



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE  
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97

F: 01 478 36 08

E: gp.avk@gov.si

www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-2/2013-52

Datum: 10. 3. 2014

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija) izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Krašek kot predsednik senata in dr. Aleš Kuhar, Franci Pušenjak in Simon Tantegel kot člani senata na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence<sup>1</sup> (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij CELJSKE MESNINE d.d. Celje, Cesta v Trnovlje 17, 3000 Celje, ki ga zastopa direktor Izidor Krivec (v nadaljevanju: Celjske mesnine), in PRŠUTARNA LOKEV NA KRASU, proizvodnja pršuta in suhomesnatih izdelkov, d.o.o., Lokev 9, 6219 Lokev, ki ga zastopa direktor Izidor Krivec (v nadaljevanju: Pršutarna Lokev), na nejavni seji dne 10. 3. 2014 naslednjo

## **ODLOČBO**

- 1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij CELJSKE MESNINE d.d. Celje, Cesta v Trnovlje 17, 3000 Celje, in PRŠUTARNA LOKEV NA KRASU, d.o.o., Lokev 9, 6219 Lokev, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.**
- 2. Izrek odločbe se objavi na spletni strani Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence.**
- 3. Med postopkom niso nastali posebni stroški.**

## **Obrazložitev**

### **I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA**

1. Agencija je dne 29. 8. 2013 podjetju Celjske mesnine posredovala dopis<sup>2</sup>, v katerem je navedla, da je pri opravljanju nadzora nad izvajanjem določb ZPOMK-1 ugotovila, da je slednje leta 2010 pridobilo 100 % poslovni delež v podjetju Pršutarna Lokev. Agencija je podjetje Celjske mesnine obvestila o obveznosti priglasitve koncentracije, v kolikor so pri navedeni transakciji izpolnjeni pogoji za to.
2. Agencija je dne 26. 9. 2013 prejela priglasitev koncentracije podjetij Celjske mesnine in Pršutarna Lokev. Koncentracijo je priglasilo podjetje Celjske Mesnine.
3. Koncentracija je nastala na podlagi sklenitve Pogodbe o prodaji poslovnih deležev z dne 14. 6. 2010, sklenjene med Sonjo Pene, Novo polje, Cesta X 37, 1260 Ljubljana-Polje, kot

<sup>1</sup> Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 Odl.US: U-I-40/12-31 in 63/13-ZS-K.

<sup>2</sup> Dokument št. 3061-2/2013-2.

prodajalko in podjetjem Celjske mesnine kot kupcem.

4. Podjetje Celjske mesnine je koncentracijo priglasilo na podlagi poziva Agencije z dne 29. 8. 2013, s katerim je slednja podjetje Celjske mesnine pozvala k priglasitvi domnevno nastale koncentracije med podjetjema Celjske mesnine in Pršutarna Lokev.

5. 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.

6. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih določa vladna Uredba o vsebini in zahtevanih elementih obrazca za priglasitev koncentracije podjetij<sup>3</sup> (v nadaljevanju: Uredba). 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 11. 10. 2013, 25. 10. 2013, 28. 10. 2013, 22. 11. 2013, 5. 12. 2013, 28. 2. 2014 in 7.3.2014.

7. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah<sup>4</sup> (v nadaljevanju: ZUT) je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.

8. Podjetje Celjske mesnine se ukvarja s proizvodnjo in prodajo svežega mesa in proizvodnjo in prodajo mesnih izdelkov. Lastniki poslovnih deležev podjetja Celjske mesnine na dan 16. 8. 2010<sup>5</sup> so bili: Amur inženiring d.o.o. (59,19 %<sup>6</sup>), katerega edini družbenik je bil Izidor Krivec, Radgonske Gorice d.d. (16,6 %), Izidor Krivec (10,15 %), MIF INVEST d.d. (7,3 %), Kmetijska Zadruga Vransko z.o.o. (3,34 %). Preostalih 3,42 % delnic je bilo razpršenih med različne pravne osebe in fizične osebe. Na dan 21. 1. 2014 so bili trije največji lastniki podjetja Celjske mesnine naslednji: Amur inženiring d.o.o. (59,19 %), Radgonske Gorice d.d. (19,45 %) in Izidor Krivec (10,41 %). Navedena podjetja niso aktivna na trgu proizvodnje in prodaje svežega mesa in mesnih izdelkov.

9. Podjetje Celjske mesnine je pred nakupom podjetja Pršutarna Lokev na dan 31. 12. 2009 imelo naslednji odvisni podjetji: Celjske mesnine - Storitve d.o.o. (100 %) in Radgonske Gorice - Skupnost, družba pooblaščenka d.d. (70,26 %). Konec leta 2012 je imelo obravnavano podjetje lastniške deleže v naslednjih podjetjih: Radgonske Gorice – Skupnost, družba pooblaščenka d.d. (95,15 % delež), Radgonske Gorice Gornja Radgona d.d. (42,85% delež), Celjske mesnine - Storitve d.o.o. (100 %) in Pršutarna Lokev (100 % delež).

10. Podjetje Pršutarna Lokev se ukvarja s proizvodnjo in prodajo mesnih izdelkov in po navedbi priglasitelja nima odvisnih podjetij. V letu 2012 je podjetje Pršutarna Lokev ustvarilo 3.486.987 EUR prihodkov od prodaje na slovenskem trgu (leta 2009 pa 3.465.927 EUR čistih prihodkov od prodaje)<sup>7</sup>.

11. Odgovorna oseba priglasitelja - Izidor Krivec je opravljal v trenutku prevzema, to je dne 14. 6. 2010, naslednje funkcije: direktor podjetja Celjske mesnine (od 29. 4. 1996), direktor podjetja Radgonske Gorice – Skupnost, družba pooblaščenka d.d. (od 1. 11. 2006) in direktor podjetja Amur inženiring d.o.o. (od 1. 7. 2008). Iztok Krivec je imel pred prevzemom poleg navedenih funkcij še naslednje: predsednik nadzornega sveta podjetja Radgonske gorice d.d. (od 19. 9. 2006 do 20. 6. 2008), član nadzornega sveta podjetja Radgonske gorice d.d. (od 20. 6. 2008 do 18. 9. 2010). Z dnem 18. 6. 2010 je bil imenovan na mesto direktorja podjetja Pršutarna Lokev in dne 13. 6. 2012 še na mesto predsednika upravnega odbora GIZ mesne industrije Slovenije.

<sup>3</sup> Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

<sup>4</sup> Uradni list RS, št. 106/10-UPB5.

<sup>5</sup> Dokument opr. št. 3061-2/2013-11, priloga 11 - izpis iz delniške knjige.

<sup>6</sup> Iz javnih evidenc izhaja, da podjetje nima odvisnih podjetij.

<sup>7</sup> Baza GVIN.



12. Agencija je z namenom, da preveri navedbe priglasitelja, kot tudi z namenom ugotoviti dejansko stanje konkurence na upoštevni trgih, posredovala zahteve za posredovanje podatkov konkurentom in kupcem v koncentraciji udeleženih podjetij. Podjetja so Agenciji svoje odgovore posredovala od dne 18. 12. 2013 do dne 20. 1. 2014.

13. Podjetje Celjske mesnine je navedlo, da je z nakupom podjetja Pršutarna Lokev želelo razširiti svoj nabor izdelkov višjega kakovostnega razreda z višjo dodano vrednostjo in s tem poseči na področje tradicionalnih kraških zaščitene izdelkov. Navedlo je, da bodo s tem svojim kupcem, ki so v glavnem trgovska podjetja, zagotavljali celovito ponudbo vseh mesnih izdelkov na enem mestu.

## **II. PODREJENOST ZPOmK-1**

### **A Koncentracija**

14. 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 neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij ali kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.

15. V skladu z drugim odstavkom 10. člena ZPOmK-1 pomenijo kontrolo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupno in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, zlasti lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja, pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.

16. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 pomeni tako imenovani pravni pogoj, ki je poleg izpolnjevanja ekonomskega pogoja - preseganje ekonomskih pragov, določenih v prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1, nujni opredelilni element koncentracije. Če sta izpolnjena oba pogoja, nastane obveznost priglasitve in presoje po ZPOmK-1.

17. Koncentracija je nastala na podlagi Pogodbe o prodaji poslovnih deležev dne 14. 6. 2010, iz katere izhaja, da je podjetje Celjske mesnine pridobilo poslovni delež v nominalni višini 2.090.000,00 EUR, kar predstavlja 100 % osnovnega kapitala podjetja Pršutarna Lokev. S tem je podjetje Celjske mesnine pridobilo možnost izvajanja odločilnega vpliva nad podjetjem Pršutarna Lokev in s tem izključno kontrolo nad slednjim.

18. 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 prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1**

19. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 35 milijonov EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 1 milijon EUR.

20. Iz predloženih podatkov priglasitelja izhaja, da sta leta 2009 v koncentraciji udeleženi



podjetji skupaj s podjetji v skupini presegali pragove letnega prometa, določene v prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1. V letu 2009 je podjetje Celjske mesnine skupaj z drugimi podjetji v skupini na trgu Republike Slovenije doseglo letni promet v višini 41.536.574 EUR, medtem ko je podjetje Pršutarna Lokev v istem obdobju imelo 3.465.927 EUR<sup>8</sup> čistih prihodkov iz poslovanja na trgu Republike Slovenije.

21. 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 Celjske mesnine nad podjetjem Pršutarna Lokev sta bila izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je bila koncentracija omenjenih podjetij podrejena določbam ZPOmK-1 in bi morala biti priglašena Agenciji.

### C Pristojnost Agencije

22. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij<sup>9</sup> (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije<sup>10</sup> je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.<sup>11</sup>

23. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij razsežnost EU, kadar: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa, in (b) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici. Koncentracija, ki ne doseže pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, ima na podlagi tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah razsežnost EU, če: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, (b) vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa, (c) vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic za namen odstavka b) ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in (d) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 100 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici.

24. Agencija na podlagi podatkov priglavitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, saj je skupni promet podjetja Pršutarna Lokev v letu 2009 na vseh trgih znašal 3.480.785 EUR. Tako ni presežen prag iz točke (b) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR), kot tudi ne iz točke (b) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa). Prav tako ni presežen prag iz točke (a) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa<sup>12</sup>), kot tudi ne prag iz točke (a) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence, na podlagi nacionalnega prava o konkurenci, na Agenciji.

<sup>8</sup> Dokument št. 3061-2/2013-11.

<sup>9</sup> UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

<sup>10</sup> Dolžnost izhaja tako iz 10. člena načelom lojalnosti iz tretjega odstavka 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26.10.2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

<sup>11</sup> Glej sodbo Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zodl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

<sup>12</sup> Letni promet podjetja Celjske mesnine na svetovnem trgu je v letu 2009 znašal 50.025.121 EUR (vir: Letno poročilo podjetja Celjske mesnine, str. 50).



## SKLADNOST S PRAVILI KONKURENCE

### A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

25. 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 priglasiene 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.

26. Priglasitelj je navedel, da podjetje Celjske mesnine nastopa na trgu proizvodnje in prodaje svežega mesa in na trgu proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov. Med mesne izdelke priglasitelj uvršča trajne izdelke, poltrajne izdelke, barjene izdelke in kuhane izdelke.

27. Podjetje Pršutarna Lokev po navedbah priglasitelja nastopa le na trgu proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov, natančneje na ožjem segmentu le-tega, in sicer proizvaja in prodaja pršut, panceto in zašinek, pri čemer največji delež njegove proizvodnje predstavlja pršut.

28. Na podlagi posredovanih podatkov Agencija ugotavlja, da bi zaradi obravnavane koncentracije lahko prišlo do horizontalnega prekrivanja dejavnosti, vendar v zelo omejenem obsegu, in sicer zgolj na zelo ozkem segmentu trga proizvodnje in prodaje trajnih mesnih izdelkov (pri prodaji zašinka in pancete), saj se s prodajo pršuta podjetje Celjske mesnine pred pridobitvijo podjetja Pršutarna Lokev ni ukvarjalo. Agencija ugotavlja, da v obravnavani koncentraciji prihaja tudi do vertikalnih povezav med dejavnostmi v koncentraciji udeleženih podjetij, in sicer sta v vertikalni povezavi trg proizvodnje in prodaje svežega mesa, na katerem je prisotno podjetje Celjske mesnine, in trg proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov, na katerem je prisotno podjetje Pršutarna Lokev.

29. Kljub majhnemu horizontalnemu prekrivanju trgov je Agencija, zlasti zaradi vertikalnih povezav med trgi v koncentraciji udeleženih podjetij, v nadaljevanju preverila, ali bi bilo treba posamezne trge, na katerih sta dejavni udeleženci koncentracije (trg proizvodnje in prodaje svežega mesa in trg proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov), z namenom analizirati vpliv predmetne koncentracije na učinkovito konkurenco na trgu, deliti še na ožje trge (npr. glede na vrsto mesa, vrsto mesnih izdelkov, prodajne kanale, uporabnike, lastnosti in cene izdelkov).

#### *Trg proizvodnje in prodaje svežega mesa*

30. Priglasitelj je navedel, da podjetje proizvaja oziroma prodaja naslednje vrste svežega mesa: junčje meso, svinjsko meso, goveje meso, telečje meso, konjsko meso, drobovino in oblikovano meso. Priglasitelj na trgu proizvodnje in prodaje svežega mesa ponuja le rdeče meso, ne pa tudi drugih vrst svežega mesa (npr. belega mesa).

#### *Trg proizvodnje in prodaje rdečega mesa*

31. Skladno s preteklo prakso Agencije in Evropske komisije na tem področju Agencija meni, da predstavlja trg rdečega mesa ločen upoštevni trg. Trg rdečega mesa in trg belega mesa je treba obravnavati ločeno, saj z vidika potrošnika navedeni vrsti mesa nista substituta, in sicer iz več razlogov. Rdečo meso je v primerjavi s perutninskim mesom dražje. Dalje, rdeče meso velja v primerjavi z belim mesom za manj zdravo. Rdeče meso v primerjavi s perutninskim mesom vsebuje tudi manj beljakovin in več maščob ter je težje prebavljivo. To so dejavniki, ki so za veliko potrošnikov odločilni pri nakupu mesa. Pri odločitvi pa je za kupca, ki se bo odločil za nakup perutninskega mesa, velikokrat odločilna prednost tudi kratek čas in veliko možnosti priprave perutninskega mesa. Bistveni element pri odločitvi za nakup posamezne vrste mesa s strani kupca ni lojalnost posamezni blagovni znamki, ampak sta to najpogosteje cena in kakovost mesa.



32. Na podlagi vsega navedenega Agencija ugotavlja, da bi lahko trg proizvodnje in prodaje rdečega mesa opredelili kot samostojen upoštevni trg, kamor bi lahko uvrstili telečje, goveje in svinjsko meso. Agencija sicer tudi meni, da tudi znotraj skupine rdečega mesa se le-to razlikuje po kakovosti in posledično je tudi po ceni (svinjsko, goveje meso). Vendar glede na to, da tudi ob najožji opredelitvi obeh upoštevni proizvodnih/storitvenih trgov ne obstaja sum o neskladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence, Agencija ni dokončno opredelila upoštevni proizvodnih trgov.

#### ***Trg proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov***

33. Priglasitelj meni, da trga prodaje mesnih izdelkov ni mogoče deliti podrobneje, saj na strani ponudbe ni diferenciacije med posameznimi izdelki, ker so vhodne surovine (različne vrste mesa) za vse izdelke enake. Priglasitelj je tudi navedel, da proizvodnja poteka na istih proizvodnih linijah in da sprememba cene določene vrste mesa povzroči enako spremembo cen mesnih izdelkov ter da se stroški dela za posamezne izdelke ne ločijo po posameznih izdelkih, ampak se lahko izračunajo zgolj kumulativno za vse izdelke.

34. Priglasitelj je navedel, da so kupci mesnih izdelkov predvsem trgovske verige v Republiki Sloveniji. Navaja tudi, da prodaja svoje izdelke zgolj po ceni, ki jo določijo kupci – trgovinske verige, pri čemer pa mora biti cenovno konkurenčen ostalim ponudnikom. Vstop na trg je pogojen z interesom trgovcev za nakup določenih proizvodov. Obenem je navedel, da je pri tem pomembna predvsem prepoznavnost blagovne znamke, medtem ko ostali dejavniki (distribucija, raziskave in razvoj, servisiranje) pri vstopu na obravnavani trg po mnenju priglasitelja niso toliko pomembni.

35. Agencija ugotavlja, da priglasitelj proizvaja in prodaja različne vrste mesnih izdelkov, in sicer tako trajne kot poltrajne in tudi druge vrste mesnih izdelkov (pripravljene jedi ipd). Mesni izdelki se razlikujejo glede na trajnost, okus, namen uporabe, stopnjo predelave ipd, zato je Agencija v nadaljevanju opredelila trg proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov tudi ožje, in sicer na trg proizvodnje in prodaje trajnih mesnih izdelkov, trg proizvodnje in prodaje poltrajnih mesnih izdelkov in trg ostalih mesnih izdelkov.

#### ***Trg proizvodnje in prodaje trajnih mesnih izdelkov***

36. Trajni mesni izdelki so mesni izdelki iz rdečega (svinjskega in govejega mesa) in so v primerjavi s poltrajnimi mesnimi izdelki dražji. Med trajne mesne izdelke lahko uvrstimo trajne salame (sušene salame, želodci in klobase z daljšim rokom trajanja), sušene pršute in ostale kraške specialitete (sušeni izdelki po tradicionalnih kraških metodah). Pri trajnih mesnih izdelkih izstopa pršut, ki je izdelek višjega cenovnega razreda.

#### ***Trg proizvodnje in prodaje poltrajnih mesnih izdelkov***

37. Poltrajni izdelki so mesni izdelki iz rdečega (svinjskega in govejega) mesa, ki so toplotno obdelani (pečeni, barjeni, kuhani) in imajo v primerjavi s trajnimi mesnimi izdelki krajši rok trajanja. Poltrajni mesni izdelki so šunke, kuhan pršut, razne klobase in pečenice.

#### ***Ostali mesni izdelki***

38. Med ostale mesne izdelke pa priglasitelj uvršča izdelke, ki so toplotno obdelani (barjeni, kuhani). in sicer hrenovke, nekatere klobase, frankfurterice, tlačenske, krvavice, mesni sir in hamburško slanino.

39. Glede na vse zgoraj navedeno Agencija meni, da bi lahko trg proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov, glede na ceno, namen uporabe in njihove lastnosti, delili na ožje podtrge, in sicer na trg proizvodnje in prodaje trajnih mesnih izdelkov, trg proizvodnje in prodaje poltrajnih mesnih izdelkov ter na trg ostalih izdelkov.



## **Trg prodaje pršutov**

40. Pršut sodi v skupino trajnih mesnih izdelkov. Gre za izdelek višjega kakovostnega in cenovnega razreda, za katerega velja, da je mesni izdelek visoke kakovosti, pripravljen iz izbranih svežih svinjskih stegen. Kupujejo ga potrošniki z višjim dohodkovnim standardom, ki običajno niso zelo občutljivi na nihanje cene in se odločajo za nakup na podlagi drugih kriterijev in ne cene.

41. Agencija je pri konkurentih v koncentraciji udeleženih podjetij in pri trgovskih podjetjih, ki prodajajo obravnavane proizvode končnim potrošnikom na trgu in ki zato spremljajo nakupovalne navade svojih potrošnikov<sup>13</sup>, preverila, ali bi lahko trg prodaje pršuta, glede na namen uporabe, lastnosti in ceno, opredelili kot ločen upoštevni proizvodni trg. Iz prejetih odgovorov izhaja, da udeleženci med suhomesne izdelke uvrščajo izdelke, katerih doba proizvodnje presega dva meseca oziroma katerih doba sušenja presega 90 dni, in sicer so to suhe salame, suhi želodci, suhe klobase, pršuti, zašinki in pancete.<sup>14</sup> Na vprašanje, ali bi po njihovem poznavanju kupčevih navad le-ti v primeru zvišanja cene pršutov začeli kupovati kateri drug izdelek, je večina trgovskih podjetij, od katerih je Agencija pridobila odgovore, odgovorila, da potrošnik ne bi pričel kupovati drugega, alternativnega proizvoda pršutu ter da bi prodaja pršutov upadla. V enem odgovoru je udeleženec, ki je prisoten na trgu trgovine na drobno<sup>15</sup>, navedel, da bi v primeru povišanja cene slovenskega pršuta po njegovem mnenju potrošnik pričel kupovati španske ali italijanske pršute. Eno podjetje je odgovorilo, da bi v primeru povišanja cene pršuta potrošnik pričel kupovati pršutu podobne izdelke<sup>16</sup>. Eno podjetje<sup>17</sup>, ki je konkurent združenega podjetja, pa je navedlo, da bi potrošnik najverjetneje namesto pršuta kupil zašinek ali suho panceto.

42. Glede na vse navedeno izhaja, da pršut izstopa pri trajnih mesnih izdelkih tako z ekonomskega vidika (cena), saj je izdelek višjega cenovnega razreda, kot tudi z vidika zamenljivosti povpraševanja, saj ga potrošnik težko nadomesti z drugim proizvodom. Na podlagi navedenega Agencija meni, da bi bilo mogoče trg prodaje pršuta opredeliti kot ločen upoštevni proizvodni trg.

43. Vendar, ker tudi ob najožji opredelitvi upoštevni proizvodni trgov ne obstaja resen sum o neskladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence, Agencija ni dokončno določila upoštevni proizvodni trgov. Poleg tega Agencija ugotavlja, da je na trgu proizvodnje in prodaje poltrajnih mesnih izdelkov ter ostalih mesnih izdelkov prisoten le priglasitelj, zato koncentracija ne bo bistveno spremenila tržnega položaja v koncentraciji udeleženih podjetij na navedenih trgih. Kljub temu pa je Agencija pri presoji učinkov predmetne koncentracije na učinkovito konkurenco na trgu analizirala tržni položaj v koncentraciji udeleženih podjetij tako na širše opredeljenem trgu proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov, kot tudi po posameznih segmentih le-tega, to je na posameznih ožje opredeljenih trgih navedenega trga. V okviru le-teh je Agencija preučila učinke koncentracije in stanje konkurence še ločeno za trg proizvodnje in prodaje pršuta.

## **B Upoštevni geografski trg**

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

<sup>13</sup> Agencija je dne 10. 12. 2013 posredovala zahteve za posredovanje podatkov šestim konkurentom v koncentraciji udeleženih podjetij in dne 2. 1. 2014 šestim podjetjem, ki se na trgu ukvarjajo s trgovino na drobno. Odgovore je Agencija prejela od enajstih podjetij.

<sup>14</sup> Dok. št. 3061-2/2013-33, št. 3061-2/2013-34, št. 3061-2/2013-34, št. 3061-2/2013-38, št. 3061-2/2013-39.

<sup>15</sup> Dokument št. 3061-2/2013-34.

<sup>16</sup> Dokument št. 3061-2/2013-35.

<sup>17</sup> Dokument št. 3061-2/2013-36.



45. Priglasitelj je kot upoštevni geografski trg trga prodaje svežega mesa in trga mesnih izdelkov opredelil kot območje, ki zajema najmanj ozemlje Republike Slovenije, poleg tega pa tudi območje sosednjih držav, članic Evropske unije. Priglasitelj navedeno utemeljuje s tem, da proizvodnja svežega mesa na slovenskem trgu ne zadostuje potrebam po slednjem, zato se del mesa uvozi iz sosednjih držav. Priglasitelj navaja, da svinjska stegna za potrebe proizvodnje pršutov podjetja Pršutarna Lokev nabavlja in uvaža tudi iz Avstrije.<sup>18</sup> Priglasitelj še navaja, da na slovenski trg pršut uvažajo tudi tuje trgovske družbe, ki imajo v Sloveniji svoje poslovalnice.

46. Glede na stroške transporta, posebne pogoje, ki morajo veljati pri uvozu mesa (hlajenje, higienske razmere ipd), kratek rok trajanja mesa ter tudi skladno z uveljavljeno prakso Agencije in Evropske komisije na tem področju, Agencija meni, da je upoštevni geografski trg za vse obravnavane trge treba opredeliti kot območje Republike Slovenije. Za nekatere trajne mesne izdelke je Agencija v svojih preteklih odločbah s tega področja celo ugotovila, da jih zaznamuje že lokacija obratov, kot bi lahko veljalo na primer za proizvodnjo trajnih mesnih izdelkov, ki se proizvajajo v kraškem podnebnju (vetrovnost, nizka vlažnost, mraz) in so zaradi posebnega priokusa potrošniku posebej blizu. Ne glede na navedeno pa Agencija meni, da znotraj Republike Slovenije na ožjih (regionalnih) geografskih območjih pogoji konkurence niso toliko različni, da bi bilo treba geografski trg opredeliti ožje od nacionalnega.

47. Glede na to, da natančna opredelitev upoštevnege geografskega trga ne spremeni presoje predmetne koncentracije, Agencija le-tega ni dokončno opredelila, saj predmetna koncentracija ne vzbuja pomislekov glede njene skladnosti s pravili konkurence. Pri presoji je Agencija upoštevala relevantne podatke, ki veljajo za območje Republike Slovenije, saj slednja presoja učinke zadevne koncentracije na slovenskem trgu.

### **C Presoja koncentracije**

48. V skladu z 11. členom ZPOMK-1 so prepovedane koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali krepitev prevladujočega položaja. Agencija presoja koncentracije zlasti glede na tržni položaj v koncentraciji udeleženih podjetij, njihovo možnost za financiranje, strukturo trga, izbiro, ki jo imajo na voljo dobavitelji in uporabniki, ter njihov dostop do virov ponudbe oziroma do samega trga, obstoj morebitnih pravnih ali dejanskih vstopnih ovir, gibanje ponudbe in povpraševanja na upoštevni trgih, koristi vmesnih in končnih uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurence.

49. Priglasitelj je pojasnil, da z ocenami o tržnih deležih oziroma s podatki o obsegu trga po posameznih segmentih trga, na podlagi katerih bi lahko izračunal tržne deleže v koncentraciji udeleženih podjetij in njihovih konkurentov na trgu, ne razpolaga. Agencija je podatke o velikosti posameznih trgov, na katerih sta prisotni v koncentraciji udeleženi podjetji, pridobila na podlagi vpogleda v bazo podatkov Statističnega urada Republike Slovenije. Poleg tega je Agencija z namenom ugotoviti dejansko stanje konkurence na obravnavanih trgih posredovala vprašalnike različnim subjektom na trgu, in sicer kupcem mesnih izdelkov ter konkurentom na trgu proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov v Republiki Sloveniji.

#### ***Trg proizvodnje in prodaje svežega mesa***

50. Priglasitelj je prisoten na trgu proizvodnje in prodaje rdečega mesa. Priglasitelj je navedel naslednjo strukturo njegove prodaje na slovenskem trgu glede na vrsto svežega mesa, in sicer: oblikovano meso<sup>19</sup> predstavlja [ ] % celotne priglasiteljeve prodaje svežega mesa, dalje junčje meso ( [ ] %), svinjsko meso ( [ ] %), drobovina ( [ ] %), teletina ( [ ] %), govedina ( [ ] %) in konjsko meso ( [ ] %).

<sup>18</sup> Dokument št. 3061-2/2013-44.

<sup>19</sup> Gre za izdelke iz mešanega svežega mesa (čevapčiči, pleskavice ipd).



51. Po oceni priglasitelja je tržni delež podjetja Celjske mesnine, ocenjen na podlagi prodanih količin, na trgu prodaje svežega mesa (rdeče in belo meso) v letu 2007 znašal [redacted] %, v letu 2008 [redacted] %, v letu 2009 [redacted] %, v letu 2010 [redacted] %, v letu 2011 [redacted] % in v letu 2012 [redacted] %. Kot že navedeno, podjetje Pršutarna Lokev na obravnavanem trgu ni prisotno.

Tabela 4: Prikaz prodaje svežega mesa\* podjetja Celjske mesnine od leta 2007 do leta 2012 na slovenskem trgu (v kg) in tržnega deleža navedenega podjetja v istem časovnem obdobju (v %)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Celjske mesnine</b>	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
<b>Trg RS</b>	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

\* Sveže meso zajema vse vrste svežega mesa (tudi konjsko, drobovino, belo meso idr).

Vir: Podatki priglasitelja.

52. Priglasitelj navaja, da so poleg podjetja Celjske mesnine na obravnavanem trgu prodaje svežega mesa prisotni številni konkurenti, kot so: podjetje Kras d.d.<sup>20</sup>, Panvita Mir d.d., Košaki TMI d.d., Meso Kamnik d.d., katerih tržni deleži se od leta 2007 do leta 2012 niso bistveno spreminjali. Priglasitelj navaja, da njegovi konkurenti na trgu svežega mesa dosegajo skupaj okoli 50 % delež na navedenem trgu. Prav tako so po navedbah priglasitelja na navedenem trgu prisotni še drugi konkurenti, kot so Kmetijske zadruge, razni mesarji in kmetje, katerih tržni delež ni zanemarljiv.

Tabela 5: Prikaz največjih konkurentov podjetja Celjske mesnine na trgu prodaje svežega mesa\* in ocena njihovih tržnih deležev na slovenskem trgu od leta 2010 do leta 2012 glede na prodane količine v (%)

	Tržni delež v %		
	2010	2011	2012
<b>Panvita Mir d.d.</b>	18	18	19
<b>Kras d.d.**</b>	18	16	15
<b>Meso Kamnik d.d.</b>	13	12	11
<b>Košaki TMI d.d.</b>	3	3	2

\* Sveže meso zajema vse vrste svežega mesa (tudi konjsko, drobovino, belo meso idr).

\*\* Podjetje MDK d.d. je od leta 2003 pod kontrolo podjetja Kras d.d., zato podatki za podjetje Kras d.d. zajemajo tudi podatke za podjetje MDK d.d.

Vir: Podatki priglasitelja.

#### *Trg proizvodnje in prodaje rdečega mesa*

53. Priglasitelj je navedel podatke o vrednostnem obsegu prodaje, ki jih je slednji dosegel na trgu proizvodnje in prodaje rdečega mesa v letih od 2008 do 2012. V letu 2008 je podjetje Celjske mesnine na slovenskem trgu s prodajo rdečega mesa ustvarilo [redacted] EUR prihodkov od prodaje, leta 2009 [redacted] EUR, leta 2010 [redacted] EUR, leta 2011 [redacted] EUR prihodkov in leta 2012 20. [redacted] EUR.

<sup>20</sup> Dne 20. 1. 2004 je Agencija izdala odločbo, s katero je odločila, da je koncentracija podjetij Kras d.d. in MDK d.d. skladna s pravili konkurence.



Tabela 6: Prikaz vrednostne prodaje podjetja Celjske mesnine<sup>21</sup> po posameznih segmentih trga rdečega mesa v obdobju od leta 2008 do leta 2012 (v EUR) na slovenskem trgu in tržnih deležev v istem časovnem obdobju (v %)

	Govedina	Svinjina*	Meso za pršute	Skupaj rdeče meso CM	Trg rdečega mesa v RS	Tržni delež CM
2008			0			
2009			0			
2010						
2011						
2012						

\* Podatek ne zajema podatka o prodaji mesa za pršute.

Vir: Podatki priglasitelja in lasten izračun.

54. Na podlagi podatkov iz baze Statističnega urada Republike Slovenije o domači potrošnji posameznih vrst svežega mesa Agencija ugotavlja, da je delež ki ga predstavlja poraba rdečega mesa na trgu svežega mesa dokaj konstanten skozi daljše časovne obdobje, in sicer le-ta znaša okrog 65 % celotne porabe svežega mesa. Upošteva je navedeno je Agencija na podlagi vrednostnih podatkov o obsegu celotnega trga svežega mesa, ki jih je posredoval priglasitelj, ocenila velikost trga rdečega mesa znotraj trga svežega mesa za posamezno leto v proučevanem obdobju v Republiki Sloveniji. Na podlagi tako ocenjenih vrednosti je Agencija izračunala tržni delež podjetja Celjske mesnine po vrednosti na trgu rdečega mesa v Republiki Sloveniji, kot so prikazani v Tabeli 6.

55. Priglasitelj je navedel, da podjetju Pršutarna Lokev dobavlja samo svinjsko meso, natančneje samo svinjska stegna s kostjo, ki jih prevzeto podjetje uporabi za proizvodnjo pršutov. Kot je razvidno iz Tabele 6, je navedena vrsta mesa (svinjska stegna s kostjo) v letu 2012 predstavljala le 3 % celotne vrednostne prodaje svežega rdečega mesa priglasitelja. Iz Tabele 6 tudi izhaja, da se pred obravnavano koncentracijo s prodajo te vrste mesa priglasitelj ni ukvarjal. Priglasitelj še navaja, da se navedena vrsta mesa lahko uporabi tudi za druge proizvode. Kakovost mesa, ki se uporablja za proizvodnjo pršutov, se po navedbah priglasitelja ne razlikuje od kakovosti drugih vrst svinjskega mesa. Priglasitelj je navedel, da meso za pršute nabavljajo tudi od drugih proizvajalcev in ga nato prodajajo izključno podjetju Pršutarna Lokev za proizvodnjo pršutov, ki ji primanjkuje finančnih sredstev in gre tako po navedbah priglasitelja zgolj za financiranje proizvodnje pršutov prevzetega podjetja s strani priglasitelja.<sup>22</sup>

56. Agencija je na podlagi podatkov priglasitelja o njegovi količinski prodaji posamezne vrste rdečega mesa v posameznem letu od 2008 do 2012 in na podlagi podatkov o količinskem obsegu posameznih segmentov trga proizvodnje in prodaje rdečega mesa v istem obdobju v Republiki Sloveniji, na podlagi podatkov Statističnega urada RS o obsegu domače potrošnje posameznih vrst mesa v proučevanem obdobju, izračunala tržne deleže podjetja Celjske mesnine na obravnavanem trgu in to prikazala v Tabeli 7

<sup>21</sup> Podatek za podjetje Celjske mesnine zajema prodajo čistega rdečega mesa (npr. brez konjskega mesa in drobovine).

<sup>22</sup> Dokument št. 3061-2/2013-41.



Tabela 7: Prikaz velikosti trga prodaje rdečega mesa in količinske prodaje podjetja Celjske mesnine po posameznih segmentih trga rdečega mesa na slovenskem trgu v obdobju od leta 2008 do leta 2012 (v kg) in tržnih deležev v istem časovnem obdobju (v %)

	2008	2009	2010	2011	2012**
<b>Govedina</b>					
Obseg trga					
Prodaja podjetja CM					
<b>Svinjina</b>					
Obseg trga					
Prodaja podjetja CM*					
<b>Meso za pršute</b>					
Prodaja podjetja CM	0	0			
<b>Skupaj obseg prodaje rdečega mesa v RS</b>	91.600.000	124.000.000	126.100.000	121.900.000	***121.900.000
Prodaja podjetja CM****					
<b>Tržni delež CM</b>					

\* Podatek ne zajema podatka o prodaji mesa za pršute.

\*\* Ob predpostavki obsega velikosti trga iz leta 2011 (priglasitelj ne razpolaga s podatki o velikosti trga, prav tako podatkov za leto 2012 ni v bazi podatkov Statističnega urada RS).

\*\*\* ni podatka (predpostavka enakega obsega velikosti trga leta 2011)

\*\*\*\* Podatek zajema prodajo čistega rdečega mesa (npr. brez konjskega mesa in drobovine).

Vir: Statistični urad Republike Slovenije in podatki priglasitelja ter lasten izračun.

57. Kot izhaja iz Tabele 7 se tržni delež podjetja Celjske mesnine na trgu proizvodnje in prodaje rdečega mesa, izračunanega na podlagi prodanih količin mesa, od leta 2007 do leta 2012 praktično ni spreminjal in znaša približno 4 %.

58. Na podlagi vsega navedenega Agencija ugotavlja, da glede na to, da pred obravnavano koncentracijo podjetje Celjske mesnine ni prodajalo mesa za pršute, koncentracija ne bo mogla vplivati na učinkovito konkurenco na upoštevnem trgu.

#### **Trg proizvodnje in prodaje mesnih izdelkov**

59. Priglasitelj je navedel, da se dejavnosti v koncentraciji udeleženi v Republiki Sloveniji horizontalno prekrivajo na področju prodaje mesnih izdelkov.

60. Tržni delež podjetja Celjske mesnine na trgu prodaje mesnih izdelkov na slovenskem trgu je po navedbah priglasitelja v letu 2007, glede na prodane količine, znašal ■■■ %, v letu 2008 ■■■ %, v letu 2009 ■■■ %, v letu 2010 ■■■ %, v letu 2011 ■■■ % in v letu 2012 ■■■ %. Tržni delež podjetja Pršutarna Lokev na trgu prodaje mesnih izdelkov na slovenskem trgu po količini pa je po podatkih priglasitelja v letu 2007 znašal ■■■ %, v letu 2008 ■■■ %, v letu 2009 ■■■ %.



■ %, v letu 2010 ■ %, v letu 2011 ■ % in v letu 2012 ■ %<sup>23</sup>.Priglasitelj navaja, da se glede na navedeno s predmetno koncentracijo tržni deleži na trgu prodaje mesnih izdelkov ne bodo bistveno povečali in posledično tudi vpliv na spremembo tržnega položaja v koncentraciji udeleženih podjetij na navedenem trgu ne bo velik.

Tabela 8: Prikaz količinske prodaje mesnih izdelkov v koncentraciji udeleženih podjetij od leta 2007 do leta 2012 na slovenskem trgu (v kg) in prikaz tržnih deležev v istem časovnem obdobju (v %)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Celjske mesnine						
Pršutarna Lokev						
Skupaj						
Trg RS	55.055.243	54.080.191	47.236.913	44.277.001	45.194.851	44.662.224
Skupni TD						

Vir: Podatki priglasitelja.

Tabela 9: Prikaz vrednostne prodaje mesnih izdelkov v koncentraciji udeleženih podjetij od leta 2008 do leta 2012 na slovenskem trgu (v EUR) in prikaz tržnih deležev v istem časovnem obdobju (v %)

	2008	2009	2010	2011	2012
Celjske mesnine					
Pršutarna Lokev					
Skupaj združeno podjetje					
Trg RS	190.317.807	159.559.797	141.805.103	154.217.157	152.356.074
Skupni TD					

\* Podatek za skupne prihodke od prodaje.

Vir: Podatki priglasitelja in lasten izračun.

61. Priglasitelj navaja, da so poleg podjetja Celjske mesnine na obravnavanem trgu prodaje mesnih izdelkov prisotni številni konkurenti, kot so: podjetja Kras d.d., Panvita Mir d.d., Košaki TMI d.d. in Meso Kamnik d.d.

<sup>23</sup> Dokument št. 3061-2/2013-9.



Tabela 9: Največji konkurenti združenega podjetja na trgu prodaje mesnih izdelkov in ocene njihovih tržnih deležev od leta 2007 do leta 2012 na slovenskem trgu (v %; glede na količino)

	Tržni delež v %					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Kras d.d.*</b>	25	25	25	25	25	25
<b>Panvita Mir d.d.</b>	10	10	10	10	10	10
<b>Meso Kamnik d.d.</b>	10	10	10	10	10	10
<b>Košaki TMI d.d.</b>	4	4	4	4	4	3

\* Podjetje MDK d.d. je od leta 2003 pod kontrolo podjetja Kras d.d., zato podatki za podjetje Kras d.d. zajemajo tudi podatke za podjetje MDK d.d.

Vir: Podatki priglasielja.

Tabela 10: Prikaz ocene velikosti trga prodaje mesnih izdelkov in količinske prodaje v koncentraciji udeleženih podjetij po posameznih segmentih trga mesnih izdelkov na slovenskem trgu v obdobju od leta 2008 do leta 2012 (v kg) in tržnih deležev (v %)

	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Trg trajnih mesnih izdelkov*</b>					
<b>Obseg trga</b>	14.080.191	8.236.913	6.277.001	6.694.851	6.662.224
<b>Prodaja podjetja CM</b>					
<b>Tržni delež CM</b>					
<b>Trg pršutov</b>					
<b>Prodaja podjetja PL</b>					
<b>Prodaja CM+PL</b>					
<b>Skupni tržni delež</b>					
<b>Trg poltrajnih mesnih izdelkov*</b>					
<b>Obseg trga</b>	40.000.000	39.000.000	38.000.000	38.500.000	38.000.000
<b>Prodaja podjetja CM</b>					
<b>Tržni delež CM</b>					

\* Ob predpostavki, da se obseg velikosti trga ne razlikuje bistveno od podatka iz leta 2005, z upoštevanjem sorazmerne rasti obsega trga (priglasielj ne razpolaga s podatki o velikosti trga, prav tako podatka ni bilo mogoče pridobiti iz drugih virov).

Vir: Statistični urad Republike Slovenije in podatki priglasielja ter lasten izračun.



### Trg prodaje pršutov

62. Iz priglasitve izhaja, da je na segmentu proizvodnje in prodaje pršutov dejavno le prevzeto podjetje, in sicer je njegov tržni delež na širšem trgu prodaje mesnih izdelkov, kjer proizvaja in prodaja v glavnem pršute, v daljšem časovnem obdobju, glede na prodane količine, s strani priglasitelja ocenjen na manj kot 1 %. Podjetje Celjske mesnine pred pridobitvijo podjetja Pršutarna Lokev ni ponujalo pršutov.

63. Priglasitelj je navedel tudi oceno tržnega deleža največjega konkurenta podjetja Pršutarna Lokev na ožjem trgu, in sicer glede na proizvodni program podjetja Pršutarna Lokev. Na navedenem segmentu trga je imelo podjetje Kras d.d. po navedbah priglasitelja glede na prodane količine v letih 2007 in 2008 60 % tržni delež, ki je v naslednjih letih narastel na 80 %.

Tabela 11: Prikaz ocene in gibanja tržnega deleža največjega konkurenta združenega subjekta na trgu prodaje pršuta od leta 2007 do leta 2012 na slovenskem trgu (v %; glede na količino)

	Tržni delež v %					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Kras d.d.</b>	60	60	80	80	80	80
<b>Pršutarna Lokev</b>	5	5	5	6	6	7
<b>Ostali</b>	35	35	15	14	14	13

Vir: Podatki priglasitelja.

64. Iz tabele je razvidno, da ima podjetje Kras d.d. po oceni priglasitelja na trgu prodaje pršuta najvišji tržni delež. Do leta 2009 je bil njegov tržni delež okoli 60 %, leta 2009 pa se je še povečal in je znašal okrog 80 %. To naj bi bilo po navedbah priglasitelja posledica prevzema dela trga, ki ga je pokrivalo podjetje MIP d.d., ki je leta 2008 objavilo stečaj.

65. Na podlagi navedb priglasitelja, drugih subjektov na trgu in drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da sicer prihaja med dejavnostmi v koncentraciji udeleženih podjetij do horizontalnih prekrivanj, vendar zgolj na ozkem segmentu trga prodaje mesnih izdelkov, kjer je tržni delež prevzetega podjetja zelo nizek, zato obravnavana koncentracija ne bo bistveno spremenila tržnega položaja združenega podjetja na navedenem trgu. Poleg tega je Agencija ugotovila, da je ekonomska moč združenega subjekta omejena s konkurenčnim pritiskom številnih konkurentov na posameznih segmentih trgov, na katerih sta prisotni v koncentraciji udeleženi podjetji, pa tudi z nakupno močjo trgovskih verig. Na vseh trgih, kjer so prisotna v koncentraciji udeležena podjetja, obstajajo številni konkurenti, ki imajo tudi višji tržni delež od združenega podjetja, poleg tega pa na združeno podjetje vršijo konkurenčni pritisk tudi meso in mesni izdelki iz tujine. Agencija ugotavlja, da kljub temu, da v navedenem primeru prihaja tudi do vertikalne povezave med trgom prodaje svežega mesa, kjer deluje podjetje Celjske mesnine in trgom prodaje mesnih izdelkov, kjer deluje prevzeto podjetje, na nobenem segmentu trga, na katerem so udeležena podjetja, ki se združujejo, ne bo moglo priti do zaprtja dostopa do trga ter posledično do dviga cen, saj udeleženca koncentracije ne dosemeta tržnih deležev, ki bi jima omogočili takšno tržno moč. Agencija še ugotavlja, da se možnost izbire za končnega kupca kot posledica obravnavane koncentracije ne bo zmanjšala.

66. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije in ob upoštevanju drugih razpoložljivih podatkov, Agencija ugotavlja, da priglašena koncentracija ni povzročila bistvenega omejevanja učinkovite konkurence na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja.



### III. OBJAVA IZREKA ODLOČBE

67. Na podlagi petega odstavka 22. člena ZPOmK-1 se izrek odločbe objavi na spletni strani Agencije.

### IV. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

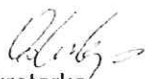
68. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku<sup>24</sup> mora organ odločiti o stroških postopka. Glede na to, da posebni stroški v postopku niso nastali, je organ odločil, kot izhaja iz tretje točke izreka.

### V. ZAKLJUČEK

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

Postopek vodila:  
Karmen Oderlap   
področna podsekretarka



  
Andrej Krašek  
predsednik senata

#### Vročiti:

- Celjske mesnine d.d., Cesta v Trnovlje 17, p.p. 459, 3000 Celje – osebno po ZUP.

#### Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

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

