto.³⁷ Povezovanje dopolnilnih dejavnosti ali proizvodov v okviru enega podjetja lahko precej poveča učinkovitost in spodbuja konkurenčnost³⁸, kar je po mnenju priglasiteljev tudi namen zadevne koncentracije.
49. V primerjavi s horizontalnimi koncentracijami je za nehorizontalne koncentracije na splošno manj verjetno, da bi bistveno ovirale učinkovito konkurenco³⁹. Nehorizontalne združitve

³² Dokument št. 3061-38/2020-1.

³³ Showroom je razstavno-promocijski prostor, namenjen predstavitvi izdelkov ali storitev, ki služi tudi kot mesto povezovanja in komunikacije.

³⁴ Dokument št. 3061-38/2020-5.

³⁵ UL C 265/07, 18. 10. 2008.

³⁶ Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev, odst. 4.

³⁷ Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev, odstavek 5, 91.

³⁸ Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev, odstavek 13.

³⁹ Namen učinkovite konkurence je predvsem, da prinese potrošnikom prednosti, kot npr. nizke cene, visoko kakovostne proizvode, širok izbor blaga in storitev ter inovativnost. Zato Agencija preprečuje tiste koncentracije, ki bi lahko strankam,

ovirajo učinkovito konkurenco predvsem na dva načina: z neuskklajenimi in usklajenimi učinki. Neuskklajeni učinki nastanejo predvsem takrat, kadar nehorizontalne združitve povzročijo izključitev. Usklajeni učinki nastanejo, kadar združitev spremeni naravo konkurence tako, da bodo podjetja, ki prej niso usklajevala svojega ravnanja, zdaj precej bolj verjetno usklajeno dvigovala cene ali na drug način škodovala učinkoviti konkurenci.⁴⁰

50. Nehorizontalne združitve pomenijo grožnjo učinkoviti konkurenci samo v primeru, če ima združeni subjekt precejšnjo stopnjo tržne moči (ki ni nujno prevladujoči položaj) na najmanj enem od upoštevanih trgov. Tudi Komisija praviloma ne izraža pomislov glede usklajenih ali neuskklajenih nehorizotalnih združitev v primerih, ko je tržni delež novega subjekta po združitvi na vsakem od zadevnih trgov manjši od 30 %.⁴¹

Trg dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila

51. Glede na to, da podjetje AVANT CAR v odnosu do trga dobave in namestitve električnih polnilnih postaj nastopa na spodnjem trgu upravljanja polnilnih postaj za lastne namene, in sicer za potrebe zagotavljanja sistema souporabe e-vozil Avant2Go, je s tem lahko potencialni kupec polnilnih postaj, ki jih bo dobavljalo skupno podjetje. Po oceni priglasiatelja znaša tržni delež podjetja AVANT CAR na tem trgu v Republiki Sloveniji manj kot [0-5] %. Zaradi nizkega tržnega deleža, in s tem povezane omejene tržne moči podjetja AVANT CAR, so po mnenju Agencije negativni učinki te vertikalne povezave malo verjetni.

Trg zagotavljanja storitev e-mobilnosti

52. Priglasiatelja navajata, da bosta podjetju [REDACTED] za namen izvedbe izobraževanj proti plačilu in pod konkurenčnimi pogoji zagotovila [REDACTED] (AMZS) in [REDACTED] (AVANT CAR). Storitve podjetij AMZS in AVANT CAR bodo tudi predmet trženja na [REDACTED] preko [REDACTED] ali z namenom pridobivanja kontaktov, pri čemer priglasiatelja ocenjujeta, da bodo prihodki iz posredovanja pri prodaji storitev/proizvodov priglasiateljev predstavljali majhen del, med [REDACTED] in [REDACTED] vseh prihodkov podjetja [REDACTED].

Povezanost trgov

53. Po mnenju priglasiateljev podjetje AMZS nastopa na povezanih trgih in lahko strankam podjetja [REDACTED] nudi dopolnilne storitve, kot so asistenca in vleka vozil, AMZS ima na tem trgu približno [20-30] % tržni delež, tehnični pregledi in kontrola skladnosti, na katerem ima AMZS [20-30] % tržni delež, posredništvo pri prodaji avtomobilskih zavarovanj z [0-5] % tržnim deležem in servisne storitve⁴² z [0-5] % tržnim deležem podjetja AMZS. Tudi podjetje AVANT CAR nastopa na povezanih trgih dolgoročnih in kratkoročnih najemov vozil (katerih del predstavljajo tudi e-vozila) v Republiki Sloveniji, priglasiatelj 1 ocenjuje, da je njegov tržni delež na obeh trgih nižji od [10-20] %.
54. Agencija ocenjuje, da so negativni učinki zgoraj navedenih nehorizotalnih (vertikalnih in konglomeratnih) povezav⁴³, zaradi nizkih tržnih deležev v koncentraciji udeleženih podjetij in s tem povezane omejene tržne moči le teh, malo verjetni.

predvsem potrošnikom, odvzele te prednosti na podlagi bistvenega povečanja tržne moči podjetij. Glej tudi Smernice o presoji nehorizotalnih združitev, odst. 10.

⁴⁰ Smernice o presoji nehorizotalnih združitev, odst. 11, 17, 18 in 19.

⁴¹ Smernice o presoji nehorizotalnih združitev, odst. 23 in 25.

⁴² Za enkrat je v Sloveniji relativno malo e-vozil, katera večinoma servisirajo pooblaščenji servisi, ki so v stalni navezi s proizvajalci teh vozil.

⁴³ Smernice o presoji nehorizotalnih združitev, odstavki 3.

Konglomeratni učinki na trgu zagotavljanja storitev za e-mobilnost

55. Priglasitelja navajata, da nameravata pridobivati naročnike na spletni [REDACTED]. Pri tem pojasnjujeta, da navedena praksa [REDACTED] sicer predstavlja konglomeratno povezovanje, vendar izpostavljata, da sama narava priglasitve ni konglomeratna. Priglasitelja ob navedenem pojasnjujeta, [REDACTED] v osnovi ne ponujata medsebojno dopolnjujočih se storitev (uporaba ene storitve nujno ne vključuje uporabe druge storitve) oziroma ne gre za storitve, ki sodijo v isto paleto proizvodov/storitev, ki jih običajno kupuje ista skupina kupcev za enako končno uporabo. Določeni kupci se bodo za [REDACTED]

57. Agencija ocenjuje, da bo [REDACTED] predstavljal marketinški pristop [REDACTED] in da kot taka ne more povzročati negativnih učinkov na konkurenco, kot je izključitev konkurentov.

Velikost trga, konkurenti, tržni deleži, ovire za vstop na trg

Trg dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila

58. Priglasitelja ocenjujeta, da je bilo v Sloveniji v letu 2019 okoli 4.500 polnilnih postaj, od tega 800 javnih in 3.700 zasebnih. Agencija je na spletu zasledila podatek, da imamo v Sloveniji 628 javnih polnilnih postaj⁴⁴, podatka o številu zasebnih polnilnih postaj Agencija ni zasledila.
59. Podjetje AVANT CAR je v letih 2017-2020 na območju Republike Slovenije prodalo skupaj [REDACTED] polnilnih postaj, kar po oceni priglasiteljev predstavlja tržni delež okoli [0-5] %. V prihodnjih letih bo prisotnost podjetja AVANT CAR na trgu dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila [REDACTED], saj namerava AVANT CAR to dejavnost [REDACTED].⁴⁵ Priglasitelja poudarjata, da skupno podjetje na zadevnem upoštevnem trgu še ni dejavno, načrtuje pa [REDACTED] in v letu [REDACTED] [REDACTED] polnilnih

⁴⁴ Vir: <https://www.zurnal24.si/avto/na-strom/kje-je-slovenija-v-evropi-po-stevilu-polnilnic-za-e-vozila-358816>, vpogled z dne 9. 2. 2021.

⁴⁵ Dokument št. 3061-38/2020-5.

postaj. Dejansko število prodanih polnilnih postaj bo, po mnenju priglasiteljev, odvisno od [REDACTED], [REDACTED] in [REDACTED]. Upoštevajoč oceno velikosti trga polnilnih postaj na območju Republike Slovenije v letu 2022, bi tržni delež skupnega podjetja, po mnenju priglasiteljev, to leto lahko znašal [REDACTED].

60. Priglasitelja navajata, da večjih ovir za vstop na zadevni upoštevni trg ni. Trenutno so na geografskem trgu Republike Slovenije prisotni najmanj naslednji ponudniki polnilnih postaj: PLAN-NET SOLAR d.o.o., LISAP SI d.o.o. (EV polnilnice), FESTINA LENTE d.o.o. (e-mobilni), PORSCHE SLOVENIJA, d.o.o. (Moon-power), HOA PROJEKT d.o.o., PETROL d.d., ELEKTRO LJUBLJANA d.d. in ETREL d.o.o., katerih tržni deleži niso javno dostopni.
61. S ciljem pridobitve podatkov o stanju in razmerah na trgu dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila v Republiki Sloveniji je Agencija zgoraj navedenim konkurentom posredovala vprašalnike v zvezi s prodajo polnilnih postaj za e-vozila.⁴⁶ Na podlagi posredovanih odgovorov in podatkov priglasiteljev je Agencija pripravila oceno prikazano v tabeli 1.
62. Tabela 1: Ocena skupnega števila prodanih polnilnih postaj za e-vozila v letu 2020 ter napoved prodaje za leti 2021 in 2022

	2020 (realizirano)	2021 (napoved)	2022 (napoved)
trg Republike Slovenije	1.800	3.000	5.300
AVANT CAR + eFrend	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
tržni delež v %	[0-5] %	[5-10] %	[5-10] %

Vir: Ocena Agencije na osnovi podatkov konkurentov in priglasiteljev.

63. Iz ocene v tabeli 1 je razvidno, da bosta podjetji AVANT CAR in [REDACTED] po izvedeni koncentraciji v letu 2022, na trgu dobave in namestitve polnilnih postaj v Republiki Sloveniji, skupaj dosegli tržni delež, ki bo nižji od [10-20] %. Agencija ugotavlja, da gre za dokaj nov, po velikosti še relativno majhen trg⁴⁷, ki pa je odprt in se nahaja v fazi hitre rasti. Zaradi navedenega znotraj trga različna podjetja ustvarjajo in iščejo svoje priložnosti. Agencija je zaznala vsaj 15 podjetij, ki na tak ali drugačen način v svoje ponudbe vključujejo polnilne postaje, med njimi so elektro-energetska podjetja, inštalaterska podjetja, svetovalna podjetja, specializirani trgovci, in druga podjetja. Skupno vsem pa je širjenje znanja o e-mobilnosti in pospeševanje prehoda na čistejši način transporta.
64. Glede na navedeno in ugotovitve Agencije v točki 44, in točki 51, ni razvidno, da bi priglašena koncentracija povzročila povečanje moči udeleženih podjetij, posamično ali skupno, ki bi imelo za posledico bistveno zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence na območju Republike Slovenije, zlasti ne bo prišlo do nastanka ali krepitve prevladujočega položaja na upoštevni trg.

Trg zagotavljanja storitev e-mobilnosti

65. Oba upoštevna trga, trg zagotavljanja storitev e-mobilnosti in trg dobave in namestitve polnilnih postaj za e-vozila, sta glede velikosti in dinamike močno povezana s trgom proizvodnje in prodaje e-vozil⁴⁸, le ta pa je močno povezan z mednarodnimi sporazumi (Kjotski

⁴⁶ Dokument št. 3061-38/2020-6.

⁴⁷ Povprečna zasebna polnilna postaja stane okoli 1.000 EUR, medtem ko so javne polnilne postaje lahko precej dražje.

⁴⁸ Med e-vozila štejejo baterijska električna vozila (BEV) in priključna hibridna električna vozila PHEV.

protokol, Pariški podnebni sporazum, Okvir podnebne in energetske politike EU in drugi podrejeni zakonodajni okvirji) sprejetimi v zvezi s preprečevanjem podnebnih sprememb in s tem povezanim zmanjševanjem toplogrednih izpustov, zaradi katerih se globalna avtomobilska industrija vse bolj preusmerja iz klasične v električno. Vse večji izbor e-vozil⁴⁹, napredek baterijske tehnologije, dostopnejše cene zaradi začetka ekonomije obsega in različne spodbude držav tako kupcem kot proizvajalcem e-vozil⁵⁰, so pglavitni razlogi za rast prodaje, ki je na svetovni ravni narasla na 2,1 mio prodanih e-vozil v letu 2019. Skupna prodaja e-vozil je s tem narasla na 7,2 mio, od tega je največ e-vozil na Kitajskem, 2,3 mio, sledita Evropa z 1,2 mio in ZDA z 1,1 mio e-vozil, še v letu 2013 je bilo na svetu registriranih manj kot 0,5 mio e-vozil.⁵¹ Napovedi za globalno število registriranih e-vozil za leto 2030 se giblje med 75 mio in 139 mio vozil.⁵² Cilj Komisije je, da bi v Evropi leta 2030 vozilo po cestah najmanj 28 mio e-vozil.⁵³

66. V Republiki Sloveniji je število registriranih osebnih avtomobilov na hibridni pogon (PHEV) preseglo število 6.800, število električnih osebnih avtomobilov (BEV) se je v letu 2019 glede na leto 2018 povečalo za 53 % in je doseglo skoraj 2.000 registriranih avtomobilov. Skupno so slovenski avtomobilski trgovci v letu 2019 prodali 584 električnih avtomobilov, kar pomeni 0,8 % delež vseh prodanih avtomobilov.⁵⁴
67. Električna vozila, ki se prodajo na trgu, se uporabljajo tako za osebno, kot tudi poslovno rabo, med drugim tudi za potrebe najema in souporabe vozil. Mobilnost, zlasti v mestih postaja pametnejša, na kar kaže tudi digitalizacija, saj vozila omogočajo povezljivost in s tem spremljanje njihovega stanja ter uporabo v okviru različnih poslovnih modelov s strani širšega kroga ljudi v realnem času. Mesta bodo zato v prihodnje kombinirala več načinov prevoza - vključno z zasebnimi avtomobili, javnim prevozom, robo-taksiji, robo-shuttli, mikromobilnostjo (delitev e-skuterjev in e-koles), kolesarjenjem in hojo v integrirane prometne sisteme za boj proti zastojem in onesnaževanju ter s tem za povečanje kakovosti življenja. Dolgoročno se pričakuje, da bo ponudba storitev in izdelkov e-mobilnosti potekala v sklopu različnih tipov ekosistemov. Literatura omenja več možnih oblik, in sicer ekosistem s središčem skupine avtonomnih vozil, ekosistem s središčem proizvajalca vozil, ekosistem, ki ga vodi investitor in ekosistem z odprto platformo. Skupno vsem tem ekosistemom je oziroma bo, zagotoviti celovit dostop do različnih storitev e-mobilnosti potrošnikom ali drugim strankam.⁵⁵
68. Priglasitelja navajata, da večjih ovir za vstop na zadevni upoštevni trg ni. Trenutno so na geografskem trgu Republike Slovenije prisotni predvsem naslednji ponudniki storitev e-mobilnosti: HOA PROJEKT d.o.o., PETROL d.d., Ljubljana, PORSCHE SLOVENIJA, d.o.o., DRUŠTVO E-MOBILNOST SLOVENIJA, zelenec d.o.o., ELEKTRO LJUBLJANA d.d., GEN-I, METREL d.d. in oba priglasitelja. Poleg naštetih so na trgu prisotni tudi proizvajalci/ponudniki e-vozil, ki hkrati s ponudbo e-vozil ponujajo tudi svetovanje v zvezi z e-mobilnostjo.⁵⁶
69. Skupno podjetje na zadevnem upoštevem trgu še ni dejavno, načrtuje pa na področju izvajanja storitev električne mobilnosti v obdobju od leta 2021 do leta 2023 izvesti raznovrstne

⁴⁹ Vzrok za povečano število elektrificiranih modelov vozil so nova pravila Evropske unije (Cilji za leto 2020/2021), ki bodo močno kaznovala proizvajalce avtomobilov, če se povprečni izpusti CO2 avtomobilov, ki jih prodajo, dvignejo nad 95 gramov na kilometer. Če proizvajalci avtomobilov presežejo to mejo, bodo morali plačati globo 95 evrov za vsak presežen gram nad mejo 95 gramov, pomnoženo s skupnim številom avtomobilov, ki jih prodajo.

⁵⁰ V letu 2019 je EU zagotovila 60 milijard EUR za investicije v razvoj in proizvodnjo e-vozil ter baterijsko tehnologijo.

⁵¹ Vir: <https://www.virta.global/global-electric-vehicle-market>, vpogled z dne 19. 1. 2021.

⁵² Vir: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2020>, vpogled z dne 20. 1. 2021.

⁵³ Vir: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-12-03/eu-aims-to-have-30-million-electric-cars-on-the-road-by-2030>, vpogled z dne 20. 1. 2021.

⁵⁴ Vir: <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/8827>, vpogled z dne 20. 1. 2021.

⁵⁵ Dokument št. 3061-38/2020-1.

⁵⁶ Dokument št. 3061-38/2020-1.

storitve [REDACTED]
[REDACTED]) za okoli [REDACTED] do [REDACTED] strank, med njimi tako lastnikov električnih vozil, kot tudi zgolj uporabnikov storitev e-mobilnosti ali tistih, ki bodo izvajali storitve iz področja e-mobilnosti. Skupno podjetje si bo prizadevalo, da bo v svojo ponudbo zajelo čim širši krog uveljavljenih in kredibilnih ponudnikov storitev e-mobilnosti, hkrati pa tudi pomagalo k širitvi strokovnih znanj in s tem pripomoglo k visoko-strokovni ravni storitev novih ponudnikov. Na ta način bo prispevalo k razvoju tega trga v Republiki Sloveniji in v EU in zagotavljalo konkurenčne tržne pogoje za uporabnike, s čimer bo omogočalo prehod populacije v zeleno mobilnost, kar je eden od strateških ciljev EU.⁵⁷

70. Priglasitelja navajata, da zaradi negotovosti trga storitev e-mobilnosti, ki se šele oblikuje, tržnih deležev na nacionalni ali evropski ravni ni mogoče zanesljivo oceniti, saj je ponudba po trgih zelo razdrobljena in je prodaja teh storitev praviloma zajeta v skupni prodaji podjetij in za zdaj ni javno dostopna. Priglasitelja ocenjujeta, da bo tržni delež podjetja [REDACTED] na tem produktnem/storitvenem trgu na območju Republike Slovenije znašal manj kot [5-10] %.
71. Glede na navedeno in ugotovitve Agencije v točki 45, in točki 52, ni razvidno, da bi priglašena koncentracija povzročila povečanje moči udeleženih podjetij, posamično ali skupno, ki bi imelo za posledico bistveno zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence na območju Republike Slovenije, zlasti ne bo prišlo do nastanka ali krepitve prevladujočega položaja na upoštevem trgu.

V. ZAKLJUČEK

72. Na podlagi posredovanih podatkov priglasiteljev koncentracije, konkurentov in ob upoštevanju drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo ustanovitve skupnega podjetja [REDACTED] s strani podjetij AVANTCAR in AMZS 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.

VI. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

73. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku⁵⁸ 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.

⁵⁷ Dokument št. 3061-38/2020-1.

⁵⁸ Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, 105/06-ZUS-1, 126/07, 65/08, 47/09 Odl.US: U-I-54/06-32 (48/09 popr.), 8/10 in 82/13.

POUK O PRAVNEM SREDSTVU

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

Zadeve v postopku sodnega varstva po ZPOMK-1 so nujne in o njih sodišče odloča prednostno. Skladno z Odredbo o posebnih ukrepih iz 83.a člena Zakona o sodiščih zaradi razglašene epidemije nalezljive bolezni COVID-19 na območju Republike Slovenije (Su 407/2020) v nujnih zadevah procesni roki tečejo.

Postopek vodil:
mag. Andrej Golob

Andrej Matvoz
predsednik senata

Vročiti:

- AVANT CAR, poslovni inženiring, d.o.o., Dunajska cesta 140, 1000 Ljubljana – **osebno po ZUP.**
- AMZS družba za opravljanje storitev članom AMD in drugim udeležencem v cestnem prometu d.d., Dunajska cesta 128A, 1000 Ljubljana – **osebno po ZUP; po pooblaščenju: AVANT CAR, poslovni inženiring, d.o.o., Dunajska cesta 140, 1000 Ljubljana.**

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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