

**PREDLOG KOREKTIVNIH UKREPOV JAVNI AGENCIJI RS ZA VARSTVO
KONKURENCE**

(za neposredno javno objavo za tržni preizkus)

v postopku presoje koncentracije št. 3061-19/2025, med podjetji

**Atlantic Droga Kolinska d.o.o., Kolinska ulica 1, Ljubljana (v nadaljevanju:
priglasitelj ali ADK)**

in

**OSEM podjetje za proizvodnjo, trgovino in storitve, d.o.o., Čopova ulica 28,
9000 Murska Sobota (v nadaljevanju: ciljna družba ali OSEM)**

Ljubljana, 31. 3. 2026

Skladno s 75. členom ZPOmK-2 Priglasitelj predlaga korektivne ukrepe, s katerimi se odpravi kakršenkoli sum o skladnosti koncentracije s pravili konkurence:

I. Opredelitev izrazov

Spodaj navedeni izrazi imajo naslednji pomen:

»**Agencija**« pomeni Javna agencija republike Slovenije za varstvo konkurence.

»**ATLJ**« pomeni podjetje ATLANTIC TRADE, trgovina na debelo in drobno, d.o.o., Ljubljana.

»**Ciljna družba**« pomeni podjetje Osem d.o.o.

»**Indeks cenovne ravni**« (ICR) pomeni razmerje med povprečnimi Neto rednimi VPC na 100 g za Mesne namaze Kekec in Mesne namaze Argeta v Referenčni košarici SKU, izračunano po formuli: $ICR = (Povprečje_Kekec / Povprečje_Argeta) \times 100$.

»**Mesni namazi Argeta**« pomenijo vse mesne namaze Argeta iz Referenčne košarice SKU.

»**Mesni namazi Kekec**« pomenijo vse mesne namaze Kekec iz Referenčne košarice SKU.

»**Neto redna veleprodajna cena**« (Neto redna VPC) pomeni redno veleprodajno ceno, izraženo na kos proizvoda, kot izhaja iz veljavnega veleprodajnega cenika, ki ga ATLJ/Ciljna Družba zakonito uporablja v razmerju do svojih poslovnih partnerjev, vključno z upoštevanjem promocijskih cen, individualno dogovorjenih popustov, bonusov, rabatov ali drugih začasnih oziroma pogojnih komercialnih ugodnosti.

»**Neto redna VPC na 100 g**« pomeni Neto redno VPC, preračunano na 100 g proizvoda po formuli: $Neto\ redna\ VPC_{100g} = (Neto\ redna\ VPC\ na\ kos / masa\ v\ g) \times 100$.

»**Obdobje poročanja**« pomeni vsako zaporedno dvanajstmesečno (12) obdobje po Zaključku transakcije.

»**Obdobje trajanja korektivnih ukrepov**« pomeni obdobje tri (3) leta od Zaključka transakcije.

»**Priglasitelj**« pomeni podjetje Atlantic Droga Kolinska, d.o.o. in z njim povezana podjetja v smislu 5. točke 3. člena ZPOmK-2.

»**Referenčna košarica SKU**« pomeni fiksni seznam SKU (ločeno: pet (5) SKU za mesne namaze Argeta in pet (5) SKU za mesne namaze Kekec), določen v Prilogi 2 na podlagi najbolj prodajanih SKU po prodanem obsegu (volumensko) na območju Republike Slovenije v referenčnem obdobju 12 mesecev; januar 2025 – januar 2026 glede na podatke *Nielsen Discover, Savoury Spreads, Jan 2026*.

»**SKU**« pomeni enoto vodenja zaloge (*Stock Keeping Unit*) in je osnovna identifikacijska enota izdelka, ki predstavlja točno določen izdelek v točno določeni različici lastnosti (kot npr. blagovna znamka, okus/receptura, gramatura, tip embalaže, trg/jezik deklaracije).

»**tržna prisotnost**« pomeni stalno prisotnost v redni prodaji.

»**Zaključek transakcije**« pomeni dan sklenitve pogodbe o prenosu poslovnih deležev v Ciljni družbi v notarskem zapisu.

»**ZPOmK-2**« pomeni Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (Uradni list RS, št. 130/22, 12/24 in 100/25 – ZS-1).

II. Predlagani korektivni ukrepi

1. Priglasitelj se zavezuje, da bo po pridobitvi kontrole nad ciljno družbo v smislu drugega odstavka 9. člena ZPOmK-2 zagotovil ohranjanje cenovne diferenciacije med Mesnimi namazi Kekec in Mesnimi namazi Argeta, izraženo z Indeksom cenovne ravni (ICR) Referenčne košarice SKU, skladno s Prilogo 1 (Cenovna obveznost), pri čemer indeks rasti cen posameznih Mesnih namazov Kekec v določenem obdobju ne bo višji od indeksa rasti cen »Hrana in brezalkoholne pijače« v okviru gibanja cen življenjskih potrebščin v Sloveniji, objavljenega s strani Statističnega urada Republike Slovenije v enakem obdobju. Višja rast cen posameznih Mesnih namazov Kekec je v primeru izrednih okoliščin dovoljena samo izjemoma na podlagi predhodnega soglasja Agencije.
2. Priglasitelj se zavezuje, da bo po pridobitvi kontrole nad ciljno družbo v smislu drugega odstavka 9. člena ZPOmK-2 zagotovil minimalno tržno prisotnost blagovne znamke Kekec z najmanj petimi (5) ključnimi proizvodi (SKU), in sicer: i) Kekec pašteta ta prava PST 100g, ii) Kekec pašteta ta prava PST 75g, iii) Kekec pašteta ta prava PST 50g, iv) Kekec pašteta ta prava PST 4x100g (3+1 gratis) in v) Kekec pašteta ta prava PST 30g. Zamenjava oziroma izključitev posameznega SKU je v primeru izrednih okoliščin dovoljena samo izjemoma na podlagi predhodnega soglasja Agencije.
3. Priglasitelj se zavezuje, da bo po pridobitvi kontrole nad ciljno družbo v smislu drugega odstavka 9. člena ZPOmK-2 zagotovil, da bo Ciljna družba obstoječim in novim naročnikom še naprej ponujala in zagotavljala proizvodnjo izdelkov pod trgovskimi blagovnimi znamkami (v nadaljevanju: »TBZ«), ki so v ponudbi Ciljne družbe na datum Zaključka transakcije, pod poštenimi, razumnimi in nediskriminatornimi pogoji, in sicer najmanj do obsega proizvodnje TBZ, kot ga je Ciljna družba dosegala v zadnjem letu pred dnem Zaključka Transakcije. Priglasitelj bo proizvodnjo izdelkov TBZ izvajal z upoštevanjem naslednjih kriterijev:
 - notranja (proizvodna) marža, to je marža Ciljne družbe napram AT LJ: ne bo presegla marže, ki jo Priglasitelj dosega oziroma uporablja v razmerju do AT LJ na datum Zaključka transakcije,
 - zunanja (distribucijska) marža: AT LJ bo izdelke TBZ končnim naročnikom prodajala po načelu »Arm's Length« .

Priglasitelj zagotavlja, da ne bo neposredno ali posredno:

- a. naročniku pogojeval proizvodnje izdelkov TBZ z nakupom izdelkov lastnih blagovnih znamk Priglasitelja ali z njim povezanih družb;
- b. uporabljal diskriminatornih cen, rabatov, dobavnih rokov, tehničnih specifikacij, kakovostnih standardov ali drugih komercialnih pogojev za TBZ, kadar takšno razlikovanje ni objektivno utemeljeno;
- c. strateško zmanjševal ali prerazporejal proizvodnih kapacitet, namenjenih TBZ, z namenom ali učinkom preusmerjanja povpraševanja na lastne blagovne znamke.

Zavrnitev, omejitev ali pogojevanje dobave TBZ znotraj obsega proizvodnje TBZ, kot ga je Ciljna družba dosegala v zadnjem letu pred dnem Zaključka Transakcije, je dopustna izjemoma v izrednih okoliščinah izključno na podlagi predhodnega soglasja Agencije.

III. Obveznosti za izpolnjevanje korektivnih ukrepov in nadzor nad njimi

1. Priglasitelj se zavezuje, da bo Agencijo obvestil o datumu Zaključka transakcije ter pridobitvi kontrole nad Ciljno družbo v smislu drugega odstavka 9. člena ZPOmK-2, v 15 dneh po nastopu dogodka.
2. V času izvajanja korektivnih ukrepov se Priglasitelj zavezuje izpolnjevati naslednje obveznosti, z namenom, da se omogoči transparentno izpolnitev korektivnih ukrepov:
 - objava korektivnih ukrepov z vsemi prilogami na spletni strani Priglasitelja (<https://www.argeta.com/>).
3. Priglasitelj se zavezuje, da bo z namenom učinkovitega nadzora nad izvrševanjem korektivnih ukrepov najkasneje 3 mesece po koncu posameznega Obdobja poročanja, v Obdobju trajanja korektivnih ukrepov, Agenciji predložil poročilo o izpolnjevanju zavez iz 1., 2. in 3. točke predlaganih korektivnih ukrepov, ki bo obsegalo:
 - popis Neto rednih VPC izdelkov iz Referenčne košarice SKU po posameznih obdobjih veljavnosti v obdobju poročanja (v Excell tabeli),
 - seznam Neto rednih VPC na 100g v Referenčni košarici SKU,
 - izpis indeksa rasti cen »Hrana in brezalkoholne pijače« Statističnega Urada RS v baznem letu (letu Zaključka transakcije),
 - izpis indeksa rasti cen »Hrana in brezalkoholne pijače« Statističnega Urada RS v preteklem letu,
 - referenčno izhodišče (ICR_0), določeno na dan Zaključka transakcije,
 - podatek o višini notranje (proizvodne) marže ciljne družbe napram ATLJ na dan Zaključka transakcije,
 - podatek o zunanji (distribucijski) marži podjetja ATLJ na dan Zaključka transakcije,
 - dokazila o zagotavljanju stalne tržne prisotnosti v redni prodaji maloprodajnih trgovcev v RS,
 - podatke o proizvedenih in prodanih količinah izdelkov TBZ v Obdobju poročanja,
 - seznam vseh povpraševanj oziroma naročil za proizvodnjo izdelkov TBZ ter odgovorov na takšna povpraševanja oziroma naročila.
4. Priglasitelj se zavezuje, da bo v primeru nastopa izrednih okoliščin iz točke 1, 2 in 3 Predlaganih korektivnih ukrepov, nemudoma oziroma najkasneje v roku 15 dni od nastanka seznanil Agencijo z okoliščinami izrednega dogodka, predložil vsa potrebna dokazila o nastanku izrednega dogodka, ter predlagal, na kakšen način bi prilagodil korektivni ukrep. Priglasitelj lahko izvede ravnanja, predvidena v navedenih točkah, izključno in šele v primeru pridobitve soglasja Agencije, pri čemer bo Agencija na podlagi upravičene zahteve Priglasitelja o vlogi odločala na podlagi določil ZUP in samo v izjemnih okoliščinah dovolila oz. spremenila korektivni ukrep. Neizdaja soglasja s strani Agencije ne omogoča prilagoditve korektivnega ukrepa.
5. Agencija ima pravico zahtevati dodatna pojasnila in/ali dokazila glede izvajanja korektivnih ukrepov.

IV. Čas trajanja korektivnega ukrepa

Obdobje trajanja korektivnih ukrepov znaša tri (3) leta od Zaključka transakcije.

Obrazložitev:

1. Uvodno

Priglasitelj skladno s 75. členom ZPOmK-2 in brez prejudica glede skladnosti priglašene koncentracije s pravili konkurence predlaga korektivne ukrepe, katerih namen je odpraviti resen sum o neskladnosti priglašene koncentracije s pravili konkurence, kot izhaja iz ugotovitev Agencije, predstavljenih v okviru State of Play sestanka dne 9. 2. 2026 in v povzetku relevantnih dejstev z dne 19. 2. 2026.

Agencija ugotavlja resen dvom glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence, zlasti zaradi možnosti nastanka enostranskih protikonkurenčnih učinkov na trgu prodaje mesnih namazov sektorju maloprodaje, in sicer predvsem zaradi povečanja tržne moči združenega podjetja, visokega tržnega deleža po koncentraciji, omejenega števila učinkovitih alternativ ter omejenih možnosti kupcev za zamenjavo dobaviteljev.

Agencija kot ključne pomisleke izpostavlja predvsem tveganje, da bi po koncentraciji prišlo do (i) zvišanja cen mesnih namazov blagovne znamke Kekec in njihovega približevanja cenovni ravni blagovne znamke Argeta ter (ii) prenehanja oziroma omejitve proizvodnje mesnih namazov pod trgovskimi blagovnimi znamkami (TBZ), kar bi dodatno zmanjšalo konkurenčni pritisk in poslabšalo položaj maloprodajnih trgovcev.

Priglasitelj je na sestanku pojasnil, da namerava ohraniti cenovno diferenciacijo med blagovnima znamkama Argeta in Kekec, pri čemer je Argeta pozicionirana kot premium izdelek, Kekec pa kot cenovno ugodnejša blagovna znamka ("B segment"). Priglasitelj je prav tako poudaril, da ne namerava ukiniti proizvodnje trgovskih blagovnih znamk.

Predlagani korektivni ukrepi so zato oblikovani tako, da neposredno, preverljivo in učinkovito naslovijo izpostavljene pomisleke Agencije.

2. Ugotovitve Agencije in povezava s predlaganimi ukrepi

2.1 Tržna struktura in verjetnost enostranskih učinkov

Agencija ugotavlja, da je trg prodaje mesnih namazov sektorju maloprodaje visoko koncentriran in da koncentracija povzroča pomembno povečanje koncentracije (delta HHI), pri čemer bo združeno podjetje po koncentraciji na trgu mesnih namazov doseglo približno ■ % tržni delež, konkurenca pa bo omejena na malo število relevantnih akterjev.

Agencija ugotavlja tudi, da izravnalna nakupna moč maloprodajnih trgovcev ne predstavlja zadostnega izravnalnega dejavnika, saj sta blagovni znamki Argeta in Kekec prepoznani kot "must stock" proizvodi, alternative pa so omejene.

V takšnih okoliščinah lahko združeno podjetje enostransko zviša cene ali poslabša pogoje dobave tudi ob določeni stopnji diferenciacije med blagovnima znamkama.

2.2 Pomislek glede cenovne konvergenca (Kekec–Argeta)

Agencija posebej izpostavlja tveganje, da bo po koncentraciji blagovna znamka Kekec postopno izgubila svojo cenovno pozicijo in se približala blagovni znamki Argeta, kar bi povzročilo zmanjšanje cenovne konkurence ter negativne učinke za potrošnike.

Predlagani korektivni ukrep v obliki cenovne obveznosti, izražene z Indeksom cenovne ravni (ICR), neposredno odpravlja navedeni pomislek. Cenovna zaveza določa:

- referenčno izhodišče (ICR_0), določeno na dan Zaključka transakcije;
- metodologijo izračuna, ki temelji na objektivnih, preverljivih in transparentnih parametrih (neto redna veleprodajna cena na 100 g v referenčni košarici SKU);

- dopustna odstopanja zgolj v omejenem obsegu ter pod jasno določenimi pogoji;
- predhodno soglasje Agencije v primeru izrednih tržnih dogodkov.

ICR zagotavlja cenovno diferenciacijo, ne zagotavlja pa nujno ohranjanje cenovne pozicije blagovne znamke Kekec (v primeru hkratne podražitve Kekca in Argete ICR lahko ostane nespremenjen). Zato Priglasitelj predlaga dodatni mehanizem (poleg ICR), ki bo zagotavljal ohranjanje cenovne ravni blagovne znamke Kekec, in sicer zavezo, da se cena Mesnih namazov Kekec ne bo zvišala za več, kot se bodo zvišale cene hrane in brezalkoholnih pijač v Sloveniji. Pri tem se upošteva indeks cen »Hrana in brezalkoholne pijače«, kot ga objavlja Statistični urad RS. Navedeni indeks je ustrežnejši od splošnega indeksa cen življenjskih potrebščin, kar potrjuje dejstvo, da je bil prehranski cenovni pritisk v zadnjih letih praviloma višji od splošnega indeksa življenjskih potrebščin.

Rast cen Mesnih namazov Kekec, ki bi bila višja od indeksa cen »Hrana in brezalkoholna pijača« (kot npr. posledica nesorazmerne rasti cen vhodnih surovin in/ali energentov), je dovoljena zgolj na podlagi predhodnega soglasja Agencije.

Priglasitelj pojasnjuje, da celotna prodaja oziroma distribucija proizvodov, ki jih proizvaja Priglasitelj (enako pa bo veljalo tudi za Ciljno družbo po pridobitvi kontrole), poteka preko ATLJ, ki je sestrška družba Priglasitelja (enako kot Priglasitelj v 100% lasti ATLANTIC TRADE DRUŠTVO S OGRANIČENOM ODGOVORNOŠČU ZA PROIZVODNJU, UNUTRANJU I VANJSKU TRGOVINU, POSREDOVANJE I ZASTUPSTVA). Posledično je z vidika zavez relevantna cena, po kateri množični trgovci kupujejo proizvode od ATLJ. Pri izračunu ICR je tako uporabljena cena, ki jo bo za Mesne izdelke Argeta in Mesne izdelke Kekec dosegal ATLJ.

Glede odstopanja od ICR Priglasitelj pojasnjuje, da potencialno kršitev zaveze lahko predstavlja zgolj zviševanje ICR, saj zgolj v tem primeru prihaja do cenovne konvergence. V primeru, da se ICR zniža, to namreč pomeni, da se je podražila zgolj blagovna znamka Argeta oziroma se je slednja podražila bolj kot blagovna znamka Kekec. Prav tako potencialne kršitve zaveze ne predstavlja zvišanje indeksa v primeru, ko je zvišanje indeksa posledica pocenitve blagovne znamke Argeta ob hratni nespremenjeni ceni blagovne znamke Kekec.

S predlaganim ukrepom se zagotavlja, da združeno podjetje ne bo moglo izkoristiti povečane tržne moči za približevanje (zviševanje) cenovne ravni blagovne znamke Kekec blagovni znamki Argeta, kar bi pomenilo odpravo cenovno ugodnejše alternative in zmanjšanje konkurenčnega pritiska.

Ob hkratni omejitvi možnosti zviševanja cen Mesnih izdelkov Kekec cenovna obveznost deluje kot neposredni mehanizem za preprečevanje enostranskih protikonkurenčnih učinkov, ki bi se odražali v dvigu cen v segmentu cenovno ugodnejših mesnih namazov.

V zvezi z določitvijo Referenčne kočarice SKU priglasitelj spodaj navaja še podatke o prodaji posameznih SKUjev blagovne znamke Argeta (vir: Nielsen Discover, 25.1. 2026). Podatki o prodaji posameznih SKUjev blagovne znamke Kekec so podani pod točko 2.3.

	Vrednost prodaja (KG) (000)	Vrednost prodaje EUR 000
ARGETA		
ARGETA KOKOSJA PASTETA TN 95G		
ARGETA JUNIOR KOKOSJA PASTETA TN 95G		
ARGETA TUNINA PASTETA TN 95G		
ARGETA PIKANT KOKOSJA PASTETA TN 95G		
ARGETA KOKOSJA PASTETA TN 4X95G		
ARGETA JUNIOR KOKOSJA PASTETA TN 4X95G		
ARGETA JUNIOR ORIGINAL KOKOSJA PST 45G		
ARGETA TUNINA PASTETA TN 3X95G		
ARGETA TUNINA PASTETA PST 45G		
ARGETA JUNIOR SUPER TUNA TN 95G		
ARGETA KOKOSJA PASTETA 3X95G TN		
ARGETA KOKOSJA PASTETA PST 45G		

ARGETA JUNIOR ORIGINAL KOKOSJA PST 27G			
ARGETA JUNIOR KOKOSJA PRSA NA ZARU TN 95			
ARGETA TUNINA PASTETA SICILIANA TN 95G			
ARGETA CAJNA PASTETA KOKOSJA TN 95G			
ARGETA PURANJA PASTETA TN 95G			
ARGETA KOKOSJA EKSTRA PIKANT TN 95G			
ARGETA TUNA PIKANT TN 95G			
ARGETA JETRNA PASTETA KOKOSJA TN 95G			
ARGETA TUNINA PASTETA PST 27G			
ARGETA KOKOSJA PASTETA PST 27G			
ARGETA LOSOSOVA PASTETA TN 95G			
ARGETA JUNIOR SUPER TUNA TN 3X95G			
ARGETA PIKANT KOKOSJA PAST TN 3X95G(SU.C			
ARGETA JUNIOR KOKO KREM TN 95G			
ARGETA TUNA S TIMIJANOM IN LIMONO TN 95G			
ARGETA PIKANT KOKOSJA PASTETA TUB 45G			
ARGETA JUNIOR ORIGINAL 3X95G TIN			
ARGETA NAMAZ MEATLESS KAO KOKOSJA TN 95G			
ARGETA SARDINA ADRIATICA PAST. TN 95G			
ARGETA EXCL.GOVEJA PASTETA Z TARTUF.95G			
ARGETA KOKOSJA S PIKANTNO SALAMO TN 95G			
ARGETA VEGGIE NAMAZ CICERIKA 95G TIN			
ARGETA TUNINA PASTETA SICILIANA TN 3X95G			
ARGETA EXC.A LA JURE TOMIC 95G TN			
ARGETA RIBLJA PASTETA S POVRCEM TN 95G			
ARGETA VEGGIE NAMAZ RDECA PAPRIKA95G TIN			
ARGETA NAMAZ MEATLESS KAO KOK.PIK.TN 95G			
ARGETA EXCL.GOV.IN KOK.PRSA Z JUR.95G TN			
ARGETA SNACK JUNIOR ORIGINAL 99G TIN			
ARGETA CAJNA PASTETA KOKOSJA TUB 45G			
ARGETA VEGGIE NAMAZ CRNE OLIVE 95G TIN			
ARGETA EXCLUSIVE MOJMIR SIFTAR TN 95G			
ARGETA JETRNA PASTETA KOKOSJA PST 45G			
ARGETA SNACK KOKOSJA 99G TIN			
ARGETA KOKOSJA PASTETA TN 95G RETRO			
ARGETA VEGGIE NAMAZ LECIN TARTAR 95G TIN			
ARGETA VEGGIE NAMAZ CHILLI&LIM.95G TIN			
ARGETA EXC.A LA FILIP M.FAZAN Z A.95G TN			
ARGETA JUNIOR ORIGINAL FOOTBALL 2X95G TN			
ARGETA PIKANT KOKOSJA PASTETA TN 4X95G			
ARGETA JUNIOR KREM TUNA TN 95G			
ARGETA TUNA PIKANT TN 2X95G(SUPER CENA)			

(vir: Nielsen Discover, podatki za preteklih 52 tednov na dan 25.1. 2026)

2.3 Pomislek glede zmanjšanja izbire in umika blagovne znamke Kekec

Agencija ugotavlja, da je OSEM pomembna konkurenčna sila, saj je tretji največji akter na trgu prodaje mesnih namazov maloprodajnemu sektorju in zato prispeva pomemben konkurenčni pritisk na trg.

V primeru koncentracije obstaja tveganje, da bi blagovna znamka Kekec po transakciji postala marginalizirana oziroma bi se postopoma zmanjšala njena prisotnost na trgu, kar bi privedlo do zmanjšanja izbire za potrošnike in oslabilo konkurenčni pritisk.

Zato priglasitelj predlaga portfeljsko obveznost, s katero se zagotavlja minimalna tržna prisotnost, to je stalno prisotnost v redni prodaji, blagovne znamke Kekec v Obdobju trajanja zavez, in sicer z ohranitvijo najmanj petih (5) ključnih SKU.

Pod blagovno znamko Kekec pri slovenskih množičnih trgovcih, katerih prodajo spremlja Nielsen, najdemo 14 SKU-jev oziroma enot vodenja zaloge. Prvih pet SKU (Kekec pašteta ta prava 100g, ii) Kekec pašteta ta prava 75g, iii) Kekec pašteta ta prava 50g, iv) Kekec pašteta ta prava 4x100g (3+1 gratis) in v) Kekec pašteta ta prava 30g) se nanaša na okus "Kekec Ta prava pašteta" v različnih gramaturnih različicah. Teh pet SKU predstavlja veliko večino prodaje pod blagovno znamko Kekec - natančneje 95,5% v količinskem deležu in 93,2% v vrednostnem deležu. (vir: Nielsen Discover, 25.1. 2026)

Row Labels	Vsota prodaje (KGS) (000)	Vsota prodaje (000 EUR)
KEKEC SUM		
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 100G		
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 50G		
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 75G		
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 30G		
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 4 x 100G (3+1 GR.)		
KEKEC PASTETA JUNIOR PST 50G		
KEKEC PASTETA TUNA 50G TUB		
KEKEC PASTETA SUNKTA PST 50G		
KEKEC PISCANCJA PASTETA 50G TUB		
KEKEC CAJNA PASTETA 50G TUB		
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 95G TIN		
KEKEC PISCANCJA PASTETA 95G TIN		
KEKEC PISCANCJA PASTETA 75G TUB		
KEKEC PASTETA TUNA 95G TIN		

(vir: Nielsen Discover, podatki za preteklih 52 tednov na dan 25.1. 2026)

Ostalih devet SKU predstavljajo izdelke, ki so prisotni na trgu v majhnem obsegu in so potemtakem izpostavljeni nevarnosti t.i. delistinga, torej ukinitvi izdelka iz prodaje s strani trgovcev. Trgovci namreč, v iskanju svoje dobičkonosnosti in optimalnega poslovanja, v rednih razmakih oziroma vsaj enkrat letno, presojujejo kateri izdelki ostajajo na njihovih policah in kateri ne. Trgovci delistirajo izdelke ker optimizirajo:

- prostor na polici (omejen vir),
- obrat zaloge,
- dobiček na m² in
- operativno kompleksnost.

Kandidati za delisting so enote vodenja zaloge, ki ne dosežejo minimalne rotacije (t.j. prodaje), ne gradijo kategorije ali ne prinašajo dodatne marže.

Priglasitelj se s predlaganim ukrepom zavezuje, da bo zagotavljal vse ključne SKUje Ciljne Družbe, katerim glede na zgornje podatke tudi ne grozi delisting. Zamenjava posameznega SKUja oziroma njegova izključitev je dopustna zgolj na podlagi predhodnega soglasja Agencije. Do takšnega dogodka bi sicer po mnenju priglasitelja lahko prišlo zgolj v primeru izrednih dogodkov, na katere priglasitelj oz. Ciljna družba nimata vpliva, kot so zlasti že pojasnjeni delisting, pomanjkanje surovin ipd.

Predlagana obveznost zagotavlja, da blagovna znamka Kekec ostane dejansko prisotna na trgu in ohrani relevantno ponudbo v ključnih kategorijah. Ukrep dopušča zamenjavo posameznega izdelka zgolj v primeru objektivnih razlogov, na podlagi predhodnega soglasja Agencije.

Portfeljska obveznost tako dopolnjuje cenovno obveznost in preprečuje, da bi se negativni učinki koncentracije odrazili v zmanjšanju ponudbe ali izbire.

2.4 Pomislek glede prenehanja proizvodnje trgovskih blagovnih znamk (TBZ / private label)

Agencija ugotavlja, da trgovske blagovne znamke predstavljajo pomemben del trga in pomemben konkurenčni pritisk, pri čemer je OSEM eden ključnih proizvajalcev TBZ, saj predstavlja ■ % vseh mesnih paštet pod trgovskimi blagovnimi znamkami, pod TBZ pa proizvaja tudi mesne narezke in ribje namaze.

Agencija ugotavlja tudi, da maloprodajni trgovci v primeru poslabšanja pogojev ali prenehanja dobave TBZ nimajo enostavnih alternativ, saj je trg dobaviteljev TBZ omejen in je posledično preusmeritev na druge pogodbene dobavitelje lahko težavna.

Prenehanje ali omejevanje proizvodnje TBZ bi zato lahko imelo neposreden učinek na zmanjšanje konkurenčnega pritiska na trgu in povečanje odvisnosti trgovcev od blagovnih znamk združenega podjetja.

Predlagana zaveza glede TBZ zato določa, da bo Ciljna družba obstoječim in novim naročnikom še naprej ponujala in zagotavljala proizvodnjo TBZ pod poštenimi, razumnimi in nediskriminatornimi pogoji, in sicer do obsega proizvodnje, kot jo je Ciljna družba dosegala v zadnjem letu pred datumom Zaključka Transakcije.

Zaveza vključuje tudi cenovni mehanizem, v skladu s katerim marža Ciljne družbe v razmerju do (povezanega) distributerja ATLJ ne bo presegala marže, ki jo dosega Priglasitelj v razmerju do ATLJ na datum Zaključka transakcije. Cena v razmerju ATLJ do naročnikov (trgovci, distributerji) po določena po načelu (neodvisnih) tržnih cen, t.j. po načelu »Arm's lenght«.

Zaveza vključuje tudi prepoved izključevalnih praks (npr. pogojevanje dobave TBZ z nakupom lastnih blagovnih znamk) ter določa, da se lahko naročila zavrne zgolj na podlagi predhodnega soglasja agencije. Do zavrnitve naročila bo tako (po predhodnem soglasju Agencije) lahko prišlo na podlagi objektivnih razlogov, kot so zlasti:

- omejenost proizvodnih kapacitet;
- tehnična neizvedljivosti ali neskladnost naročila z objektivno veljavnimi kakovostnimi ali regulatornimi zahtevami;
- komercialno nerazumni pogoji, ki jih predlaga naročnik;
- višja sila ali izredne motnje v dobavni verigi.

Predlagana zaveza učinkovito odpravlja pomislek Agencije, saj preprečuje, da bi koncentracija povzročila zapiranje trga ali zmanjšanje ponudbe v segmentu trgovskih blagovnih znamk.

3. Učinkovitost, izvedljivost in nadzor

Predlagani korektivni ukrepi so oblikovani tako, da so:

- učinkoviti, saj neposredno odpravljajo identificirane pomisleke;
- izvedljivi, saj temeljijo na obstoječih komercialnih praksah in merljivih kazalnikih;
- preverljivi, saj omogočajo poročanje in naknadno preverjanje skladnosti;
- sorazmerni, saj ne posegajo pretirano v poslovno odločanje, temveč zgolj preprečujejo protikonkurenčne učinke.

Poleg tega predlagani mehanizem poročanja omogoča, da Agencija v času trajanja zavez učinkovito spremlja izvajanje obveznosti in po potrebi zahteva dodatna pojasnila ali dokazila.

4. Trajanje korektivnih ukrepov

Predlagano trajanje korektivnih ukrepov (tri (3) leta) je sorazmerno in zadostno za zagotovitev, da se koncentracija izvede brez protikonkurenčnih učinkov, saj predstavlja obdobje, v katerem bi se morebitni enostranski učinki koncentracije (zlasti cenovna konvergenca in spremembe dobavne politike) najverjetneje začeli odražati na trgu.

Hkrati obdobje ni pretirano dolgo in ne predstavlja neupravičenega regulatornega posega v poslovno avtonomijo priglasitelja.

5. Sklep

Predlagani korektivni ukrepi predstavljajo celovit in koherenten sklop zavez, ki neposredno naslavlja ključne pomisleke Agencije.

Predlagani korektivni ukrepi:

- preprečujejo zvišanje cen blagovne znamke Kekec in njeno približevanje blagovni znamki Argeta;
- zagotavljajo dejansko ohranitev blagovne znamke Kekec na trgu;
- zagotavljajo nadaljevanje proizvodnje trgovskih blagovnih znamk pod poštenimi, razumnimi in nediskriminatornimi pogoji.

Zaradi navedenega predlagani korektivni ukrepi po svoji naravi, obsegu in verjetnosti uspešnosti učinkovito odpravljajo resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence in zagotavljajo, da koncentracija ne bo bistveno ovirala učinkovite konkurence na relevantnem trgu.

Atlantic Droga Kolinska d.o.o.

Jurij Žurej, prokurist

ATLANTIC
GRUPA

Atlantic Droga Kolinska d.o.o.
Kolinska ulica 1, 1000 Ljubljana



Priloga 1 – Cenovna obveznost

1. Zaveza

Priglasitelj se zavezuje, da bo v obdobju trajanja korektivnih ukrepov ohranjal ICR na ravni, določeni na dan Zaključka transakcije (ICR_0), izračunani na podlagi Referenčne košarice SKU iz Priloge 2.

2. Skladnost z zavezo

ICR v posameznem Obdobju poročanja se šteje za skladen z zavezo:

- če odstopa od ICR_0 kot posledica pocenitev Mesnih izdelkov Argeta ob nespremenjenih cenah Mesnih izdelkov Kekec.

Za kakršnokoli drugo odstopanje od zaveze je potrebno predhodno soglasje Agencije.

3. Metoda izračuna (časovno ponderiranje v primeru spremembe cenika)

Za vsak SKU iz Referenčne košarice SKU se določi ponderirana Neto redna VPC na kos glede na obdobje veljavnosti posamezne cene SKU v Obdobju poročanja:

Ponderirana Neto redna VPC_SKU = Σ (Cena_SKU $\times$ Število dni veljavnosti v Obdobju poročanja) / Skupno število dni v Obdobju poročanja.*

*skupno število dni veljavnosti v Obdobju poročanja = skupno število dni v Obdobju poročanja

Nato se izvede preračun na 100 g (Cena na 100g_SKU = *Ponderirana Neto redna VPC_SKU / gramatura $\times$ 100*) ter izračunajo Povprečje_Argeta, Povprečje_Kekec in ICR po formuli:

$Povprečje_Argeta = \Sigma (Cena\ na\ 100g\ SKU\ (Argeta) / \text{št. SKU} (Argeta))$

$Povprečje_Kekec = \Sigma (Cena\ na\ 100g\ SKU\ (Kekec) / \text{št. SKU} (Kekec))$

Priloga 2 – Referenčna košarica SKU

ARGETA

ARGETA KOKOSJA PASTETA TN 95G
ARGETA JUNIOR KOKOSJA PASTETA TN 95G
ARGETA PIKANT KOKOSJA PASTETA TN 95G
ARGETA KOKOSJA PASTETA TN 4X95G
ARGETA JUNIOR KOKOSJA PASTETA TN 4X95G

KEKEC

KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 100G
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 75G
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 50G
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 4X100G(3+1GR.
KEKEC PASTETA TA PRAVA PST 30G