



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO

URAD REPUBLIKE SLOVENIJE ZA VARSTVO KONKURENCE

Kotnikova 28, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97
F: 01 478 36 08
E: uvk.mg@gov.si
www.uvk.gov.si

Številka: 306-4/2012-6
Ljubljana, 22.2.2012

Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence, Kotnikova 28, Ljubljana, je dne 22.2.2012 na nejavni seji, v senatu pod predsedstvom Damjana Matičiča, direktorja Urada, ob sodelovanju Nine Maček in Josipa Falaka kot članov senata, na podlagi tretjega odstavka 46. člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence (UL RS, št. 36/2008, 40/2009, 26/2011 in 87/2011; v nadaljevanju ZPOmK-1), v povezavi z 12. in 13. členom ZPOmK-1, v zadevi priglašene koncentracije podjetij Poslovni sistem Mercator d.d., Dunajska cesta 107, Ljubljana, ki ga zastopa predsednik uprave Žiga Debeljak, in VESNA Trgovsko podjetje, d.d. Glavni trg 5a, Ljutomer, ki ga zastopa Katarina Paal, direktorica podjetja, sprejel naslednjo

ODLOČBO

- 1. Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence priglašeni koncentraciji podjetij Poslovni sistem Mercator d.d., Dunajska cesta 107, Ljubljana in VESNA Trgovsko podjetje, d.d. Glavni trg 5a, Ljutomer, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.**
- 2. Izrek odločbe se na podlagi četrtega odstavka 22. člena ZPOmK-1 objavi na spletni strani Urada.**
- 3. Med postopkom niso nastali dodatni stroški.**

O b r a z l o ž i t e v :

I. PRIGLASITEV KONCENTRACIJE IN UDELEŽENCI POSTOPKA

- Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence (v nadaljevanju: Urad) je dne 9.1.2012 prejel priglasitev koncentracije podjetij VESNA Trgovsko podjetje, d.d. Glavni trg 5a, Ljutomer (v nadaljevanju: TP Vesna, d.d.) in Poslovni sistem Mercator d.d., Dunajska cesta 107, Ljubljana (v nadaljevanju: Mercator, d.d. oz. priglasitelj), ki jo je priglasilo podjetje Mercator, d.d.
- 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 6. odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta vladna Uredba o vsebini in zahtevanih elementih obrazca za priglasitev koncentracije podjetij (Uradni list RS, št.36/09; v nadaljevanju: Obrazec). Zaradi nepopolne priglasitve je bila priglasitev dopolnjena dne 30.1.2012, s čimer je priglasitev postala popolna.

3. V obravnavanem primeru je bil prvi dogodek, s katerim začne teči rok za priglasitev koncentracije podjetij, sklenitev treh pogodb o prodaji in nakupu delnic podjetja TP Vesna, d.d., ki jih je sklenilo podjetje Mercator, d.d. s: (1) podjetjem Vesna Holding družba pooblaščenka, d.d., Glavni trg 5A, 9240 Ljutomer (v nadaljevanju: Vesna Holding, d.d.), dne 30.12.2011, s katero je pridobilo 54,52% kapitalski delež podjetja TP Vesna, d.d., (2) z Jožefom Štefancem, dne 23.12.2011, s katero je pridobilo 0,0019% kapitalski delež podjetja TP Vesna, d.d., ter (3) z Elviro Štuhec, dne 23.12.2011, s katero je pridobilo 0,002% kapitalski delež podjetja TP Vesna, d.d. Na podlagi sklenjenih pogodb je podjetje Mercator, d.d. pridobilo skupni 54,52% kapitalski delež podjetja TP Vesna, d.d., kar skupaj z deležem, ki ga je podjetje Mercator, d.d. v podjetju TP Vesna, d.d. v tistem trenutku že imelo (tj. 45,479%), predstavlja 100% delež podjetja TP Vesna, d.d. V obravnavanem primeru temelji priglašena koncentracija podjetij na pridobitvi izključne kontrole ter s tem odločilnega vpliva podjetja Mercator, d.d. nad podjetjem TP Vesna, d.d.
4. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah (Uradni list RS, št. 106/2010; ZUT-UPB5) je priglasitelj dne 5.1.2012 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.
5. Podjetje Mercator, d.d. je eden največjih trgovcev z izdelki za vsakdanjo rabo v jugovzhodni Evropi, ki ima mrežo z 996 prodajnimi mesti v Republiki Sloveniji. Podjetje Mercator, d.d. nima gospodujočega podjetja v smislu ZPOmK-1, skupaj s podjetji, ki jih neposredno ali posredno nadzoruje pa tvori Skupino Mercator, v katero sodijo naslednja podjetja, ki delujejo na slovenskem trgu: Mercator IP, d.o.o., (100%), M.COM, d.o.o., (100%), M-nepremičnine, d.o.o., Slovenija (100%), Mercator-Optima, d.o.o., Slovenija (100%), Intersport ISI, d.o.o. (100%), Mercator-Emba, d.d., Slovenija (100%), M-energija, energetska družba d.o.o., Ljubljana (100%), Modiana, d.o.o., Slovenija (100%).¹ Najpomembnejša dejavnost Skupine Mercator je trgovina na drobno z izdelki za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu, poleg tega pa Skupina Mercator ponuja tudi številne dopolnjujoče storitve (program izdelkov za dom: gradbeni material, moderno pohištvo in oprema za vse prostore doma in pisarne, sodobne gospodinjske aparate in belo tehniko ter zabavno elektroniko; program nepremičnin: skrb za optimalno upravljanje privlačnosti nakupovalnih središč; druge dejavnosti: program športnih in tekstilnih izdelkov). Po podatkih priglasitelja je bila lastniška struktura podjetja Mercator, d.d. na dan 30.9.2011 naslednja: Pivovarna Union, d.d. (12,33%), NLB, d.d. (10,75%), Pivovarna Laško, d.d. (8,43%), UniCredit Banka Slovenija, d.d. (8,01%), Nova KBM, d.d. (5,24%), Investicijske družbe in vzajemni skladi (16,58%), ostale poslovne banke (12,42%), fizične osebe (14,66%) in ostale pravne osebe (11,57%). Skupina Mercator je imela v letu 2010 2.781.604.000 EUR čistih prihodkov iz prodaje na domačem in tujem trgu², od tega podjetje Mercator, d.d. na trgu Republike Slovenije 1.654.520.000 EUR.³
6. Podjetje TP Vesna, d.d. je trgovsko podjetje lokalnega značaja, ki prodaja živila, pijače ter mešano blago v sedmih poslovnih enotah: Lotmeržanka Ljutomer, Blagovnica odd. 1 Ljutomer, Cven, Razkrižje Šafarsko, Narcisa Veržej, Market Križevci pri Ljutomeru in Banovci. Vse prodajalne market programa podjetja TP Vesna, d.d. od leta 2004 poslujejo pod Mercatorjevo franšizo, prodajalna tehničnega programa M tehnika in gradnja Vesna Ljutomer pa pod agencijsko pogodbo podjetja Mercator, d.d. Lastniška struktura podjetja TP Vesna, d.d. na dan 31.12.2010 je naslednja: Vesna Holding družba pooblaščenka d.d. 54,52% delež (28.776 delnic), podjetje Mercator, d.d. 45,48 % delež (24.004 delnic) in dve fizični osebi 0,004% delež (vsaka po 1 delnico)⁴. Po navedbah priglasitelja izvaja kontrolo nad podjetjem TP Vesna, d.d. podjetje Vesna Holding, d.d., lastniki katerega so zaposleni,

¹ Vir: podatki priglasitelja, dokument opr.št. 306-4/2012-1, str.5.

² Vir: Baza AJPES, konsolidirano letno poročilo Skupine Mercator za leto 2010.

³ Podatki priglasitelja, Obrazec, str.3.

⁴ Letno poročilo 2010 za podjetje TP Vesna, d.d., str. 2.

bivši zaposleni in upokojenci podjetja TP Vesna, d.d. Podjetje Vesna Holding, d.d. je bilo ustanovljeno z namenom izvedbe interne razdelitve in notranjega odkupa delnic podjetja TP Vesna, d.d. ob lastninskem preoblikovanju.

7. Priglasitelj je navedel, da je namen nakupa preostalega, 54,52% deleža podjetja TP Vesna, d.d. v tem, da se ustvarijo pozitivni ekonomski učinki za Skupino Mercator, zlasti pa,

II. PODREJENOST ZPOMK-1

A Koncentracija

8. ZPOMK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer:
- pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij;
 - ali kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladujejo najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij bodisi z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali na kakršenkoli drugačen način pridobi neposreden ali posreden nadzor drugega podjetja ali delov enega ali več podjetij;
 - kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki naj bi bilo samostojen gospodarski subjekt z daljšim trajanjem.
9. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij po drugi alineji prvega odstavka 10. člena ZPOMK-1 nastala na podlagi treh sklenjenih pogodb o prodaji in nakupu delnic podjetja TP Vesna, d.d., ki jih je podjetje Mercator, d.d., sklenilo s: (1) podjetjem Vesna Holding, d.d. dne 30.12.2011, (2) z Jožefom Štefancem dne 23.12.2011 ter (3) z Elviro Štuhec dne 23.12.2011. Na podlagi sklenjenih pogodb je podjetje Mercator, d.d. pridobilo preostali 54,52% kapitalski delež oz. 28.776 navadnih imenskih delnic podjetja TP Vesna, d.d., kar skupaj s 45,479% deležem, ki ga podjetje Mercator, d.d. v podjetju TP Vesna, d.d. že ima, predstavlja 100% delež podjetja TP Vesna, d.d., s čimer je podjetje Mercator, d.d. pridobilo izključno kontrolo ter s tem odločilni vpliv nad podjetjem TP Vesna, d.d.
10. Urad je preučil še druga določila pogodbe o prodaji in nakupu delnic podjetja TP Vesna, d.d., ki jo je podjetje Mercator, d.d. sklenilo s podjetjem Vesna Holding, d.d. in ugotovil, da je bila navedena pogodba sklenjena pod odložnim pogojem (5.1. člen pogodbe), in sicer izdajo odločbe s strani Urada o skladnosti koncentracije s pravili konkurence ali odločbe o tem, da priglašena koncentracija ni podrejena določbam ZPOMK-1. Urad ugotavlja, da je v skladu s 15. členom Obligacijskega zakonika (Ur.l. RS, št. 97/2007; uradno prečiščeno besedilo - OZ-UPB1) za datum nastanka koncentracije pomemben dan sklenitve pogodbe in ne dan izpolnitve odložnih pogojev, ki so pomembni za izvedbo koncentracije. Glede na navedeno pogodba, ki je bila sklenjena pod odložnim pogojem, pogodbene stranke zavezuje od 30.12.2011 dalje, ko so stranke sklenile pogodbo, dosegle soglasje volj pogodbenih strank in se sporazumele o njenih bistvenih sestavinah. Okoliščina, da so stranke ob sklenitvi pogodbe dogovorile tudi odložne pogoje, torej ne vpliva na dejstvo, da je pogodba sklenjena⁵.

⁵ Prim. Sodbi Vrhovnega sodišča IV Ips 12/2006 in IV Ips 32/2007.

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

11. ZPOmK-1 v 1. odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Uradu. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 35 milijonov EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 1 milijon EUR.
12. Iz predloženih finančnih podatkov priglasiatelja izhaja, da znaša letni promet podjetja Mercator, d.d. v letu 2010 na trgu Republike Slovenije 1.654.520.000 EUR, ter da znaša letni promet podjetja TP Vesna, d.d. v letu 2010 na trgu Republike Slovenije 5.457.249 EUR⁶, kar pomeni, da je presežen prag 35 milijonov EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1, ter hkrati prag 1 milijon 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.
13. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Uradu nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru pridobitve izključne kontrole podjetja Mercator, d.d. nad podjetjem TP Vesna, d.d. sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je koncentracija omenjenih podjetij podrejena določbam ZPOmK-1.

III. SKLADNOST S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

14. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg predstavljajo tisti proizvodi oziroma storitve, ki so v očeh uporabnika z vidika lastnosti, cene in namena uporabe medsebojno zamenljivi ali nadomestljivi. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg. Urad je pri presoji koncentracije ugotavljal, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij na katerem od proizvodnih oziroma storitvenih trgov. Prav tako je ugotavljal, ali prihaja do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov.
15. Urad je predmetno koncentracijo podjetij presojal na dveh upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgov, na katerih poslujeta obe v koncentracijo povezani podjetji:
 - trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno,
 - trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo.

Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno

16. V zadevnem primeru je Urad skladno s svojo dosedanja prakso opredelil trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno kot trgovino na drobno z izdelki za vsakdanjo rabo, pri čemer pojem »izdelki za vsakdanjo rabo« označuje živila, pijače, tobakne proizvode in nekatere neživilske impulzne proizvode, kot npr. izdelke za pranje, čiščenje, higieno, kozmetiko, ipd., torej košarico izdelkov, ki jo ponujajo trgovine tipa hipermarket, supermarket ter druge trgovine (moderne distribucijski kanali), ki potrošniku omogočajo, da kupi vse gospodinjske potrebščine na enem mestu. Na tem upoštevni trgu ne nastopajo

⁶ Vir: Obrazec za priglasitev koncentracije podjetij, str. 3, točka 2.5.

specializirane prodajalne (pekarnice, mesnice itd.), kioski ali prodajalne na bencinskih črpalkah, saj ne predstavljajo neposredne konkurence prodajnim mestom, ki prodajajo celotno košarico izdelkov za vsakdanjo rabo. Storitve specializiranih prodajaln so komplementarne prodajnim mestom, kjer je možno kupiti celotno košarico izdelkov za vsakdanjo rabo, zato niso del upoštevnega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno. Ker potrošniki večinoma kupujejo celotno košarico izdelkov za vsakdanjo rabo na enem prodajnem mestu, nadaljnje drobljenje zadevnega upoštevnega trga po posameznih proizvodih oziroma storitvah, ni potrebno. Enako definicijo upoštevnega proizvodnega oziroma storitvenega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno potrjuje tudi praksa Evropske komisije, kar izkazujejo na primer odločbe v zadevah Lidl/Plus Romania/Plus Bolgaria⁷, Schuitema/Super de Boer Assets⁸, CVC/Schuitema⁹, Tesco/Carrefour¹⁰, Kesko/Tuko.¹¹

17. Glede na strukturo prodajnih mest po velikosti spadajo prodajalne podjetja TP Vesna, d.d. z market programom v klasični manjši format (sosedske prodajalne), Mercator Center Tehnike in gradnje »Vesna« pa predstavlja modernejši format prodajalne, vendar na navedeni trg ne sodi, saj ponuja tehnični program. Podjetje Mercator, d.d. ima na območju Prlekije, kjer se nahajajo prodajalne podjetja TP Vesna, d.d., 12 prodajaln z market programom različnih prodajnih površin (od 100 m² do 757 m²), preko franšiznih pogodb pa ima podjetje Mercator, d.d. poleg 7 prodajaln podjetja TP Vesna, d.d., še 6 sosedskih prodajaln. Glede na navade potrošnikov in glede na različen nivo cen bi Urad lahko trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno nadalje delil na trg prodaje v hipermarketih, supermarketih in drugih večjih prodajalnah, v katerih potrošniki praviloma opravljajo večje tedenske nakupe, in trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno v manjših prodajalnah, kjer potrošniki opravljajo manjše vsakodnevne nakupe, vendar upoštevnega proizvodnega trga ni nadalje delil, ker v primeru predmetne koncentracije podjetij niti ob najožji določitvi upoštevnega trga ni nevarnosti ustvarjanja oziroma krepitev prevladujočega položaja.

Trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo

18. Trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo obsega nabavo izdelkov za vsakdanjo rabo od posameznih dobaviteljev. Urad je že v svojih predhodnih odločbah, ki se nanašajo na trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo ugotovil, da večje trgovske družbe ne nabavljajo od klasičnih prodajalcev na debelo, ki prodajajo vse oz. več različnih skupin izdelkov za vsakdanjo rabo, ampak nabavljajo posamezne proizvode oz. skupine proizvodov v glavnem neposredno od proizvajalcev in torej povprašujejo po vsakem proizvodu oz. skupini proizvodov posebej. Evropska Komisija je v dosednji praksi pri analizi trga nabave izdelkov za vsakdanjo rabo ta trg analizirala po posameznih blagovnih skupinah proizvodov glede na to, da se lastnosti ponudbe in povpraševanja ter tržna koncentracija na strani ponudbe med blagovnimi skupinami proizvodov razlikujejo. Skupine proizvodov glede na delitev, ki izhaja iz odločb Evropske Komisije¹² so: meso in mesni izdelki, perutnina in jajca, kruh in pecivo, mleko in mlečni izdelki, sveža zelenjava in sadje, pivo, vino in žgane pijače, brezalkoholne pijače in ustekleničena voda, kava in čaj, slaščice, osnovna živila (moka, sladkor, riž, testenine...), konzervirana hrana v pločevinkah in drugi embalaži (ne zamrznjena), zamrznjena hrana (vključno s sladoledom), otroška hrana, hrana za živali, proizvodi za osebno higieno, čistila in pralni praški, neprehrambeni izdelki

⁷ COMP/M.5790, Odst. 14-17.

⁸ COMP/M.5677, Odst. 16-19.

⁹ COMP/M.5176, Odst. 8.

¹⁰ COMP/M.3905, Odst. 9-17.

¹¹ Case No IV/M.784.

¹² Evropska Komisija je skupine proizvodov na tak način opredelila v odločbi Rewe/Meinl, Case No IV/M.1221

(obleka, časopisi, knjige...). Ne glede na navedeno pa je Urad trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo obravnaval kot celoto, saj v primeru predmetne koncentracije podjetij niti ob najožji določitvi upoštevne trga ni nevarnost ustvarjanja oziroma krepitve prevladujočega položaja.

Vertikalna povezanost trgov

19. Zgoraj opredeljena upoštevna proizvodna trga sta med seboj tudi vertikalno povezana. Ekonomska moč na trgu prodaje na drobno vpliva na ekonomsko moč na trgu nabave izdelkov za vsakdanjo rabo, in sicer velik delež na trgu prodaje na drobno vodi v veliko pogajalsko moč trgovske družbe do dobaviteljev izdelkov za vsakdanjo rabo. In obratno, položaj trgovske družbe na trgu nabave vpliva na doseženi nivo nabavnih cen, kar se odraža v doseženi razliki v ceni na trgu prodaje na drobno in položaju družbe na trgu prodaje na drobno.

B Upoštevni geografski trg

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

Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno

21. Priglasitelj je navedel, da je v primeru obravnavane koncentracije podjetij geografska dimenzija upoštevne trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno trg Republike Slovenije. Iz ustaljene prakse Evropske Komisije izhaja, da je z vidika opredelitve geografske dimenzije upoštevne trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno ključen obseg tistega območja, ki zajema vse tiste potrošnike, ki lahko z 20-30 minutno vožnjo zlahka dosežejo relevantne trgovine.¹³ Ob tem Evropska Komisija posebej poudarja, da je lahko v primeru prekrivanja tako ugotovljenih teritorialnih krogov, opredeljenih z dosegom 20-30 minutne vožnje, geografski upoštevni trg tudi večji in sicer regionalen ali nacionalen.¹⁴ Vprašanje dejanskega obsega upoštevne trga je torej odvisno predvsem od specifičnih okoliščin vsakega posameznega primera.¹⁵ Priglasitelj je navedel, [REDACTED]

[REDACTED] Urad meni, ob upoštevanju dejstva, da je podjetje Mercator, d.d. prisotno s svojimi maloprodajnimi enotami na celotnem območju Republike Slovenije, da je geografski upoštevni trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo, trg Republike Slovenije. Ker pa ima podjetje TP Vesna, d.d. svoje prodajalne le na območju Prlekije, točneje v Ljutomeru, Cvenu, Razkrižju, Veržeju, Križevcih pri Ljutomeru in Banovcih, je Urad pri presoji obravnavane koncentracije analiziral vplive tako na nacionalnem trgu kot tudi na regionalnem trgu Prlekije¹⁶, kjer bo dejansko prišlo do povečanja tržnega deleža.

¹³ Zadeve: CVC/Schuitema, COMP/M.5176, Odst. 12., Lidl/Plus Romania/Plus Bolgaria, COMP/M.5790, Odst. 16 in TESCO/CARREFOUR (Czech Republic and Slovakia), COMP/M.3905, Odst. 18-21.

¹⁴ Zadeva CVC/Schuitema, COMP/M.5176, odst. 12.

¹⁵ Zadeva Schuitema/Super de Boer Assets, COMP/M.5677, odst. 22.

¹⁶ Prlekija zajema naslednje občine: Apače, Gornja Radgona, Radenci, Sveti Jurij ob Ščavnici, Veržej, Razkrižje, Križevci, Ljutomer, Ormož, Središče ob Dravi in Sveti Tomaž.

Trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo

22. Ker priglasiatelj koncentracije nabavlja izdelke za vsakdanjo rabo, ki jih prodaja v prodaji na drobno, pretežno od slovenskih proizvajalcev oziroma pri slovenskih distributerjih tujih proizvajalcev in ker podjetje TP Vesna, d.d. [REDACTED] nabavi od podjetja Mercator, d.d., vse ostalo pa od slovenskih dobaviteljev oziroma od slovenskih distributerjev tujih proizvajalcev, je Urad upošteveni geografski trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo opredelil kot trg Republike Slovenije.

C Presoja koncentracije

23. Urad na podlagi 2. odstavka 11. člena ZPOmK-1 presoja koncentracije podjetij 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 upoštevnih trgih, koristi vmesnih in končnih uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurence.
24. Presoja koncentracije se izvede na vsakem upoštevnem trgu posebej, pri čemer se za vsak upošteveni trg posebej ugotovi, ali obstaja nevarnost ustvaritve ali krepitev prevladujočega položaja, kar bi imelo za posledico bistveno omejevanje učinkovite konkurence na ozemlju Republike Slovenije. Skupni tržni delež v koncentraciji udeleženih podjetij predstavlja pomemben, a ne odločujoč element presoje.
25. Ker ima podjetje TP Vesna, d.d. le eno prodajalno s tehničnim programom, ki ne sodi na upošteveni trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, in ker ta prodajalna ("Mercator Center Tehnike in gradnje Vesna Ljutomer") posluje na podlagi agencijske pogodbe podjetja Mercator, d.d. z dne 15.8.2007, [REDACTED], Urad ni posebej opredeljeval upoštevnega trga, na katerem deluje navedena prodajalna tehničnega programa podjetja TP Vesna, d.d., ker bo v vsakem primeru vpliv na konkurenco na tem trgu zanemarljiv.

Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno

26. Podjetje TP Vesna, d.d. ima 7 maloprodajnih enot (*market program*), ki se nahajajo na območju Prlekije, pri čemer vse prodajalne poslujejo pod Mercatorjevo franšizo. Skupina Mercator ima na celotnem območju Republike Slovenije 985 prodajaln (izdelki za vsakdanjo rabo, izdelki za dom, Intersport in Modiana), na dan 30.9.2011 pa je imela v lasti 276 franšiz. Na območju Prlekije, kjer deluje podjetje TP Vesna, d.d. ima podjetje Mercator, d.d. 12 svojih in 6 franšiznih prodajaln market programa.
27. Kot je razvidno iz Tabele 1, podjetje Mercator, d.d. nima svojih prodajaln v krajih, kjer so prodajalne podjetja TP Vesna, d.d. Edina izjema je mesto Ljutomer, kjer ima podjetje Mercator, d.d. svoj supermarket, podjetje TP Vesna, d.d. pa samopostrežbo in manjšo prodajalno Lotmeržanka, ki je v neposredni bližini Mercatorjevega supermarketa in jo namerava priglasiatelj [REDACTED] zapreti. Po izvedeni koncentraciji bo imelo podjetje Mercator, d.d. na območju Prlekije, skupno 25 prodajaln market programa.

Tabela 1: Maloprodajne enote podjetja TP Vesna, d.d., in podjetja Mercator, d.d. na območju Prlekije

Območje/kraj	TP Vesna, d.d.	Mercator, d.d.	Mercator, d.d. franšiza
Ljutomer	2	1	1
Cven	1	0	0
Razkrižje, Šafarsko	1	0	0
Veržej	1	0	0
Križevci pri Ljutomeru	1	0	0
Banovci	1	0	0
Sv. Jurij ob Ščavnici	0	1	0
Ormož	0	2	1
Središče ob Dravi	0	1	0
Gornja Radgona	0	2	0
Radenci	0	3	0
Apače	0	1	0
Velika nedelja	0	1	0
Sp. Ivanjci	0	0	1
Miklavž pri Ormožu	0	0	1
Kog	0	0	1
Sv. Tomaž	0	0	1
Skupaj Prlekija	7	12	6

Vir: Podatki priglasiatelja.

28. Glede na število prodajnih mest v Prlekiji prevladujejo prodajalne manjšega formata (t.i. sosedske prodajalne), nekaj pa je tudi supermarketov in diskontnih prodajaln. Prodajaln največjega formata, t.i. hipermarketov na območju Prlekije ni. Prodajalne podjetij Spar, Tuš, Hofer, Lidl in Klasek, navedene v Tabeli 2, se nahajajo v naslednjih krajih: Spar: Ormož in Ljutomer; Tuš: supermarketi: Ljutomer, Gornja Radgona, Ormož (franšiza), sosedska prodajalna: Središče ob Dravi (franšiza); Hofer: Ormož, Ljutomer in Gornja Radgona; Lidl: Ljutomer in Gornja Radgona; Klasek: Črešnjevci in Spodnja Ščavnica.

Tabela 2: Pregled števila prodajaln najpomembnejših trgovcev na območju Prlekije (glede na format prodajaln.

Trgovec	Supermarketi	Sosedske prodajalne	Diskontne prodajalne
Mercator, d.d.	2	10	-
Mercator –franšiza*	-	13	-
Spar	2	-	-
Tuš (tudi franšize)	3	1	-
Hofer	-	-	3
Lidl	-	-	2
Klasek	-	2	-
SKUPAJ	7	26	5

Vir: Podatki priglasiatelja.

*Podatki vključujejo tudi prodajalne podjetja TP Vesna, d.d.

29. Ker je podjetje TP Vesna, d.d. s svojimi maloprodajnimi enotami prisotno le na območju Prlekije, je Urad analiziral najprej vplive na navedenem regionalnem trgu. Priglasiatelj je predložil podatke o tržnih deležih podjetja Mercator, d.d. in njegovih konkurentov na območju Prlekije, pri čemer je navedel, da je v oceno tržnega deleža podjetja Mercator, d.d. že vključena ocena tržnega deleža podjetja TP Vesna, d.d. in ocena tržnih deležev ostalih franšiznih prodajaln podjetja Mercator, d.d. (podatki so namreč zbrani z anketno metodo merjenja, kjer kupci ne razlikujejo med nakupovanjem v prodajalnah podjetja Mercator, d.d., in njenih franšizah).

Tabela 3: Tržni deleži podjetja Mercator, d.d. in konkurentov na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na območju Prlekije

Podjetje	2009	2010	2011
Mercator			
Spar			
Tuš			
Hofer			
Lidl			

Vir: Analiza tržnih deležev, Market program, 2012, Valicon d.o.o.

30. Primerjava deležev podjetja Mercator, d.d. in konkurentov na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno na območju Prlekije kaže, da ima podjetje Mercator, d.d. vodilni položaj na navedenem trgu s tržnim deležem preko [redacted], sledita Spar z dobrimi [redacted] in Tuš z [redacted], svoje deleže pa povečujeta tudi diskontna trgovca Hofer in Lidl. Po mnenju Urada predstavlja tržna moč ostalih konkurentov na tem trgu zadosten konkurenčen pritisk na podjetje Mercator, d.d., da se slednje ne bo moglo obnašati neodvisno od svojih konkurentov in potrošnikov. Ker je za regijo značilna tudi visoka stopnja nezaposlenosti in razmeroma nizek standard v primerjavi z slovenskim povprečjem¹⁸, je navedeni zaključek Urada še toliko verjetnejši.
31. Priglasitelj je še navedel, da se v zadnjih letih povečuje število različnih trgovcev, pri katerih posamezni potrošniki oziroma gospodinjstva opravljajo nakupe. Slovenski trg maloprodaje bo po pričakovanjih v prihodnosti soočen z vstopom novih velikih mednarodnih podjetij dejavnih v maloprodaji, ki pogosto ponujajo proizvode lastnih blagovnih znamk ali uvožene proizvode. Na primer, tako Aldi kot Lidl, oba veliki mednarodni verigi diskontnih supermarketov, sta vstopila na slovenski trg po letu 2005, medtem ko se pričakuje, da bo madžarski CBA Kereskedelmi vstopil na trg v bližnji prihodnosti.¹⁹ Zaradi gospodarske krize je v zadnjih letih prišlo do sprememb potrošnih navad, za katere priglasitelj ocenjuje, da bodo trajne. Povečala se je namreč predvsem cenovna občutljivost potrošnikov, kar pomeni, da bodo potrošniki zelo hitro reagirali že na zelo majhen dvig cene združenega subjekta z menjavo trgovca (Spar, Tuš, Hofer, Lidl in drugi manjši), še zlasti ob upoštevanju dejstva, da za izdelke za vsakdanjo rabo velja visoka stopnja zamenljivosti.
32. Po mnenju Urada se razmere na zadevnem upoštevnem regionalnem trgu zaradi predmetne koncentracije podjetij ne bodo bistveno spremenile, saj bi bilo potrebno franšizne prodajalne Mercatorja, kljub temu, da poslujejo pod svojim imenom in za svoj račun,²⁰ upoštevati kor prodajalne Mercatorja, saj morajo franšizne prodajalne uporabiti enotno zunanjo podobo podjetja Mercator, d.d. (Mercatorjeva blagovna znamka, simboli, znaki, reklamni napisi, itd.), cene v franšiznih prodajalnah se ne razlikujejo bistveno od cen v prodajalnah družbe Mercator, prav tako je tudi izbor izdelkov skoraj enak, saj franšizne prodajalne nabavijo [redacted] od podjetja Mercator, d.d. Zaradi pojasnjene, ter deloma tudi zato, ker se prodajalne podjetja TP Vesna, d.d. ne nahajajo v krajih, kjer so prodajalne podjetja Mercator, d.d. (rezen mesta Ljutomer), Urad meni, da prodajalne TP Vesna, d.d. ne predstavljajo neposredne konkurence prodajalnam podjetja Mercator, d.d. Prodajalne TP Vesna, d.d. sicer vključujejo v svojo ponudbo tudi izdelke lokalnih dobaviteljev (mesno-delikatesne izdelke ter pekarske izdelke), s čimer lahko konkurirajo prodajalnam podjetja Mercator, d.d., a glede na to, da je teh izdelkov le [redacted] glede na celoten nabor izdelkov v prodajalnah, Urad meni, da franšizne prodajalne TP

¹⁸ Letno Poročilo podjetja TP Vesna, d.d. za leto 2010, str. 10.

¹⁹ BMI, Slovenia Retail Report, str.31.

²⁰ So torej samostojne pravne osebe.

Vesna, d.d. ne predstavljajo prave konkurence prodajalnam podjetja Mercator, d.d., zaradi česar zadevna koncentracija podjetij ne bo imela pomembnejšega vpliva na spremembo strukture trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno.

33. Priglasitelj je navedel tudi tržne deleže podjetja Mercator, d.d., TP Vesna, d.d. ter njunih največjih dveh konkurentov na nacionalnem trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, kot izhaja iz Tabele 4. Po izvedeni koncentraciji se bo tržni delež podjetja Mercator, d.d. na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno na območju Republike Slovenije povečal le za 0,2 odstotni točki, torej se njegov položaj na trgu ne bo bistveno okrepil, zato tudi učinki na konkurenco ne bodo bistveno spremenjeni, še zlasti ob upoštevanju dejstva, da ima ciljno podjetje Mercatorjevo franšizo. Kljub temu, da ima podjetje Mercator, d.d. vodilni položaj na navedenem trgu, lahko ugotovimo, če primerjamo spreminjanje tržnih deležev v obdobju 2008 in 2011, da se tržna moč podjetja Mercator, d.d. zmanjšuje na račun diskontnih trgovcev,²¹ ki zaradi trenutnih gospodarskih razmer postajajo pomemben del trgovine na drobno, kar ugotavlja tudi priglasitelj.²² V zadnjih petih letih je tako na navedeni trg vstopilo diskontno podjetje Lidl, katerega tržni delež je bil v obdobju januarja do novembra 2011 ocenjen na [REDACTED]. Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno v Republiki Sloveniji je po navedbah priglasitelja v zrelem ciklu, trgovina je modernizirana, relativno stabilna in konsolidirana, trg je zelo konkurenčen.

Tabela 4: Tržni deleži podjetja Mercator, d.d., TP Vesna, d.d. in njunih konkurentov na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno

Podjetje	2008	2009	2010	2011*
Mercator, d.d.	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
TP Vesna, d.d.	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	n.p.
Spar	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Tuš	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

*Podatki vključujejo obdobje od januarja 2011 do novembra 2011.

Vir: Analiza tržni deležev, Market program, 2011, podjetja Valicon d.o.o.²³

34. Priglasitelj ocenjuje, da se podjetje TP Vesna, d.d., glede na to, da v zadnjih letih posluje negativno in glede na slabe gospodarske razmere, ki se po pričakovanjih v prihodnjih letih še ne bodo bistveno izboljšale, v prihodnje ne bi moglo več samostojno razvijati, zato bo zadevna koncentracija ohranila vsaj del dejavnosti ciljnega podjetja. Urad sklepa, da kljub visokemu tržnemu deležu podjetja Mercator, d.d. na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno na območju Republike Slovenije obstaja velik konkurenčni pritisk na podjetje Mercator, predvsem s strani podjetij Spar in Tuš, zato na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije in ob upoštevanju drugih razpoložljivih podatkov sklepa, da priglašena koncentracija podjetij na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno ne bo imela bistvenega vpliva, saj ne predstavlja nevarnosti ustvarjanja krepitve prevladujočega položaja, kar bi povzročilo izločitev ali bistveno zmanjšanje učinkovite konkurence na upoštevnem trgu.

Trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo

35. Oceno vrednostnega tržnega deleža podjetja Mercator, d.d. na trgu nabave izdelkov za vsakdanjo rabo z namenom nadaljnje prodaje je za leto 2006 po naročilu Mercatorja

²¹ Priglasitelj je podatke o tržnih deležih diskontnih trgovcev (Hofer, Lidl) posredoval le za regijo Prekije, ki se nahajajo v Tabeli 3.

²² Konsolidirano letno poročilo podjetja Mercator, d.d. za leto 2011.

²³ V raziskavo so vključeni trgovci Mercator, Spar, Tuš, E. Leclerc, diskontne prodajalne in ostala prodajna mesta, kjer je mogoče kupiti izdelke za vsakdanjo rabo.

pripravila svetovalna hiša AT Kearney Svetovanje, d.o.o. Ugotovljeno je bilo, da je v letu 2006 tržni delež podjetja Mercator, d.d. na tem upoštevem trgu znašal med [redacted] in [redacted], pri čemer je mogoče, da je bil tržni delež nižji od 24%, ni pa mogoče, da bi bil delež višji od [redacted]. Priglasitelj z najnovjšimi podatki o oceni tržnih deležev ne razpolaga, kakor tudi ne razpolaga s podatki o ocenah tržnih deležev za podjetje TP Vesna, d.d., sklepa pa, da je ta delež zanemarljivo majhen (manj kot [redacted]). Podjetje TP Vesna, d.d. kot franšiza Mercatorja namreč večino blaga za nadaljnjo prodajo nabavi v okviru Mercatorjeve veleprodajne dejavnosti (leta 2009 je nabavilo [redacted] trgovskega blaga market programa, leta 2010 [redacted] in leta 2011 [redacted]). Podjetje TP Vesna, d.d. je tako izvajalo nabavo [redacted].

[redacted]. Delež oskrbe poslovalnic podjetja TP Vesna, d.d. je v celotni distribuciji podjetja Mercator, d.d. minimalen in znaša 0,16%. Priglasitelj je še navedel, da po izvedeni koncentraciji ne pričakuje bistvenih sprememb v obsegu oskrbe.

36. Na podlagi posredovanih podatkov Urad ocenjuje, da ima podjetje Mercator, d.d. na trgu nabave izdelkov za vsakdanjo rabo pomemben položaj, ki pa se zaradi relativno majhnega obsega poslovanja podjetja TP Vesna, d.d. in obstoječega franšiznega sodelovanja s podjetjem Mercator, d.d. na trgu nabave izdelkov za vsakdanjo rabo ne bo bistveno okrepil.

Vertikalna prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij

37. Kot je Urad predhodno že ugotovil, sta upoštevni trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno in upoštevni trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo med seboj vertikalno povezana, pri čemer je v konkretnem primeru podana določena manjša stopnja vertikalne integracije. Nehorizontalne združitve pomenijo grožnjo učinkoviti konkurenci samo v primeru, če ima združeni subjekt precejšnjo stopnjo tržne moči na najmanj enem od vertikalno povezanih trgov. Evropska komisija verjetno ne bo izrazila pomislekov glede usklajenih ali neusklajenih nehorizontalnih združitev, če bo tržni delež novega subjekta po združitvi na vsakem od zadevnih trgov znašal manj kot 30 %.²⁴
38. Glede na pojasnjeno ter glede na tržne deleže, ki jih dosežeta v koncentraciji udeleženi podjetji, Urad ugotavlja, da se vertikalne povezave med podjetjem Mercator, d.d. in podjetjem TP Vesna, d.d., zaradi zanemarljivega tržnega deleža podjetja TP Vesna, d.d. tako na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno kot na trgu nabave izdelkov za vsakdanjo rabo, ter zaradi predhodno obstoječega franšiznega sodelovanja med navedenima podjetjema, ne bodo bistveno krepile, zaradi česar so negativni učinki predmetne vertikalne koncentracije malo verjetni. Udeleženca koncentracije in z njima povezana podjetja ne dosežajo tržnih deležev, ki bi jim omogočili vzpostavitev takšne tržne moči, ki bi lahko povzročila preprečevanje dostopa do izdelkov, ki jih ponujajo v koncentraciji udeležena podjetja oziroma do izključitve konkurentov na katerem izmed trgov, na katerih delujejo.

²⁴ Smernice o presoji nehorizontalnih združitev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij, Uradni list C 265, 18/10/2008.

IV. ZAKLJUČEK

39. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije in ob upoštevanju drugih razpoložljivih podatkov Urad ugotavlja, da v zvezi s koncentracijo, ki je nastala s pridobitvijo preostalega 54,52% kapitalskega deleža podjetja TP Vesna, d.d. s strani podjetja Mercator, d.d., ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence, zato je odločeno, kot izhaja iz izreka te odločbe.

POUK O PRAVNEM SREDSTVU:

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Vrhovnem sodišču Republike Slovenije, Tavčarjeva 9, 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.

Damjan Matičič

D I R E K T O R

Vročiti:

- Poslovni sistem Mercator d.d., Dunajska cesta 107, 1000 Ljubljana – osebno po ZUP.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.