



**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: 3061-10/2015/15
Datum: 24. 7. 2015

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu pod predsedstvom Andreja Kraška, ob sodelovanju dr. Aleša Kuharja, Francija Pušenjaka in Simona Tantegela kot članov senata, na podlagi 12. in 12. o člena v povezavi z drugim odstavkom 46. člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence (Ur. l. RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 Odl.US: U-I-40/12-31, 63/13 ZS-K in 33/14; v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje priglašene koncentracije podjetij AGROKOR koncern za upravljanje društvima, proizvodnjo i trgovinu poljoprivrednih proizvoda, d.d., z matično številko 05937759187, Trg Dražena Pavlovića 3, Zagreb, Hrvaška, ki ga po pooblastilu zastopa Odvetniška družba Rojs, Peljhan, Prelesnik & partnerji o.p., d.o.o., Tivolska cesta 48, Ljubljana in ADRIATICA.NET, turistička agencija, d.o.o., z matično številko 20350489217, Izidora Kršnjavog 1, Zagreb, Hrvaška, ki ga zastopa predsednik uprave Tomislav Matija Varga, na nejavni seji dne 24. 7. 2015, naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij AGROKOR koncern za upravljanje društvima, proizvodnjo i trgovinu poljoprivrednih proizvoda, d.d., Trg Dražena Pavlovića 3, Zagreb, Hrvaška in ADRIATICA.NET, turistička agencija, d.o.o., Izidora Kršnjavog 1, Zagreb, Hrvaška, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev:

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 15. 5. 2015 prejela prijavitev koncentracije podjetij AGROKOR koncern za upravljanje društvima, proizvodnjo i trgovinu poljoprivrednih proizvoda, d.d., z matično številko 05937759187, Trg Dražena Pavlovića 3, Zagreb, Hrvaška (v nadaljevanju: AGROKOR) in ADRIATICA.NET, turistička agencija, d.o.o., z matično številko 20350489217, Izidora Kršnjavog 1, Zagreb, Hrvaška (v nadaljevanju: ADRIATICA.NET). Koncentracijo je prijavilo podjetje AGROKOR.
2. Uprava podjetja ADRIATICA.NET je glede na vsebino seje uprave oziroma nadzornega odbora z dne 22. 4. 2015 posredovala poziv vsem obstoječim delničarjem podjetja za povečanje dokapitalizacije v višini [REDACTED] HRK.¹

3. [REDACTED]
4. [REDACTED]

¹ Dokument št. 3061-10/2015-1.

² Ibidem 1.

- [REDACTED]
- [REDACTED]
5. Agencija je prigrasitev nemudoma pregledala in ugotovila, da je nepopolna v smislu posredovanja elementov prigrasitve, ki jih natančneje določa na podlagi 6. odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za prigrasitev koncentracije podjetij (Ur. l. RS, št. 36/09 in 3/14; v nadaljevanju: Uredba). Prigrasitelj je vlogo dopolnil dne 6. 7. 2015, 7. 7. 2015, 8. 7. 2015, 10. 7. 2015 in 16. 7. 2015⁴.
6. Podjetje AGROKOR je registrirano za opravljanje dejavnosti proizvodnje hrane in pijače, trgovine na drobno v nespecializiranih prodajalnah, skladiščenje blaga, upravljanje holding-družb in številnih drugih dejavnosti.⁵ Podjetje AGROKOR skupaj s podjetji, ki jih neposredno ali posredno nadzoruje, tvori Skupino AGROKOR, v katero sodi tudi Poslovni sistem MERCATOR d.d. z divizijo M Holidays. Podjetja, ki sodijo v Skupino AGROKOR, se ukvarjajo predvsem z dejavnostjo proizvodnje in distribucije hrane in pijače, ter z njihovo veleprodajo in maloprodajo. Na dan 31. 12. 2014 je bil 95,52 % lastnik podjetja AGROKOR Ivica Todorčič⁶. Prigrasitelj je navedel, da Ivica Todorčič kot fizična oseba nima neposredne ali posredne kontrole nad nobenim drugim podjetjem, ki bi bilo dejavno na katerem koli od relevantnih upoštevanih trgov.
7. Podjetje ADRIATICA.NET je dejavno na področju turizma in sicer kot turistična agencija, ki nudi širok spekter turističnih storitev.⁷ Podjetje ADRIATICA.NET je v 23,54 % lasti podjetja AGROKOR, v 19,62 % lasti podjetja SLOBODNA DALMACIJA d.d., v 14,77 % lasti podjetja CROATIA OSIGURANJE d.d., v 14,76 % lasti podjetja FAIRTRADE d.o.o., v 8,86 % lasti podjetja HUP ZAGREB d.d., v 7,38 % lasti podjetja JOLLY PROJEKTI d.o.o., v 7,38 % lasti podjetja SAPONIA d.d., v 2,23 % lasti podjetja EMPORION d.o.o. in v 1,46 % lasti podjetja EUROPAPRESS HOLDING d.o.o.
8. Prigrasitelj je navedel, da se je podjetje ADRIATICA.NET v obdobju od 2009 do 2013 znašlo v finančni krizi, ki je botrovala padcu prihodkov in izgubi pri poslovanju. Takšno stanje je po njegovem mnenju verjetno posledica splošne gospodarske krize v ostalih državah Evropske unije, iz katerih tradicionalno prihajajo številni gostje, saj se je tudi število potovanj bistveno zmanjšalo.
9. Prigrasitelj je tudi navedel, da je podjetje ADRIATICA.NET bistvenega pomena, da se izvede kapitalsko prestrukturiranje. Brez izvedbe ukrepov prestrukturiranja podjetja ADRIATICA.NET ne bo moglo slediti razvojnim trendom v segmentu turističnih storitev z razvojem novih storitev in prodajnih poti, ki so nujen predpogoj za konsolidacijo poslovanja in repozicioniranje na trgu turističnih storitev, kar bo imelo za posledico nadaljnje upadanje prihodkov od prodaje turističnih storitev.
10. Prigrasitelj navaja, da predstavljajo vzrok za konverzijo terjatev do podjetja ADRIATICA.NET povečanje osnovnega kapitala podjetij in s tem povečanja deleža v osnovnem kapitalu podjetij ADRIATICA.NET z obstoječih 23,54 % na [REDACTED] %⁸. Brez izvedbe ukrepov prestrukturiranja skupina ADRIATICA.NET ne bi mogla slediti razvojnim trendom v segmentu turističnih storitev z razvojem novih storitev in prodajnih poti, ki so nujen predpogoj za

³ Ibidem 1.

⁴ Ibidem 1 in dokument št. 3061-10/2015-8, 3061-10/2015-9, 3061-10/2015-10 in 3061-10/2015-11.

⁵ Ibidem 1.

⁶ Ibidem 1.

⁷ Ibidem 1.

⁸ Ibidem 1.

konsolidacijo poslovanja in repozicioniranje na trgu turističnih storitev⁹. Priglasitelj je tudi navedel, da se zaradi stalnega padanja prihodkov v preliminarne finančni izkazu podjetja ADRIATICA.NET za leto 2014 predvideva skupna izguba v višini [REDACTED] HRK, kar bi posledično pomenilo negativni kapital v skupnem znesku [REDACTED] HRK.

11. Priglasitelj je tudi navedel, da je v zadnjih letih podjetje AGROKOR že vlagalo v sektor turizma. Podjetje ADRIATICA.NET je za podjetje AGROKOR ključna pridobitev na tem tržnem segmentu, saj gre za uveljavljeno turistično agencijo na območju jugovzhodne in srednje Evrope, katere posamezni člani poslujejo več kot 90 let in so v svojem poslovanju razvili kakovostne storitve za stranke v tem segmentu. Podjetje AGROKOR bo z aktivnim upravljanjem dejansko omogočilo podjetju ADRIATICA.NET razvoj in posodobitev turističnih storitev v skladu s trendi na trgu, kot tudi najnovejšo tehnologijo, distribucijo, posodobitev upravljanja in trženje, raziskave in razvoj ter izobraževanje vodstva in zaposlenih, kar bo imelo za posledico ohranitev vseh blagovnih znamk skupine ADRIATICA.NET in povečanje njene poslovne učinkovitosti in poslovnih rezultatov.

12. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah (Uradni list RS, št. 106/10; ZUT-UPB5 in 14/15) je priglasitelj dne 15. 5. 2015 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 evrov.¹⁰

II. PODREJENOST ZPOMK-1

A *Koncentracija*

13. ZPOMK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem in sicer (i) pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij ali (ii) kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij ali (iii) kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.

14. Kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom v smislu prejšnjega odstavka pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja in sicer zlasti (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja ter (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.

15. Iz Prečiščenega besedila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij¹¹ (v nadaljevanju: Obvestilo Komisije) izhaja, da izključna kontrola obstaja, če lahko samo eno podjetje izvaja odločilni vpliv nad drugim podjetjem, pri čemer je potrebno ločiti dve vrsti izključne kontrole, (i) pozitivna izključna kontrola, ki jo ima podjetje v primeru, če lahko določa strateške poslovne odločitve drugega podjetja in (ii) negativna izključna kontrola, ki jo ima podjetje, ki lahko da veto na strateške odločitve v podjetju. Odločitve, bistvene za strateško gospodarsko ravnanje podjetja, vključujejo odločitve o vprašanih, kot so finančni načrt, poslovni načrt, glavne investicije ali imenovanje višjega vodstva in presegajo odločitve, ki so običajne za zaščito pravic manjšinskih delničarjev (npr. odločitve o bistvu skupnega podjetja, kot so na primer spremembe statuta, povečanje ali zmanjšanje kapitala ali likvidacija).

⁹ Ibidem 1.

¹⁰ Ibidem 1.

¹¹ UL C 95, 16.4.2008, str. 1–48, odst. 54.

16. Dokument, ki kaže na interes priglasitelja, da pridobi kontrolni delež v družbi ADRIATICA.NET, je odgovor priglasitelja na poziv ciljne družbe za povečanje osnovnega kapitala. Iz izjave ciljne družbe izhaja, da je bil priglasitelj edini, ki je izrazil interes, kar predstavlja pravno podlago, da nov poslovni delež prevzame priglasitelj.

17. Pridobitev 84,65 % lastniškega deleža podjetja AGROKOR v podjetju ADRIATICA.NET torej predstavlja koncentracijo, ki jo je v smislu določbe 10. člena ZPOMK-1 treba, v primeru doseganja pragov letnega prometa iz 42. člena ZPOMK-1, obvezno priglasiti Agenciji.

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

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

19. Iz predloženih finančnih podatkov priglasitelja in javno dostopnih podatkov izhaja, da je znašal letni promet podjetja AGROKOR skupaj z drugimi podjetji v skupini v letu 2014 v Republiki Sloveniji znašal [REDACTED] EUR, s področja posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji je v istem letu Poslovni sistem Mercator d.d. v sklopu divizija M Holidays ustvaril [REDACTED] EUR prihodkov od prodaje. Letni promet podjetja ADRIATICA.NET skupaj z drugimi podjetji v skupini, v poslovnem letu 2014 na območju Republike Slovenije pa je znašal [REDACTED] EUR, kar pomeni, da je presežen prag 35 mio EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOMK-1 ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na območju Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOMK-1.¹²

20. Podrejenost koncentracije določbam ZPOMK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru pridobitve izključne kontrole podjetja AGROKOR nad podjetjem ADRIATICA.NET sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podjetij podrejena določbam ZPOMK-1.

C Pristojnost Agencije

21. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij¹³ (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 Agencije¹⁴ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.¹⁵

22. 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

¹² Dokument št. 3061-10/2015- 8 z dne 7. 7. 2015 in 3061-10/2015- 11 z dne 16. 7. 2015.

¹³ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

¹⁴ 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.

¹⁵ Glej sodbo Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zdl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

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.

23. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, ker je skupni promet podjetij AGROKOR in ADRITICA.NET na svetovnem trgu¹⁶ v letu 2014 znašal [REDACTED] EUR. Tako ni presežen prag iz točke (a) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet ne presega 5.000 mio EUR), kot tudi ne iz točke (a) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet ne presega 2.500 mio EUR). 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.

III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

24. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s 7. točko 3. člena ZPOMK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.
25. Pri presoji koncentracije je Agencija ugotavljala, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ali delov podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njim tesno povezanih trgov.
26. Priglasitelj se je pri opredelitvi upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgov skliceval na odločbo Agencije¹⁷, ki se nanaša na poslovanje podjetja ADRITICA.NET in iz katere izhaja, da je ključni upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgi, na katerem posluje podjetje ADRITICA.NET, trg posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji. Posredovanje turističnih storitev temelji na štirih osnovnih dejavnostih i) lastna produkcija (turoperaterstvo), ii) priprava in posredovanje paketnih aranžmajev za druge turoperaterje (grosiranje oziroma posredovanje), iii) agencijski posli (drobna prodaja) in iv) vhodni in servisni, tako imenovani »incoming« posli. Upoštevni trg posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji tako z vidika kupcev storitev delimo na i) posredovanje turističnih storitev domačim gostom in ii) posredovanje turističnih storitev tujim gostom preko agencij, pri čemer je destinacija tujega

¹⁶ Večina prometa podjetij AGROKOR in ADRITICA.NET je bila ustvarjena na trgu EU.

¹⁷ Dokument št. 306-78/2006-4 z dne 1. 9. 2006.

gosta Slovenija.

27. Agencija sicer meni, da z vidika zamenljivosti povpraševanja različnih storitev ali skupine storitev na maloprodajnem trgu medsebojno zamenljivi, kar bi lahko posledično pomenilo, da le-ti ne sodijo na isti upoštevni storitveni trg, ampak bi vsaka storitev lahko predstavljala ločen trg. Vendar glede na to, da je povpraševanje po teh storitvah homogeno, kar pomeni, da se ne spreminja v veliki meri od ene skupine proizvodov do druge, ter glede na preteklo prakso Agencije, zlasti s področja presoje koncentracij v posredovanju turističnih storitev, je ustrezno za presojo predmetne koncentracije trg definirati, kot trg posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom kot celota, ker v primeru presoje predmetne koncentracije ni izkazan resen sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi upoštevni trgov, Agencija trga posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji ni dokončno opredelila.

B Upoštevni geografski trg

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

29. Agencija je za potrebe presoje obravnavane koncentracije tako določila upoštevni trg »trg posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom«, pri čemer je kot geografski trg upoštevala segmentacijo trga: i) upoštevni trg posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim gostom v domovini in tujini, saj je ustvarjeni promet od dejavnosti posredovanja turističnih storitev na ozemlju Republike Slovenije in ii) upoštevni trg posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji tujim gostom v Republiki Sloveniji (ustvarjeni promet od dejavnosti posredovanja turističnih storitev na ozemlju Republike Slovenije (agencijski posli)).

30. Agencija ugotavlja, da je večina podjetij, ki posredujejo turistične storitve v Republiki Sloveniji dejavna na celotnem nacionalnem teritoriju, prav tako slednja sprejemajo svoje poslovne odločitve (npr. glede storitvenega asortimana in oglaševanja ter promocij) na nacionalnem nivoju. Ker obravnavana koncentracija ne zbuja suma glede njene skladnosti s pravili konkurence tudi ob najožji definiciji upoštevnege geografskega trga, Agencija v danem primeru zato obsega geografskega trga ni natančno opredelila in se je osredotočila na območje Republike Slovenije.

C Presoja koncentracije

31. 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.

32. Agencija je presojo koncentracije izvedla na podlagi podatkov, ki jih je posredoval priglasitelj koncentracije, podjetje AGROKOR in podatkov, ki so javno dostopni in jih je uporabila v okviru analize upoštevni trgov in presoje učinkov koncentracije na upoštevni trgih.

Vstopne ovire

33. Na upoštevni trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom vstopne ovire ne obstajajo, saj je slovenski upoštevni trg posredovanja turističnih storitev kot del evropskega trga posredovanja turističnih storitev odprt. Edina ovira na upoštevni trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji je pridobitev licence za vodenje dejavnosti in zastopanja organiziranja potovanj v pravnem prometu, ki jo izda Gospodarska zbornica Slovenije. Na upoštevni trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom je trenutno 453 podjetij z izdano licenco, kar pomeni, da je velika razpršenost ponudnikov posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji. Pridobitev licence za vodenje dejavnosti in zastopanja organiziranja potovanj v pravnem prometu tako ne predstavlja ključne ovire. Ponudba na upoštevni trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom se hitro in brez večjih težav spreminja. Upoštevni trg posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom je izredno konkurenčen zaradi lahke dostopnosti do posredovanja turističnih storitev. Ponudba je raznolika in hitro dostopna (internetno oglaševanje, rezervacije, izločanje posrednikov), zato koncentracija ne bo ustvarila prevladujočega položaja podjetju na trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom, ki bi omogočal izločitev njenih konkurentov oz. nastop na trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji domačim in tujim gostom, ki bi bil neodvisen od konkurentov ali končnih kupcev storitev (gostov).

Vertikalna povezanost trgov

34. Pri presoji vertikalnih učinkov priglase koncentracije podjetij je Agencija upoštevala Smernice o presoji nehorizontalnih združitve na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij¹⁸ (v nadaljevanju: Nehorizontalne smernice), pri čemer je upoštevala verjetne protikonkurenčne učinke, ki so posledica vertikalnih združitve in verjetne učinke za spodbujanje konkurence, ki izhajajo iz povečanja učinkovitosti, ki ga je utemeljil priglasitelj.
35. Agencija na tem mestu izpostavlja, da je za nehorizontalne koncentracije (kar velja tudi za vertikalne učinke pri predmetni koncentraciji) v primerjavi s horizontalnimi koncentracijami na splošno manj verjetno, da bi bistveno ovirale učinkovito konkurenco¹⁹, ker te koncentracije ne pomenijo izgube neposredne konkurence med združujočimi podjetji na istem upoštevni trgu, hkrati pa zagotavljajo številne možnosti za povečanje učinkovitosti tako na ravni ponudbe kot povpraševanja.²⁰
36. Priglase koncentracija bo imela vpliv na vertikalno povezavo med trgovom posredovanja turističnih storitev domačim gostom (končni uporabniki), na katerem deluje podjetje AGROKOR (Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays) in trgovom priprave in posredovanja paketnih aranžmajev za druge turoperaterje (grosiranje oziroma posredovanje), na katerem deluje podjetje ADRITICA.NET (KOMPAS Turistično podjetje d.d.). Posredovanje paketnih aranžmajev za druge turoperaterje (grosiranje oziroma

¹⁸ UL C 265, 18. 10. 2008, str. 6-25.

¹⁹ Namen učinkovite konkurence je predvsem, da prinese potrošnikom prednosti, kot npr. nizke cene, visoko kakovostne proizvode, širok izbor blaga in storitev ter inovativnost. Zato Agencija preprečuje tiste koncentracije, ki bi lahko strankam, predvsem potrošnikom, odvzele te prednosti na podlagi bistvenega povečanja tržne moči podjetij. Glej tudi Nehorizontalne smernice, odst. 10.

²⁰ Nehorizontalne smernice, odst. 11-13.

posredovanje) je doseglo 8 % delež vseh prihodkov od prodaje podjetja KOMPAS Turistično podjetje d.d. v Republiki Sloveniji. Podjetje AGROKOR (Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays) je z ustvarjenim prometom v letu 2014 višini [REDACTED] EUR doseglo [REDACTED] % delež celotnega posredovanja paketnih aranžmajev za druge turoperatorje (grosiranje oziroma posredovanje) podjetja KOMPAS Turistično podjetje d.d. Podjetje Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays ima s podjetjem KOMPAS Turistično podjetje d.d. sklenjeni: i) Pogodba o poslovnem sodelovanju med podjetjema KOMPAS Turistično podjetje d.d. in Poslovni sistemi Mercator d.d. sklenjena dne 2. 1. 2013 in ii) Pogodbo o nakupu/prodaji potovalnih storitev med podjetjema KOMPAS Turistično podjetje d.d. in Poslovni sistemi Mercator d.d. sklenjena dne 1. 4. 2003. Iz pogodbenega razmerja med podjetjem Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays in KOMPAS Turistično podjetje d.d. izhaja, da je divizija M Holidays tržila aranžmaje podjetja KOMPAS Turistično podjetje d.d., že pred prijavo koncentracije med podjetjema AGROKOR in ADRITICA.NET.

37. Priglašena koncentracija zato poslovnega odnosa ne spreminja, saj sta poslovna partnerja imela pogodbeno razmerje sklenjeno od leta 2003, ter tako ni pričakovati, da bo imela koncentracija določene vertikalne učinke na upoštevni trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji.

Horizontalni učinki

38. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracijo, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih. Kot je Agencija navedla že predhodno, je podjetje ADRITICA.NET z odvisnim podjetjem KOMPAS Turistično podjetje d.d. prisotno na upoštevni trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji, prav tako tudi podjetje AGROKOR (Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays).

Tabela 1: Posredovanje turistične storitve domačim in tujim gostom glede na št. gostov po letih in strukturni delež

	2011		2012		2013	
Gosti	Število gostov	Strukturni delež %	Število gostov	Strukturni delež %	Število gostov	Strukturni delež %
domači	890.237	87,75	832.937	85,54	416.675	74,10
tuji	124.277	12,25	140.786	14,46	145.617	25,90
skupaj	1.014.514	100,00	973.723	100,00	562.292	100,00

Vir: Podatkovni portal SI-STAT²¹.

Iz tabele 1 izhaja, da je strukturni delež na trgu posredovanja turističnih storitev domačim gostom v Republiki Sloveniji 74,1 % vseh posredovanih turističnih storitev v Republiki Sloveniji, kar pomeni, da se na območju Republike Slovenije večina sklenjenih storitev nanaša na posredovanje turističnih storitev domačim gostom. Manjši strukturni delež 25,9 % pa se nanaša na trg posredovanja turističnih storitev tujim gostom v Republiki Sloveniji.

39. Na podlagi navedb priglasitelja in podatkov, s katerimi Agencija razpolaga, je mogoče ugotoviti, da ne prihaja do horizontalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij na upoštevni trgu posredovanja turističnih storitev tujim gostom, saj podjetje AGROKOR (Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays) ne trži storitev tujim gostom, kar je razvidno iz tabele 2.

²¹ <http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/Ekonomsko.asp#21>.

Tabela 2: Posredovanje turistične storitve v Republiki Sloveniji glede na št. tujih gostov po letih in tržni delež

		2011		2012		2013	
	Gosti	Število gostov	Tržni delež %	Število gostov	Tržni delež %	Število gostov	Tržni delež %
M Holidays	tuji	0		0		0	
Adriatica+ Kompas							
Koncentrirano	tuji						
Trg RS	tuji	124.277	100,00	140.786	100,00	145.617	100,00

Vir: podatki M Holidays in Kompas d.d., Podatkovni portal SI-STAT²².

Tržni delež tujih gostov v Republiki Sloveniji se po koncentraciji ne bo spremenil, saj podjetje AGROKOR (Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays) tujim gostom.

40. Na podlagi navedb priglasitelja in podatkov, s katerimi Agencija razpolaga, je mogoče ugotoviti, da prihaja do horizontalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij na upoštevem trgu posredovanja turističnih storitev domačim gostom, saj na upoštevem trgu delujeta obe podjetji AGROKOR (Poslovni sistem Mercator d.d. divizija M Holidays) in ADRIATICA.NET (KOMPAS Turistično podjetje d.d.).

Tabela 3: Posredovanje turistične storitve v Republiki Sloveniji glede na št. domačih gostov po letih in tržni delež

		2011		2012		2013	
	Gosti	Število gostov	Tržni delež	Število gostov	Tržni delež	Število gostov	Tržni delež %
M Holidays	domači						
Adriatica+ Kompas	domači						
Koncentrirano	domači						
Trg RS	domači	890.237	100,00%	832.937	100,00%	416.675	100,00%

Vir: podatki M Holidays in Kompas d.d., Podatkovni portal SI-STAT²³.

41. Agencija v presoji koncentracije na upoštevem trgu posredovanja turističnih storitev

²² Dokument št. 3061-10/2015-8 z dne 6. 7. 2015 in V podatke o gostih M Holidays so vključeni potniki (kupci), ki so kupili turistični aranžma M Holidays, smučarske vozovnice, kopalne karte in letalske vozovnice preko M Holidays ali aranžma drugih agencij (razen agencije Kompas d.d. – v izogib podvajanja gostov) s posredovanjem M Holidays. Podatki ne vključujejo kupcev zdravstvenega zavarovanja z asistenco v tujini, saj lahko v poslovalnicah M Holidays kdorkoli sklene tudi samo zdravstveno zavarovanje z asistenco v tujini, brez da bi bil hkrati tudi kupec aranžmaja. Prav tako podatki ne vključujejo nakupa vstopnic za različne prireditve (glasbene, športne, kulturne,...).

²³ Ibidem 22.

domačim gostom ugotavlja, da se je tržni delež z [] povečal na [] po koncentraciji. Koncept prometa, kot je opredeljen v 5. členu Uredbe o združitvah, se nanaša na zneske iz prodaje proizvodov in opravljanja storitev. V primeru posredovanja turističnih storitev se promet lahko določa z ugotovitvijo vsakokratnega komercialnega dejanja, ki vključuje transakcijo. Vendar pa je izračun zneskov iz izvajanja storitev lahko bolj zapleten, saj je odvisen od opravljene storitve ter temeljnih pravnih in gospodarskih ureditev z zadevnem sektorju (turizmu). Kadar eno podjetje opravlja celotno storitev neposredno za kupca, promet udeleženega podjetja obsega celoten znesek prodaje za opravljeno storitev v zadnjem poslovnem letu. V določenih primerih ob posredovanju turističnih storitev se storitev lahko proda preko posrednikov²⁴. Četudi posrednik zaračunava celoten znesek končnemu kupcu, obsega promet posredovanja turističnih storitev le znesek njegove provizije. Pri posredovanju turističnih storitev se celoten znesek, ki ga je plačal končni kupec, dodeli organizatorju potovanja, ki uporablja potovalno agencijo kot distribucijsko mrežo.

42. Agencija ugotavlja, da se glede na računovodsko knjigovodske standarde lahko promet v posredovanju turističnih storitev prikazuje tudi na način, da izkrivlja pogled na tržni delež podjetja. Tržni delež prihodkov od prodaje v podjetja ADRIATICA.NET (KOMPAS Turistično podjetje d.d.) znaša [] %, kar pomeni, da bi bil prikazan tržni delež realno [], kot ga prikazuje tržni delež obsega storitev. ADRIATICA.NET (KOMPAS Turistično podjetje d.d.) ima na upoštevem trgu po navedbah priglasiatelja sledeče ključne konkurente podjetje TURISTIČNA AGENCIJA SONČEK d.o.o. (7,98 %), podjetje RELAX TURIZEM d.d. (6,96 %), podjetje PALMA d.o.o. (5,96 %), itd. Iz javno dostopnih finančnih podatkov izhaja, da v koncentraciji udeleženih podjetij tržni delež znaša 19,01 % glede na ustvarjeni prihodek od prodaje.

Tabela 4: Prihodki od posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji in tržni delež

	2012		2013		2014	
	Prihodek od prodaje	Tržni delež %	Prihodek od prodaje	Tržni delež %	Prihodek od prodaje	Tržni delež %
M Holidays	5.483.605	1,26	5.203.164	1,21	5.321.107	1,35
KOMPAS	88.857.180	20,47	82.650.001	19,23	68.891.640	17,52
SKUPINA ADRIATICA.NET	89.376.350	20,59	83.147.893	19,35	69.418.646	17,65
Koncentrirano	94.859.955	21,86	88.351.057	20,56	74.739.753	19,01
TURISTIČNA AGENCIJA SONČEK	31.071.791	7,16	31.180.289	7,26	31.396.697	7,98
RELAX TURIZEM	29.991.085	6,91	29.657.992	6,90	27.365.297	6,96
PALMA	22.451.376	5,17	23.377.638	5,44	23.434.617	5,96
STAL	7.270.465	1,68	9.052.119	2,11	9.109.509	2,32
CMT POTOVALNA AGENCIJA	6.895.143	1,59	8.801.929	2,05	8.825.046	2,24
SLOVENSKI TRG	433.994.659	100,00	429.767.083	100,00	393.246.269	100,00

Vir: Spletna baza bonitete.si in Spletna stran AJPEŠ.

²⁴ Podjetje ne bo delovalo kot posrednik, če prodaja proizvode preko trgovinskega akta (kupoprodajna porodba).

43. Tržna koncentracija²⁵ sporoča stopnjo skoncentriranosti storitve posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji. Za merjenje stopnje koncentracije se uporablja indeks Herfindahl – Hirschman (HHI)²⁶, ki v danem primeru pred koncentracijo znaša $HHI_{20} = 505$, kar pomeni, trg z visoko stopnjo konkurence. Tudi po koncentraciji ne prihaja do večjih sprememb saj je $HHI_{20} = 510$ ($\Delta HHI_{20} = 5$). Evropska komisija bi koncentracijo, kadar je izračunani HHI manj kot 1.000 ali indeks HHI med 1.000 in 2.000 in delta pod 250 bi horizontalno koncentracijo odobrila, saj je malo verjetno, da bi negativno vplivala na upoštevni trg, zato Agencija meni, da HHI izkazuje visoko stopnjo konkurence na trgu posredovanja turističnih storitev.
44. Tržni delež vseh domačih gostov, ki so uporabili storitev posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji, v primerjavi s številom vseh koristnikov turističnih storitev, znaša 23,67 %²⁷. Če primerjamo podatke podjetij v koncentraciji, je tržni delež domačih gostov, ki so uporabili storitev posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji, v primerjavi s številom vseh koristnikov turističnih storitev  %.
45. Spreminjajo se tudi trendi in povpraševanje po turističnih storitvah. Po WTO se trendi v povpraševanju gibajo v smeri »cenejše, krajše a intenzivnejše, kupujejo v zadnjem trenutku po najnižjih cenah, potovanja si vse bolj sestavljajo sami, intenzivnost potovanj je vse večja. Tako se vse bolj uveljavlja hitro sestavljanje potovanj iz komponent, ki jih ponujajo turoperaterji in drugi ponudniki, saj potovalnim agencijam omogočajo, da sestavljajo potovanja po naročilu na hiter in učinkovit način (t.i. dinamična produkcija oz. dinamično paketiranje). Potrošniki so vse bolj ozavešeni, natančni in zahtevni tako pri izboru storitev, kot pri izboru plačilnih pogojev za nakup izbranih storitev. Ljudje v vse večjem obsegu sestavljajo potovalne aranžmaje kar sami, na osnovi ponudbe komponent na spletnih straneh.
46. Iz predloženih podatkov glede upoštevne trga posredovanja turističnih storitev domačim gostom, ustvarjeni na opredeljenem upoštevne trgu posredovanja turističnih storitev v Republiki Sloveniji ne bo ustvaril nekonkurenčnega položaja podjetja na trgu do njihovih konkurentov oz. nastop na trgu, ki bi bil neodvisen od konkurentov ali potrošnikov. Možnost izbire, kot eden pomembnejših dejavnikov presoje skladnosti koncentracije s konkurenčnimi pravili, se za uporabnike teh storitev ne bo bistveno zmanjšala. Ob upoštevanju obstoječega stanja konkurence in splošnih razmer na upoštevne trgu, razvojnih trendov na področju internetne prodaje turističnih storitev ter sprememb na strani povpraševanja, Agencija sklepa, da obravnavana transakcija na območju Republike Slovenije ne bo sprememb na opredeljenem storitvenem trgu ali njegovih segmentih, ki bi lahko povzročile izločitev ali bistveno zmanjšanje učinkovite konkurence. Posredovanje turističnih storitev je tudi sicer panoga, za katero je značilen relativno lahek vstop na trg, spremembe in diferenciacija povpraševanja po turističnih storitvah, čemur sledi tudi neprestano izboljševanje turistične ponudbe ter prilagajanje cenovne politike, kar vse onemogoča bistveno omejevanje učinkovite konkurence.

²⁵ Na tem temelji tudi presoja konkurenčnih organov ZDA, ki uporabljajo t.i. test SLC, na podlagi česar se presoja, ali koncentracija znatno povečuje tržno koncentracijo in vodi v koncentrirani trg.

²⁶ HHI se izračuna tako, da se seštejejo kvadrati posameznih tržnih deležev vseh podjetij na trgu. Znaša lahko malo nad 0 (na trgu neštetih ponudnikov) do 10.000 v primeru monopolov. Pri izračunu pa je izjemno pomemben tudi t.i. prirast-delta, ki kaže spremembo v tržni situaciji, ki jo povzroči zadevna koncentracija, če je HHI manj kot 1.000 ali indeks HHI med 1.000 in 2.000 in delta pod 250 bodo horizontalno koncentracijo odobrili, ker je malo verjetno, da bi negativno vplivala na upoštevni trg.

²⁷ <http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/Ekonomsko.asp#21>

IV. OBJAVA IZREKA ODLOČBE

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

V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

48. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku²⁸ 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.

VI. ZAKLJUČEK

49. Na podlagi posredovanih podatkov priglasiatelja koncentracije in na podlagi podatkov, ki jih je Agencija pridobila iz javno dostopnih evidenc, Agencija ugotavlja, da koncentracija podjetij AGROKOR in ADRITICA.NET ne bo imela za posledico ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja na kateremkoli od horizontalno povezanih trgov, ravno tako ni verjetno, da bi vertikalna povezanost trgov, na katerih so prisotna v koncentracijo udeležena podjetja in z njimi povezana podjetja, imela negativne učinke na konkurenco na upoštevanih trgih, zato ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Agencija je zato odločila, kot izhaja iz izreka te odločbe.

50. Odločba je izdana v dveh izvirnikih od katerih enega prejme priglasiatelj koncentracije in enega hrani Agencija.

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 vodil:
Marko Eržen



Andrej Krašek
PREDSIEDNIK SENATA

Vročiti:

- AGROKOR koncern za upravljanje društvoma, proizvodnjo i trgovinu poljoprivrednih proizvoda, d.d., Trg Dražena Pavlovića 3, 10000 Zagreb, Hrvatska; po pooblastilu Odvetniška družba Rojs, Peljhan, Prelesnik & partnerji o.p., d.o.o., Tivolska cesta 48, Ljubljana – osebno po ZUP.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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

²⁸ 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.