



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97

F: 01 478 36 08

E: gp.avk@gov.si

www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-9/2020-14

Datum: 24. 4. 2020

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 dr. Aleša Kuharja, Andreja Praha, Francija Pušenjaka in mag. Karle Pinter kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Shoppster, spletna trgovina, d.o.o., Brnčičeva ulica 49A, 1231 Ljubljana - Črnuče (v nadaljevanju: Shoppster), ki ga zastopa direktorica Bernarda Trebušak Jecl, in ki ga po pooblastilu zastopa Odvetniška družba Pantelič in partnerji o.p., d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana, in IDEO PLUS spletna prodaja d.o.o., Pot k sejmišču 30, 1231 Ljubljana – Črnuče (v nadaljevanju: IDEO PLUS), ki ga zastopa direktor Bojan Pelcar, na nejavni seji dne 24. 4. 2020 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji pridobitve kontrole podjetja Shoppster, spletna trgovina, d.o.o., Brnčičeva ulica 49A, 1231 Ljubljana - Črnuče, nad podjetjem IDEO PLUS spletna prodaja d.o.o., Pot k sejmišču 30, 1231 Ljubljana – Črnuče, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 5. 3. 2020 prejela priglasitev koncentracije podjetij Shoppster (v nadaljevanju tudi prigrasitelj) in IDEO PLUS (v nadaljevanju tudi prevzeto podjetje). Koncentracijo je prigrasilo podjetje Shoppster.²
2. Predmet koncentracije je pridobitev celotnega poslovnega deleža v podjetju IDEO PLUS, ki ga bo prigrasitelj pridobil na podlagi Memoranduma o soglasju v zvezi s prodajo deležev družbe IDEO PLUS z dne 5. 2. 2020, sklenjenega med Bojanom Pelcarjem kot prodajalcem, podjetjem IDEO PLUS kot družbo, podjetjem United Link, spletni marketing, d.o.o. kot

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

² Dokument št. 3061-9/2020-1.

kupcem³ in podjetjem UNITED GROUP B.V. kot porokom (v nadaljevanju: Memorandum)⁴. Koncentracijo je priglasilo podjetje Shoppster.

2. V skladu s prvim odstavkom 43. člena ZPOmK-1 morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe ali objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči s prvim od teh dogodkov. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih natančneje določa na podlagi šestega odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij.⁵ Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj dopolnil dne 27. 3. 2020.⁶
3. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah⁷ je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.⁸
4. Podjetje Shoppster je bilo ustanovljeno julija 2019 z namenom opravljanja storitev trgovine na drobno po pošti ali internetu, kot glavne dejavnosti. Priglasitelj namerava začeti izvajati redno poslovno dejavnost po izvedbi transakcije, ki je predmet te priglasitve.⁹
5. Priglasitelj je v 100 % lasti podjetja Slovenia Broadband S.à r.l. iz Luxembourgga (v nadaljevanju: Slovenia Broadband), ki predstavlja holding družbo, odgovorno za upravljanje podjetij, lociranih na področju Srednje Evrope in sodi v skupino podjetij United Group. Podjetje Slovenia Broadband je pod kontrolo mednarodnega naložbenega sklada BC Partners iz Londona (v nadaljevanju: podjetje BC Partners), ki jo izvaja preko
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]
[redacted]¹⁰
6. Na območju Republike Slovenije med podjetji iz skupine United Group največ prometa ustvarijo telekomunikacijska podjetja, in sicer: Telemach d.o.o. (v nadaljevanju Telemach), Telemach Tabor d.d., Telemach Tezno d.d., Telemach Pobrežje d.d., Telemach UG d.o.o. in Telemach Bosnia, sledijo jim podjetja, ki dobavljajo licenčne pravice za retransmisijo TV vsebin in TV programov, in sicer: United Media Sarl (Luksemburg), Fight Channel d.o.o. (Hrvaška) in United Media Network AG (Švica), tem sledijo podjetja, ki ponujajo storitve oglaševanja: Cas Media d.o.o. (Slovenija), Direct Media d.o.o. (Srbija), Fusion Communications d.o.o. (Srbija), Direct Media d.o.e.l. (Makedonija), Direct Media Tirana (Albanija), Direct Media d.o.o. (Črna Gora), Media Point d.o.o. (Srbija), Promedia Priština (Kosovo), Cas Media d.o.o. (Srbija), Nova TV d.d. (Hrvaška) in Nova BH d.o.o. (BIH), in še podjetja, ki se ukvarjajo s produkcijo TV vsebin, ta so: (United Media Production SI d.o.o., United Media Production d.o.o. (Srbija) in Grand Production d.o.o. (Srbija)).¹¹

³ V trenutku podpisa Memoranduma se je firma podjetja glasila United Link d.o.o., dne 19.2.2020 pa je bila s spremembo Akta o ustanovitvi spremenjena v Shoppster d.o.o., priloga 5.

⁴ Dokument št. 3061-9/2020-1, priloga 4.

⁵ Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

⁶ Dokument št. 3061-9/2020-9.

⁷ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5, 14/15-ZUUJFO, 84/15-ZZelP-J, 32/18-ZKZaš.

⁸ Plačilo 27. 2. 2020.

⁹ Dokument št. 3061-9/2020-1.

¹⁰ Dokument št. 3061-9/2020-1.

¹¹ Dokument št. 3061-9/2020-9.

7. Podjetje IDEO PLUS opravlja storitve trgovine na drobno preko spleta, in sicer upravlja spletno trgovino 'Ideo.si', preko katere kupcem ponuja potrošniške izdelke kot so: gospodinjski aparati, vse za dom, pohištvo, delavnica in orodje, vse za vrt, zdravje in nega, avdio, video in foto izdelki, računalništvo, šport in prosti čas, igrače in izdelki za otroke ter avtomobilizem.¹² Prevzeto podjetje je bilo pred zadevno koncentracijo v izključni lasti fizične osebe Bojana Pelcarja in po navedbah v prigrasitvi nima odvisnih podjetij.
8. Priglasitelj je podal gospodarsko utemeljitev koncentracije in pri tem navedel, da predmetna koncentracija omogoča povezljivost in združitvev priglasiteljeve načrtovane dejavnosti in že vzpostavljene dejavnosti prevzetega podjetja ter na tej osnovi boljšo dosegljivost priglasiteljevih storitev kupcem. Ker ima priglasiteljeva skupina povezanih podjetij večje vire za investiranje kot podjetje IDEO PLUS, bo transakcija priglasitelju omogočila izvedbo njegovih poslovnih načrtov, ki se nanašajo na celovito konvergenco ponudb storitev spletne prodaje in hkratne posodobitve ponudbe storitev prevzetega podjetja. Na takšni podlagi bo podjetje Shoppster lahko hitreje in učinkoviteje vzpostavilo polni obseg opravljanja svojih dejavnosti ter uporabnikom ponujalo kvalitetne, obširne in konkurenčne storitve na dolgoročni osnovi.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

9. ZPOmK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer: (i) pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij; (ii) kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij; ali (iii) kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 pomeni tako imenovani pravni pogoj, ki je poleg izpolnjevanja ekonomskega pogoja, določenega v prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1, nujni opredelilni element koncentracije. Če sta izpolnjena oba pogoja, nastane obveznost prigrasitve in presoje po ZPOmK-1.
10. Drugi odstavek 10. člena ZPOmK-1 določa, da kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, in sicer zlasti: (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja; (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.
11. Iz Prečiščenega obvestila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (v nadaljevanju: Obvestilo Komisije) izhaja, da izključna kontrola obstaja, če lahko samo eno podjetje izvaja odločilni vpliv nad drugim podjetjem. Odločitve, bistvene za strateško gospodarsko ravnanje podjetja, vključujejo odločitve o vprašanih, kot so finančni načrt, poslovni načrt, glavne investicije ali imenovanje višjega vodstva in presegajo odločitve, ki so običajne za zaščito pravic manjšinskih delničarjev (npr. odločitve o bistvu skupnega podjetja, kot so na primer spremembe statuta, povečanje ali zmanjšanje kapitala ali likvidacija)¹³.

¹² Dokument št. 3061-9/2020-1.

¹³ Obvestilo Komisije, odstavki od 54 do 61 in od 65 do 73.

12. V obravnavanem primeru je koncentracija nastala dne 5. 2. 2020, ko je bil podpisan Memorandum, ki služi kot predpogodba, na podlagi katere bo med strankami Memoranduma sklenjena Pogodba o prodaji in nakupu poslovnega deleža prodajalca v podjetju IDEO PLUS, ko bodo izpolnjeni vsi z navedeno predpogodbo dogovorjeni pogoji. Transakcija se nanaša na pridobitev 100 % poslovnega deleža v prevzetem podjetju s čimer bo podjetje Shoppster postalo edini družbenik oziroma izključni lastnik prevzetega podjetja, s tem bo podjetje Shoppster pridobilo izključno kontrolo nad podjetjem IDEO PLUS. Ker takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, Agencija ugotavlja, da je v obravnavanem primeru pravni pogoj izpolnjen.

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

13. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 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, presegel 1 mio EUR.
14. Iz priloženih finančnih podatkov priglasitelja izhaja, da je podjetje Shoppster skupaj z drugimi podjetji v skupini v letu 2019 na trgu Republike Slovenije doseglo skupni letni promet v višini [REDACTED] EUR. Letni promet podjetja IDEO PLUS pa je v letu 2019 na trgu Republike Slovenije znašal [REDACTED] EUR.¹⁴ Navedeno pomeni, da je v primeru presoje pridobitve izključne kontrole podjetja Shoppster nad podjetjem IDEO PLUS presežen prag 35 milijonov EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1 ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
15. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru predmetne koncentracije sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1.

C Pristojnost Agencije

16. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij¹⁵ (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije¹⁶ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.¹⁷
17. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij

¹⁴ Dokument št. 3061-9/2020-1.

¹⁵ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

¹⁶ 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.

¹⁷ 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.

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.

18. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, saj je podjetje IDEO PLUS v letu 2019 na trgu EU ustvarilo ██████ EUR, kar pomeni, da niso doseženi pragovi iz (b) točke drugega oziroma pragovi iz (b), (c) in (d) točke tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU, niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah. Zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence na Agenciji.

III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

19. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s 7. točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.
20. Pri presoji koncentracije je Agencija najprej ugotavljala, ali prihaja do horizontalnega ali vertikalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ali delov podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih, za vertikalne koncentracije pa štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige.
21. Priglasitelj sodi v skupino United Group, katere podjetja so na območju jugovzhodne Evrope dejavna na področju telekomunikacij, v okviru katerega svojim naročnikom ponujajo storitve prenosa televizijskih vsebin, storitve širokopasovnega dostopa do interneta, storitve fiksne telefonije in mobilne telefonije. Poleg tega pa se podjetja v skupini priglasitelja ukvarjajo tudi z veleprodajo dobave TV programov, storitvami oglaševanja in produkcijo TV vsebin.¹⁸
22. Osnovna dejavnost podjetja IDEO PLUS je trgovina na drobno preko spleta, prevzeto podjetje preko spletne trgovine 'Ideo.si' kupcem ponuja izdelke namenjene končni porabi

¹⁸ Vir: <https://united.group/about/> in Dokument št. 3061-9/2020-1.

potrošnikov kot so: gospodinjski aparati, vse za dom, pohištvo, delavnica in orodje, vse za vrt, zdravje in nega, avdio, video in foto izdelki, računalništvo, šport in prosti čas, igrače in izdelki za otroke ter avtomobilizem.

23. Priglasitelj ocenjuje, da je z vidika zadevne koncentracije pomemben trg trgovina na drobno preko spleta in pri tem pojasnjuje, da na navedenem trgu trenutno aktivno nastopa zgolj prevzeto podjetje, medtem ko bo podjetje Shoppster začelo s poslovanjem šele po zaključku zadevne transakcije. Druga v koncentraciji udeležena podjetja skupaj s povezanimi podjetji po navedbah priglasitelja prav tako ne nastopajo na trgu trgovine na drobno preko spleta na območju Republike Slovenije. Priglasitelj v nadaljevanju navaja, da povezano podjetje priglasitelja, podjetje Telemach sicer ponuja tudi možnost spletnega naročanja telefonskih aparatov in nekaterih drugih elektronskih naprav, vendar pojasnjuje, da pri tem ne gre za samostojno dejavnost spletne prodaje, temveč za dodatno ugodnost, ki jo podjetje Telemach ponuja svojim naročnikom storitev v okviru določenih paketov ter da ne gre za spletno trgovino v smislu dejavnosti prevzetega podjetja.
24. Agencija je preverila spletno stran priglasitelja in tudi spletne strani ostalih nacionalnih operaterjev telekomunikacij. Pri tem je ugotovila, da imajo podjetja Telemach, T-2, A1 in Telekom Slovenije podobno organizirane spletne strani, na katerih obstoječim in novim naročnikom nudijo storitve elektronskih komunikacij, katere je možno naročiti/kupovati preko spleta in preko drugih prodajnih kanalov. V okviru ponudbe mobilnih telekomunikacij vsi navedeni operaterji preko svojih spletnih strani prodajajo mobilne telefonske aparate v sklopu paketov mobilnih storitev¹⁹. Nekateri operaterji v okviru drugih paketov storitev elektronskih komunikacij ponujajo/prodajajo tudi TV aparate, tablične računalnike in podobne izdelke.²⁰ Podjetje Telekom Slovenije je edino, ki ima v času pisanja obrazložitve te odločbe na svojih spletnih straneh vzpostavljeno spletno trgovino, ki je primerljiva z spletno trgovino podjetja IDEO PLUS, se pravi, da prodaja nabor najrazličnejših izdelkov, ki so primerni za prodajo preko spleta, s tem da je moč zaznati več ponudbe pri izdelkih razporejenih v kategorije telefonija, računalništvo, igričarstvo, avdio, video in foto.²¹
25. Evropska komisija (v nadaljevanju: Komisija) je v svojih preteklih odločitvah na področju trgovine na drobno sprva razlikovala med trgov prodaje živilskega blaga na drobno in trgov prodaje neživilskega blaga na drobno.²² Trg prodaje neživilskega blaga na drobno Komisija nadalje deli po dveh kriterijih, in sicer glede na kategorije izdelkov in glede na prodajni kanal.²³
26. Tržne raziskave Komisije so potrdile, da je trg prodaje neživilskega blaga na drobno potrebno nadalje deliti na sledeče kategorije izdelkov: (i) oblačila in obutev, (ii) pohištvo in oprema za dom, (iii) elektronika in gospodinjski aparati, (iv) hišni dekor in izdelki za vrt, (v) zdravje in kozmetika, (vi) igrače in družabne igre, (vii) izdelki za šport in taborjenje. Določene kategorije bi bilo nadalje smiselno deliti v podkategorije, kot na primer oblačila, ki se lahko ločijo od obutve in se naprej delijo na moška, ženska in otroška oblačila. Izdelki znotraj posamezne kategorije praviloma niso substituti izdelkom znotraj katerekoli druge kategorije, pri tem so si bistveno različne tudi konkurenčne prednosti znotraj posameznih kategorij, na

¹⁹ Tipični paket pomeni za naročnika/kupca nakup mobilnega telefona po ugodni ceni, ki je, oziroma naj bi bila nižja od cene istega mobilnega telefona v prosti prodaji, s pogojem, da sklene naročniško razmerje za obdobje 24 mesecev. Pri tem je za kupca ugodnost tudi obročno odplačevanje mobilnega telefona.

²⁰ Na primer, če pri določenem operaterju stranka sklene naročniško razmerje za paket trojček (širokopasovni dostop do interneta, prenos televizijskih vsebin in fiksna telefonija) pridobi kot bonus, oziroma lahko kupi po neki simbolični ceni na primer še TV sprejemnik ali tablični računalnik ali fiksni telefon.

²¹ Vir: <https://www.telekom.si/zasebni-uporabniki/ponudba/e-trgovina>; vpogled z dne 18. 3. 2020.

²² Odločba Komisije št. COMP/M.070 – Otto/Grattan z dne 21.3.1991, in COMP/M.5721 – Otto/Primondo z dne 16. 2. 2010.

²³ Odločba Komisije št. COMP/M.4226 – DSGI/Fotovista z dne 29.6.2006 in COMP/M.4392 – DSGI/FR-Invest/F-Group JV z dne 30. 11. 2006.

trgu tako nastopa množica udeležencev specializiranih za prodajo zgolj ene ali tudi več kategorij izdelkov.²⁴ Komisija je v svojih dosedanjih odločitvah pustila natančno razčlenitev zadevnega trga odprto.

27. Po kriteriju prodajnega kanala je Komisija trg prodaje neživilskega blaga na drobno v grobem delila na tako imenovane »online« (spletno naročanje, naročanje preko e-pošte) in »offline« (obisk klasičnih prodajaln, letaki) prodajne kanale. Pri tem je ugotovila, da se potrošniki vse bolj poslužujejo vseh možnih vrst in oblik nakupovanja in da lahko te oblike enostavno menjajo in kombinirajo, kakor jim v konkretnem primeru nakupovanja najbolj ustreza. V tržni raziskavi zadeve Media-Saturn/Redcoon so anketiranci različne prodajne kanale šteli za medsebojno zamenljive, saj potrošniki vedno bolj primerjajo cene v fizičnih poslovalnicah s cenami na spletu, temu ravnanju potrošnikov pa sledijo tudi trgovci, ko določajo cene po posameznih prodajnih kanalih.²⁵ Po drugi strani pa tržna raziskava Komisije v zadevi Otto/Primondo Assets ni zagotovila dovolj dokazov, ki bi zadostovali za sklep, da vsi prodajni kanali tvorijo enoten storitveni upoštevni trg. Veliko anketirancev različnih maloprodajnih kanalov ni smatralo za medsebojno zamenljive, so pa menili, da bi to lahko bili v primerih, ko gre za prodajo standardiziranih proizvodov, katerih lastnosti so podrobno in jasno navedene, kot so to na primer elektronski izdelki.²⁶ Tudi v zadevi Carphone Warehouse/Dixons je večina anketirancev trdila, da potrošniki štejejo klasično maloprodajo in spletno prodajo za zamenljivo v primeru nakupov izdelkov, kot sta mobilni telefon in tablični računalnik. Velika večina anketirancev je v tem primeru tudi potrdila, da potrošniki primerjajo cene v fizičnih poslovalnicah s tistimi v spletnih trgovinah preden dejansko izvedejo nakup, pri čemer so poudarili pomembnost fizičnih poslovalnic, saj se potrošniki pred nakupom pogosto želijo posvetovati z usposobljenim osebjem in/ali neposredno pregledati izdelek.²⁷ Temu dejstvu se vse bolj prilagajajo tudi spletni trgovci, ki so v zadnjem času začeli odpirati fizične prodajalne²⁸. V vseh treh primerih je Komisija vprašanje, ali vsi maloprodajni kanali predstavljajo enotni storitveni upoštevni trg, pustila odprto.
28. Agencija v dosednji praksi ni dokončno opredelila trga prodaje neživilskega blaga na drobno glede na prodajni kanal, kakor tudi ne, glede na kategorije izdelkov.²⁹ Ker v primeru zadevne koncentracije ni izkazan sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevni storitvenih trgov, Agencija tudi v tem primeru trga dokončno ne opredeljuje.

B Upoštevni geografski trg

28. Upoštevni geografski trg je v skladu z 8. točko 3. člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodnem oziroma storitvenem trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevni geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
32. Priglasitelj opredeljuje upoštevni geografski trg na nacionalni ravni, to je na območju Republike Slovenije, pri čemer svoje opredelitve ne pojasnjuje.

²⁴ COMP/M.5721 – Otto/Primondo z dne 16.2.2010, COMP/M.6226 – Media-Saturn/Redcoon z dne 23. 6. 2011.

²⁵ COMP/M.6226 – Media-Saturn/Redcoon z dne 23. 6. 2011.

²⁶ COMP/M.5721 – Otto/Primondo, z dne 16. 2. 2010.

²⁷ COMP/M.7259 – Carphone Warehouse/Dixons z dne 25. 6. 2014.

²⁸ Amazon, vodilni svetovni spletni trgovec, je pričel z odpiranjem fizičnih prodajaln pred petimi leti, v Sloveniji je februarja letos svojo prvo fizično prodajalno odprl vodilni slovenski spletni trgovec Mimovrste.

²⁹ Odločba Agencije št. 3016-6/2016-10 z dne 5. 5. 2016, Odločba Agencije št. 3061-27/2017-71 z dne 12. 4. 2018 in Odločba Agencije št. 3061-41/2018-16 z dne 25. 4. 2019.

33. Komisija trgom prodaje neživilskega blaga na drobno (vključujoč spletno trgovino) v svoji pretekli praksi večinoma dodeljuje nacionalno komponento, in sicer zaradi faktorjev kot so: jezikovna bariera, stroškovne in časovne omejitve pri dostavah, cenovne razlike med državami, ter dejstva da so marketinške akcije večinoma usmerjene na kupce v določenih državah.³⁰
34. Glede na to, da tudi natančna opredelitev upoštevnege geografskega trga ne spremeni presoje zadevne koncentracije, saj le-ta ne vzbuja pomislekov glede skladnosti s pravili konkurence niti ob najožji definiciji geografskega trga, ga Agencija dokončno ni opredelila.

C Presoja koncentracije

33. V skladu z 11. členom ZPOmK-1 so prepovedane koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali 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.
34. Agencija ugotavlja, da na trgu spletne prodaje neživilskega blaga na drobno prihaja do delnega horizontalnega prekrivanja dejavnosti povezanega podjetja priglasitelja (podjetja Telemach) in podjetja IDEO PLUS, in sicer na segmentu prodaje mobilnih telefonov, vendar gre pri podjetju Telemach za prodajo mobilnih telefonov izključno preko ponudbe paketov³¹, se pravi z vezavo na njihove storitve mobilne telefonije, medtem ko prevzeto podjetje prodaja mobilne telefone samo v prosti prodaji. Agencija zato ocenjuje, da podjetji Telemach in IDEO PLUS poslujeta na različnih upoštevni trgih, in sicer podjetje Telemach služi na trgu storitev mobilne telefonije, na katerem kot obrobno/povezano storitev ponuja tudi možnost spletnega nakupa mobilnih telefonov, na drugi strani pa ima podjetje IDEO PLUS spletno trgovino, na kateri poleg vseh ostalih kategorij neživilskega blaga končnim potrošnikom prodaja tudi mobilne telefone.
35. Glede na javno dostopne podatke se večina (okoli 80 %) mobilnih telefonov proda preko operaterjev mobilnih telekomunikacij, ostali mobilni telefoni se prodajo v prosti prodaji. Priglasitelj je ocenil trg celotne prodaje mobilnih telefonov v Republiki Sloveniji za leto 2019 na ████████ EUR. Izhajajoč iz te ocene, se je preko operaterjev mobilnih telekomunikacij prodalo za okoli ████████ EUR ter v prosti prodaji za okoli ████████ EUR. Nadalje je priglasitelj navedel, da je podjetje Telemach v letu 2019 v Republiki Sloveniji prodalo za ████████ EUR mobilnih telefonov, kar glede na njegovo oceno celotnega trga prodaje mobilnih telefonov v Republiki Sloveniji predstavlja [10-20] % tržni delež.³² Agencija ocenjuje, da je

³⁰ COMP/M.8274 - Cinven/Permira/Allegro/Ceneo z dne 21. 12. 2016 in COMP/M.5721 – Otto/Primondo z dne 16. 2. 2010.

³¹ Dne 24. 3. 2020 je podjetje Telemach na svojih spletnih straneh (Vir: <https://telemach.si/mobilna-telefonija/narocniski-paketi>) omogočalo nakup mobilnih telefonov prek paketov VEČ, VEČ IMAM in predplačniških paketov. Ker podjetje Telemach pri ponudbah mobilnih telefonov objavlja tudi ceno brez vezave, je Agencija preverila, če je možno mobilni telefon kupiti tudi v prosti prodaji po objavljeni ceni brez vezave in dobila odgovor, da to ni možno. Cena brez vezave je zgolj informativna, tako da je kupec takoj seznanjen s prihrankom, če določen mobilni telefon kupi prek določenega paketa. Ker je danes pri ponudbi paketov najbolj zanimiv čim večji obseg prenosa podatkov, je cena mobilnih telefonov v paketih z večjim obsegom ponujenega prenosa podatkov nižja, seveda pa so paketi, ki ponujajo večji obseg prenosa podatkov dražji. Pet modelov mobilnih telefonov v sklopu predplačniških paketov FREE2GO je na trgu možno kupiti tudi v fizičnih in spletnih poslovalnicah podjetij kot so BIG BANG, Mercator, Harvey Norman, Petrol, Pošta Slovenije in drugih, vendar podjetja IDEO PLUS ni med njimi.

³² Dokument št. 3061-9/2020-9, dokument št. 3061-9/2020-11.

tržni delež podjetja Telemach višji od [10-20] %, pri tem se naslanja na podatke Agencije za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije, po katerih je imelo podjetje Telemach v letu 2019 22,3 % tržni delež glede na vse aktivne uporabnike mobilne telefonije³³. V primeru, da je 20 % aktivnih uporabnikov mobilne telefonije podjetja Telemach nabavilo mobilne telefone v prosti prodaji, bi tržni delež podjetja Telemach lahko znašal [10-20] %. Podjetje IDEO PLUS je prek svoje spletne trgovine prodalo za █████ EUR mobilnih telefonov³⁴, kar glede na oceno trga celotne prodaje mobilnih telefonov predstavlja zgolj [0-5] % tržni delež in glede na oceno prodaje mobilnih telefonov v prosti prodaji zgolj [0-5] % tržni delež. Agencija glede na navedene podatke ocenjuje, da gre na trgu prodaje mobilnih telefonov za horizontalno prekrivanje zanemarljivega obsega, ne glede na to kako široko ali ozko opredelimo ta trg. Posledično koncentracija na zadevnem opredeljenem upoštevnem trgu ne bo spremenila razmerij moči udeležencev na trgu in zato ne bo imela negativnih učinkov na konkurenco na zadevnem upoštevnem trgu. Agencija tudi ni zaznala morebitnih vertikalnih povezav med dejavnostmi podjetij, ki so v zadevni koncentraciji udeležena.

36. Agencija je v nadaljevanju preverila položaj prevzetega podjetja na trgu spletne prodaje na drobno končnim potrošnikom, in sicer na podlagi podatkov, ki jih je posredoval priglasitelj, ter na podlagi podatkov, ki so javno dostopni.
37. Priglasitelj je podal oceno skupne vrednosti spletne prodaje na drobno končnim potrošnikom na osnovi javno dostopnih podatkov, objavljenih na spletni strani Statističnega Urada Republike Slovenije (v nadaljevanju: SiStat)³⁵. SiStat je objavil, da so v letu 2017 podjetja s spletno prodajo ustvarila okoli 1.805 mio EUR prometa, od tega 72 % s spletno prodajo drugim podjetjem in 28 % s spletno prodajo fizičnim osebam. Leta 2018 je bilo s spletno prodajo ustvarjenega okoli 1.900 mio EUR prometa, od tega 65,5 % z drugimi podjetji in 34,5 % s fizičnimi osebam. Priglasitelj je pomnožil deleže prometa ustvarjenega s fizičnimi osebam z skupnim spletnim prometom in dobil oceno trga spletne prodaje na drobno končnim potrošnikom, in sicer 505 mio EUR za leto 2017 in 655 mio EUR za leto 2018. Priglasitelj ocenjuje, da so ti podatki še najbolj relevantni za trg, na katerem deluje prevzeto podjetje, četudi določen del kupcev prevzetega podjetja predstavljajo tudi nekatera podjetja, ki se odločajo za spletni nakup. Podjetje IDEO PLUS je v letu 2017 ustvarilo █████ in v letu 2018 █████ EUR prometa na območju Republike Slovenije, kar bi glede na zgoraj predstavljene podatke o skupnem trgu, predstavljalo [0-5] % tržni delež za leto 2017 in [0-5] % tržni delež za leto 2018. Po podatkih priglasitelja je prodaja podjetja IDEO PLUS v letu 2019 znašala █████ EUR, kar bi glede na ocenjen trg s strani priglasitelja na 700 mio EUR pomenilo, da je imel priglasitelj v lanskem letu [0-5] % tržni delež.
38. Priglasitelj je v nadaljevanju podal oceno o razvoju trga spletne trgovine na drobno Republikli Sloveniji. Pri tem je navedel, da bo trg rasel sorazmerno s posodabljanjem tehnologij, izboljševanjem kvalitete in povečevanjem pestrosti ponudbe spletnih trgovcev. Zaradi vse večje razširjenosti in dostopa do interneta ter posledično številčnejših računalnikov, pametnih telefonov in tablic postaja spletna prodaja zanimiva, časovno varčna, enostavna in lahko dostopna rešitev za vse večji krog uporabnikov. Agencija dodaja, da k rasti spletne prodaje veliko prispevajo tudi vse bolj varni načini plačevanja.
39. Agencija je preverila podatke iz objavljenih raziskav SiStat in ugotovila, da sta raziskavi obravnavali spletno prodajo izdelkov in storitev podjetij z vsaj 10 zaposlenimi, ki pa prihajajo iz vseh dejavnosti, vključujoč specializirane spletne trgovce, kot tudi ostala podjetja, ki se

³³ Vir: https://eanalitik.akos-rs.si/?tx_agindicator_filter%5Baction%5D=indicator&tx_agindicator_filter%5Bcontroller%5D=Filter&cHash=d3c1174bbffcf60799f33add07212dd; vpogled z dne 27. 3. 2020.

³⁴ Dokument št. 3061-9/2020-11.

³⁵ <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/8486> in <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7771>; vpogled z dne 25. 3. 2020.

prilagajajo nakupovalnim navadam potrošnikov in razširjajo ponudbo/prodajo svojih izdelkov in storitev bodisi prek lastne spletne strani ali prek spletne strani matičnega podjetja, prek mobilnih aplikacij, prek ektraneta ali prek e-tržnic (Booking, Amazon, eBay...) to je spletnih strani, ki jih za prodajo izdelkov ali nudenje storitev uporablja več podjetij in podobno. Vsa ta podjetja so v letu 2018 s spletno prodajo ustvarila 2,4 % vrednosti celotnega ustvarjenega prihodka v Republiki Sloveniji. Pri tem je imelo v letu 2018 spletno stran na internetu 83 % podjetij z vsaj 10 zaposlenimi, 81 % teh podjetij je na spletnih straneh predstavljalo svoje izdelke in storitve, kataloge, informacije o cenah, 18 % teh podjetij pa je omogočalo tudi spletno prodajo, oddajanje naročil ali rezervacij.³⁶

40. Na strani povpraševanja je pomemben podatek o deležu 16-74 letnikov, ki opravijo na leto vsaj 1 spletni nakup, ta delež se je v zadnjih 10 letih več kot podvojil in je za leto 2018 znašal že 51 %. Podatki kažejo, da spletno nakupovanje narašča v vseh starostnih skupinah³⁷. Pri kategorijah izdelkov je prvo računalništvo, kjer se 45 % nakupov opravi prek spleta, sledijo avdio in video s 35 % ter foto ravno tako s 35 % nakupov prek spleta. Dom in vrt pa je kategorija, v kateri kupci iščejo največ informacij na spletu, nakup pa še vedno raje opravijo v fizičnih trgovinah. V primerjavi z Evropo je v Sloveniji zelo veliko površin fizičnih trgovin na prebivalca, kar pomeni, da sta lahko splet in fizična trgovina zelo povezana v nakupnem procesu.³⁸
41. Agencija je iz javno dostopnih podatkov pridobila podatke o skupnih prihodkih podjetij, ki so razvrščena v skupino Trgovina na drobno po pošti ali po internetu³⁹, pri čemer gre predvsem za podjetja, ki so bolj ali manj specializirana za spletno prodajo, med njimi je tudi podjetje IDEO PLUS. Skupni prihodki teh podjetij so v letu 2017 znašali 330 mio EUR, kar pomeni, da je podjetje IDEO PLUS imelo [0-5] % tržni delež v tem letu. V letu 2018 so skupni prihodki znašali 440 mio EUR, iz česar izhaja [0-5] % tržni delež podjetja IDEO PLUS. Do podobne ocene velikosti tržnega deleža podjetja IDEO PLUS, in sicer [0-5] % za leto 2017, je prišla Agencija v zadevi ECE / ELTUS PLUS⁴⁰.
42. Priglasitelj je navedel, da ne razpolaga s podatki o tržnih deležih konkurentov po posameznih letih, ocenjuje pa, da so glavni konkurenti prevzetega podjetja na upoštevem trgu spletne prodaje na drobno končnim potrošnikom naslednja podjetja oziroma spletni trgovci: Mimovrste, enaA.com, Big Bang, nakupovanje.net, Amazon.com, eBay in AliExpress. Tudi Agencija podobno kot priglasitelj smatra naštetih spletnih trgovin za konkurente prevzetega podjetja, s tem, da bi na seznam lahko dodala še naslednje: Merkur spletna prodaja, M Tehnika spletna trgovina, Mojpaket.si, Harvey Norman in druge. Po mnenju priglasitelja kakor tudi Agencije gre vsekakor za dinamičen trg na katerega dnevno vstopajo novi ponudniki, tako samostojni spletni trgovci, kot tudi že uveljavljeni prodajalci blaga na drobno (s prodajalnami v fizični obliki), ki svoji ponudbi dodajajo segment spletne prodaje. Vstop na trg spletne prodaje na drobno je relativno enostaven, saj poleg vzpostavitve spletnega portala ter ureditve dobave in dostave blaga, večje ovire in stroški ne obstajajo. V primerjavi z vzpostavitvijo fizične trgovinske mreže, je pri spletni trgovini obseg stroškov povezanih z nakupom ali najemom ter vzdrževanjem prodajnih in poslovnih prostorov precej manjši.⁴¹
43. Agencija na podlagi navedenega, ob upoštevanju obstoječe in potencialne konkurence ter stanja na trgu spletne prodaje na drobno končnim potrošnikom ugotavlja, da zadevna koncentracija ne bo bistveno zmanjšala ali omejila učinkovite konkurence na upoštevem trgu.

³⁶ Vir: <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7771>; vpogled z dne 25. 3. 2020.

³⁷ Vir: <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/8486>; vpogled z dne 25. 3. 2020.

³⁸ Vir: <https://ikt.finance.si/8944611/Kaksna-je-rast-spletne-trgovine-v-Sloveniji-in-kdo-ima-najvec-od-tega>; vpogled z dne 27. 3. 2020.

³⁹ Vir: Spletni portal Ebonitete.si na osnovi javnih podatkov AJPEŠ.

⁴⁰ Odločba Agencije št. 3061-41/2018-16 z dne 25. 4. 2019.

⁴¹ Dokument št. 3061-9/2020-1.

IV. ZAKLJUČEK

47. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja in ob upoštevanju javno dostopnih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo pridobitve izključne kontrole s strani podjetja Shoppster nad podjetjem IDEO PLUS ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Koncentracija ne bo povzročila bistvenega omejevanja učinkovite konkurence na ozemlju Republike Slovenije, zlasti kot posledice ustvarjanja oziroma krepitev prevladujočega položaja. Agencija zato koncentraciji na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOmK-1 ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

48. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku⁴² 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.

Agencija je predmetni postopek presoje koncentracije obravnavala kot nujni postopek v smislu tretjega odstavka 6. člena Zakona o začasnih ukrepih v zvezi s sodnimi, upravnimi in drugimi javnopravnimi zadevami za obvladovanje širjenja nalezljive bolezni SARS-CoV-2 (COVID-19) (Uradni list RS, št. 36/20) – ZZUSUDJZ. Osebna vročitev predmetne odločbe se tako šteje za opravljeno z dnem dejanske vročitve (6. in 8. člen ZZUSUDJZ). Zadeve v postopku sodnega varstva po ZPOmK-1 so nujne in o njih sodišče odloča prednostno. V času veljave ZZUSUDJZ roki v sodnih zadevah ne tečejo, razen v sodnih zadevah, ki se obravnavajo kot nujne (drugi odstavek 3. člena ZZUSUDJZ).

Postopek vodil:

Andrej Golob

Andrej Matvoz
predsednik senata



Vročiti:

- Shoppster, širokopasovne komunikacije, d.o.o., Brnčičeva ulica 49A, 1231 Ljubljana - Črnuče - **osebno po ZUP; po pooblaščenju:** Odvetniška družba Pantelič in partnerji, o.p., d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana.

⁴² 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.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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