



**JAVNA AGENCIJA 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: 306-104/2012-62

Datum: 20.2.2013

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Kotnikova 28/I, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), je na nejavni seji dne 20.2.2013 na podlagi 12. in 12.o člena v povezavi s tretjim odstavkom 46. člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence (Ur. l. RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11 in 57/12; v nadaljevanju: ZPOmK-1) v senatu pod predsedstvom Andreja Kraška, direktorja Agencije, in ob sodelovanju dr. Aleša Kuharja, Francija Pušenjaka in Simona Tantegela kot članov senata, v zadevi presoje priglašene koncentracije podjetij B.S.A., 33 avenue du Maine, Tour Montparnasse, 75015 Pariz, Francija, ki ga zastopa Emmanuel Besnier kot predsednik uprave, njega pa po pooblastilu Igor Štemberger, predsednik uprave družbe Ilirika d.d. Ljubljana, Slovenska cesta 54a, 1000 Ljubljana, in LJUBLJANSKE MLEKARNE d.d., Tolstojeva ulica 63, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa Cvetana Rijavec, sprejel naslednjo

ODLOČBO

- 1. Agencija priglašeni koncentraciji podjetij B.S.A., 33 avenue du Maine, Tour Montparnasse, 75015 Pariz, Francija, in LJUBLJANSKE MLEKARNE d.d., Tolstojeva ulica 63, 1000 Ljubljana, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.**
- 2. Izrek odločbe se na podlagi 22. člena ZPOmK-1 objavi na spletni strani Agencije.**
- 3. Med postopkom niso nastali posebni stroški.**

O b r a z l o ž i t e v :

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 27.11.2012 prejela priglasitev koncentracije podjetij B.S.A., 33 avenue du Maine, Tour Montparnasse, 75015 Pariz, Francija (v nadaljevanju: Lactalis), in LJUBLJANSKE MLEKARNE d.d., Tolstojeva ulica 63, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Ljubljanske mlekarne). Koncentracijo je priglasilo podjetje B.S.A., Francija.
2. Predmet transakcije je nakup 50,285 % kapitalskega deleža družbe Ljubljanske mlekarne na podlagi kupoprodajne pogodbe oziroma »Sale and Purchase Agreement«, ki jo je podjetje Lactalis kot kupec dne 26.10.2012 sklenilo s prodajalci delnic podjetja Ljubljanske mlekarne, in sicer s podjetji: KD Skladi, družba za upravljanje, d.o.o., Ljubljana, Factor banka d.d., Ljubljana, NFD Holding d.d., Ljubljana, KD Banka d.d., Ljubljana in Sava d.d., Kranj.

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 6. odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta vladna Uredba o vsebini in zahtevanih elementih obrazca za priglasitev koncentracije podjetij (Ur. l. RS, št. 4/00; v nadaljevanju: Uredba).
4. Agencija je priglasitev nemudoma pregledala in ugotovila, da je nepopolna v smislu posredovanja vseh elementov priglasitve, ki jih natančneje določa zgoraj navedena Uredba. Priglasitelj je vlogo ustrezno dopolnil dne 10.12.2012, 7.1.2013, 25.1.2013, 30.1.2013 in 5.2.2013, s čimer je priglasitev postala popolna.
5. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah (Ur. l. RS, št. 106/10; v nadaljevanju: ZUT-UPB5) je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.
6. Podjetje B.S.A. je nadrejena holdinška družba skupine Lactalis, francoskega družinskega koncerna, ki deluje predvsem v sektorju mleka. Dejavnosti Lactalisa vključujejo predvsem proizvodnjo in trženje konzumnega mleka, masla, sirov ter svežih mlečnih proizvodov, smetane in industrijskih mlečnih proizvodov (mleko v prahu, sirotka itd.). Lactalis pomemben del prometa ustvari v Franciji in Italiji, posluje pa tudi v drugih državah Evropske unije ter zunaj Evrope, to je v Rusiji, Severni in Južni Ameriki, Afriki, Aziji in Oceaniji.
7. Skupina Lactalis ima 54.000 zaposlenih in ima v lasti več kot 200 industrijskih obratov po celem svetu, v 56 različnih državah¹. Skupina Lactalis predstavlja največjega svetovnega proizvajalca mleka in mlečnih izdelkov ter 15. največjo svetovno agroživilsko skupino podjetij. Skupina največji delež prihodkov ustvari s prodajo sirov (35%), tekočega mleka (25%), ohlajenih mlečnih izdelkov (13%) ter masla in namazov (10%). Geografsko pa skupina Lactalis največji delež prihodkov ustvari na področju Evrope, in sicer na področju Francije 27% vseh prihodkov, na območju preostalih evropskih držav pa 48%. V Ameriki ustvari 14% prihodkov, v Afriki 6% ter v Aziji in Oceaniji (5% vseh prihodkov)².
8. Podjetje Ljubljanske mlekarne predstavlja vodilno mlekarino in največjega grosista z mlekom in mlečnimi izdelki v Sloveniji. Slednji v Sloveniji odkupi približno polovico vsega od v Sloveniji odkupljenega mleka, ki ga nato predela v obratih v Ljubljani, Mariboru in v Kočevju. Skupino Ljubljanske mlekarne pa sestavlja obvladujoča družba Ljubljanske mlekarne d.d. in tri odvisne družbe v tujini: trgovsko podjetje Ljubljanske mlekarne d.o.o. Zagreb na Hrvaškem (Ljubljanske mlekarne imajo v lasti 100% poslovni delež), proizvodno podjetje Prerada i Promet mlijeka d.d. Tuzla v Bosni in Hercegovini (Ljubljanske mlekarne imajo v lasti 96,03% delnic) ter trgovsko podjetje Ljubljanske mlekarne DOOEL Skopje v Makedoniji (Ljubljanske mlekarne imajo v lasti 100% poslovni delež). Podjetje Prerada i promet mlijeka d.d. Tuzla (v nadaljevanju: PPM Tuzla) predstavlja eno od vodilnih podjetij v mlekarstvu Bosne in Hercegovine. Podjetje PPM Tuzla prodaja v Bosni in Hercegovini, Srbiji, Črni gori, Makedoniji, Kosovu in Albaniji³. Podjetje Ljubljanske mlekarne je prisotno na večini trgov nekdanje Jugoslavije (Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Makedonija, Kosovo in Črna gora) ter na številnih trgih Evropske unije (predvsem v Italiji in Nemčiji). Podjetje proizvaja širok nabor mlečnih proizvodov, kar vključuje sveže in trajno mleko, jogurt in jogurtove napitke, pijače, sire, sladoled in druge proizvode. Svoje proizvode trži pod številnimi blagovnimi znamkami, npr. Alpsko mleko, Mu, Ego, Jošt, Maxim, Dar prirode in PPM. Lastniška struktura družbe Ljubljanske mlekarne, d.d., na dan 31.12.2011 po odstotnih deležih števila delnic je bila naslednja: NFD Holding d.d. (24,95%), Mlekodel d.o.o. (23,65%), Factor banka d.d. (18,71%), mali delničarji (12,62%), KD Delniški dohodkovni sklad (4,02%), Ljubljanske mlekarne, d.d. (2,30%), KD banka d.d. (1,93%) in

¹ <http://www.lactalis-international.com/en/the-lactalis-group.html>, natisnjeno 28.11.2012.

² <http://www.lactalis.fr/english/groupe/chiffres.htm>, natisnjeno 4.12.2012.

³ Konsolidirano letno poročilo podjetja Ljubljanske mlekarne za leto 2011, stran 24.

ostale finančne institucije (1,02%)⁴.

9. Priglasitelj navaja, da želi Lactalis z navedeno koncentracijo razširiti svojo prisotnost na trgih z mlekom jugovzhodne Evrope. Lactalis trenutno v Sloveniji posluje v zelo omejenem obsegu (enako tudi v nekaterih drugih državah v regiji). To poslovanje ne vključuje proizvodnje, temveč zgolj uvoz manjših količin proizvodov, izdelanih v Italiji in na Hrvaškem, na slovenski trg prek hčerinskih podjetij Parmalat in Dukat. Jugovzhodna Evropa je regija z velikim povpraševanjem po mlečnih proizvodih, Lactalis pa je mnenja, da bo to povpraševanje še naprej raslo. Podjetje Ljubljanske Mlekarne ima dolgoleten ugled, njegovi proizvodi so priljubljeni v Sloveniji, prav tako ima posebno strokovno znanje in izkušnje iz proizvodnje svežih mlečnih izdelkov. Zaradi navedenega bi nakup kontrolnega deleža podjetja Ljubljanske mlekarne podjetju Lactalis omogočil nadaljnji razvoj na trgih z mlekom v jugovzhodni Evropi in pridobivanje krajevnega znanja ter izkušenj. Naložbe podjetja Lactalis v podjetje Ljubljanske mlekarne bodo slednjemu omogočile, da slovenskim potrošnikom ponudijo širši izbor in dostop do nekaterih mlečnih izdelkov, ki trenutno v Sloveniji morda še niso širše uporabljeni.

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:
- 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;
 - ali kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki naj bi bilo samostojen gospodarski subjekt z daljšim trajanjem.
11. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij nastala dne 26.10.2012, ko je bila sklenjena kupoprodajna pogodba med podjetjem B.S.A., Pariz, Francija, kot kupcem 50,285 % delnic podjetja Ljubljanske mlekarne, ter prodajalci delnic, to je s podjetji: KD Skladi, družba za upravljanje, d.o.o., Ljubljana, Factor banka d.d., Ljubljana, NFD Holding d.d., Ljubljana, KD Banka d.d., Ljubljana, in Sava d.d., Kranj. Na podlagi navedene kupoprodajne pogodbe je podjetje B.S.A. pridobilo izključno kontrolo nad podjetjem Ljubljanske mlekarne.
12. Takšna pridobitev kontrole nad drugim podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, ki določa, da gre za koncentracijo pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer, ko eno ali več podjetij bodisi z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij.

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

13. ZPOmK-1 v 1. 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 milijonov EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 1 milijon EUR.
14. Iz predloženih podatkov priglasitelja izhaja, da v koncentraciji udeležena podjetja skupaj s podjetji v skupini presegajo pragove letnega prometa, določene v 1. odstavku 42. člena

⁴ Letno poročilo podjetja Ljubljanske mlekarne za leto 2011, stran 42.

ZPOMK-1. V letu 2011 je skupina Lactalis v Republiki Sloveniji dosegla letni promet v višini 11,3 milijona EUR, podjetje Ljubljanske mlekarne pa je v istem obdobju v Sloveniji doseglo 116,2 milijona EUR prihodkov od prodaje na trgu Republike Slovenije⁵.

15. Podrejenost koncentracije določbam ZPOMK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru pridobitve neposredne kontrole podjetja B.S.A., Pariz, Francija, nad podjetjem Ljubljanske mlekarne sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je koncentracija omenjenih podjetij podrejena določbam ZPOMK-1 in mora biti priglašena Agenciji.

III. SKLADNOST S PRAVILI KONKURENCE

A *Upoštevni proizvodni oziroma storitveni ter geografski trg*

16. 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. Agencija je pri presoji koncentracije ugotavljala, ali zaradi priglašene koncentracije prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih družb na katerem od trgov, kjer le-te nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov.
17. Upoštevni geografski trg obsega območje, kjer si konkurenti na upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji in nakupu proizvodov in storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ga je mogoče oddeliti od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence na teh območjih bistveno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
18. Priglasitelj navaja, da ocenjeni tržni delež udeležencev koncentracije presega 15 % na enem nabavnem trgu, to je na trgu odkupa surovega mleka, ter na štirih prodajnih trgih, to je na trgih dobave jogurtov, dobave sirov, dobave trajnega mleka in dobave smetane. Prav tako navaja, da med podjetji, udeleženi v koncentraciji, ni vertikalnih razmerij.
19. Priglasitelj je navedel naslednje upoštevne proizvodne/storitvene trge, na katerih se dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij v Republiki Sloveniji prekrivajo, in sicer: trg odkupa surovega kravjega mleka, trg jogurtov, trg sira, trg trajnega mleka in trg smetane. Poseben upoštevni proizvodni/storitveni trg predstavlja trg s svežim mlekom (ker tržni delež podjetja Ljubljanske mlekarne presega 25 %), pri tem pa podjetja iz skupine Lactalis ne prodajajo svežega mleka v Sloveniji.
20. Priglasitelj meni, da je možno upoštevne proizvodne/storitvene trge opredeliti še ožje. Navaja, da je v skladu s prakso odločanja Evropske komisije potrebno razlikovati med surovim kravjim mlekom in ovčjim mlekom ter drugimi vrstami mleka⁶. Glede na to, da udeleženca v koncentraciji v Sloveniji kupujeta zgolj kravje mleko, je za namene priglasitve pomemben samo trg surovega kravjega mleka. Iz prakse odločanja Evropske komisije je razvidno, da navadno razlikuje med navadnimi jogurti in jogurti z dodano vrednostjo, to dodano vrednost pa predstavljajo bodisi okusi bodisi z zdravjem povezane lastnosti. Priglasitelj navaja, da vsi jogurti pri potrošnikih veljajo za zdrave izdelke, ki jih uporabljajo kot sladico ali prigrizek, da je izbira aromatiziranega ali navadnega jogurta stvar osebnih preferenc in ne more predstavljati merila za določanje upoštevnega trga in da so cene jogurtov podobne. Glede na navedeno in ker priglašena koncentracija na področju jogurtov povzroča le zelo majhno prekrivanje, priglasitelj meni, da bi lahko vsi jogurti spadali na isti

⁵ Podatki iz priglasitve koncentracije, stran 8.

⁶ Odločba Komisije z dne 17. decembra 2008, št. COMP/M.5046 – Friesland Foods/Campina.

trg, in sicer na podlagi zamenljivosti teh izdelkov s funkcionalnega vidika. Priglasitelj navaja, da so Ljubljanske mlekarne večji lokalni proizvajalec poltrdih sirov (npr. gauda, masdamer, edamec), proizvajajo pa tudi trde sire. Proizvodni in prodajni program Ljubljanskih mlekarn vključuje tudi skuto (sveži, mehki sir), mozzarella in različne namaze (mlečni, sirni). Njihovo ponudbo dopolnjujejo dokupljeni siri (večinoma specialni siri, kot je gorgonzola). Skupina Lactalis pa na slovenskem trgu v zelo omejenem obsegu prodaja predvsem sire lastnih blagovnih znamk President (npr. kamamber in brie) in Galbani (npr. mozzarella in parmezan). Priglasitelj za trg sirov navaja, da je Evropska komisija pretehtala razdelitev trga s siri glede na kategorijo sirov, in sicer: sirni namazi, sveži siri, mehki siri, poltrdi siri in trdi siri⁷. Glede na zelo omejeno prodajo sira podjetij iz skupine Lactalis na slovenskem trgu (manj kot 3 % vse prodaje sira v Sloveniji) in glede na omejeno razpoložljivost podatkov, priglasitelj predlaga, da se učinki koncentracije presojujejo na celotnem trgu s siri. V povezavi s trgov trajnega mleka priglasitelj navaja, da Evropska komisija pri trajnem mleku razlikuje med navadnim mlekom, mlekom, povezanim z zdravjem, in aromatiziranim mlekom. Za namene priglasitve in glede na to, da Lactalis prodaja manjše količine trajnega mleka v Sloveniji, ter glede na minimalno prekrivanje tržnih deležev, priglasitelj predlaga, da se presojuje učinki koncentracije na celotnem trgu s trajnim mlekom. Priglasitelj navaja tudi, da je Evropska komisija v preteklosti predvidela razlikovanje med trajno in svežo smetano, v segmentu trajne smetane pa med tekočo smetano in smetano v pločevinki s pritiskom. Predlagano je bilo tudi razlikovanje med mlečno in nemlečno smetano⁸. Zlasti glede italijanskega trga je bilo v segmentu trajne smetane predvideno alternativno razlikovanje med smetano za kuhanje in desertno smetano⁹. Glede na Lactalisovo majhno prisotnost na slovenskem trgu s smetano ter omejeno razpoložljivost podatkov priglasitelj predlaga, da se učinki koncentracije na trgu s smetano ocenijo kot celota.

21. Evropska komisija je v svojih preteklih odločitvah večkrat razmejila trg mlečnih izdelkov na trg svežih mlečnih izdelkov (sveže mleko, sveži pinjenec, navadni jogurt, jogurt z dodano vrednostjo, sveža smetana, skuta) in trg trajnih mlečnih izdelkov (trajno mleko, trajna smetana, mlečne pijače z aromo)¹⁰. Komisija je nadalje upoštevali trg razdelila na dobavo mlečnih izdelkov z okusom in dobavo zdravju koristnih mlečnih izdelkov (npr. mleko brez laktoze, obogateno s kalcijem, balastnimi snovmi ali omega 3). Tako je Evropska komisija trg jogurtov razmejila na trg navadnih jogurtov in trg jogurtov z dodano vrednostjo, pri tem pa je dodano vrednost pomenil dodatek okusov ali zdravju koristnih snovi, posebni upoštevali trg pa so predstavljali jogurti napitki¹¹. Proizvodni trg sira je Evropska komisija v določenih primerih razmejila glede na način prodaje (ločeni proizvodni trgi za prodajo specializiranim trgovcem na debelo in sodobnim vrstam prodaje na drobno, kot so supermarketi, hipermarketi in diskonti)¹², v določenih primerih pa glede na uporabljeni tehnološki postopek (sirni namazi, sveži siri, mehki siri, poltrdi siri in trdi siri)¹³ oziroma je ugotovila, da se trg sira lahko deli na trdi in poltrdi sir (Gauda, Edam, Maasdam, Tilsit, Emmental, Cheddar in podobno), sir za mazanje (kremni sir in mehki topljeni sir), specialni siri (Gorgonzola, Camembert, Brie, feta, skuta, mozzarella in podobno) ter sir za industrijo¹⁴.
22. Glede na podatke iz priglasitve koncentracije imajo podjetja iz skupine Lactalis največji tržni delež v Republiki Sloveniji na trgu odkupa surovega mleka, in sicer okoli 10 %. Ker podjetja, udeležena v koncentraciji, v Sloveniji odkupujejo le kravje mleko, se Agencija

⁷ Odločba Komisije COMP/M.4135 z dne 24. aprila 2006 – Lactalis / Galbani in Odločba Komisije COMP/M.6242 z dne 14. junija 2011 – Lactalis / Parmalat.

⁸ Odločba Komisije COMP/M.5046 z dne 17. decembra 2008 – Friesland Foods / Campina.

⁹ Odločba Komisije COMP/M.6242 z dne 14. junija 2011 – Lactalis / Parmalat.

¹⁰ Odločba Komisije COMP/M. 6119 z dne 1. aprila 2011 – Arla / Hansa, odločba Komisije COMP/M.5046 z dne 17. decembra 2008 – Friesland Foods / Campina, odločba Komisije COMP/M. 6648 z dne 7. novembra 2011 – Arla foods / Allgauland

¹¹ Odločba Komisije COMP/M. 6522 z dne 11. maja 2012 – skupina Lactalis / Skanemejerier in odločba Komisije COMP/M.5046 z dne 17. decembra 2008 – Friesland Foods / Campina, točka 927.

¹² Odločba Komisije COMP/M.5046 z dne 17. decembra 2008 – Friesland Foods / Campina.

¹³ Odločba Komisije COMP/M.6242 z dne 14. junija 2011 – Lactalis / Parmalat.

¹⁴ Odločba Komisije COMP/M.6348 z dne 7. novembra 2011 – Arla foods / Allgauland, točka 30.

strinja z navedbo priglasiatelja, da upoštevni nabavni trg predstavlja trg odkupa surovega kravjega mleka.

23. Na trgu svežega mleka je imelo podjetje Ljubljanske mlekarne v letu 2011 po podatkih priglasiatelja 31 % tržni delež oziroma 23 % tržni delež, če pri prodaji upoštevamo še prodajo v diskontnih prodajalnah. Podjetja iz skupine Lactalis doslej na slovenskem trgu niso prodajala svežega mleka, tako da se dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij na trgu prodaje svežega mleka na območju Republike Slovenije ne prekrivajo. Na preostalih trgih imajo podjetja iz skupine Lactalis na slovenskem trgu tržne deleže pod 5 %, zato Agencija meni, da vpliv koncentracije na upoštevne proizvodne/storitvene trge ne bo bistven oziroma koncentracija ne bo imela negativnih učinkov na konkurenco na upoštevni trgih, ne glede na to, ali učinke presojava na ožje opredeljenih upoštevni trgih ali na širše opredeljenih trgih. Agencija zato v zadevnem primeru upoštevni proizvodni/storitveni trgovi ni dokončno opredelila.
24. Kljub temu pa je Agencija zaradi pomembne tržne moči podjetja Ljubljanske mlekarne na upoštevni proizvodni/storitveni trgih, v nadaljevanju vseeno preučila posamezne trge, na katerih so dejavna v koncentraciji udeležena podjetja, ter preučila potencialne učinke koncentracije na učinkovito konkurenco v Republiki Sloveniji.
25. Priglasiatelj je kot upoštevni geografski trg za vse navedene proizvodne/storitvene trge opredelil trg Republike Slovenije. Pri tem navaja, da je Evropska komisija opredelitev geografskega trga za sveže mleko pustila bodisi odprto bodisi je štela, da je trg nacionalen.
26. Ker pri predmetni koncentraciji ni bila potrebna dokončna opredelitev upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgovi, tudi dokončna opredelitev geografskega trga ni potrebna, saj niti ob najožji opredelitvi upoštevni geografskega trga ne bi bil izkazan sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence.

B Presoja koncentracije

27. Agencija na podlagi 2. odstavka 11. člena ZPOmK-1 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 vmesni in končni uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurence.

Trg odkupa surovega mleka

28. Iz priglasiateljevih podatkov je razvidno, da je bila v Republiki Sloveniji v letih od 2009 do 2011 odkupljena naslednja količina surovega mleka: 625.521 ton v letu 2009, 603.930 ton v letu 2010 in 601.591 ton v letu 2011. Za leto 2012 pa priglasiatelj ocenjuje, da znaša odkupljena količina surovega mleka 618.000 ton. V letih 2009 do 2011 sta tržna deleža podjetja Ljubljanske mlekarne in skupine Lactalis na slovenskem trgu na trgu odkupa surovega mleka glede na količino odkupljenega mleka stabilna

Tržni delež podjetja Ljubljanske mlekarne je v letu 2009 znašal _____ %, v letu 2010 je znašal _____ %, v letu 2011 pa _____ %.

29. Iz priglasiateljevih podatkov je razvidno, da tako podjetja iz skupine Lactalis kot podjetje Ljubljanske mlekarne surovo mleko kupujeta tudi v Sloveniji. Podjetje Ljubljanske mlekarne surovo mleko uporabi za proizvodjanje mlečnih proizvodov v Sloveniji, ki jih nato prodaja na slovenskem in drugih trgih. Skupina Lactalis pa nima proizvodni obratov v Sloveniji. Surovo mleko, odkupljeno na slovenskem trgu, skupina Lactalis takoj izvozi za predelavo v Italijo in v manjši meri tudi v hrvaške proizvodne obrate.

30. Priglasitelj navaja, da se bodo zaradi koncentracije zelo verjetno prekinile strukturne (čeprav posredne) povezave (če obstajajo) med podjetjem Ljubljanske mlekarne in nekaterimi kmetijskimi zadrugami, ki organizirajo odkup mleka in ki so posredni delničarji Ljubljanskih mlekarn. Lactalis bo po izvedbi obravnavane koncentracije objavil prevzemno ponudbo za preostale delnice družbe Ljubljanske mlekarne. Ne glede na rezultat pa bodo Ljubljanske mlekarne tako kot pred obravnavano koncentracijo kupovale mleko pri številnih dobaviteljih, ne zgolj pri tistih, ki so posredno udeleženi v njenem kapitalu. Kmetje, ki so trenutno še vedno posredni delničarji Ljubljanskih mlekarn, nimajo nobenih posebnih pogodbenih ugodnosti v primerjavi z drugimi dobavitelji surovega mleka Ljubljanskih mlekarn. Skupina Lactalis po drugi strani nikoli ni bila povezana z dejavnostmi s proizvodnje oziroma organiziranja odkupa surovega mleka v Sloveniji, kar naj bi se po navedbah priglasitelja nadaljevalo tudi po koncentraciji. Priglasitelj še navaja, da glede na okoliščine skupina Lactalis zaradi koncentracije ne bo imela nobene posebne spodbude, da bi spremenila svoje nakupne vzorce oziroma kupovala manj mleka od obstoječih dobaviteljev. Priglasitelj še navaja, da skladno z navedenim koncentracija ne prinaša nobenih sprememb na slovenski trg odkupa surovega mleka, po koncentraciji bodo številni drugi kupci surovega mleka še naprej kupovali surovo mleko na slovenskem trgu, kar pomeni, da koncentracija ne bo imela nikakršnih protikonkurenčnih učinkov na slovenski trg odkupa surovega mleka.
31. Priglasitelj navaja, da v sektorju mlekarstva in sirarstva pri vstopu ni posebnih ovir. Za proizvodnjo mlečnih proizvodov niso potrebne nobene posebne raziskave in razvoj ter nobene pravice intelektualne ali industrijske lastnine. Prav tako ni potrebno nobeno posebno dovoljenje nadzornih organov. Ekonomija obsega ima lahko koristen vpliv na stroške proizvodnje, vendar lahko tudi manjša podjetja dokaj zlahka razvijejo kredibilen položaj na trgu. Edina prevladujoča surovina je surovo kravje mleko, ki je zlahka dostopno. Še manjše ovire pa so pri proizvodnji in prodaji proizvodov trgovskih blagovnih znamk, ki predstavljajo nenehno naraščajoč delež povpraševanja končnih kupcev in trgovskih centrov, ki prodajajo te izdelke pod svojimi blagovnimi znamkami.
32. V letu 2011 so na kmetijskih gospodarstvih v Republiki Sloveniji namolzli 601.591 ton kravjega mleka, to je za manj kot pol odstotka manj kot v letu 2010. Struktura porabe namolzenega mleka se še naprej spreminja v enaki smeri kot v predhodnih letih. Poraba mleka za krmo in za samooskrbo (to je za prehrano na kmetijskih gospodarstvih) se je zmanjšala, po drugi strani pa nekoliko povečan odkup mleka predstavlja že več kot 87 % vsega namolzenega kravjega mleka. Skupen odkup kravjega mleka v letu 2011 (525.592 ton) je bil v primerjavi z letom 2010 večji za več kot 1 %. Količina neposredno prodanega mleka na kmetijskih gospodarstvih se v zadnjih treh letih giblje okrog 10.000 ton in ne niha bistveno. Delež namolzenega kravjega mleka, ki se uporabi kot krma, se postopoma zmanjšuje, in sicer so v letu 2011 na kmetijskih gospodarstvih porabili za krmo le še malo več kot 8 % vsega namolzenega kravjega mleka. V letu 2011 se je poraba mleka za prehrano na kmetijskih gospodarstvih zmanjšala za skoraj 12 % in je znašala skoraj 10.800 ton. Zmanjšanje gre predvsem na račun zmanjšanja števila kmetijskih gospodarstev, na katerih molzejo krave. Povečuje pa se količina kravjega mleka, ki se na kmetijskih gospodarstvih porabi za predelavo v mlečne izdelke (več kot 6.100 ton). Najpogostejši mlečni izdelek so še vedno siri (za izdelavo sirov so v letu 2011 na kmetijskih gospodarstvih porabili več kot 5.300 ton mleka). Kljub navedenemu povečanju pa kravje mleko, ki se predela v mlečne izdelke na kmetijskih gospodarstvih, predstavlja le 1 % vsega namolzenega kravjega mleka¹⁵. V letu 2011 je bilo s kmetijskih gospodarstev odkupljenih 525.592 ton mleka, to je za 1,2% več kot v letu 2010. Od tega so slovenske mlekarne odkupile 364.606 ton mleka, to je za 0,2 % več kot v letu 2010¹⁶. Za leto 2012 podatki kažejo, da je bilo v obdobju od vključno januarja do vključno novembra 2012 s kmetijskih gospodarstev v Sloveniji odkupljeno 492.369 ton kravjega mleka, od tega so

¹⁵ Vir: Statistični urad RS: Letna prireja in uporaba mleka na kmetijskih gospodarstvih, Slovenija, 2011 – končni podatki, dostopno na spletni strani http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4914, dne 14.1.2013.

¹⁶ Vir: Statistični urad RS: Mleko in mlečni izdelki, Slovenija, 2011 – končni podatki, dostopno na spletni strani http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5257 dne 14.1.2013.

slovenske mlekarne odkupile 327.898 ton¹⁷.

33. Iz navedenih podatkov Statističnega urada Republike Slovenije je za leto 2011 razvidno, da so v letu 2011 na kmetijskih gospodarstvih namolzli 601.591 ton kravjega mleka, od tega je bilo mlekarbam in odkupovalcem dostavljeno 525.592 ton, pri tem pa znaša odkup s strani slovenskih mlekar 364.606 ton kravjega mleka. To pomeni, da je približno 60,6 % celotne prireje kravjega mleka na kmetijskih gospodarstvih odkupljeno s strani slovenskih mlekar (364.606 ton kravjega mleka od skupno 601.591 ton celotne prireje), manjši delež predstavlja neposredna prodaja mleka (okrog 10.000 ton letno), predelava mleka v mlečne izdelke na kmetijskih gospodarstvih in uporaba mleka za krmo, preostalo mleko pa je bilo prodano na trge izven Republike Slovenije. Prav tako je iz podatkov Statističnega urada RS razvidno, da vsaj od leta 2009 dalje pridelava surovega kravjega mleka v Republiki Sloveniji močno presega povpraševanje slovenskih mlekar, zato je več kot tretjina v Sloveniji odkupljenega mleka prodana na trge izven Republike Slovenije.
34. Podjetje Ljubljanske mlekarne večino mleka za proizvodnjo mlečnih izdelkov nabavi na slovenskem trgu, pri tem pa se delež mleka iz tujine povečuje. Deleži nabave mleka podjetja Ljubljanske mlekarne na slovenskem trgu za zadnja tri leta znašajo: za leto 2009 znaša 94%, za leto 2010 znaša 91%, za leto 2011 pa znaša 90%¹⁸. Nakupi surovega mleka skupine Lactalis so na slovenskem trgu v letu 2011 znašali 60.770 ton, nakupi podjetja Ljubljanske mlekarne pa 194.185 ton.
35. Največji konkurenti podjetja Ljubljanske mlekarne na slovenskem trgu odkupa surovega mleka so Mlekarna Celeia d.o.o., Mlekarna Planika d.o.o. Kobarid, Vipava 1894 d.d. in Pomurske mlekarne d.d.. Podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. odkupuje mleko samo od slovenskih proizvajalcev in je v letu 2011 odkupilo 91.247 tisoč litrov mleka¹⁹, kar pomeni približno 15,17 % tržni delež glede na 601.591 ton kravjega mleka, namolzenega na slovenskih kmetijskih gospodarstvih²⁰. Podjetje Pomurske mlekarne d.o.o. je v letu 2011 odkupilo 69.255 tisoč litrov mleka, in sicer: 53.851 tisoč litrov mleka od zadrug, s katerimi je imelo sklenjene dolgoročne pogodbe o nabavi mleka, 618 tisoč litrov mleka na slovenskem trgu in 14.785 tisoč litrov mleka na evropskem trgu²¹. Navedeno pomeni, da so Pomurske mlekarne d.o.o. v letu 2011 odkupile 54.469 tisoč litrov mleka na slovenskem trgu (53.851 + 618), kar pomeni približno 9,05% tržni delež glede na 601.591 ton kravjega mleka, namolzenega na slovenskih kmetijskih gospodarstvih. Podjetje Mlekarna Planika d.o.o. Kobarid odkupuje in predeluje izključno samo slovensko mleko, ki je pridelano v hribovitih območjih občin Tolmin, Kobarid, Bovec in Bohinj²². Po podatkih priglasitelja ima Mlekarna Planika d.o.o. na trgu odkupa surovega mleka % tržni delež. Podjetje Agroind Vipava 1894 d.d. je v letu 2011 odkupilo 7.095 tisoč litrov mleka na slovenskem trgu²³, kar pomeni približno 1,18 % tržni delež glede na 601.591 ton kravjega mleka, namolzenega na slovenskih kmetijskih gospodarstvih²⁴.
36. Na podlagi navedenega ob upoštevanju stanja na trgu odkupa surovega kravjega mleka, odsotnosti ovir za odkup in prodajo mleka na tujih trgih, obstoječe in potencialne konkurence, izbire, ki jo imajo pridelovalci surovega kravjega mleka za njegovo prodajo ali predelavo v mlečne izdelke, Agencija ugotavlja, da koncentracija ne predstavlja nevarnosti ustvarjanja oziroma krepitve prevladujočega položaja, ki bi pomenil zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence.

¹⁷ Vir: Statistični urad RS: Mleko in mlečni izdelki, Slovenija, november 2012 – končni podatki, dostopno na spletni strani http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5257 dne 14.1.2013.

¹⁸ Letno poročilo družbe Ljubljanske mlekarne d.d. za leto 2011, stran 58.

¹⁹ Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 35 in 36.

²⁰ Priglasitelj je za leto 2012 ocenil, da ima podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. na trgu odkupa surovega mleka % tržni delež.

²¹ Letno poročilo podjetja Pomurske mlekarne d.d. za leto 2011, stran 13 in 14.

²² Spletna stran podjetja Mlekarna Planika d.o.o. Kobarid, <http://www.mlekarna-planika.si/o-nas>, 1.2.2013.

²³ Letno poročilo podjetja Agroind Vipava 1894 d.d. za leto 2011, stran 17.

²⁴ Priglasitelj je za leto 2012 ocenil, da ima podjetje Agroind Vipava 1894 d.d. na trgu odkupa surovega mleka % tržni delež.

37.

na istem trgu pa je tržni delež podjetja Ljubljanske mlekarne v letu 2009 znašal %, v letu 2010 je znašal % in v letu 2011 je znašal %. Skupni tržni delež udeleženih podjetij bo zaradi koncentracije znašal približno 36 %, ki pa skupini Lactalis v nobenem primeru ne bo omogočil omejevanja konkurence, saj takšen tržni delež ne daje prevladujočega položaja na trgu. Na slovenskem trgu jogurtov je prisotna konkurenca nekaterih lastnih blagovnih znamk jogurtov, ki vključuje mednarodno skupino Danone, ki je svetovno znan proizvajalec vseh vrst jogurtov, ter Celeia, slovenski proizvajalec mlečnih proizvodov z obsežno ponudbo jogurtov. Poleg tega so proizvodi trgovskih znamk čedalje bolj priljubljena izbira potrošnikov na slovenskem trgu z jogurti, pri tem pa se njihova pomembnost na trgu še naprej povečuje. Glede na trenutno gospodarsko krizo in čedalje večjo cenovno občutljivost slovenskih kupcev se pričakuje, da se bosta pomembnost in konkurenčni pritisk proizvodov trgovskih znamk v prihodnosti enakomerno povečevala, kar pomeni visoke konkurenčne omejitve za udeleženca v zadevni koncentraciji, ki ne bosta mogla povečati svojih cen. Prav tako je razlika v tržnem deležu (pred in po koncentraciji) za jogurte v primeru te koncentracije majhna. Glede na približno 4 % tržni delež skupine Lactalis, združitev dejavnosti skupine Lactalis in Ljubljanskih mlekarne ne more pomembno vplivati na konkurenčni položaj podjetja Ljubljanske mlekarne oziroma na sposobnost preostalih konkurentov na učinkovito konkuriranje.

38. Iz tabele 1 je razvidna prodaja navadnih in sadnih jogurtov (z oznako sadni jogurti so mišljeni vsi jogurti, katerim so dodani dodatki za okus) podjetja Ljubljanske mlekarne v letih 2009, 2010 in 2011 pod blagovno znamko Ljubljanskih mlekar²⁵.

Tabela 1: Prodaja jogurtov podjetja Ljubljanske mlekarne pod lastnimi blagovnimi znamkami

| |
|-------------------------|
| Skupina izdelkov |
| Navadni jogurti |
| Sadni jogurti |
| Skupaj |

Vir: Podatki p

39. Iz tabele 2 je razvidna prodaja navadnih in sadnih jogurtov (z oznako sadni jogurti so mišljeni vsi jogurti, katerim so dodani dodatki za okus) podjetja Ljubljanske mlekarne v letih 2009, 2010 in 2011 pod trgovsko blagovno znamko. Podjetje Ljubljanske mlekarne prodaja jogurte pod naslednjimi trgovskimi blagovnimi znamkami: Mercator (naravni jogurti v lončku, naravni ½ l jogurti, sadni jogurt v lončku), Spar (sadni jogurt ½ l) in Hofer (naravni jogurt 1l). Po podatkih priglasitelja jogurte pod trgovskimi blagovnimi znamkami prodaja tudi podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. (prodaja naravnih jogurtov v lončku za Mercator in Tuš, prodaja naravnih jogurtov ½ l za Mercator, Spar, Tuš in Hofer, prodaja naravnih jogurtov 1l za Mercator, prodaja sadnih jogurtov v lončku za Mercator, Spar in Tuš, prodaja sadnih jogurtov ½ l za Mercator, Tuš in Hofer). Prav tako je iz podatkov priglasitelja razvidno, da podjetje Pomurske mlekarne d.d. ravno tako prodaja jogurte pod trgovskimi blagovnimi znamkami (prodaja naravnih jogurtov v lončku za Mercator in Tuš, prodaja naravnih jogurtov ½ l za Mercator, prodaja sadnih jogurtov v lončku za Mercator, Tuš in Hofer, prodaja sadnih jogurtov ½ l za Tuš)²⁶.

²⁵ Dokument

²⁶ Dokument

Tabela 2: Prodaja jogurtov podjetja Ljubljanske mlekarne pod trgovskimi blagovnimi znamkami

| Skupina izdelkov | Količina v kg | Čista vrednost v EUR |
|------------------|---------------|----------------------|
| Navadni jogurti | | |
| Sadni jogurti | | |
| Skupaj | | |

Vir: Podatki

40.

41. Po podatkih priglasitelja so na slovenskem trgu jogurtov v letu 2011 imele trgovske znamke 28,5 % tržni delež, močan konkurent so jogurti blagovne znamke Danone (% tržni delež) ter jogurti blagovne znamke Celeia (% tržni delež). Priglasitelj navaja, da trgovske znamke pripadajo trgovcem na drobno in so neposredna konkurenca znamkam neposrednih proizvajalcev, saj lahko trgovci na drobno preusmerijo proizvodnjo svoje znamke na katerega koli proizvajalca, vključno s tujimi, potrošniki pa tega ne bodo opazili, razen če bodo pogledali kodo proizvajalca na embalaži²⁷. V zvezi s tem se priglasitelj sklicuje na nekatere odločbe Evropske komisije²⁸. Evropska komisija navaja, da dobavitelji ne morejo zanemariti konkurenčnega pritiska, ki ga trgovske znamke izvajajo na njihove znamke. To zlasti velja, kadar so dobavitelji izdelkov blagovnih znamk hkrati tudi dobavitelji izdelkov trgovskih znamk, in si ti izdelki konkurirajo na prodajnem trgu. Kadar večino izdelkov trgovskih znamk in izdelkov blagovnih znamk dobavljajo ista podjetja, lahko predpostavimo, da bi ta podjetja pri izvajanju dobave trgovcem na drobno upoštevala tudi zamenljivost trgovskih znamk in blagovnih znamk med končnimi kupci²⁹.
42. Po nekajletnem rahlem zmanjševanju proizvodnje fermentiranih mlečnih izdelkov (jogurti, jogurti napitki in podobno) se je proizvodnja le-teh v Sloveniji v letu 2011 povečala za skoraj 7 %, in sicer je v letu 2010 znašala 31.615 ton, v letu 2011 pa 33.659 ton. Od tega je proizvodnja fermentiranih mlečnih izdelkov z dodatki v letu 2010 znašala 11.633 ton, v letu 2011 pa 13.174 ton, proizvodnja fermentiranih mlečnih izdelkov brez dodatkov je v letu 2010 znašala 19.982 ton, v letu 2011 pa 20.484 ton. V letu 2011 se je povečala prodaja jogurtov in preostalih fermentiranih mlečnih izdelkov slovenskih proizvajalcev na trge izven Republike Slovenije, in sicer je bilo v letu 2010 na druge trge prodano 8.763 ton fermentiranih mlečnih izdelkov (od tega na trge Evropske unije 1.327 ton), v letu 2011 pa je bilo prodano 9.903 ton (od tega na trge Evropske unije 2.079 ton). Nakup fermentiranih mlečnih izdelkov s trgov izven Republike Slovenije se je v letu 2011 zmanjšal glede na preteklo leto, in sicer je v letu 2010 na drugih trgih bilo nabavljeno skupno 17.965 ton jogurtov in drugih fermentiranih mlečnih izdelkov (od tega na trgih Evropske unije 16.014 ton), v letu 2011 pa 17.048 ton (od tega na trgih Evropske unije 15.197 ton)³⁰.
43. Največji konkurenti podjetja Ljubljanske mlekarne na slovenskem trgu jogurtov so jogurti trgovskih znamk (skupni tržni delež po podatkih priglasitelja 28,5 %), jogurti blagovne znamke Danone (tržni delež po podatkih priglasitelja %) in jogurti blagovne znamke Celeia (tržni delež po podatkih priglasitelja %). Skupina Danone prodaja naslednje

²⁷ Dokument 306-104/2012-17.

²⁸ Odločba Evropske komisije COMP/M.5046 – Friesland Foods / Campina z dne 17.12.2008, točki 181 in 405, odločba Evropske komisije COMP/M.4135 – Lactalis / Galbani z dne 24.4.2006, odločba Evropske komisije COMP/M.5875 – Lactalis / Puleva z dne 23.8.2010 in odločba Evropske komisije COMP/M.5875 – Lactalis / Parmalat z dne 14.6.2011, točka 26.

²⁹ Odločba Evropske komisije COMP/M.5046 – Friesland Foods / Campina z dne 17.12.2008, točka 181.

³⁰ Vir: Statistični urad RS: Mleko in mlečni izdelki, Slovenija, 2011 – končni podatki, dostopno na spletni strani http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5257 dne 14.1.2013

blagovne znamke svežih mlečnih izdelkov: Actimel, Activia, Danacol, Na planincih, FruchtZwerg, Topfencreme, Fantasia, Obstgarten in Dany Sahne. Glede na vrednost prodaje na področju svežih mlečnih izdelkov naj bi skupina Danone v letu 2011 imela 20% tržni delež in s tem vodilno mesto³¹. Podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. je v letu 2011 na slovenskem trgu pri prodaji imelo 16,5% tržni delež, blagovna znamka ZELENE DOLINE pa je druga znamka v segmentu jogurtov in desertov³², na istem trgu pa je podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. v letu 2011 prodalo 14.726 tisoč kosov klasičnih navadnih jogurtov, 8.951 tisoč kosov klasičnih sadnih jogurtov, 7.520 tisoč kosov probiotičnih navadnih jogurtov, 5.613 tisoč kosov probiotičnih sadnih jogurtov in 1.181 tisoč kosov probiotičnih sadnih napitkov³³. Podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. pa je tako na slovenskem kot tujem trgu v letu 2010 prodalo 9.364.121 l jogurtov v vrednosti 12.045.366 EUR, v letu 2011 pa 9.945.746 l jogurtov v vrednosti 13.500.446 EUR³⁴.

44. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije in ob upoštevanju, da na slovenskem trgu jogurtov obstaja močan konkurenčni pritisk, Agencija ugotavlja, da koncentracija ne predstavlja nevarnosti ustvarjanja oziroma krepitve prevladujočega položaja, ki bi pomenil zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence.

Trg prodaje sira

45. Priglasitelj navaja, da je tržni delež skupine Lactalis na slovenskem trgu sira (glede na obseg prodaje v tonah) v letu 2009 znašal %, v letu 2010 je znašal % in v letu 2011 je znašal %, na istem trgu pa je tržni delež podjetja Ljubljanske mlekarne v letu 2009 znašal %, v letu 2010 je znašal % in v letu 2011 je znašal % (oziroma %, če upoštevamo sire brez skute in namazov). Skupni tržni delež udeleženih podjetij bo zaradi koncentracije znašal približno 20%, ki pa skupini Lactalis v nobenem primeru ne bo omogočil omejevanja konkurence, saj takšen tržni delež ne daje prevladujočega položaja na trgu. Priglasitelj se sklicuje na smernice evropske komisije o presoji horizontalnih združitvev, po katerih koncentracije, kjer tržni delež udeleženih podjetij ne presega 25 %, praviloma zaradi omejenega tržnega deleža udeleženih podjetij ne morejo ovirati učinkovite konkurence³⁵. Priglasitelj navaja še, da bi bil tržni delež Ljubljanskih mlekar bistveno manjši (približno za 5 %), če na trgu sirov ne bi upoštevali skute, saj imajo Ljubljanske mlekarne v Sloveniji visoko prodajo skute, skupina Lactalis pa tega proizvoda na slovenskem trgu ne prodaja.
46. Priglasitelj še navaja, da imajo na slovenskem trgu sira proizvodi trgovskih znamk očitno vodilni položaj, saj njihov tržni delež presega 55 %. Konkurenčni pritisk na cene, ki ga izvajajo te trgovske znamke na proizvajalce lastnih blagovnih znamk, je izjemno velik. V času gospodarske krize in ob soočanju z vedno večjo cenovno občutljivostjo povprečnega slovenskega potrošnika, je za pričakovati, da bo v naslednjih letih ta pritisk še narasel. Po izvedeni koncentraciji bo na trgu sira poleg udeležencev koncentracije in proizvodov trgovskih znamk ostalo prisotnih več drugih dobaviteljev, tako da bodo imeli kupci na voljo zadostno izbiro med konkurenčnimi proizvodi.
47. Iz tabele 3 je razvidna prodaja sira podjetja Ljubljanske mlekarne v letih 2009, 2010 in 2011 pod blagovno znamko Ljubljanskih mlekar³⁶.

³¹ Letno poročilo podjetja Danone d.o.o. za leto 2011, stran 5.

³² Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 15 in 42.

³³ Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 32.

³⁴ Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 34.

³⁵ Smernice o presoji horizontalnih združitvev na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij (Ur. l. EU, 2004/C 31/03, 18. točka).

³⁶ Dokument

Tabela 3: Prodaja sira podjetja Ljubljanske mlekarne pod lastnimi blagovnimi znamkami

Vir: Podatki |

48. Iz tabele 4 je razvidna prodaja sira podjetja Ljubljanske mlekarne v letih 2009, 2010 in 2011 pod trgovsko blagovno znamko. Podjetje Ljubljanske mlekarne prodaja sire pod naslednjimi trgovskimi blagovnimi znamkami: Mercator (Edamec in skuta), Spar (Gauda in skuta) in Tuš (skuta). Po podatkih priglasiatelja sire pod trgovskimi blagovnimi znamkami prodaja tudi podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. (prodaja sira Gauda za Mercator, Edamca za Tuš in Hofer ter skute za Spar). Prav tako je iz podatkov priglasiatelja razvidno, da podjetje Pomurske mlekarne d.d. prodaja sire pod trgovskimi blagovnimi znamkami (prodaja sira Gauda za Spar in Tuš, lahkega sira za Spar ter skute za Mercator in Tuš)³⁷.

Tabela 4: Prodaja sira podjetja Ljubljanske mlekarne pod trgovskimi blagovnimi znamkami

49. Po priglasiateljevih podatkih je skupina Lactalis v letu 2011 na slovenskem trgu prodala skupno 659.634 kg sira, kjer pa je upoštevana tudi prodaja sira pod trgovskimi blagovnimi znamkami. V letu 2011 je skupina Lactalis na slovenskem trgu prodala 648 kg posebnega sira President, 39.590 kg sira Brie (od tega 14.347 kg pod trgovskimi blagovnimi znamkami), 4.770 ton Camemberta, 1.811 kg Čedarja, 365.875 kg predelanega sira (od tega 227.054 kg pod trgovskimi blagovnimi znamkami), 1.627 kg sira iz ovčjega mleka, 5.755 kg sira iz kozjega mleka, 129.204 kg svežega sira, 42.345 kg mozzarele, 2.789 kg modrega sira, 34.839 kg trdega sira, 28.694 kg poltrdega sira (od tega 15.128 kg pod trgovskimi blagovnimi znamkami) in 1.687 kg delikatesnega sira. Pod lastnimi blagovnimi znamkami je skupina Lactalis na slovenskem trgu leta 2011 prodala skupno 403.105 kg sira v vrednosti 2.280.413 EUR, pod trgovskimi blagovnimi znamkami pa 256.523 kg sira v vrednosti 811.200 EUR.
50. Iz podatkov Statističnega urada RS izhaja, da je skupna proizvodnja sira³⁸ v Sloveniji v letu 2010 znašala 18.670 ton, v letu 2011 pa 18.657 ton. Od skupno 18.657 ton sira, proizvedenega v Sloveniji, znaša proizvodnja zrelega sira 13.115 ton, proizvodnja nefermentiranega ali nenasoljenega (svežega) sira in skute 5.212 ton, proizvodnja predelanega (topljenega) sira pa 329 ton. V letu 2011 se je zmanjšala prodaja sira na trge izven Republike Slovenije, saj je v letu 2010 bilo na druge trge prodano 4.298 ton sira (od tega na trg Evropske unije 564 ton), v letu 2011 pa je bilo prodano 3.950 ton (od tega na trg Evropske unije 349 ton). Nakup sira s trgov izven Republike Slovenije se je v letu 2011 napram letu 2010 prav tako zmanjšal, in sicer je bilo v letu 2010 nabavljeno 14.042 ton sira (od tega na trgih Evropske unije 14.845 ton), v letu 2011 pa je bilo nabavljeno 14.825 ton

³⁷ Dokument 306-104/2012-38 in 306-104/2012-17.

³⁸ Upoštevana je proizvodnja nefermentiranega ali nenasoljenega svežega sira in skute, zrelega sira ter predelanega ali topljenega sira.

sira (od tega na trgih Evropske unije 14.427 ton). Trg prodaje sira v Republiki Sloveniji je tako po statističnih podatkih v letu 2011 znašal 29.532 ton³⁹ (proizvodnja 18.657 ton zmanjšana za 3.950 ton prodaje na tuje trge in povečana za 14.825 nabave sira na tujih trgih). Glede na navedeni obseg trga prodaje sira v Republiki Sloveniji 29.532 ton v letu 2011 je znašal tržni delež podjetja Ljubljanske mlekarne 22,02% (upoštevana prodaja 6.502.884 kg sira in skute), tržni delež skupine Lactalis pa 1,36% (upoštevana prodaja 403.105 kg sira).

51. Največji konkurenti podjetja Ljubljanske mlekarne na slovenskem trgu sira so siri trgovskih blagovnih znamk. Delež prodaje sira v Sloveniji, ki ga Mlekarna Celeia d.o.o. trži pod trgovsko blagovno znamko, predstavlja 40% skupne prodaje sira v Sloveniji⁴⁰. Mlekarna Celeia d.o.o. je v letu 2011 na slovenskem trgu prodala 3.325 ton sira in 370 ton skute (v letu 2010 pa 3.237 ton sira in 304 ton skute)⁴¹. Glede na obseg trga sira v Republiki Sloveniji 29.532 ton je tržni delež podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. v letu 2011 znašal 12,51%. Tržni delež podjetja Pomurske mlekarne d.d. pa je v letu 2011 pri prodaji sira v Republiki Sloveniji znašal 14,33 %⁴². Podjetje Agroind Vipava 1894 d.d. je v letu 2011 prodalo 77,5 ton sira ter 659,54 ton skute⁴³, kar predstavlja približno 2,5 % tržni delež.
52. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije in ob upoštevanju drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da koncentracija ne predstavlja nevarnosti ustvarjanja oziroma krepitve prevladujočega položaja, ki bi pomenil zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence.

Trg trajnega mleka

53.

na istem trgu pa je tržni delež podjetja Ljubljanske mlekarne v letu 2009 znašal % , v letu 2010 je znašal % in v letu 2011 je znašal % (oziroma %, če upoštevamo prodajo trajnega mleka tudi v diskontnih prodajalnah). Priglasitelj navaja, da so bili navedeni tržni deleži skupine Lactalis na slovenskem trgu podani s strani skupine Lactalis in se navedeni tržni deleži razlikujejo od podatkov, s katerimi razpolagata podjetje Ljubljanske mlekarne in AC Nielsen⁴⁴, in sicer naj bi po podatkih AC Nielsen tržni delež skupine Lactalis na slovenskem trgu trajnega mleka znašal 0,2%⁴⁵. Priglasitelj navaja, da bi koncentracija na trgu trajnega mleka glede na Lactalisov minimalni tržni delež povzročila zgolj neznatno prekrivanje, kar pa na noben način ne bi spremenilo strukture konkurence na tem trgu. Priglasitelj navaja, da je konkurenca na slovenskem trgu trajnega mleka pod velikim pritiskom izdelkov trgovskih blagovnih znamk, ki predstavljajo približno polovico trga. Ta pritisk se nenehno povečuje, kar je po mnenju priglasitelja prispevalo k stagnaciji tržnega deleža Ljubljanskih mlekar. Priglasitelj navaja, da ja na slovenskem trgu trajnega mleka prisotnih več različnih proizvajalcev lastnih blagovnih znamk in kateri koli proizvajalec mlečnih izdelkov v regiji lahko zelo preprosto in hitro vstopi na trg. Zaradi navedenega obravnavana koncentracija na trgu trajnega mleka v Sloveniji ne bo povzročila protikonkurenčnih učinkov.

54. Obseg trga trajnega mleka v Republiki Sloveniji v letu 2011 znaša 106.000 tisoč litrov

³⁹ Priglasitelj je navedel obseg slovenskega trga sira leta 2011 v višini 26.400 ton.

⁴⁰ Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 30.

⁴¹ Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 32.

⁴² Iz letnega poročila podjetja Pomurske mlekarne za leto 2011 na strani 22 je razvidno, da so v letu 2011 prodali naslednje količine sira v Sloveniji (skupaj 4.230.771 kg): poltrdi sir 888.958 kg, Ementalec 549.485 kg, Zbrinc 25.803 kg, topljeni sir 425.934 kg, mehki sir 9.868 kg, sirni namazi 1.170.378 kg in skuta 1.160.345 kg.

⁴³ Letno poročilo podjetja Vipava 1894 d.d. za leto 2011, stran 18.

⁴⁴ Dokument 306-104/2012-36. AC Nielsen pokriva od 70% do 80% vseh supermarketov.

⁴⁵ Dokumenta 306-104/2012-36 in 306-104/2012-13.

vključno s prodajo v diskontnih prodajalnah⁴⁶, po podatkih ACNielsen pa obseg trga v letu 2011 znaša 68.916,9 tisoč litrov brez prodaje v diskontnih prodajalnah oziroma 85.361,0 tisoč litrov vključno s prodajo v diskontnih prodajalnah⁴⁷.

55. Iz podatkov Statističnega urada RS izhaja, da je v slovenskih mlekarnah v letu 2010 znašala proizvodnja steriliziranega in visoko pasteriziranega mleka 141.104 ton (od tega polnomastno mleko 72.726 ton, delno posneto mleko pa 68.378 ton), v letu 2011 pa je znašala proizvodnja steriliziranega in visoko pasteriziranega mleka 132.328 ton (od tega polnomastno mleko 75.809 ton, delno posneto mleko pa 56.519 ton). Podatki Statističnega urada RS o uvozu in izvozu mleka pa so razvidni samo v skupni količini za konzumno mleko (ni ločenih podatkov za trajno in sveže mleko)⁴⁸. Nabava konzumnega mleka na trgih izven Republike Slovenije je v letu 2010 znašala 84.173 ton, v letu 2011 pa 82.360 ton. Prodaja konzumnega mleka na trge izven Republike Slovenije pa je v letu 2010 znašala 251.295 ton, v letu 2011 pa 251.691 ton⁴⁹.
56. Največji konkurent podjetja Ljubljanske mlekarne na slovenskem trgu trajnega mleka je mleko trgovskih blagovnih znamk, ki naj bi po navedbah priglasiatelja imelo skupno 46,9 % tržni delež. Da imajo trgovske blagovne znamke pri prodaji trajnega mleka visok tržni delež, izhaja tudi iz odgovorov na vprašalnik, ki jih je Agencija posredovala vsem največjim udeležencem trga. Drugi največji konkurent je podjetje Pomurske mlekarne d.o.o., ki je doseglo naslednjo prodajo trajnega mleka v Sloveniji v zadnjih treh letih: leta 2009 so prodali 20.141.468 l, leta 2010 so prodali 15.902.319 l in leta 2011 so prodali 13.706.636 l⁵⁰.
57. Agencija ugotavlja, da ima sicer podjetje Ljubljanske mlekarne na trgu trajnega mleka visok tržni delež, vendar se bo skupni tržni delež udeležencev po koncentraciji le rahlo povečal, poleg tega se struktura trga s koncentracijo ne bo spremenila, saj je bilo navedeno podjetje pri prodaji trajnega mleka vodilno že pred koncentracijo, tako da ne bo prišlo do bistvenih sprememb v strukturi trga. Prav tako pa velik konkurenčni pritisk na upoštevem trgu predstavlja na oba udeleženca koncentracije prodaja trajnega mleka trgovskih blagovnih znamk, ki jih na slovenskem trgu ponujajo Mercator, Spar, Tuš, Lidl in Hofer. Njihova prodaja v zadnjih letih narašča, na podlagi česar Agencija ugotavlja, da naraščanje potrošnje trgovskih blagovnih znamk predstavlja konkurenčni pritisk na udeleženca koncentracije, zaradi česar ni pričakovati, da bi lahko združeni subjekt v prihodnosti zviševal cene svojih izdelkov.
58. Na podlagi posredovanih podatkov priglasiatelja koncentracije in ob upoštevanju drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da koncentracija ne predstavlja nevarnosti ustvarjanja oziroma krepitve prevladujočega položaja, ki bi pomenil zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence.

Trg smetane

59. Priglasiatelj navaja, da je tržni delež skupine Lactalis na slovenskem trgu smetane (ob predpostavki, da je velikost trgov v letih 2009 in 2010 enaka velikosti trga v letu 2011) v letu 2009 znašal %, v letu 2010 je znašal % in v letu 2011 je znašal %, na istem trgu pa je tržni delež podjetja Ljubljanske mlekarne v letu 2009 znašal %, v letu 2010 je znašal % in v letu 2011 je znašal %. Priglasiatelj je navedene tržne deleže izračunal na podlagi internih prodajnih podatkov in oceni velikosti slovenskega trga smetane 7.468,08 tisoč litrov v letu 2009, 7.615,52 tisoč litrov v letu 2010 in 8.252,6 tisoč litrov v letu 2011.

⁴⁶ Podatki priglasiatelja v dokumentu 306-104/2012-13.

⁴⁷ Dokument 306-104/2012-37.

⁴⁸ Izraz konzumno mleko se nanaša le na mleko, ki je namenjeno za neposredno uživanje, običajno v embalažah za 2 l in manj (vir: Statistični urad RS: Metodološka pojasnila, natisnjeno dne 11.2.2013).

⁴⁹ Vir: Statistični urad RS: Mleko in mlečni izdelki, Slovenija, 2011 – končni podatki, dostopno na spletni strani http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5257 dne 14.1.2013

⁵⁰ Letno poročilo podjetja Pomurske mlekarne d.o.o. za leto 2011, stran 21.

60.

61.

62. Priglasitelj navaja, da je Lactalisova prodaja smetane na slovenskem trgu zgolj neznatna, skupni tržni delež po koncentraciji pa ne bo povzročil nobenih protikonkurenčnih učinkov na trgu smetane v Sloveniji. Zelo visok tržni delež na trgu smetane v Sloveniji imajo izdelki trgovskih blagovnih znamk, ki predstavljajo 59% celotne prodaje. Pomembnost trgovskih blagovnih znamk se tako kot na drugih trgih mlečnih izdelkov v Sloveniji, zlasti pri izdelkih z nizko dodano vrednostjo in pri razmeroma preprostih izdelkih, stalno povečuje, medtem ko prodaja proizvajalcev, npr. podjetja Ljubljanske mlekarne, stagnira ali celo upada. Priglasitelj še navaja, da je na slovenskem trgu smetane prisotnih več različnih proizvajalcev lastnih blagovnih znamk in kateri koli proizvajalec mlečnih izdelkov v regiji lahko zelo preprosto in hitro vstopi na trg. Glede na navedeno priglasitelj meni, da obravnavana koncentracija ne bo povzročila nobenih protikonkurenčnih učinkov na trgu smetane v Sloveniji.

63. Iz podatkov Statističnega urada RS izhaja, da je v slovenskih mlekarnah v letu 2010 znašala proizvodnja smetane 14.663 ton, v letu 2011 pa 14.211 ton. Nabava smetane na trgih izven Republike Slovenije je v letu 2010 znašala 1.157 ton, v letu 2011 pa 1.770 ton. Prodaja smetane na trge izven Republike Slovenije pa je v letu 2010 znašala 3.012 ton, v letu 2011 pa 2.312 ton⁵¹. Trg prodaje smetane v Republiki Sloveniji je tako po statističnih podatkih v letu 2010 znašal 12.808 ton (proizvodnja 14.663 ton zmanjšana za 3.012 ton prodaje na tuje trge in povečana za 1.157 ton nabave smetane na tujih trgih), v letu 2011 pa je obseg trga znašal 13.669 ton. Merjeno v litrih pa je proizvodnja sladke smetane v letu 2010 znašala 6.867.664 litrov, v letu 2011 pa 6.388.292 litrov, proizvodnja kisle smetane pa je v letu 2010 znašala 7.731.603 litrov, leta 2011 pa 7.756.625 litrov⁵².

64. Podjetje Mlekarna Celeia d.o.o. je v letu 2010 na slovenskem trgu prodalo 102 tisoč litrov kisle smetane in 267 tisoč litrov sladke smetane, v letu 2011 pa je prodalo 132 tisoč litrov kisle smetane in 275 tisoč litrov sladke smetane⁵³. Podjetje Agroind Vipava 1894 d.d. je v letu 2010 prodalo 797,6 tisoč litrov smetane, v letu 2011 pa je prodalo 781,7 tisoč litrov smetane⁵⁴. Podjetje Pomurske mlekarne d.d. je v letu 2010 prodalo 881 tisoč litrov kisle smetane in 2.083,5 tisoč litrov sladke smetane, v letu 2011 pa je prodalo 1.232,7 tisoč litrov kisle smetane in 1.920,7 tisoč litrov sladke smetane⁵⁵, medtem ko je količinska prodaja smetane blagovne znamke podjetja Pomurske mlekarne v letu 2011 znašala 746 tisoč litrov trajne smetane in 358 tisoč litrov kisle smetane⁵⁶, kar ob upoštevanju obsega slovenskega trga s smetano v višini 8.252,6 tisoč litrov pomeni 13,4% tržni delež v letu 2011.

65. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije in ob upoštevanju drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da pridobitev izključne kontrole nad podjetjem Ljubljanske mlekarne s strani podjetja B.S.A. iz Francije oziroma skupine Lactalis ne predstavlja nevarnosti ustvarjanja oziroma krepitev prevladujočega položaja, kar bi

⁵¹ Vir: Statistični urad RS: Mleko in mlečni izdelki, Slovenija, 2011 – končni podatki, dostopno na spletni strani http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5257 dne 14.1.2013

⁵² Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 27.

⁵³ Letno poročilo podjetja Mlekarna Celeia d.o.o. za leto 2011, stran 32.

⁵⁴ Letno poročilo podjetja Vipava 1894 d.d. za leto 2011, stran 18.

⁵⁵ Letno poročilo podjetja Pomurske mlekarne d.d. za leto 2011, stran 21.

⁵⁶ Letno poročilo podjetja Pomurske mlekarne d.d. za leto 2011, stran 23.

povzročilo izločitev ali bistveno zmanjšanje učinkovite konkurence na trgu smetane v Republiki Sloveniji. Pri prodaji vseh izdelkov bodo na trgu ostali učinkoviti konkurenti, ki so že prisotni na trgu, mnogi od njih ponujajo široko paleto izdelkov več različnih blagovnih skupin.

66. Na podlagi navedb priglasitelja, drugih subjektov na trgu in drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da bo združeno podjetje zgolj v manjšem obsegu okrepilo svojo tržno moč na posameznih trgih, kjer nastopa v Republiki Sloveniji. Poleg tega bo ekonomska moč združenega subjekta omejena s konkurenčnim pritiskom konkurentov na posameznih trgih, na katerih bo prisotno združeno podjetje, predvsem pa bo soočeno z veliko ekonomsko močjo podjetij, ki prav tako ponujajo široko paleto mlečnih izdelkov, pa tudi z veliko nakupno močjo trgovskih verig in s povečevanjem prodaje trgovskih blagovnih znamk na trgih, kjer posluje. Agencija zato ugotavlja, da na nobenem segmentu trga, na katerem so udeležena podjetja, ki se združujejo, ne bo moglo priti do zaprtja dostopa do trga ter posledično dviga cen združenega subjekta. Na trgih, na katerih bo poslovalo združeno podjetje, obstaja močna konkurenca podjetij s prav tako široko paleto mlečnih izdelkov, zato ni verjetno, da bi zaradi potencialnega omejevalnega ravnanja združenega podjetja konkurenti izstopili s trga. Agencija ugotavlja, da se izbira za končnega kupca kot posledica obravnavane koncentracije ne bo zmanjšala.

IV. ZAKLJUČEK

67. Ob upoštevanju razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo 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.

AVK
JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE
Kobnikova ulica 20, 1000 Ljubljana

Andrej Krašek
DIREKTOR

Vročiti:

- B.S.A., 33 Avenue du Maine, Tour Montparnasse, 75015 Pariz, Francija – po pooblaščenцу: Igor Štemberger, Ilirika d.d., Slovenska 54A, 1000 Ljubljana – osebno po ZUP

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.