



**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: 3061-30/2018-128

Datum: 14. 2. 2019

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata in mag. Karla Pinter, Andrej Prah ter Franci Pušenjak kot člani senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij MHP SE, Zinas Kanther, 16-18 Agia Triada, P.C. 3035, Limassol, Ciper, ki ga zastopa Victoriia Kapeliushna, direktorica, in ki jo po pooblastilu zastopa Odvetniška Družba Ilič & partnerji o.p.d.o.o., Davčna ulica 1, 1000 Ljubljana, in PERUTNINA PTUJ reja perutnine, proizvodnja krmil, perutninskega mesa in izdelkov, trgovina in storitve d.d., Potrčeva cesta 10, 2250 Ptuj, ki ga zastopa Tibor Šimonka, predsednik uprave, na zahtevo, na nejavni seji dne 14. 2. 2019 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij MHP SE, Zinas Kanther, 16-18 Agia Triada, P.C. 3035, Limassol, Ciper, in PERUTNINA PTUJ reja perutnine, proizvodnja krmil, perutninskega mesa in izdelkov, trgovina in storitve d.d., Potrčeva cesta 10, 2250 Ptuj, ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 21. 9. 2018 prejela priglasitev nameravane koncentracije podjetij MHP SE, Zinas Kanther, 16-18 Agia Triada, P.C. 3035, Limassol, Ciper (v nadaljevanju: MHP ali Priglasitelj), in PERUTNINA PTUJ reja perutnine, proizvodnja krmil, perutninskega mesa in izdelkov, trgovina in storitve d.d., Potrčeva cesta 10, 2250 Ptuj (v nadaljevanju: PERUTNINA PTUJ, Tarča ali ciljno podjetje), ki bo nastala na podlagi [REDACTED], v nadaljevanju: zavezujoča ponudba) z [REDACTED] kot prodajalcev. Nameravano koncentracijo je priglasilo podjetje MHP.
2. Iz zavezujoče ponudbe priglasitelja izhaja, da je predmet koncentracije pridobitev kontrole [REDACTED]. Na podlagi [REDACTED] in s tem izključno kontrolo, s tem pa bodo izpolnjeni zakonski pogoji za objavo javne ponudbe za odkup vrednostnih papirjev preostalih lastnikov.
3. Priglasitelj je holdinška družba in ima kontrolo nad podjetjem PJSC Myronivsky Hliboproduct z odvisnimi podjetji (v nadaljevanju: skupina MHP). Skupina MHP se ukvarja

¹ Uradni list 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, 33/14, 76/15 in 23/17.

² Skupno število vseh delnic PERUTNINE PTUJ je [REDACTED]. SIJ d.d. je lastnik [REDACTED] delnic (in ima [REDACTED] % lastniški delež) in Holding PMP d.d. [REDACTED] delnic (in ima [REDACTED] % lastniški delež).

predvsem s kmetijsko-industrijsko dejavnostjo in posluje v treh segmentih: segmentu perutnine in povezanih dejavnosti, segmentu pridelave žit ter segmentu drugih kmetijskih dejavnosti. V sklopu prvega segmenta priglasitelj proizvaja in prodaja sveže in zamrznjeno piščančje meso, rastlinska olja (sončnično in sojino) in mešano krmo. V sklopu drugega segmenta priglasitelj prideluje žita za krmo in za prodajo tretjim osebam. Tretji segment pa proizvaja in prodaja predvsem klobase in kuhano meso, pripravljeno hrano ter proizvode iz govedine ter mleka.³ Podjetja iz skupine MHP, ki se ukvarjajo s kmetijsko-industrijsko dejavnostjo, so med seboj vertikalno povezana.

4. Priglasitelj in z njim povezana podjetja po navedbah priglasitelja sama niso prisotna na slovenskem trgu in do sedaj niso ustvarjala prometa na trgu Republike Slovenije. Na

Priglasitelj zatrjuje, da

⁵

5. Tarča je na ozemlju Republike Slovenije dejavna na področju proizvodnje in prodaje perutninskega mesa (tako piščančjega kot tudi puranjega), perutninskih klobas ter pripravljenih jedi, valilnice piščančkov, reje pitovnih piščancev, energetike, vinarstva, kmetijstva, servisa in prodajne mreže. Tudi podjetja v skupini Tarče so med seboj vertikalno povezana. Priglasitelj ocenjuje, da je poslovni model skupine PERUTNINA PTUJ zelo podoben njegovemu.
6. V skladu s prvim odstavkom 43. člena ZPOmK-1 morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe ali objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči s prvim od teh dogodkov. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih natančneje določa na podlagi šestega odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij⁶ (v nadaljevanju: Uredba). Priglasitelj je priglasitev koncentracije dopolnil dne 8. 10. 2018⁷, 5. 11. 2018⁸ in 19. 11. 2018⁹, s čimer je priglasitev postala popolna. Priglasitelj je Agenciji poleg tega posredoval še več dodatnih informacij, in sicer dne 26. 11. 2018¹⁰, 20. 12. 2018¹¹ in 8. 1. 2019¹².
7. Agencija je tekom postopka naslovila več zahtev za posredovanje podatkov, na dva konkurenta¹³ Tarče, ki tudi sama v Republiki Sloveniji proizvajata piščančje meso in izdelke iz perutninskega mesa (podjetji Pivka perutninarstvo d.d., v nadaljevanju: Pivka in Skupina Panvita, v nadaljevanju: Panvita), večje veletrgovce s piščančjim mesom in izdelki iz perutninskega mesa¹⁴ ter na večje trgovce na drobno¹⁵.

³ Vir: Priglasitev, dokument št. 3061-30/2018-1 z dne 21. 9. 2018.

⁴ Podatki Priglasitelja, dokument št. 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018. Gre za podjetje

⁵ Ibidem.

⁶ Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

⁷ Dokument št. 3061-30/2018-6 z dne 5. 10. 2018.

⁸ Dokument št. 3061-30/2018-19 oz. 3061-30/2018-20 z dne 5. 11. 2018.

⁹ Dokument št. 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018.

¹⁰ Dokument št. 3061-30/2018-31 z dne 26. 11. 2018.

¹¹ Dokument št. 3061-30/2018-69 z dne 21. 12. 2018.

¹² Dokument št. 3061-30/2018-92 z dne 8. 1. 2019.

¹³ Dokumenti št. 3061-30/2018-5 z dne 5. 10. 2018, 3061-30/2018-25 z dne 16. 11. 2018, 3061-30/2018-64 z dne 14. 12. 2018 in 3061-30/2018-78 z dne 7. 1. 2019. Podjetji sta Agenciji posredovali svoje odgovore v dokumentih št. 3061-30/2018-9 dne 10. 10. 2018 (Pivka), 3061-30/2018-11 oz. 3061-30/2018-12 dne 15. 10. 2018 (Panvita), 3061-30/2018-33 dne 26. 11. 2018 (Pivka), 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36, oba z dne 27. 11. 2018 (Panvita), 3061-30/2018-44 z dne 5. 12. 2018 (Panvita), 3061-30/2018-50 z dne 6. 12. 2018 (Panvita), 3061-30/2018-66 z dne 15. 12. 2018 (Pivka), 3061-30/2018-103 z dne 11. 1. 2019 (Pivka) in 3061-30/2018-117 oz. 3061-30/2018-118, oba z dne 22. 1. 2019 (Panvita).

¹⁴ Podjetja KVIBO, d.o.o. (v nadaljevanju: Kvibo), VIGROS d.o.o. (v nadaljevanju: Vigros), MONSUN, d.o.o. (v nadaljevanju: Monsun) in HRIB, d.o.o., Dobje pri Planini (v nadaljevanju: Hrib), dokumenta št. 3061-30/2018-18 z dne 5. 11. 2018 in 3061-30/2018-71 z dne 28. 12. 2018. Podjetja so Agenciji posredovala svoje odgovore v dokumentih št.

8. Agencija je poleg tega za stališče v zvezi s priglašeno koncentracijo pozvala tudi Sekcijo rejcev živali in Sekcijo proizvajalcev krmil pri Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij Gospodarske zbornice Slovenije.¹⁶ Agencija je prejela odgovor dne 26. 11. 2018¹⁷ ter naknadno dne 12. 12. 2018 še dodatna pojasnila k že posredovanem odgovoru.¹⁸
9. Agencija je med postopkom prejela več odzivov tretjih oseb na priglašeno koncentracijo, med drugim podjetja [REDACTED]¹⁹, anonimno prijavo²⁰ ter dva anonimno posredovana članka iz javnih občil v zvezi s priglašeno koncentracijo.²¹
10. Agencija se je s Priglasiteljem večkrat sestala.²² Poleg tega se je Agencija sestala tudi s predstavniki ciljnega podjetja.²³
11. Opravljena sta bila dva vpogleda v zadevo.²⁴
12. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah²⁵ je priglasitelj dne 21. 9. 2018 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000 EUR.
13. Priglasitelj navaja, da bo po izvedbi transakcije lahko razširil geografski obseg poslovanja z vstopom na trg jugovzhodne Evrope, poleg tega pa bo koncentracija privedla do povečanja tehnološke učinkovitosti in izboljšanja potenciala skupine MHP.

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 (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.
15. 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.

3061-30/2018-23 dne 15. 11. 2018 (Hrib), 3061-30/2018-91 dne 8. 1. 2019 (Kvibo), 3061-30/2018-96 dne 10. 1. 2018 (Hrib), 3061-30/2018-100 dne 11. 1. 2019 (Monsun) in 3061-30/2018-102 dne 11. 1. 2019 ter 3061-30/2018-111 dne 17. 1. 2019 (obakrat Vigros).

¹⁵ Podjetja Mercator, d.d., Spar Slovenija d.o.o., Engrotuš d.o.o., Hofer trgovina d.o.o., Lidl Slovenija d.o.o. in Eurospin Eko, d.o.o., dokumenta št. 3061-30/2018-17 z dne 5. 11. 2018 in 3061-30/2018-72 z dne 28. 12. 2018. Podjetja so Agenciji posredovala svoje odgovore v dokumentih št. 3061-30/2018-22 dne 15. 11. 2018 (Engrotuš d.o.o.), 3061-30/2018-93 dne 8. 1. 2019 (Spar Slovenija d.o.o.), 3061-30/2018-94 dne 10. 1. 2019 (Eurospin Eko d.o.o.), 3061-30/2018-95 dne 10. 1. 2018 (Mercator, d.d.), 3061-30/2018-104 dne 11. 1. 2019 (Lidl Slovenija d.o.o.), 3061-30/2018-107 dne 11. 1. 2019 (Engrotuš d.o.o.) ter 3061-30/2018-114, 3061-30/2018-115, oba z dne 18. 1. 2019 (obakrat Hofer trgovina d.o.o.) ter 3061-30/2018-119 z dne 22. 1. 2019 (Hofer trgovina d.o.o.).

¹⁶ Dokument št. 3061-30/2018-24 z dne 16. 11. 2018.

¹⁷ Dokumenta št. 3061-30/2018-32 in 3061-30/2018-34.

¹⁸ Dokument št. 3061-30/2018-58.

¹⁹ Dokumenti št. 3061-30/2018-14 z dne 24. 10. 2018, 3061-30/2018-15 z dne 25. 10. 2018, 3061-30/2018-49 z dne 7. 12. 2018, 3061-30/2018-70 z dne 21. 12. 2018, 3061-30/2018-73 z dne 27. 12. 2018, 3061-30/2018-123 z dne 6. 2. 2019 in 3061-30/2018-124 z dne 12. 2. 2019.

²⁰ Dokument št. 3061-30/2018-45 z dne 5. 12. 2018.

²¹ Dokumenta št. 3061-30/2018-59 z dne 12. 12. 2018 in 3061-30/2018-66 z dne 18. 12. 2018.

²² Sestanki so potekali dne 25. 10. 2018 (dokument št. 3061-30/2018-16 z dne 25. 10. 2018), 22. 11. 2018 (dokument št. 3061-30/2018-30 z dne 22. 12. 2018) in 13. 12. 2018 (dokument št. 3061-30/2018-63 z dne 14. 12. 2018).

²³ Dne 12. 12. 2018 (dokument št. 3061-30/2018-62 z dne 14. 12. 2018).

²⁴ Dne 10. 12. 2018 (dokument št. 3061-30/2018-51) in 11. 1. 2019 (dokument št. 3061-30/2018-102).

²⁵ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5 in 14/15.

16. V obravnavanem primeru je obveznost priglasitve koncentracije podjetij nastala na podlagi

[REDACTED]. Kasneje bo, skladno z Zakonom o prevzemih, priglasitelj objavil javno ponudbo za nakup (preostalih) delnic podjetja PERUTNINA PTUJ.

17. Takšna pridobitev kontrole nad 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.
18. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 pomeni tako imenovani pravni pogoj, ki je poleg izpolnjevanja ekonomskega pogoja, določenega v prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1, nujni opredelilni element koncentracije. Če sta izpolnjena oba pogoja, nastane obveznost priglasitve in presoje po ZPOmK-1.

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 koncentraciji 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.
20. Iz predloženih finančnih podatkov priglasitelja in iz njegovih pojasnil²⁶ izhaja, da podjetje MHP skupaj s podjetji v skupini v poslovnem letu 2017 na trgu Republike Slovenije ni ustvarjalo prihodkov, letni promet, ki ga je v istem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije ustvarilo podjetje PERUTNINA PTUJ, pa je znašal 87.497.027 EUR. Navedeno 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 trgu RS, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
21. Skupni letni promet Priglasitelja in prevzetega podjetja ter podjetij v njuni skupini v Sloveniji torej presega 35 milijonov EUR, prav tako letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v njegovi skupini v letu 2016 v Sloveniji presega 1 milijon EUR. Glede na navedeno je razvidno, da je ekonomski prag za priglasitev koncentracije iz člena 42(1) ZPOmK-1 presežen.
22. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru predmetne koncentracije sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1.

C Pristojnost Agencije

23. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij²⁷ (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostjo EU. Dolžnost Agencije torej je, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.²⁸

²⁶ Dokumenta št. 3061-30/2018-1 z dne 21. 9. 2018 in 3061-30/2018-7 z dne 8. 10. 2018.

²⁷ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

²⁸ 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.

24. 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.
25. Priglasitelj je navedel, da je skupni promet podjetij v skupini Priglasitelja in podjetij v skupini Tarče v letu 2017 na svetovnem trgu znašal [redacted], od tega je skupina Priglasitelja ustvarila [redacted], skupina Tarče pa [redacted].²⁹ Na trgu EU je skupni promet podjetij v skupini Priglasitelja in podjetij v skupini Tarče v letu 2017 znašal [redacted], od tega je skupina Priglasitelja ustvarila [redacted], skupina Tarče pa [redacted].³⁰ Iz Priglasiteljevega letnega poročila za leto 2017 izhaja, da je v 2017 [redacted] ki za podjetje predstavljajo prihodek.³¹ Kot prihodek podjetja se štejejo tudi pomoči, ki so dodeljene podjetju s strani države (ali drugih javnih organizacij), če so neposredno povezane s prodajo proizvodov (oz. izvajanjem storitev) in jih je treba v izračun prometa vključiti.³² Agencija ugotavlja, da tudi v primeru, da Priglasitelj pri navedbi skupnega prometa podjetij v skupini ni upošteval prihodkov iz naslova kmetijskih subvencij, prejetih od države Ukrajine, skupni promet podjetij v skupini priglasitelja in v skupini Tarče v letu 2017 na trgu Skupnosti ni presegel 2.500 mio EUR (dosegel je manj kot 500 mio EUR³⁵). Prav tako Tarča v nobeni od držav članic ni ustvarila prometa, ki bi bil višji od 100 mio EUR, niti ni ustvarila več kot 25 mio EUR skupnega prometa v treh državah članicah, zato Agencija ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, ker skupni letni promet Priglasitelja in Tarče posebej na trgu EU ni presegel praga 250 mio EUR, ki je naveden v točki (b) drugega odstavka 1. člena Uredbe 139/2004, in praga 25 mio EUR na trgu vsaj treh držav članic EU, ki je naveden v točki (c) tretjega odstavka 1. člena Uredbe 139/2004. 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.
26. Agencija ugotavlja, da so v koncentraciji udeležena podjetja na svetovnem trgu v poslovnem letu 2017 ustvarila letni promet, ki ni presegel 5.000 mio EUR (točka a. drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah) in tudi promet, ki ni presegel 2.500 mio EUR (točka a. tretjega odstavka 1. člena Uredbe o združitvi ES), kot tudi ni bil presežen prag 250 mio EUR skupnega prometa na ravni EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij (točka (b) drugega odstavka 1. člena Uredbe o združitvi ES), niti ne prag 25 mio EUR

²⁹ Podatki iz dopolnitve, dokumenta št. 3061-30/2018-7 z dne 8. 10. 2018 in 3061-30/2018-31 z dne 26. 11. 2018.

³⁰ Podatki iz dopolnitve priglasitve, dokument št. 3061-30/2018-31 z dne 26. 11. 2018.

³¹ Subvencije je podjetje MHP prejelo v obliki vračila DDV.

³² Za preračun v EUR se skladno z 204. odstavkom Prečiščenega obvestila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (UL C 95, 16. 4. 2008; v nadaljevanju: Obvestilo Komisije), pri preračunavanju prometa v eure uporabi povprečen tečaj za obdobje dvanajstih mesecev.

³³ Letno poročilo skupine MHP za leto 2017, str. 41, <https://www.mhp.com.ua/library/file/ar-2017-as-210318-final2.pdf>.

³⁴ Obvestilo Komisije, 162. odstavek.

³⁵ 199,4 mio EUR oz. manj kot 246,411 mio EUR (upoštevaje celotno vrednost kmetijskih subvencij v letu 2017 – dejansko se dobljene subvencije nanašajo na ves izvoz podjetja MHP, ne le na izvoz v EU). Pri izračunu je Agencija uporabila povprečni menjalni tečaj Evropske centralne banke (https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-usd.en.html) za leto 2017 v višini 0,887 EUR za 1 USD (53 mio USD znaša 47,011 mio EUR).

skupnega prometa vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od treh držav članic za namen točke(b) tretjega odstavka 1. člena Uredbe o združitvi ES. 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 in geografski trg

27. 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.
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 proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki 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. 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 njimi tesno povezanih trgov. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih, za vertikalne koncentracije pa štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige.
30. [REDACTED]
Priglasitelj, pri čemer je le-to na slovenski trg prišlo preko podjetij, ki s Priglasiteljem niso [REDACTED].³⁶
31. Priglasitelj in Tarča sta vertikalno povezani podjetji s podobnim poslovnim modelom. Priglasitelj do sedaj ni bil prisoten na območju Republike Slovenije, vendar je iz navedb priglasitelja in iz informacij, ki jih je Agencija prejela od drugih deležnikov na trgu in iz javno objavljenih dokumentov (kot so letna poročila), razvidno, da bi kot posledica priglašene koncentracije lahko prihajalo do horizontalnega prekrivanja³⁷ na področju prodaje piščančjega mesa in prodaje izdelkov iz perutninskega mesa ter do vertikalnega povezovanja na področju nakupa pitovnih piščancev (brojlerjev) od rejcev, prodaje piščančjega mesa in prodaje izdelkov iz perutninskega mesa na slovenskem trgu.

³⁶ Priglasitelj je navedel, da je njegovo meso v Republiko Slovenijo bilo dobavljeno s strani podjetja [REDACTED]. Obe podjetji sta Priglasiteljeva poslovna partnerja.

³⁷ 58. odstavek Smernic o presoji horizontalnih združitve na podlagi Uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij (2004/C 31/03) z dne 5. 2. 2004 (v nadaljevanju: Horizontalne smernice) navaja, da imajo lahko podobne protikonkurenčne učinke kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja že poslujejo na istih upoštevni trgih, tudi koncentracije, pri katerih se podjetje, ki je že dejavno na posameznem trgu, združi s potencialnim konkurentom na tem trgu in tako bistveno ovirajo učinkovito konkurenco, zlasti z ustvarjanjem ali krepitvijo prevladujočega položaja.

A1 SPLOŠNO O PANOGI

32. Potrošnja perutninskega in piščančjega mesa iz leta v leto narašča tako na svetovnem nivoju³⁸, nivoju EU³⁹, kot tudi v Republiki Sloveniji⁴⁰. Med razlogi za rast priljubljenosti perutninskega mesa in posledično povečano porabo sta tako zdravstveni vidik (dietna prehrana z manjšo vsebnostjo maščob glede na druge vrste mesa, kar velja še posebej za belo meso, tj. prsni del perutnine) kot tudi verski (uživanje perutninskega mesa ni omejeno z vero), poleg tega pa je perutninsko meso dostopno in praktično za pripravo.⁴¹ Vzreja perutnine (piščancev) je povezana z nižjimi proizvodnimi stroški, krajšim časom, potrebnim za vzrejo in s tem povezanimi manjšimi investicijami v primerjavi z drugimi vrstami mesa.⁴² Združenje predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU⁴³ (v nadaljevanju: AVEC) na podlagi dosedanjih trendov ugotavlja, da bo poraba perutninskega mesa v EU v naslednjih letih še rasla.⁴⁴ Povečan interes in poraba perutninskega mesa se odražata tako na povečani proizvodnji perutninskega mesa kot na povečanem trgovanju s perutninskim mesom med državami, kar velja tudi za Slovenijo.⁴⁵
33. Trgovina s perutninskim oz. piščančjim mesom je globalna.⁴⁶ Na svetovni ravni je največja proizvodnja perutninskega mesa v Braziliji, na Tajskem, v Združenih državah, na Kitajskem in tudi v Ukrajini. Veliki izvozniki perutninskega mesa v EU so Tajska, Brazilija in Ukrajina. Pri tem je uvoz iz Brazilije že v letu 2017 močno upadel kot posledica pojava salmonele pri večjem številu brazilskih proizvajalcev perutnine, v letu 2018 pa je Komisija prepovedala uvoz perutnine 20 brazilskih proizvajalcev⁴⁷, zato se je uvoz iz Brazilije v prvih treh četrtletjih leta 2018 še dodatno zmanjšal in se je posledično povečal uvoz iz drugih držav, predvsem Ukrajine in Tajske in Čila.⁴⁸ V letih od 2017 in v 2018 se je količina uvoza perutninskega mesa v EU iz Brazilije zmanjšala (s 504.845 ton v 2016 na 402.122 ton v 2017, v obdobju od januarja do septembra 2018 pa na 214.828 ton⁴⁹).
34. Z namenom zaščititi evropske kmete in proizvajalce hrane za uvoz prehrabnih izdelkov iz tretjih držav je EU uvedla carinske dajatve oz. sistem kvot. Ukrajina je z EU v letu 2015

³⁸ Od leta 2017 je perutnina svetovno gledano najbolj konzumirana vrsta mesa in povpraševanje po perutnini globalno raste (uvod k Letnemu poročilu združenja predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU – AVEC za leto 2018, <https://www.avec-poultry.eu/resources/annual-reports/>).

³⁹ Podatki iz letnega poročila združenja predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU – AVEC za leto 2018, str. 21, <https://www.avec-poultry.eu/resources/annual-reports/>.

⁴⁰ Podatki SURS. Statistični urad Republike Slovenije javno objavlja podatke o proizvodnji in potrošnji mesa (Bilanca proizvodnje in potrošnje mesa po vrstah, https://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1563501S&ti=&path=../Database/Okolje/15_kmetijstvo_ribijstvo/12_p_rehranske_bilance/02_15635_koled_bilance/&lang=2, ki vsebuje količinsko domačo potrošnjo mesa po vrstah, uvoz mesa iz vseh držav in uvoz mesa iz EU držav, ter med drugim tudi potrošnjo na prebivalca v kg. Zaradi zaupnosti podatki SURS-a o količinski in vrednostni prodaji perutninskega mesa niso javno dostopni oz. jih Agencija ni mogla pridobiti.

⁴¹ Letno poročilo združenja predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU – AVEC za leto 2017, str. 28, <https://www.avec-poultry.eu/resources/annual-reports/>.

⁴² Letno poročilo združenja predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU – AVEC za leto 2017, str. 28, <https://www.avec-poultry.eu/resources/annual-reports/>.

⁴³ Več podatkov o Združenju predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU je dosegljivih na spletni strani <https://www.avec-poultry.eu/>.

⁴⁴ Letno poročilo združenja predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU – AVEC za leto 2017, str. 29, <https://www.avec-poultry.eu/resources/annual-reports/>.

⁴⁵ To je razvidno tudi iz podatkov Statističnega urada Republike Slovenija (v nadaljevanju: SURS), https://pxweb.stat.si/sistat/MainTable/tbl_2401742 (kumulativni podatki Izvoz in uvoz po 2-, 4- in 6-mestni šifri Kombinirane nomenklature in po državah, Slovenija, šifra 0207 Meso in užitni odpadki perutnine iz tar.št. 0105, sveže, ohlajeno ali zamrznjeno oz. 020711 Kokoši, domače, nerazrezane na kose, sveže ali ohlajene, 020712 Kokoši, domače, nerazrezane na kose, zamrznjene, 020713 Kokoši, domače, kosi in drobovje, sveži ali ohlajeni in 020714 Kokoši, domače, kosi in drobovje, zamrznjeni).

⁴⁶ Uvod k letnemu poročilu združenja predelovalcev perutninskega mesa in trgovine s perutnino v državah članicah EU (AVEC) za leto 2018, <https://www.avec-poultry.eu/resources/annual-reports/>.

⁴⁷ Članek »EC at loggerheads with Brazil over Salmonella in poultry« z dne 25. 4. 2018, objavljen na spletni strani Poultry World, <https://www.poultryworld.net/Health/Articles/2018/4/EC-at-loggerheads-with-Brazil-over-Salmonella-in-poultry-277251E/>.

⁴⁸ EU Market Situation for Poultry, Committee for the Common Organisation of the Agricultural Markets, 13. 12. 2018, str. 13 (<https://circabc.europa.eu/sd/a/cdd4ea97-73c6-4dce-9b01-ec4fdf4027f9/24.08.2017-Poultry.pptfinal.pdf>).

⁴⁹ Ob predpostavki, da bi bila dinamika v celotnem letu 2018 enaka kot v prvih 9 mesecih, bi v letu 2018 bilo v države EU iz Brazilije uvoženo za 290.437 ton perutninskega mesa.

podpisala trgovinski sporazum⁵⁰, v katerem je določena kvota za uvoz posameznih skupin prehrabnih izdelkov, za katere ni potrebno plačati uvoznih dajatev. Za piščančje meso (perutninsko meso) je bila določena kvota 20.000 ton za uvoz piščančjih prsi brez kosti, za uvoz »drugih svežih kosov piščancev« pa kvota ni bila določena.

35. Agencija je tekom postopka presoje s strani tretjih oseb prejela dodatne informacije v zvezi z dejavnostjo Priglasitelja⁵¹, in sicer: (i) da podjetje MHP od leta [REDACTED] (tj. s [REDACTED]), ki niso podvržene kvotam (saj spadajo v skupino »drugi sveži kosi piščancev«); (ii) da je podjetje [REDACTED] poslovnim partnerjem⁵² v letu [REDACTED] (iii) [REDACTED]⁵³ na [REDACTED] delujeta s polno zmogljivostjo; (iv) da je od leta 2016 uvoz perutninskega mesa iz Ukrajine v EU občutno porasel, tudi (oz. predvsem) na račun uvoza piščančjih prsi s kostjo. Tretje osebe so tudi izrazile bojazen, da bi se z nakupom podjetja PERUTNINA PTUJ uvoz piščančjih prsi z ostankom piščančje peruti iz Ukrajine v EU še povečal, pri čemer bi Priglasitelj koristil tako proizvodnje kapacitete podjetja PERUTNINA PTUJ za odstranitev kosti (peruti) ter prodaje teh izdelkov v Sloveniji in v drugih državah, kjer je PERUTNINA PTUJ prisotna in aktivna s koriščenjem obstoječe distribucijske mreže.
36. Kot posledica pritiskov evropskih proizvajalcev perutninskega (piščančjega) mesa je Komisija na Svet Evropske unije dne 27. 11. 2018 naslovila priporočilo⁵⁴ za nova pogajanja z Ukrajino glede spremembe obstoječega tarifnega sistema za uvoz piščančjega mesa. Svet Evropske unije je dne 18. 12. 2018 sprejel odločitev za začetek pogajanj z Ukrajino v zvezi s spremembo obstoječega sistema kvot za perutninsko meso in izdelkov iz perutninskega mesa in spremembo obstoječega sistema kvot za druge perutninske dele (»poultry cuts«)⁵⁵ in pooblastil Komisijo, da se v imenu EU pogaja o spremembi tarifnega seznama za postavki 0207 13 70 (»drugi kosi piščančjega mesa, sveži ali ohlajeni«) in 0207 14 70 (»drugi kosi piščančjega mesa, zamrznjeni«).
37. Po navedbah priglasitelja bi se s sprejemom kvot za piščančje prsi s kostjo obračunala carinska dajatev v skupni višini [REDACTED]⁵⁶ (za uvoz piščančjih prsi brez kosti znaša carinska dajatev [REDACTED] EUR na kg). [REDACTED], zato obstaja realna možnost, da se Priglasitelju uvoz piščančjih prsi s kostjo v EU ekonomsko več ne bo izplačal.

⁵⁰ Ratificiran je bil od 1. 1. 2016; EU v Ukrajino izvaža brez carinskih dajatev kvoto 8.000-10.000 ton perutninskega mesa in dodatno kvoto 10.000 ton zamrznjenih trupov, Ukrajina pa v EU izvaža brez carinskih dajatev kvoto 20.000 ton zamrznjenih perutninskih trupov in 16.000 ton perutninskega mesa in pripravljenega perutninskega mesa, višina kvote pa se bo v obdobju 2 let linearno poviševala do 20.000 ton.

⁵¹ Dokumenti št. 3061-30/2018-14 z dne 24. 10. 2018, 3061-30/2018-15 z dne 25. 10. 2018, 3061-30/2018-49 z dne 7. 12. 2018, 3061-30/2018-70 z dne 21. 12. 2018, 3061-30/2018-73 z dne 27. 12. 2018 in 3061-30/2018-123 z dne 6. 2. 2019.

⁵² Gre za podjetje [REDACTED] (dokument št. 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018).

⁵³ Odstranjevanje perutnice in kosti.

⁵⁴ Priporočilo za sklep Sveta o odobritvi začetka pogajanj za sporazum o spremembi obstoječe tarifne kvote za perutnino in perutninske proizvode ter spremembi obstoječega tarifnega režima za druge kose perutnine, določenega v Prilogi I-A k poglavju 1 Sporazuma o pridružitvi med unijo in njenimi državami članicami na eni strani ter Ukrajino na drugi strani, ki je bil objavljen v Uradnem listu Evropske unije, L 10 dne 14. 1. 2019.

⁵⁵ Sklep Sveta (EU) 2019/52 z dne 20. 12. 2018, objavljen v Uradnem listu Evropske unije.

⁵⁶ Dokument št. 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018, dajatev bo 0,602 EUR/kg, skupaj z drugimi stroški pa se bo cena povečala za 1,008 EUR/kg, kar je navedeno tudi v knjigi ENCYCLOPAEDIA OF EXPORTING TO THE EU UNDER THE DCFTA - Mark Hellyer, Valeriy Piatnytskyi, Sergey Nerpii na str. 235 – base rate (dosegljiva na naslovu https://books.google.si/books?id=5u-cDAAQAQBAJ&pg=PA235&lpg=PA235&dq=0207+13+70&source=bl&ots=tlk5G9l0xT&sig=Sjd7ayXifDOjdf5a-rbjOTsDOhk&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwi-mOTFq_neAhXDqlsKHX4DAjQ6AEwAnoECACQAQ#v=onepage&q=0207%2013%2070&f=true, vpogled dne 25. 1. 2019).

A2 Trg prodaje perutninskega mesa – trg prodaje piščančjega mesa (srednji trg)

38. Priglasitelj je upošteveni trg opredelil kot trg pridelave in dobave piščančjega mesa, pri čemer je navedel, da bi le-ta lahko bil opredeljen tudi ožje, in sicer kot trg pridelave in dobave piščančjih prsi brez kosti.
39. Kot geografski trg je Priglasitelj opredelil trg Republike Slovenije, pri čemer je izpostavil, da bi bil lahko opredeljen tudi širše.
40. Priglasitelj je izpostavil, da [REDACTED] Republike Slovenije, [REDACTED] in v njej tudi [REDACTED] piščančjega mesa, zato [REDACTED] Priglasiteljem in Tarčo.
41. Komisija je v svoji dosednji praksi upošteveni trg opredelila kot trg perutninskega mesa, pri čemer je razmišljala tudi o ožji opredelitvi upoštevne trga kot (i) trg piščančjega mesa, (ii) trg puranega mesa in (iii) trg piščančjih prsi brez kosti, vendar upoštevne trga ni dokončno opredelila.⁵⁷ Prav tako je Komisija v svoji dosednji praksi v določenih primerih trg še podrobneje segmentirala⁵⁸ na podlagi vrste kupcev na (i) trg prodaje trgovcem na drobno, (ii) trg prodaje sektorju HoReCa, in (iii) trg za nadaljnjo predelavo.
42. Agencija je v svoji dosednji praksi že zavzela stališče, da trg perutninskega mesa predstavlja ločen trg glede na druge vrste mesa.⁵⁹ Ker Priglasitelj ponuja zgolj piščančje meso, ne pa tudi drugih vrst perutninskega mesa, je Agencija v skladu s prakso Komisije ocenila, da bi upošteveni proizvodni trg lahko predstavljal trg piščančjega mesa, ne glede na to, ali gre za sveže ali zamrznjeno meso.
43. Poleg tega je Agencija nadalje presojala, ali bi upošteveni trg lahko opredelila še ožje, in sicer glede na vrsto kupcev (prodaja trgovinam na drobno, gostincem (HoReCa), trgovcem na debelo in ostalim poslovnim odjemalcem za nadaljnjo predelavo), saj pri posameznih vrstah kupcev prihaja do razlik v cenah in do različnih vstopnih ovir (kar velja še posebej pri trgovini na drobno), ki pri drugih prodajnih kanalih niso prisotne.⁶⁰ Poleg tega imajo trgovci na drobno pogosto dolgoročne (večletne) pogodbe s svojimi dobavitelji, za razliko od industrijskih predelovalcev in gostincev (HoReCa). [REDACTED]
44. Nekateri konkurenti in tretje osebe so izpostavili, da piščančje meso, ki je bilo vzrejeno v Sloveniji, predstavlja poseben upošteveni trg. Pri tem so nekateri še navedli, da znak »IZBRANA KAKOVOST – SLOVENIJA«, ki označuje, da meso ustreza kriterijem v zvezi z zagotovljeno visoko kakovostjo (tako z vidika pridelave, predelave, kakovosti in porekla osnovne surovine), služi potrošnikom pri nakupnih odločitvah, zaradi česar je shema izbrane kakovosti omejitveni dejavnik in s tem vstopna ovira pri prodaji piščančjega mesa na slovenskem trgu. Navedli so, da bi na podlagi tega morala Agencija upošteveni geografski trg opredeliti kot območje Slovenije.⁶²

⁵⁷ Odločba M.5558 v zadevi NUTRECO/ CARGILL z dne 24. 11. 2009 in tam navedena praksa.

⁵⁸ Odločba M.5322 v zadevi MARFRIG / OSI GROUP COMPANIES z dne 13. 10. 2008 in tam navedena praksa.

⁵⁹ Odločbi št. 306–103/2005-4 z dne 12. 12. 2005 v zadevi Vita Commerce d.o.o. in MIP d.d. in št. 306-63/2005-8 z dne 10. 10. 2005 v zadevi MIP, mesna industrija Primorske, d.d. in ABC Pomurka International, mednarodna trgovina, d.d.

⁶⁰ V letnem poročilu za 2017, na str. 35, poglavje Vstopne ovire podjetje Pivka navaja, da je za prodajo v trgovske sisteme glavna ovira poreklo mesa in distribucijska mreža in da so vsi tuji ponudniki v večji meri osredotočeni na gostinski sektor, kjer ni bistvenih vstopnih ovir.

⁶¹ Dopolnitev priglasitve, dokument št. 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018 (str. 4). Enako je Priglasitelj Agenciji zatrdil tudi na sestanku dne 13. 12. 2018 (dokument št. 3061-30/2018-62 z dne 14. 12. 2018).

⁶² Dokument št. 3061-30/2018-44 z dne 5. 12. 2018 oz. 3061-30/2018-50 z dne 6. 12. 2018 (gre za isti dokument, ki je bil poslan po elektronski pošti in priporočeno).

45. Na podlagi podatkov, ki jih je Agencija prejela tako s strani veletrgovcev, priglasitelja, njegovih konkurentov in večjih trgovcev, Agencija ocenjuje, da imajo različne skupine kupcev različne preference v zvezi s poreklom mesa. Preference končnih potrošnikov je Agencija lahko ocenila na podlagi podatkov o prodaji piščančjega mesa v trgovinskih sistemih v Sloveniji. Na podlagi podatkov, ki jih je prejela s strani trgovcev na drobno, Agencija ugotavlja, da pri nekaterih trgovskih sistemih delež piščančjega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ in njegovih največjih konkurentov presega [REDACTED] njihove prodaje piščančjega mesa⁶³. Pri ostalih trgovskih sistemih pa se iz leta v leto povečuje delež piščančjega mesa ostalih konkurentov. Delež [REDACTED] v prodaji perutninskega mesa v trgovskih sistemih je najvišji, vendar pa iz leta v leto pada⁶⁴, kar kaže, da je kljub vsemu za slovenskega potrošnika iz leta v leto pomembnejša cena. Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da pri prodaji piščančjega mesa na trgu niso prisotne večje vstopne ovire.
46. Preference gostincev in predelovalcev niso vezane na poreklo mesa.⁶⁵ To še posebej velja za gostinski sektor⁶⁶ in predelovalce mesa, za katere je bistvena predvsem ugodna (nizka) cena mesa. Veliko predelovalcev mesa (vključno s Ciljnim podjetjem) kupuje tudi meso drugih dobaviteljev, ki v veliki meri ni slovenskega porekla.
47. Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da ni podanih dovolj razlogov, ki bi potrjevali ožjo opredelitev upoštevnega trga na podlagi porekla piščančjega mesa.
48. Za ponazoritev vpliva različne opredelitve upoštevnihi proizvodnih trgov na obravnavano koncentracijo je pri presoji koncentracije Agencija ponazorila stanje na upoštevni trgu po posameznih vrstah kupcev. Agencija poudarja, da dokončna opredelitev upoštevnihi proizvodnih trgov zaradi odsotnosti suma glede skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence ni potrebna.
49. Agencija je kot geografski trg opredelila trg Republike Slovenije. Pri tem Agencija ugotavlja, da Priglasitelj v letih od 2015 do vključno oktobra 2018 na geografskem trgu Republike Slovenije ni bil prisoten, zato na tem trgu ni prišlo do prekrivanja. Agencija je v poglavju Presoja koncentracije kljub temu ocenila, kakšne bi lahko bile posledice koncentracije na trgu Republike Slovenije po izvedeni koncentraciji.

A3 Trg prodaje izdelkov iz perutninskega mesa (spodnji trg)

50. Priglasitelj je upoštevni trg opredelil kot trg pridelave in dobave predelanega perutninskega mesa, pri čemer je navedel, da bi bil le-ta lahko opredeljen tudi ožje, in sicer kot trg pridelave in dobave (i) klobas iz perutninskega mesa, (ii) paštet in pit iz perutninskega mesa in (iii) predelanega mesa za hladno uživanje.
51. Kot geografski trg je Priglasitelj opredelil trg Republike Slovenije, pri čemer je izpostavil, da bi ta lahko bil opredeljen tudi širše.
52. Priglasitelj je izpostavil, da ni prisoten na geografskem trgu Republike Slovenije, saj ne posluje v Republiki Sloveniji in v Republiki Sloveniji ni prisoten kot ponudnik izdelkov iz perutninskega mesa, zato na geografskem trgu ne prihaja do prekrivanja med Priglasiteljem in Tarčo.

⁶³ Trgovci Mercator, Spar in Hofer. Navedeni trgovci so se javno zavezali, da prodajajo kakovostno slovensko (perutninsko) meso, oz. meso, rejeno v Sloveniji (Vpogled na spletno stran trgovcev Mercator, <https://www.mercator.si/radi-imamo-domace/iz-domacih-krajev/mesne-dobrote/o-ponudbi/>, <https://www.mercator.si/moj-najboljsi/dnevno-sveze-vedno-sveze/mercator-mesnica/izbrana-kakovost/>, Spar, https://www.spar.si/sl_Sl/aktualno/sparova-mesnica.html, https://www.spar.si/sl_Sl/aktualno/slovenija-moja-deela/rejeno-v-sloveniji.html - oba vpogleda dne 16. 1. 2019, in Hofer, <https://www.hofer.si/sl/sortiment/svet-izbranih-okusov/kakovost-iz-slovenije/>, vpogled dne 23. 1. 2019.

⁶⁴ Delež [REDACTED] se sicer bistveno ne spreminja, povečuje pa se delež [REDACTED].

⁶⁵ V letnem poročilu za 2017, na str. 35, poglavje Vstopne ovire podjetje Pivka navaja, da so vsi tuji ponudniki v večji meri osredotočeni na gostinski sektor, kjer ni bistvenih vstopnih ovir.

⁶⁶ Članka »Zakaj slovenski gostinci (še) ne razkrivajo porekla mesa« z dne 23. 6. 2016, <http://agrobiznis.finance.si/8846538>, vpogled dne 18. 1. 2019 in »Urbani miti o kokošjih famah: 42 dni v življenju nekega piščanca« z dne 22. 1. 2017, <https://www.dnevnik.si/1042760194>, vpogled dne 16. 1. 2019.

53. Komisija je v svoji dosednji praksi opredelilaupoštevni proizvodni trg kot trg izdelkov iz perutninskega mesa. Komisija je tudi poudarila, da bi upoštevni trg lahko opredelila še ožje kot trg (i) surovih prekajenih izdelkov, (ii) konzerviranega mesa, (iii) vnaprej pripravljenih jedi in sestavin za njih (pripravljeni in polpripravljeni proizvodi), (iv) klobas, (v) paštet in pit, in (iv) predelanega mesa za hladno uporabo iz perutninskega mesa, vendar ni dokončno opredelila upoštevnega trga.⁶⁷ Prav tako je Komisija v svoji dosednji praksi razmišljala, da bi upoštevni trg še podrobneje segmentirala⁶⁸ na podlagi vrste kupcev na (i) trg prodaje trgovcem na drobno, (ii) trg prodaje sektorju HoReCa.
54. Agencija je opredelila upoštevni trg kot trg izdelkov iz perutninskega mesa, pri čemer je presojala, ali bi trg lahko opredelila še ožje, in sicer glede na vrsto kupca (prodaja trgovinam na drobno, gostincem (HoReCa) in trgovcem na debelo), saj pri posameznih vrstah kupcev prihaja do razlik v cenah in do vstopnih ovir (kar velja še posebej pri trgovini na drobno), ki pri drugem segmentu kupcev niso prisotne.⁶⁹ Poleg tega imajo trgovci na drobno pogosto dolgoročne (večletne) pogodbe s svojimi dobavitelji, za razliko od industrijskih predelovalcev in gostincev (HoReCa).
55. Nekateri konkurenti in tretje osebe so izpostavile, da izdelki iz perutninskega mesa, ki so bili proizvedeni v Sloveniji, predstavljajo poseben upoštevni trg. Pri tem so nekateri še navedli, da znaka »IZBRANA KAKOVOST« in »IZBRANA KAKOVOST – SLOVENIJA«, ki označujeta, da mesni izdelki in pripravki ustrezajo kriterijem v zvezi z zagotovljeno visoko kakovostjo (tako z vidika pridelave, predelave, kakovosti in porekla osnovne surovine), služi potrošnikom pri nakupnih odločitvah, zaradi česar je shema izbrane kakovosti omejitveni dejavnik in s tem vstopna ovira pri prodaji piščančjega mesa na slovenskem trgu. Na podlagi tega bi morala Agencija upoštevni geografski trg opredeliti kot območje Slovenije.⁷⁰
56. Na podlagi podatkov, ki jih je prejela tako s strani veletrgovcev, priglasitelja, njegovih konkurentov in večjih trgovcev, Agencija ocenjuje, da imajo različne skupine kupcev različne preference v zvezi s poreklom izdelkov iz perutninskega mesa oz. mesa v izdelkih iz perutninskega mesa. Preference končnih potrošnikov je Agencija lahko ocenila na podlagi podatkov o prodaji izdelkov iz perutninskega mesa v trgovinskih sistemih v Sloveniji. Na podlagi konkretnih podatkov Agencija ugotavlja, da trgovski sistemi v Sloveniji v veliki meri ponujajo izdelke iz perutninskega mesa, ki so proizvedeni v Sloveniji, vendar pa ponujajo tudi uvožene izdelke, ki pri določenih trgovcih predstavljajo tudi glavino ponudbe izdelkov iz perutninskega mesa. Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da poreklo izdelkov iz perutninskega mesa ne predstavlja velike vstopne ovire.
57. Preference gostincev niso vezane na poreklo izdelkov iz perutninskega mesa.⁷¹ Za segment gostinstva je bistvena predvsem ugodna (nizka) cena izdelkov iz mesa.
58. Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da ni potrebna ožja opredelitev upoštevnega trga na podlagi porekla izdelkov iz perutninskega mesa.
59. Za ponazoritev vpliva različne opredelitve upoštevni proizvodni trgov na obravnavano je pri presoji koncentracije Agencija ponazorila stanje na upoštevni trgu po posameznih vrstah kupcev. Agencija poudarja, da dokončna opredelitev upoštevni proizvodni trgov zaradi odsotnosti suma glede skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence ni potrebna.
60. Agencija je kot geografski trg opredelila trg Republike Slovenije. Pri tem Agencija ugotavlja, da Priglasitelj v letih od 2015 do vključno oktobra 2018 na geografskem trgu Republike

⁶⁷ Odločba M.5558 v zadevi NUTRECO/ CARGILL z dne 24. 11. 2009.

⁶⁸ Odločba M.5322 v zadevi MARFRIG / OSI GROUP COMPANIES z dne 13. 10. 2008.

⁶⁹ Letno poročila podjetja Pivka za 2017, str. 35. Vsi tuji ponudniki so v večji meri osredotočeni na gostinski sektor, kjer ni bistvenih vstopnih ovir.

⁷⁰ Dokument št. 3061-30/2018-44 z dne 5. 12. 2018 oz. 3061-30/2018-50 z dne 6. 12. 2018 (gre za isti dokument, ki je bil poslan po elektronski pošti in priporočeno).

⁷¹ Članka »Zakaj slovenski gostinci (še) ne razkrivajo porekla mesa« z dne 23. 6. 2016, <http://agrobiznis.finance.si/8846538>, vpogled dne 18. 1. 2019 in »Urbani miti o kokošjih fammah: 42 dni v življenju nekega piščanca« z dne 22. 1. 2017, <https://www.dnevnik.si/1042760194>, vpogled dne 16. 1. 2019.

Slovenije ni prisoten, zato na tem trgu ni prišlo do prekrivanja. Agencija je v poglavju Presoja koncentracije kljub temu ocenila, kakšne bi lahko bile posledice koncentracije na trgu Republike Slovenije po izvedeni koncentraciji.

A4 Trg nakupa pitovnih piščancev – brojlerjev⁷² (zgornji trg)

61. Priglasitelj piščance oz. brojlerje vzredi sam in jih ne kupuje od kmetov. S tem namenom je leta 2012 zgradil svoj obrat v mestu [REDACTED] na jugu [REDACTED]. V letu [REDACTED] je začel [REDACTED]
62. Ciljno podjetje nabavlja pitovne piščance od večjega števila rejcev⁷³ – kooperantov, s katerimi ima pogodbeno razmerje. Rejci kooperanti vzrejajo pitovne piščance v lastnih objektih ali v objektih, ki so v lasti podjetja PERUTNINA PTUJ⁷⁴, od podjetja PERUTNINA PTUJ kupujejo enodnevnne piščančke in hrano zanje ter jih po končanem ciklu rasti prodajo PERUTNINI PTUJ po dogovorjeni ceni.
63. PERUTNINA PTUJ skupaj s kooperanti čedalje več piščancev vzreja na način piščancem prijazne reje⁷⁵ (v nadaljevanju: PPR), pri čemer več kot 28 rejcev⁷⁶ pitovne piščance vzreja na način PPR, ki predstavlja okoli 20 % celotne reje PERUTNINE PTUJ, kar pa ne zadošča vsemu povpraševanju na trgu.⁷⁷ PERUTNINA PTUJ namerava v naslednjih letih delež celotne proizvodnje piščancev oz. piščančjega mesa iz PPR še povečati, tako da naj bi več kot 50 % celotne proizvodnje piščančjega mesa bilo iz PPR.⁷⁸ Iz letnega poročila podjetja PERUTNINA PTUJ za leto 2017 izhaja, da namerava podjetje standard PPR v prihodnjih letih še nadgrajevati⁷⁹ v višje oblike slow-growing, free range in bio.
64. Priglasitelj tega upoštevnega trga ni opredelil.
65. Drugi konkurenčni organi so v podobnih koncentracijah opredelili upoštevni trg kot trg nakupa piščancev od rejcev, pri čemer so izhajali iz tega, da podjetja, ki kupujejo žive piščance z namenom proizvodnje piščančjega mesa in izdelkov iz le-tega, nakupa brojlerjev ne bi zamenjali za noben substitut.⁸⁰ Geografski trg so opredelili nacionalno, pri čemer so dopustili možnost, da bi bil geografski trg opredeljen tudi ožje.⁸¹
66. Agencija je upoštevni trg opredelila kot trg nakupa pitovnih piščancev – brojlerjev od rejcev.

⁷² Brojler je piščanec, ki je vzrejen za proizvodnjo mesa.

⁷³ Gre za več kot 200 rejcev (oz. 240 rejcev) iz Republike Slovenije, predvsem iz področja Podravja ter Celjskega in Koroške, vir: spletna stran Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, priloga k certifikatu št. P-IK-245-2018 podjetja PERUTNINA PTUJ, v kateri je seznam 204 rejcev piščancev za podjetje PERUTNINA PTUJ http://www.mkgp.gov.si/fileadmin/mkgp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Izbrana_kakovost/certificirani_MESO/2018/32_18.12.2018/PP_Ptuj_P_reja_12_12_18.pdf, vpogled dne 18. 1. 2019 in članek »PERUTNINA PTUJ: lastniške spremembe, odnos z rejci nespremenjen« z dne 20. 9. 2017, <https://agrobiznis.finance.si/8860458> (vpogled dne 17. 1. 2019).

⁷⁴ Približno 30 % reje piščancev je iz lastnih farm podjetja PERUTNINA PTUJ, ki jih oddajo rejcem, vir: članek »PERUTNINA PTUJ: lastniške spremembe, odnos z rejci nespremenjen« z dne 20. 9. 2017, <https://agrobiznis.finance.si/8860458> (vpogled dne 17. 1. 2019).

⁷⁵ Gre za način reje, ki se čim bolj približuje reji, ki je potekala na kmečkih dvoriščih in upošteva sodobna dognanja o dobroti živali ter bistveno presega zakonske predpise. Piščanci, rejeni v izboljšanih življenjskih pogojih PPR, lahko razvijejo svoje naravno vedenje in so zato tudi bolj zdravi. Nov standard določa poseben pokrit nadstrešek ob celotni površini hleva. Njegova površina obsega vsaj 20 % rejne površine in tla so posuta s kakovostnim nastiljem. (vir: <https://www.perutnina.si/sl/ppr-reja/>, vpogled dne 17. 1. 2019).

⁷⁶ Vir: <https://www.perutnina.si/sl/ppr-reja/>, vpogled dne 17. 1. 2019.

⁷⁷ Letno poročila podjetja PERUTNINA PTUJ za leto 2017, str. 11 (vpogled dne 17. 1. 2019).

⁷⁸ Članek »Perutnina Ptuj hitro povečuje do piščancev prijazno rejo« z dne 17. 11. 2017, <https://agrobiznis.finance.si/8862315>, vpogled dne 20. 1. 2019.

⁷⁹ Letno poročila podjetja PERUTNINA PTUJ za leto 2017, str. 31 (vpogled dne 17. 1. 2019).

⁸⁰ Npr. odločba konkurenčnega organa Velike Britanije št. ME/6703-17 z dne 7. 12. 2017 v zadevi Cargill, Incorporated in Faccenda Investments Ltd, odstavek 59.

⁸¹ Ibid., odstavek 82. Pri tem Agencija poudarja, da so razdalje v Sloveniji bistveno manjše kot so razdalje med rejci in podjetji v zadevi Cargill, Incorporated in Faccenda Investments Ltd.

67. Agencija je kot geografski trg opredelila trg Republike Slovenije, lahko pa bi ga opredelila tudi širše na sosednje regije (npr. avstrijska Koroška). Pri tem Agencija ugotavlja, da Priglasitelj v letih od 2015 do vključno oktobra 2018 na geografskem trgu Republike Slovenije ni prisoten in na geografskem trgu ni prišlo do prekrivanja. Agencija je v poglavju Presoja koncentracije kljub temu ocenila, kakšne bi lahko bile posledice koncentracije na trgu Republike Slovenije.

A5 Trg nakupa krme (zgornji trg)

68. Priglasitelj krmo za pitovne piščance oz. brojlerje vzgoji in sestavi sam in je ne kupuje. Tarča je v zvezi s krmo za pitovne piščance oz. brojlerje delno samooskrbna, saj podjetja v skupini pridelujejo žitarice, ki so surovina za krmila oz. proizvajajo lastna krmila. Delež samooskrbe podjetja s krmili je okoli ■ %.⁸²

69. Priglasitelj tega upoštevne trga ni opredelil.

70. Agencija je pozvala Sekcijo proizvajalcev krmil pri Gospodarski zbornici Slovenije (v nadaljevanju: GZS), da pojasni, kakšno je njeno stališče glede zadevne koncentracije in kakšen vpliv bi imela koncentracija na poslovanje njenih članov.⁸³ GZS ocenjuje, da koncentracija podjetij MHP in PERUTNINA PTUJ ne bo imela vpliva na proizvodnjo krmil in s tem na poslovanje članov Sekcije proizvajalcev krmil, zato Agencija navedenega upoštevne trga ni opredelila in ni izvedla presoje na tem trgu.

Zaključek glede opredelitve proizvodnega in geografskega upoštevne trga

71. Agencija je presojala učinek koncentracije na naslednjih trgih:

- a. nakup pitovnih piščancev – brojlerjev od rejcev na trgu Republike Slovenije;
- b. prodaja piščančjega mesa (i) trgovcem na drobno – maloprodajni trg; (ii) gostincem, trgovcem na debelo; javnim zavodom in predelovalcem mesa na trgu Republike Slovenije;
- c. prodaja izdelkov iz perutninskega mesa (i) trgovcem na drobno; in (ii) gostincem, veletrgovcem (trgovcem na debelo) in javnim zavodom na trgu Republike Slovenije.

72. Agencija ugotavlja, da bodo po koncentraciji dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij povezane tako horizontalno (trg piščančjega mesa in trg izdelkov iz perutninskega mesa) kot tudi vertikalno (trg nakupa živih pitovnih piščancev – brojlerjev je vertikalno povezan s trgov piščančjega mesa, trg piščančjega mesa pa je vertikalno povezan s trgov izdelkov iz perutninskega mesa).

Horizontalna povezanost trgov

73. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih. Ravno tako pa imajo lahko podobne protikonkurenčne učinke tudi koncentracije, pri katerih se podjetje, ki je že dejavno na posameznem trgu, združi s potencialnim konkurentom na tem trgu in tako bistveno ovirajo učinkovito konkurenco, zlasti z ustvarjanjem ali krepitevijo prevladujočega položaja.⁸⁴ Podjetje PERUTNINA PTUJ je (kot kupec) prisotno na trgu nakupa pitovnih piščancev – brojlerjev, na trgu prodaje piščančjega mesa in na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa. Čeprav so podjetja iz Skupine MHP prisotna na trgu prodaje piščančjega mesa in na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa v številnih državah EU, pa v Republiki Sloveniji na obeh trgih niso prisotna.

74. Na podlagi navedb priglasitelja in podatkov, s katerimi razpolaga, Agencija ugotavlja, da bo po izvedeni koncentraciji lahko prišlo do potencialnega horizontalnega prekrivanja

⁸² V letnem poročilu za leto 2017 je na str. 32 navedeno, da bo podjetje v letu 2018 poskrbelo za 50 % samooskrbo z osnovnimi surovinami.

⁸³ Dokument št. 3061-30/2018-24 z dne 16. 11. 2018.

⁸⁴ 58. odstavek Horizontalnih smernic.

dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij na trgu prodaje piščančjega mesa in trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa.

Vertikalna povezanost trgov

75. Za vertikalne koncentracije štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige. Agencija ugotavlja, da so zgoraj opredeljeni upoštevni proizvodni trgi med seboj tudi vertikalno povezani.
76. Pri priglašeni koncentraciji bo prišlo do vertikalnih povezav med (i) trgom nakupa pitovnih piščancev – brojlerjev, kjer deluje le podjetje PERUTNINA PTUJ, in trgom prodaje piščančjega mesa, kjer delujeta Priglasitelj in podjetje PERUTNINA PTUJ, ter (ii) trgom prodaje piščančjega mesa in trgom prodaje izdelkov iz perutninskega mesa, kjer delujeta tako podjetje PERUTNINA PTUJ kot tudi Priglasitelj, zato bo Agencija presojo vertikalnih učinkov koncentracije izvedla na vseh navedenih trgih.

B Presoja koncentracije

77. 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.
78. Pri presoji skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence je Agencija preverila možne protikonkurenčne učinke, ki bodo nastali zaradi zadevne koncentracije in možne koristi za potrošnike, ki bodo nastale zaradi povečanja učinkovitosti. Pri tem je Agencija izhajala tako iz trenutnega stanja na trgu, kot tudi iz stanja, do katerega bi hipotetično lahko prišlo kot posledica združitve.
79. Agencija je presojo koncentracije izvedla na podlagi podatkov, ki sta jih posredovala priglasitelj in ciljno podjetje⁸⁵, podatkov, ki so javno dostopni, ter na podlagi podatkov, ki jih je pridobila v okviru analize upoštevni trgov in presoje učinkov koncentracije na upoštevne trge. Agencija je pridobila podatke od konkurentov podjetja PERUTNINA PTUJ na trgu prodaje piščančjega mesa in na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa, ki so proizvajalci⁸⁶ (piščančjega mesa oz. izdelkov iz perutninskega mesa), od konkurentov, ki so trgovci na debelo⁸⁷, ter od kupcev (predvsem v segmentu prodaje končnim potrošnikom).⁸⁸

⁸⁵ Dokumenti št. 3061-30/2018-6 z dne 5. 10. 2018, 3061-30/2018-19 oz. 3061-30/2018-20 z dne 5. 11. 2018, 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018, 3061-30/2018-31 z dne 26. 11. 2018, 3061-30/2018-69 z dne 21. 12. 2018 in 3061-30/2018-92 z dne 8. 1. 2019.

⁸⁶ Dokumenti št. 3061-30/2018-9 dne 10. 10. 2018, 3061-30/2018-11 oz. 3061-30/2018-12 dne 15. 10. 2018, 3061-30/2018-33 dne 26. 11. 2018, 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36, oba z dne 27. 11. 2018, 3061-30/2018-44 z dne 5. 12. 2018, 3061-30/2018-50 z dne 6. 12. 2018, 3061-30/2018-66 z dne 15. 12. 2018, 3061-30/2018-103 z dne 11. 1. 2019 in 3061-30/2018-117 oz. 3061-30/2018-118, oba z dne 22. 1. 2019.

⁸⁷ Agencija je vprašalnike naslovila na 6 konkurentov, in sicer na dva proizvajalca (podjetji Pivka in Panvita) in 4 veletrgovce, ki jih je Priglasitelj navedel kot največje konkurente (podjetja KVIBO, d.o.o., VIGROS, d.o.o., HRIB, d.o.o., Dobje pri Planini in MONSUN, d.o.o.). Navedena podjetja so trgovska podjetja in se ukvarjajo z veleprodajo, predvsem prodajajo gostincem, pa tudi industrijskim predelovalcem in trgovskim sistemom, nekatera pa tudi javnim zavodom.

⁸⁸ Agencija je naslovila vprašalnike na 6 velikih trgovcev na drobno.

HORIZONTALNI UČINKI

B1 Horizontalni enostranski učinki na trgu prodaje piščančjega mesa

80. Kljub temu, da Priglasitelj pred nastankom koncentracije ni bil dejaven na območju Slovenije (tj. na trgu prodaje piščančjega mesa v Sloveniji), Agencija ocenjuje, da je potencialni konkurent na tem trgu, zato je pri presoji upoštevala morebitne učinke, ki bi lahko nastali kot posledica izvršene koncentracije (morebiten vstop Priglasitelja na trg prodaje piščančjega mesa v Republiki Sloveniji).
81. Priglasitelj je ocenil, da ima podjetja PERUTNINA PTUJ na trgu prodaje piščančjega mesa ■ % tržni delež. Kot največja konkurenta na tem trgu je navedel podjetji Pivka (z ocenjenim tržnim deležem ■ %) in Panvita (z ocenjenim tržnim deležem ■ %). Poleg njiju je Priglasitelj kot konkurente navedel še podjetja KVIBO, d.o.o. (v nadaljevanju: Kvibo), VIGROS d.o.o. (v nadaljevanju: Vigros), MONSUN, d.o.o. (v nadaljevanju: Monsun) in HRIB, d.o.o., Dobje pri Planini (v nadaljevanju: Hrib). Navedena podjetja so veletrgovci oz. uvozniki, vsako pa naj bi po Priglasiteljevih ocenah imelo ■ % tržni delež.
82. Podjetje PERUTNINA PTUJ glavino prometa s piščančjim mesom v Republiki Sloveniji realizira s prodajo ■ in ■ – prodajo na drobno (v letih med 2015 in 2017 ter v prvih desetih mesecih leta 2018 je skupna prodaja na drobno predstavljala okrog ■ % celotne vrednosti prodaje oz. prodane količine⁸⁹, kot je to predstavljeno v Tabeli 2). Podobna porazdelitev prometa je tudi pri njegovih največjih konkurentih, podjetjih Pivka in Panvita.

Tabela 1: Vrednostna in količinska prodaja piščančjega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ v Republiki Sloveniji po prodajnih kanalih v letih od 2015 do 2017 in v obdobju od januarja do oktobra 2018

Prodaja PERUTNINE PTUJ po prodajnih kanalih	Vrednost (tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
Trgovski sistemi - največji trgovci*								
Trgovina na drobno								
Lastna maloprodaja								
Mesar – prodaja na drobno (končnim potrošnikom)								
HoReCa								
Javni zavodi								
Distributer/uvoznik								
Veletrgovec/grosist								
Skupina PERUTNINA PTUJ								
Ostalo								
Skupaj								

* Podatke so Agenciji posredovali največji trgovci.
Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Podatki priglasitelja⁹⁰, podatki največjih trgovcev⁹¹.

⁸⁹ Izračun na podlagi podatkov priglasitelja o prodaji piščančjega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ po prodajnih kanalih, dokument št. 3061-30/2018-69 z dne 21. 12. 2018.

⁹⁰ Dokumenti št. 3061-30/2018-1 z dne 21. 9. 2018, 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018 in 3061-30/2018-69 z dne 21. 12. 2018.

⁹¹ Dokumenti št. 3061-30/2018-93, 3061-30/2018-94, 3061-30/2018-95, 3061-30/2018-104, 3061-30/2018-107 in 3061-30/2018-119.

Tabela 2: Delež prodaje piščančjega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ v Republiki Sloveniji po prodajnih kanalih v letih od 2015 do 2017 in v obdobju od januarja do oktobra 2018

Prodaja PERUTNINE PTUJ po prodajnih kanalih	Delež glede na celotno vrednost prodaje (%)				Delež glede na celotno količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
Trgovski sistemi - največji trgovci								
Trgovina na drobno								
Lastna maloprodaja								
Skupaj trgovina na drobno in lastna maloprodaja								
Mesar – prodaja na drobno (končnim potrošnikom)								
Skupaj prodaja na drobno končnim potrošnikom								
HoReCa								
Javni zavodi								
Distributer/uvoznik								
Veletrgovec/grosist								
Skupina PERUTNINA PTUJ								
Ostalo								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: Izračun Agencije na podlagi podatkov iz Tabele 1.

83. Na trgih, kjer so prisotni homogeni proizvodi, so tržni deleži in deleži izkoriščenosti proizvodnih zmogljivosti (oz. stopnja neizkoriščenosti le-teh) dober približek konkurenčnih pritiskov na trgu.⁹²

84. Poleg podjetij Pivka in Panvita je na trgu prodaje piščančjega mesa v Republiki Sloveniji prisotno še večje število manjših konkurentov, predvsem veleprodajalcev. Kot izhaja iz Tabele 4, je tržni delež PERUTNINE PTUJ na trgu prodaje piščančjega mesa največji in znaša [redacted] % (upoštevaje vrednosti) oz. [redacted] % [redacted] % v letu 2015, [redacted] % v letu 2016, [redacted] % v letu 2017 in [redacted] % v desetih mesecih leta 2018). Sledita ji Pivka s tržnim deležem med [redacted] % oz. [redacted] % in Panvita s tržnim deležem okoli [redacted] %. Ostali konkurenti predstavljajo med [redacted] % in [redacted] % (vrednostno) ter med [redacted] % in [redacted] % (količinsko) trga.

⁹² 35. odstavek Horizontalnih smernic.

Tabela 3: Vrednostna in količinska prodaja piščančjega mesa v Republiki Sloveniji ter uvoz piščančjega mesa v Republiko Slovenijo po letih 2015, 2016, 2017 in desetih mesecih leta 2018

Prodaja piščančjega mesa (ne glede na prodajni kanal)	Vrednost (v tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka								
Panvita								
Skupaj proizvajalci								
Veletgovci Kvibo, Monsun, Hrib in Vigros ⁹⁵								
Skupaj proizvajalci in nekateri veletgovci								
Uvoz v RS - podatki SURS ()	25.784,0	24.622,0	23.907,0	24.676	12.098,0	11.996,0	12.223,0	12.377,0
Ocena trga – podatki SURS ⁹⁶								

Opomba: ocena trga je izračunana na podlagi podatkov o realizirani prodaji v Republiki Sloveniji podjetij PERUTNINA PTUJ, Pivka in Panvita ter na podlagi podatkov o uvozu piščančjega mesa v Republiko Slovenijo (SURS).

Vir: Podatki Priglasitelja⁹⁷, podatki konkurentov⁹⁸, podatki SURS⁹⁹.

Tabela 4: Tržni deleži podjetij PERUTNINA PTUJ in njegovih največjih konkurentov na trgu prodaje piščančjega mesa v Republiki Sloveniji po letih 2015, 2016, 2017 in desetih mesecih leta 2018

Prodaja piščančjega mesa (ne glede na prodajni kanal)	Tržni delež glede na vrednost prodaje (%)				Tržni delež glede na količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka								
Panvita								
Ostali – izračun na podlagi uvoza v Republiko Slovenijo								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Izračun Agencije na podlagi podatkov iz Tabele 3.

85. Agencija je pridobila tudi podatke o stopnji izkoriščenosti kapacitet Tarče in njegovih največjih konkurentov.

⁹³ Podjetje je posredovalo podatke do vključno 22. 11. 2018, zato je Agencija sama preračunala podatke na obdobje do 31. 10. 2018.

⁹⁴ Ibidem.

⁹⁵ Za leti 2015 in 2016 niso zajeti podatki .

⁹⁶ Priglasitelj je podal količinsko oceno trga, kot jo je izračunal SURS v Bilanci proizvodnje in potrošnje mesa, https://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1563501S&ti=&path=../Database/Okolje/15_kmetijstvo_ribistvo/12_p_rehranske_bilance/02_15635_koled_bilance/&lang=2. Agencija je po preučitvi metodologije, na podlagi katere je SURS izračunal količino domače potrošnje za prehrano, ugotovila, da za namen določitve obsega upoštevne trga v tem postopku le-ta ni primerna, saj (i) zajema potrošnjo celotnega perutninskega mesa (poleg piščančjega tudi puranjega, gosjega, račjega, ipd.); in (ii) vključuje tudi (perutninsko) meso, ki ga slovenski proizvajalci proizvedejo in uporabijo v svojih izdelkih iz mesa, ki pa se ne pojavi na trgu prodaje. V bilanci domače potrošnje je namreč zajeto vse meso, ki se je potrošilo v Republiki Sloveniji, in vključuje tudi meso, ki je sestavni del izdelkov iz mesa. Agencija je zato upoštevala podatke o realizirani prodaji v Sloveniji, ki so jih navedli vsi trije proizvajalci in jim prištela podatke o uvozu piščančjega mesa v Republiko Slovenijo v istem obdobju.

⁹⁷ Dokumenti št. 3061-30/2018-1 z dne 21. 9. 2018, 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018 in 3061-30/2018-69 z dne 21. 12. 2018.

⁹⁸ Dokumenti št. 3061-30/2018-33, 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36 in 3061-30/2018-65.

⁹⁹ Podatki o izvozu in uvozu po 2-, 4- in 6-mestni šifri Kombinirane nomenklature in po državah, Slovenija, kumulativni podatki, https://pxweb.stat.si/sistat/MainTable/tbl_2401742.

Tabela 5: Izkoriščenost proizvodnih kapacitet proizvodnje piščančjega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ in njegovih največjih konkurentov v letu 2018

Podjetje	Zasedenost proizvodnih kapacitet (v %)		
	Klavnica	Hladilnica, zamrzovalnica	Razsek
PERUTNINA PTUJ			
Pivka			
Panvita			

Vir: Podatki Priglasitelja¹⁰⁰, podjetja Pivka¹⁰¹ in podjetja Panvita¹⁰².

86. PERUTNINA PTUJ ima (izkoriščenost %), na (izkoriščenost %), na (%). Njena največja konkurenta imata še relativno proste kapacitete (Panvita ima zasedenost kapacitet klavnice %, Pivka pa %) in bi lahko povečala proizvodnjo in s tem konkurenčen pritisk na združeno podjetje.

87. Agencija je ocenila tržni delež ciljnega podjetja in njegovih konkurentov tudi po posameznih prodajnih kanalih, in sicer pri (i) prodaji trgovskim sistemom oz. prodajo na drobno, in (ii) prodaji na debelo – gostinstvu (HoReCa), industrijskim predelovalcem, veletrgovcem in javnim zavodom.

Prodaja piščančjega mesa večjim trgovskim sistemom

88. Agencija je na podlagi podatkov, ki jih je prejela s strani največjih trgovcev¹⁰³, ugotovila stanje na trgu piščančjega mesa in izračunala tržne deleže podjetja PERUTNINA PTUJ in njegovih konkurentov.

Tabela 6: Vrednostna in količinska prodaja piščančjega mesa velikim trgovskim sistemom v Republiki Sloveniji v obdobju po letih 2015, 2016, 2017 in v desetih mesecih leta 2018

Prodaja piščančjega mesa trgovskim sistemom	Vrednost (v tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka								
Panvita								
Skupaj proizvajalci								
Ostali dobavitelji ¹⁰⁴								
Skupaj								

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Podatki trgovcev¹⁰⁵.

¹⁰⁰ Dokument št. 3061-30/2018-26.

¹⁰¹ Dokument št. 3061-30/2018-33.

¹⁰² Dokument št. in 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36.

¹⁰³ Mercator, Spar, Hofer, Lidl, Tuš in Eurospin.

¹⁰⁴ Gre za piščančje meso, ki je tujega porekla. Večinoma so dobavitelji tuja podjetja, v manjši meri pa tudi domači veletrgovci (kot so Vigros, d.o.o., Monsun d.o.o., Kvibo d.o.o. in Hrib d.o.o.).

¹⁰⁵ Dokumenti št. 3061-30/2018-93, 3061-30/2018-94, 3061-30/2018-95, 3061-30/2018-104, 3061-30/2018-107 in 3061-30/2018-119.

Tabela 7: Tržni deleži ponudnikov piščančjega mesa velikim trgovskim sistemom v Republiki Sloveniji po letih 2015, 2016, 2017 in v desetih mesecih leta 2018

Prodaja piščančjega mesa trgovskim sistemom	Tržni delež glede na vrednost prodaje (%)				Tržni delež glede na količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka								
Panvita								
Skupaj								
Ostali dobavitelji								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Izračun Agencije na podlagi podatkov iz Tabele 7.

89. Agencija ugotavlja, da največji proizvajalci prodajo največ piščančjega mesa velikim trgovskim sistemom, pri čemer njihov skupni delež, kot to izhaja iz Tabele 7, predstavlja več kot ■ % vse prodaje (med ■ in ■ %). Največji delež prodaje ima PERUTNINA PTUJ (tako vrednostno kot količinsko), sledita ji Pivka ter Panvita. PERUTNINI PTUJ tržni delež v obravnavanem obdobju pada, Pivki se postopoma zvišuje, podobno tudi Panviti. Tržni delež ostalih dobaviteljev se v obravnavanem obdobju zvišuje.

Tabela 8: Vrednostna in količinska prodaja piščančjega mesa trgovini na drobno (trgovskim sistemom, drugim trgovcem na drobno, prodaja mesarjem) in lastni maloprodaji v Republiki Sloveniji po letih 2015, 2016, 2017 in v prvih desetih mesecih leta 2018

Prodaja piščančjega mesa trgovini na drobno	Vrednost (v tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka - ocena								
Panvita								
Skupaj proizvajalci								
Ostali dobavitelji ¹⁰⁵								
Skupaj								
Celoten trg prodaje piščančjega mesa								

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Podatki Priglasitelja¹⁰⁷, podjetja Pivka¹⁰⁸ in podjetja Panvita¹⁰⁹.

¹⁰⁵ Gre za piščančje meso, ki je tujega porekla. Večinoma so dobavitelji tuja podjetja, v manjši meri pa tudi domači veletrgovci (kot so Vigros, Monsun, Kvibo in Hrib).

¹⁰⁷ Dokumenti št. 3061-30/2018-1 z dne 21. 9. 2018, 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018 in 3061-30/2018-69 z dne 21. 12. 2018.

¹⁰⁸ Dokument št. 3061-30/2018-33 in 3061-30/2018-65.

¹⁰⁹ Dokument št. in 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36.

Tabela 9: Tržni deleži ponudnikov piščančjega mesa trgovini na drobno (trgovskim sistemom, drugim trgovcem na drobno, prodaja mesarjem) in lastni maloprodaji v Republiki Sloveniji po letih 2015, 2016, 2017 in v prvih desetih mesecih leta 2018

Prodaja piščančjega mesa trgovini na drobno	Tržni delež glede na vrednost prodaje (%)				Tržni delež glede na količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka - ocena								
Panvita								
Skupaj								
Ostali dobavitelji – tuje meso (ocena Agencije)								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Delež prodaje trgovini na drobno glede na celoten trg prodaje piščančjega mesa								

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Izračun Agencije na podlagi podatkov iz Tabele Tabela 8.

90. Na podlagi podatkov, ki so jih Agenciji posredovali največji proizvajalci PERUTNINA PTUJ, Pivka in Panvita in so razvidni v Tabeli 9, Agencija ugotavlja, da predstavlja prodaja trgovini na drobno (tj. velikim trgovskim sistemom, manjšim trgovinam na drobno), prodaja mesarjem za prodajo končnim potrošnikom in prodaja v lastni maloprodaji med [] in []% (z vidika realizirane vrednosti prodaje) oz. med [] in []% (z vidika realiziranih količin) celotnega trga piščančjega mesa.

91. Agencija ugotavlja, da kljub temu, da ima ciljno podjetje tržni delež, ki presega oz. je blizu []%, na trgu obstaja večje število izravnalnih dejavnikov, kot so npr. (i) število konkurentov, ki dobavljajo piščančje meso trgovini na drobno, ostaja nespremenjeno; (ii) največji konkurenti imajo proste proizvodne zmogljivosti; (iii) z uvozom piščančjega mesa, ki se povečuje, vstopajo na trg novi konkurenti (kar kaže, da ni pomembnih ovir za vstop na trg); (iv) da je nakupna moč trgovcev velika, zato imajo zaradi pomembnosti za ciljno podjetje (oz. združeno podjetje) veliko pogajalsko moč in predstavljajo pomemben izravnalni dejavnik na trgu; (v) da imajo trgovci večje število dobaviteljev (večinoma¹¹⁰ z vsemi tremi največjimi proizvajalci – podjetji PERUTNINA PTUJ, Pivka in Panvita, lahko pa tudi z ostalimi konkurenti, zato lahko v različnih obdobjih prerazporejajo nakupljene količine med njimi. Poleg tega je Priglasitelj usmerjen predvsem v prodajo veletrgovcem, ne pa v prodajo trgovini na drobno, ki prevladuje pri ciljnem podjetju, zato je le manjši del njunih (potencialnih) kupcev skupen obema podjetjema, kar govori v prid ugotovitvi Agencije, da kot posledica koncentracije na trgu prodaje piščančjega mesa trgovini na drobno ne bi prišlo do izkrivljanja konkurence.

Prodaja gostinstvu (HoReCa), veletrgovcem, industrijskim predelovalcem ter javnim zavodom

92. Agencija je pri analizi trga ugotovila, da na slovenskem območju poleg podjetij PERUTNINA PTUJ, Pivka in Panvita obstaja zgolj manjše število industrijskih predelovalcev, ki iz piščančjega (oz. perutninskega) mesa izdelujejo mesne izdelke, pri tem pa je njihova vrednostna in količinska realizacija oz. prodaja na slovenskem trgu majhna v primerjavi s Tarčo in njenima največjima konkurentoma (Pivka in Panvita).¹¹¹ Na podlagi prejetih podatkov in dejstva, da predstavlja prodaja piščančjega mesa v trgovini na drobno in v

¹¹⁰ Le en trgovec [] prodaja piščančje meso le od enega slovenskega proizvajalca – podjetja [] (in od tujih dobaviteljev), vsi ostali prodajajo piščančje meso od vseh treh slovenskih proizvajalcev (in tudi tujih dobaviteljev), pri čemer se v časovnem obdobju 2015 – oktober 2018 spreminja količina in vrednost dobav posameznih proizvajalcev.

¹¹¹ Gre predvsem za podjetja CELJSKE MESNINE d.d., MESNINE ŽERAK, d.o.o., Rogatec, Košaki TMI d.d. in MESARSTVO OBLAK d.o.o., kar izhaja iz odgovorov trgovcev (dokumenti št. 3061-30/2018-93, 3061-30/2018-94, 3061-30/2018-95, 3061-30/2018-104, 3061-30/2018-107 in 3061-30/2018-119).

maloprodaji (tako lastni kot maloprodaji tretjih oseb – mesarjev) [REDACTED] % celotnega trga piščančjega mesa (kot to izhaja iz Tabele 9), Agencija ocenjuje, da lahko združi prodajo gostinstvu (HoReCa), veletrgovcem, javnim zavodom in industrijskim predelovalcem. V prodajnem kanalu industrijski predelovalci je vključena tudi prodaja piščančjega mesa podjetjem PERUTNINA PTUJ, Pivka in Panvita.¹¹² Navedeni prodajni kanali se bistveno ne razlikujejo med seboj – vsem je ključna predvsem ugodna (nizka) cena. Agencija sicer dopušča, da bi pri prodaji javnim zavodom lahko bili pomembni tudi drugi dejavniki, vendar pa je večinoma še vedno ključna (tudi) ugodna (nizka) cena.¹¹³

93. Na podlagi ocene celotnega trga, kot je podana v Tabeli 3, in podatkov, ki so jih Agenciji posredovali Priglasitelj, Pivka in Panvita o realizirani prodaji piščančjega mesa po posameznih prodajnih kanalih, je Agencija ocenila skupno velikost trga za prodajo piščančjega mesa gostinstvu (HoReCa), veletrgovcem, javnim zavodom in industrijskim predelovalcem.¹¹⁴

Tabela 10: Vrednostna in količinska prodaja piščančjega mesa gostinstvu (HoReCa), industrijskim predelovalcem, veletrgovcem ter javnim zavodom v Republiki Sloveniji v obdobju od leta 2015 do oktobra 2018

Prodaja piščančjega mesa (HoReCa, predelovalci, razpisi, veletrgovci)	Vrednost (v tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ	[REDACTED]							
Pivka – ocena ¹¹⁵								
Panvita								
Skupaj proizvajalci								
Ostali dobavitelji – ocena Agencije ¹¹⁶								
Skupaj								
Celoten trg prodaje piščančjega mesa								

Vir: Podatki Priglasitelja¹¹⁷, podatki konkurentov¹¹⁸, ocena Agencije.

¹¹² PERUTNINA PTUJ, Pivka in Panvita del surovin za izdelke iz perutninskega mesa kupijo na trgu od tretjih oseb.

¹¹³ »[...] Saj je pri javnih naročilih pogoj najnižja cena in ne npr. certifikat Izbrana kakovost Slovenije, s katerim bi v javnih zavodih zagotavljali lokalno in kakovostnejše meso.« Vir: članek Meso iz goljufive poljske klavnice ni bilo uvoženo v Slovenijo z dne 30. 1. 2019, vpogled dne 1. 2. 2019, <https://www.rtvslo.si/slovenija/meso-iz-goljufive-poljske-klavnice-ni-bilo-uvozeno-v-slovenijo/478783>.

¹¹⁴ Agencija je od ocene celotnega trga (podatki iz Tabele 1, za leto 2017 je znašala [REDACTED] mio EUR oz. [REDACTED] ton) odštela vrednosti prodanega piščančjega mesa s strani trgovskih sistemov (podatki iz Tabele 3, za leto 2017 [REDACTED] mio EUR oz. [REDACTED] ton). Od dobljenih vrednosti je odštela podatke o prodaji v lastni maloprodaji (ta predstavlja manjši del prodaje in v povprečju znaša med [REDACTED] in [REDACTED] %, skupna ocena za leto 2017 je [REDACTED] mio EUR oz. [REDACTED] ton) in prodaji mesarjem.

¹¹⁵ Ocena Agencije. Podjetje je navedlo, da nima podrobneje klasificiranih kupcev po prodajnih kanalih, zato je Agencija ocenila prodajo podjetja v lastni maloprodaji in prodajo mesarjem ter gostinstvu, veletrgovcem, javnim zavodom in industrijskim predelovalcem, in sicer na način, da je uporabila podobne deleže prodaje, kot jih ima za posamezno skupino kupcev podjetje PERUTNINA PTUJ.

¹¹⁶ Uvoz minus uvoz, ki se prodaja v trgovini.

¹¹⁷ Dokumenti št. 3061-30/2018-26 in 3061-30/2018-69.

¹¹⁸ Dokumenti št. 3061-30/2018-33, 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36 in 3061-30/2018-65.

Tabela 11: Tržni deleži ponudnikov piščančjega mesa gostinstvu (HoReCa), industrijskim predelovalcem, veletrgovcem in javnim zavodom v Republiki Sloveniji v obdobju od leta 2015 do oktobra 2018

Prodaja piščančjega mesa (HoReCa, predelovalci, razpisi, veletrgovci)	Tržni delež glede na vrednost prodaje (%)				Tržni delež glede na količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka – ocena								
Panvita								
Skupaj								
Ostali dobavitelji*								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Delež prodaje HoReCa, veletrgovcem, JZ in predelovalcem glede na celoten trg								

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

*Ostali dobavitelji: v večji meri gre za uvoz tujega mesa.

Vir: Izračun Agencije iz podatkov iz Tabele Tabela 10.

94. Agencija iz podatkov, ki so jih posredovali Priglasitelj in podjetji Pivka in Panvita, ugotavlja, da je delež prodaje navedenih podjetij gostinstvu (HoReCa), veletrgovcem (grosistom), javnim zavodom in industrijskim predelovalcem relativno majhen, in sicer v povprečju % . Glavnino predstavlja prodaja velikim trgovcem, manjšim trgovcem, mesarjem za prodajo v maloprodaji in prodaja v lastni maloprodaji.
95. Priglasitelj je navedel, da je za Tarčo pomemben in stabilen. Agencija pri tem ugotavlja, da predstavlja prodaja okrog % prodaje piščančjega mesa Tarče, podobno kot velja tudi za njena največja konkurenta. Je pa Agencija z analizo veletrgovcev (največjih konkurentov, kot jih je v priglasitvi opredelil Priglasitelj) ugotovila, da obstaja večje število ponudnikov, zato ugotavlja, da trenutno presoja na tem segmentu ni ključna.
96. Pri prodaji gostincem, veletrgovcem, javnim zavodom in industrijskim predelovalcem gre za razpršen trg, kjer je na strani povpraševanja in na strani ponudbe prisotno veliko število igralcev (kupcev in ponudnikov). Podjetje PERUTNINA PTUJ na tem trgu nima pomembnega tržnega deleža. Za vse navedene skupine kupcev je značilno, da dajejo poudarek predvsem ceni.
97. Agencija ugotavlja, da ima ciljno podjetje v tem segmentu tržni delež pod %. Pri tem obstaja večje število izravnalnih dejavnikov, kot so: (i) število konkurentov, ki prodajajo piščančje meso v tem segmentu, ostaja nespremenjeno; (ii) največji konkurenti imajo proste proizvodne zmogljivosti; (iii) z uvozom piščančjega mesa, ki se povečuje, vstopajo na trg novi konkurenti (kar kaže, da ni pomembnih ovir za vstop na trg); (iv) pri nakupu je ključna ugodna (nizka) cena; (v) pogosto kupci niso vezani z daljšimi pogodbami; (vi) preusmeritev k drugemu dobavitelju pa za kupce ni povezana s stroški. Priglasitelj je že sedaj usmerjen predvsem v prodajo veletrgovcem. Na podlagi navedenega Agencija ugotavlja, da bi Priglasitelj lahko prodajal meso v tem segmentu kupcev, vendar zaradi velikega števila konkurentov ni verjetno, da bi na trgu prodaje piščančjega mesa veletrgovcem, gostinstvu, predelovalcem in javnim zavodom prišlo do izkrivljanja konkurence kot posledica koncentracije.

Sklepno o trgu

98. Agencija ocenjuje, da bi po združitvi združeno podjetje lahko povečalo tržni delež na segmentu gostinstva in veleprodaje, kjer sta bila pred koncentracijo tržni delež in prisotnost ciljnega podjetja manjša % oz. %). Ker na tem segmentu že obstaja pomemben konkurenčni pritisk, saj je konkurenca velika, kupci pa so cenovno občutljivi,

Agencija ocenjuje, da ni verjetno, da bi združeno podjetje bistveno vplivalo na učinkovito konkurenco na tem trgu. Kupci se namreč lahko brez težav preusmerijo na druge dobavitelje (uvoz piščančjega mesa), sama preusmeritev pa za kupce ni povezana s stroški. Tudi vstop novih konkurentov na trg je relativno enostaven, še posebej konkurentov iz EU. Zato Agencija ocenjuje, da na trgu piščančjega mesa obstaja konkurenčni pritisk ostalih konkurentov, da koncentracija ne bi bistveno vplivala na učinkovito konkurenco na tem trgu.

99. Agencija še ugotavlja, da imajo na trgu prodaje piščančjega mesa, ne glede na prodajni kanal, kupci **veliko nakupno moč**. Še posebej to velja za trgovinske sisteme, ki kot pomembni kupci dobavitelje stiskajo s cenami, poleg tega pa se tudi lahko preusmerijo na druge dobavitelje. Predvsem zato, ker ima PERUTNINA PTUJ največji delež prodaje le v [REDACTED] (%) in [REDACTED] (med [REDACTED] % in [REDACTED] %), drugje pa je njegov delež nižji in pada (pod [REDACTED] %). Tudi pri gostinstvu, veletrgovini, javnih razpisih in predelovalcih mesa velja podobno. Kljub temu, da je še posebej v segmentu gostinstvo (HoReCa) veliko število kupcev, je v tem segmentu cena ključna in kupci praviloma niso pogodbeno vezani na posameznega prodajalca, ker gre za homogene izdelke, pa je vstop na trg lažji. Velika nakupna moč kupcev ponuja pomembne izravnalne učinke na tržno moč združenega podjetja.

B2 Horizontalni enostranski učinki na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa

100. Kljub temu, da Priglasitelj ni dejaven na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa na območju Slovenije, Agencija ocenjuje, da lahko kot potencialni konkurent po izvedeni koncentraciji vstopi na ta trg, zato je pri presoji upoštevala morebitne učinke, ki bi lahko nastali kot posledica izvrševanja zadevne koncentracije.
101. Priglasitelj ocenjuje, da ima podjetje PERUTNINA PTUJ na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa tržni delež [REDACTED] % pri klobasah iz perutninskega mesa in [REDACTED] % tržni delež pri izdelkih za hladno zaužitje (za trg izdelkov iz perutninskega mesa kot celote je tržni delež ciljnega podjetja ocenil na [REDACTED] %). Kot največja konkurenta je navedel podjetji Pivka (njegov tržni delež je ocenil na [REDACTED] %) in Panvita (z ocenjenim tržnim deležem [REDACTED] %). Drugih konkurentov Priglasitelj ni navedel.
102. Podjetje PERUTNINA PTUJ glavnino prometa na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa v Republiki Sloveniji realizira [REDACTED] (v letih med 2015 in 2017 ter v prvih desetih mesecih leta 2018 je predstavljala več kot [REDACTED] % celotne vrednosti prodaje oz. prodanih količin¹¹⁹, kot je to predstavljeno v Tabeli Tabela 13). Podobno je tudi pri njegovih največjih konkurentih, podjetjih Pivka in Panvita, ki v trgovske sisteme prodata okvirno [REDACTED] % celotne vrednosti prodaje oz. prodanih količin, prodaja v lastni maloprodaji in prodaja mesarjem (za prodajo končnim potrošnikom) pa nadalje predstavljata približno med [REDACTED] in [REDACTED] % njihove prodaje.¹²⁰

¹¹⁹ Izračun na podlagi podatkov priglasitelja o prodaji piščančjega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ po prodajnih kanalih, dokument št. 3061-30/2018-69.

¹²⁰ Podatki iz dokumentov št. 3061-30/2018-33, 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36 in 3061-30/2018-65. Za podjetje Pivka, ki prodaje po kanalih z izjemo trgovskih sistemov nima podrobneje klasificirane, je Agencija predpostavljala, da njihova struktura prodaje bistveno ne odstopa od strukture njegovih največjih konkurentov.

Tabela 12: Vrednostna in količinska prodaja izdelkov iz perutninskega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ v Republiki Sloveniji po prodajnih kanalih v letih od 2015 do 2017 in v obdobju od januarja do oktobra 2018

Prodaja PERUTNINE PTUJ po prodajnih kanalih	Vrednost (tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
Ostalo								
Skupaj								

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Podatki priglasiatelja¹²¹.

Tabela 13: Delež prodaje izdelkov iz perutninskega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ v Republiki Sloveniji po prodajnih kanalih v letih od 2015 do 2017 in v obdobju od januarja do oktobra 2018

Prodaja PERUTNINE PTUJ po prodajnih kanalih	Delež glede na vrednost prodaje (%)				Delež glede na količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
Ostalo								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: Izračun Agencije na podlagi podatkov iz Tabele 12.

103. Poleg podjetij Pivka in Panvita je na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa v Republiki Sloveniji prisotno manjše število proizvajalcev iz Slovenije (kot so CELJSKE MESNINE d.d., MESNINE ŽERAK, d.o.o., Rogatec, MESARSTVO OBLAK d.o.o., OSEM, d.o.o. Murska Sobota, idr., ki izdelujejo izdelke iz različnih vrst mesa, vključno z izdelki iz perutninskega mesa) in veleprodajalci, ki v veliki meri prodajajo izdelke iz perutninskega mesa iz uvoza.

104. Agencija pojasnjuje, da SURS podatkov o uvozu za posamezne vrste izdelkov ne zbira

¹²¹ Dokumenti št. 3061-30/2018-1, 3061-30/2018-26 in 3061-30/2018-69.

ločeno po vrsti mesa, ki jo (jih) vsebujejo.¹²² Podatke o prodaji v velikih trgovskih sistemih je Agencija prejela od štirih trgovcev, v zvezi s prodajo po drugih prodajnih kanalih pa je Agencija ugotovila, da velik del veletrgovcev, od katerih je Agencija pridobila podatke o prodaji izdelkov iz mesa, [redacted]. Zaradi je Agencija presojo izvedla na podlagi podatkov, ki so ji jih posredovali trgovci.

105. Na podlagi podatkov, ki jih je prejela s strani Priglasitelja in podjetij Pivka in Panvita ter štirih velikih trgovcev¹²³, Agencija ugotavlja, da tržni delež podjetja PERUTNINA PTUJ na celotnem trgu izdelkov iz perutninskega mesa v letu 2017 oz. v 2018 znaša največ [redacted]% (ob upoštevanju vrednostnih podatkov) oz. [redacted]% (upoštevaje podatke o prodanih količinah). Pri tem Agencija poudarja, da je dejanski tržni delež zagotovo nižji, saj v izračunih ni upoštevana celotna prodaja ostalih slovenskih proizvajalcev ter količina oz. vrednost celotnega uvoza izdelkov iz perutninskega mesa, s katerimi Agencija zaradi že navedenih razlogov ne razpolaga. Največja konkurenta podjetja PERUTNINA PTUJ sta Pivka s tržnim deležem [redacted]% in Panvita s tržnim deležem med [redacted] in [redacted]%. Ostali konkurenti predstavljajo [redacted]% trga (vrednostno) oz. [redacted]% trga (količinsko).

Tabela 14: Vrednostna in količinska prodaja izdelkov iz perutninskega mesa v Republiki Sloveniji za podjetje PERUTNINA PTUJ in njegove največje konkurente (upoštevan je uvoz le za izdelke, ki se prodajo v trgovskih sistemih) po letih 2015, 2016, 2017 in desetih mesecih leta 2018

Prodaja izdelkov iz perutninskega mesa (ne glede na prodajni kanal)	Vrednost (v tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ	[redacted]							
Pivka								
Panvita								
Skupaj proizvajalci								
Drugi slovenski proizvajalci ¹²⁶								
Tuji proizvajalci ¹²⁷								
Skupaj								

Vir: Podatki Priglasitelja¹²⁸, podatki konkurentov¹²⁹, podatki trgovcev¹³⁰.

¹²² Npr. podatki o uvozu klobas (šifra 1601 Klobase in podobni izdelki iz mesa, drugih užitnih klavničnih proizvodov ali krvi, sestavljena živila na osnovi teh proizvodov in 1602 Drugi pripravljene ali konzervirane izdelki iz mesa, drobovja ali krvi).

¹²³ Mercator, Spar, Hofer in Eurospin.

¹²⁴ Podjetje je posredovalo podatke do vključno 22. 11. 2018, zato je Agencija sama preračunala podatke na obdobje do 31. 10. 2018.

¹²⁵ Ibidem.

¹²⁶ Podatki se nanašajo na prodajo v štirih trgovskih sistemih (Mercator, Spar, Hofer in Eurospin).

¹²⁷ Podatki se nanašajo na prodajo v štirih trgovskih sistemih (Mercator, Spar, Hofer in Eurospin).

¹²⁸ Dokumenti št. 3061-30/2018-1, 3061-30/2018-26 in 3061-30/2018-69.

¹²⁹ Dokumenti št. 3061-30/2018-33, 3061-30/2018-35 oz. 3061-30/2018-36 in 3061-30/2018-65.

¹³⁰ Dokumenti št. 3061-30/2018-93, 3061-30/2018-94, 3061-30/2018-95, 3061-30/2018-104, 3061-30/2018-107 in 3061-30/2018-119.

Tabela 15: Tržni deleži podjetij PERUTNINA PTUJ in njegovih največjih konkurentov v segmentu izdelki iz perutninskega mesa (upoštevani so uvoz in izvoz le za izdelke, ki se prodajo v trgovskih sistemih) v Republiki Sloveniji po letih 2015, 2016, 2017 in desetih mesecih leta 2018

Prodaja izdelkov iz perutninskega mesa (ne glede na prodajni kanal)	Tržni delež glede na vrednost prodaje (%)				Tržni delež glede na količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka								
Panvita								
Drugi slovenski proizvajalci - ocena								
Tuji proizvajalci - ocena								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Izračun Agencije na podlagi podatkov iz Tabele 14.

106. Agencija je pridobila tudi podatke o stopnji izkoriščenosti kapacitet Tarče in njegovih največjih konkurentov.

Tabela 16: izkoriščenost proizvodnih kapacitet proizvodnje izdelkov iz perutninskega mesa podjetja PERUTNINA PTUJ in njegovih največjih konkurentov v letu 2018

Podjetje	Zasedenost proizvodnih kapacitet (v %)	
	Proizvodnja	Hladilnica, zamrzovalnica
PERUTNINA PTUJ		
Pivka		
Panvita		

Vir: Podatki Priglasitelja, podjetja Pivka in podjetja Panvita.

107. PERUTNINA PTUJ ima [redacted] (izkoriščenost [redacted] %) in [redacted] (izkoriščenost [redacted] %), [redacted] pa ima kapacitete še bolj izkoriščene ([redacted] %). Njena največja konkurenta imata še relativno proste kapacitete, Panvita ima zasedenost kapacitet proizvodnje [redacted] % Pivka pa [redacted] %, predvsem na račun odprtja specializiranega obrata za mesne izdelke v Kromberku v letu 2018, obratu nekdanjega podjetja MIP.

108. Priglasitelj proizvaja izdelke iz perutninskega mesa, predvsem predelano meso za hladno zaužitje in paštete in pite. [redacted] EUR izdelkov iz [redacted], kar je nekajkrat manj, kot prodaja PERUTNINA PTUJ letno samo v Sloveniji.

109. Ker podjetje PERUTNINA PTUJ več kot [redacted] % prodaje realizira s prodajo trgovini na drobno, v lastni maloprodaji in prodaji mesarjev v mesnicah, poleg tega pa Agencija ne razpolaga s podatki na segmentu gostinstva in javnih razpisov, je Agencija presodila, da za namen predmetne koncentracije zadošča presoja na celotnem trgu oz. v trgovini na drobno.

110. PERUTNINA PTUJ na tem trgu dosega več kot [redacted] % tržni delež. Iz kapacitet največjih konkurentov izhaja, da lahko povečajo svojo proizvodnjo in ponudbo (predvsem Pivka), vendar pa je omejevalni dejavnik močna blagovna znamka izdelkov ciljnega podjetja (predvsem Poli, PERUTNINA PTUJ, ipd.). Število konkurentov na tem trgu je manjše (predvsem Pivka in Panvita ter nekaj manjših proizvajalcev, poleg uvoza), vendar je predvsem zaradi uveljavljenih blagovnih znamk podjetja PERUTNINA PTUJ njihova tržna in pogajalska moč manjša kot pri piščančjem mesu.

111. Vseeno pa Agencija ocenjuje, da je panoga zrela, trgovci kot kupci z veliko pogajalsko močjo pa na proizvajalce vršijo neprestan pritisk za zniževanje cen, zato tudi po združitvi konkurenti in kupci ne bodo zmanjšali konkurenčnega pritiska na združeno podjetje.

Prodaja trgovini na drobno

112. Agencija je na podlagi podatkov, ki jih je prejela s strani štirih velikih trgovcev¹³¹, ugotovila stanje na trgu in izračunala tržne deleže podjetja PERUTNINA PTUJ in njegovih konkurentov.

Tabela 17: Vrednostna in količinska prodaja izdelkov iz perutninskega mesa v štirih velikih trgovskih sistemih v Republiki Sloveniji v obdobju od leta 2015 do oktobra 2018

Prodaja izdelkov iz perutninskega mesa trgovskim sistemom	Vrednost (v tisoč EUR)				Količina (v tonah)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka								
Panvita								
Skupaj								
Ostali dobavitelji – slovenski proizvajalci								
Ostali dobavitelji – tuji proizvajalci								
Skupaj								

Vir: Podatki trgovcev¹³².

Tabela 18: Tržni deleži ponudnikov izdelkov iz perutninskega mesa v štirih velikih trgovskih sistemih v Republiki Sloveniji po letih 2015, 2016, 2017 in desetih mesecih leta 2018

Prodaja izdelkov iz perutninskega mesa trgovskim sistemom	Tržni delež glede na vrednost prodaje (%)				Tržni delež glede na količino prodaje (%)			
	2015	2016	2017	1-10 2018	2015	2016	2017	1-10 2018
PERUTNINA PTUJ								
Pivka								
Panvita								
Ostali dobavitelji – slovenski proizvajalci								
Ostali dobavitelji – tuji proizvajalci								
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Seštevki se zaradi zaokroževanja ponekod ne ujemajo.

Vir: Izračun Agencija na podlagi podatkov iz Tabele 17.

113. Agencija ocenjuje, kljub temu, da ima ciljno podjetje tržni delež, ki presega ■ % in da ima splošno prepoznavne in močne blagovne znamke na slovenskem trgu, na trgu vseeno obstaja večje število izravnalnih dejavnikov, kot so npr. (i) število konkurentov, ki prodajajo izdelke iz perutninskega mesa trgovini na drobno, ostaja nespremenjeno; (ii) največji konkurenti imajo proste proizvodne zmogljivosti, še posebej Pivka (z nakupom obrata v Kromberku leta 2018); (iii) z uvozom izdelkov iz perutninskega mesa lahko na trg vstopajo novi konkurenti (kar kaže, da razen blagovne znamke ni pomembnih ovir za vstop na trg); (iv) da je nakupna moč trgovcev velika, zato imajo zaradi pomembnosti za ciljno podjetje (oz. združeno podjetje) veliko pogajalsko moč in predstavljajo pomemben izravnalni dejavnik na trgu; (v) da imajo trgovci lahko sicer večletne pogodbe z dobavitelji izdelkov iz perutninskega mesa, vendar imajo hkrati pogodbo za dobavljanje sklenjeno z večjim

¹³¹ Njihov skupni delež vrednosti prodaje piščančjega mesa glede na prodajo vseh šestih trgovskih sistemov je bil v letu 2017 več kot ■ % in v prvih desetih mesecih leta 2018 ■ %, skupni delež prodanih količin pa so imeli v letu 2017 več kot ■ %, v prvih desetih mesecih leta 2018 ■ %. Agencija je predpostavila, da skupni delež prodaje izdelkov iz perutninskega mesa navedenih štirih trgovcev bistveno ne odstopa od deleža prodaje piščančjega mesa.

¹³² Mercator, Spar, Ekospin in Hofer (dokumenti št. 3061-30/2018-93, 3061-30/2018-94, 3061-30/2018-95 in 3061-30/2018-119).

številom dobaviteljev (večinoma¹³³ z vsemi tremi največjimi ponudniki podjetji PERUTNINA PTUJ, Pivka in Panvita, lahko pa tudi z uvozniki mesa s poreklom iz tujine), zato lahko v različnih obdobjih prerazporejajo nakupljene količine med njimi. Na tej podlagi Agencija ugotavlja, da kot posledica koncentracije na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa trgovini na drobno ne bi prišlo do izkrivljanja konkurence.

B3 ANALIZA VERTIKALNIH UČINKOV

114. Vertikalne združitve imajo lahko za posledico izključitev, kadar ima dejanski ali morebitni konkurent oviran ali onemogočen dostop do dobav in trgov zaradi vertikalne združitve, kar zmanjšuje konkurenčno sposobnost in/ali spodbudo zadevnih podjetij. Agencija je pri presoji vertikalnih učinkov upoštevala Smernice o presoji nehorizontalnih združitev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij (v nadaljevanju: Nehorizontalne smernice), pri čemer Agencija poudarja, da nehorizontalne koncentracije (kar velja tudi za vertikalne učinke pri predmetni koncentraciji) lahko pomenijo grožnjo učinkoviti konkurenci, vendar samo v primeru, če ima združen subjekt precejšnjo stopnjo tržne moči na najmanj enem od zadevnih trgov, pri čemer Agencija, podobno kot Komisija, običajno ne bo izrazila pomislov glede nehorizontalnih združitev, če bo tržni delež novega subjekta po združitvi na vsakem od zadevnih trgov znašal manj kot ■ %.

115. V poglavju, ki se nanaša na presojo horizontalnih učinkov zadevne koncentracije, je Agencija že preverila tržni položaj podjetij, udeleženih v koncentraciji, na trgu prodaje piščančjega mesa in na trgu prodaje izdelkov iz perutninskega mesa, ki sta tudi vertikalno povezana. V nadaljevanju bo Agencija preverila še tržni položaj združenega podjetja (oz. ciljnega podjetja) na trgu nakupa pitovnih piščancev (brojlerjev) ter presojala, ali bi zaradi vertikalnih povezav lahko prišlo do zaprtja dostopa dejanskim ali potencialnim konkurentom do katerega izmed trgov, na katerem poslujejo podjetja, udeležena v koncentraciji. Ker bo združeno podjetje vertikalno integrirano in ima na vseh treh upoštevanih trgih tržni delež nad ■ %, ■ %, ■ %, Z namenom izogniti se dvomu glede morebitnega vpliva zadevne združitve na posameznem trgu je Agencija pri presoji upoštevala najožjo opredelitev trga. Agencija je v nadaljevanju presojala priglašeno koncentracijo po vrsti, kot si vertikalno sledijo zadevni upoštevni trgi; najprej je presojala zgornji (upstream) trg, tj. trg nakupa pitovnih piščancev - brojlerjev, nato pa trg prodaje piščančjega mesa in trg izdelkov iz perutninskega (piščančjega) mesa.

B3.1 Vertikalni učinki med trgov nakupa pitovnih piščancev in trgov prodaje piščančjega mesa

116. Agencija je iz javno dostopnih evidenc ugotovila, da podjetju PERUTNINA PTUJ prodaja pitovne piščance več kot 200 rejcev – kooperantov, kar je nekajkrat več rejcev, kot jih imata oba največja konkurenta skupaj.¹³⁴ Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da je tržni delež podjetja PERUTNINA PTUJ na trgu nakupa pitovnih piščancev večji od ■ %, in sicer Agencija ocenjuje, da je tržni delež podjetja PERUTNINA PTUJ vsaj ■ % (verjetnejša je ocena okoli ■ %).

117. Pivka ima ■ % zasedenost kapacitet pri zagotavljanju pitovnih piščancev, Panvita pa tega podatka Agenciji ni navedla. Obe podjetji kupujeta pitovne piščance od kooperantov, in sicer Panvita od 35 rejcev¹³⁵, Pivka pa od 50 rejcev^{136, 137}. V primeru, da bi PERUTNINA

¹³³ Le en trgovec ■ prodaja piščančje meso le od enega slovenskega proizvajalca – podjetja ■ (in od tujih dobaviteljev), vsi ostali prodajajo piščančje meso od vseh treh slovenskih proizvajalcev (in tudi tujih dobaviteljev), pri čemer se v časovnem obdobju 2015 – oktober 2018 spreminja količina in vrednost dobav posameznih proizvajalcev.

¹³⁴ Podjetju Pivka dobavlja pitovne piščance 50 rejcev, podjetju Panvita pa 35 rejcev. Vir podatkov je naveden v odstavku 117 oz. opombah 135, 136 in 137.

¹³⁵ Dostopno na spletni strani Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, http://www.mkqp.gov.si/fileadmin/mkqp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Izbrana_kakovost/certificirani_MESO/2_018/30_26.11.2018/Panvita_Agromerur_P_23_11_2018.pdf, vpogled dne 18. 1. 2019.

¹³⁶ Dostopno na spletni strani Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, http://www.mkqp.gov.si/fileadmin/mkqp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Izbrana_kakovost/certificirani_MESO/2_019/1_7.1.2019/PIVKA_P_21_12_18.pdf, vpogled dne 18. 1. 2019.

PTUJ po izvedeni koncentraciji zmanjšala proizvodnjo oz. odkup pitovnih piščancev od svojih kooperantov, bi oba konkurenta lahko sklenila pogodbo o sodelovanju z dotedanjimi kooperanti PERUTNINE PTUJ in bi piščance kupovali tudi od njih. Pri tem Agencija na podlagi javno dostopnih podatkov ugotavlja, da je za pridobitev znaka »IZBRANA KAKOVOST« za pridelovalce perutninskega mesa med drugim pogoj, da je transport živih živali v radiju do največ 200 km¹³⁷, zato oddaljenost do 200 km ne predstavlja ovire za preusmeritev dosedanjih kooperantov PERUTNINE PTUJ k drugim kupcem pitovnih piščancev. Večina rejcev – kooperantov PERUTNINE PTUJ je iz območja Podravja, ki je v bližini Panvitinih klavnic (na področju Prekmurja). Obrati (klavnice) Pivke se sicer nahajajo na področju Notranjske (Pivka) in je razdalja od večine kooperantov PERUTNINE PTUJ do podjetja Pivka večja kot pri Panviti, vendar ima Pivka že sedaj kooperante tudi iz krajev, ki so oddaljeni od njenih obratov¹³⁸ (npr. iz Komende, Polzele, Cerkelj na Gorenjskem in Dolenjske).

118. Ciljno podjetje ima v primeru najširše opredelitve upoštevne trga (tj. trg prodaje piščančjega mesa v Republiki Sloveniji) tržni delež med [redacted] % (upoštevaje vrednost prodaje) oz. med [redacted] in [redacted] % (upoštevaje prodano količino), ob ožjih opredelitvah trga glede na različne prodajne poti pa v segmentu prodaje trgovini na drobno med [redacted] in [redacted] % (upoštevaje vrednost prodaje) oz. med [redacted] in [redacted] % (upoštevaje prodano količino), v segmentu gostinstvo, javni zavodi, veletrgovina in industrijski pridelovalci pa med [redacted] in [redacted] % (upoštevaje vrednost prodaje) oz. [redacted] in [redacted] % (upoštevaje prodano količino).
119. Agencija ugotavlja, da možnost, da bi združeno podjetje lahko izključevalo konkurente pri surovinah (t.i. input foreclosure), ni verjetna, saj združeno podjetje svojim konkurentom ne bi moglo omejiti dostopa do pitovnih piščancev na zgornjem delu oskrbne verige oz. ne bi moglo spremeniti pogojev dobave, ki bi bili manj ugodni kot v primeru brez združitve, kar bi posledično zvišalo njihove stroške na spodnjem delu oskrbne verige. Pri pitovnih piščancih gre za homogen proizvod, kjer ni prisotne velike diferenciacije. Proizvajalci piščančjega mesa imajo lahko lastno rejo (proizvodnjo) pitovnih piščancev ali pa sklenjeno pogodbeno razmerje s kooperanti – rejci, ki za proizvajalce piščančjega mesa vzrejajo pitovne piščance, pri čemer od proizvajalcev kupujejo enodnevne piščančke in hrano zanje ter jih po končanem ciklu rasti prodajo proizvajalcem (po dogovorjeni ceni).¹⁴⁰ Konkurenti združenega podjetja lahko do surovine (tj. do pitovnih piščancev) pridejo tako z lastno rejo kot tudi z rejo pri svojih pogodbenih kooperantih, pri čemer lahko pridobijo kooperante tudi izven ozemlja Republike Slovenije.¹⁴¹ Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da ni verjetno, da bi prišlo do protikonkurenčnih učinkov priglašene koncentracije zaradi izključitve pri surovinah.
120. Agencija je za potrebe predmetnega postopka obravnavala možnost, ali bi lahko koncentracija podjetij pripeljala do izključitev pri strankah - t.i. customer foreclosure. Izključitev pri strankah se lahko pojavi, kadar se dobavitelj poveže s pomembno stranko na spodnjem delu oskrbne verige, zaradi česar lahko svojim dejanskim ali morebitnim konkurentom na trgu na zgornjem delu oskrbne verige prepreči dostop do zadostne mreže strank na spodnjem delu oskrbne verige in zmanjša njihovo konkurenčno sposobnost ali spodbudo.¹⁴²

¹³⁷ Dostopno na spletni strani Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, http://www.mkgp.gov.si/delovna_podrocja/kmetijstvo/izbrana_kakovost/certificirani_proizvajalci/, vpogled dne 18. 1. 2019.

¹³⁸ Spletna stran Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, povezava http://www.mkgp.gov.si/fileadmin/mkgp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Izbrana_kakovost/IK_MESO_SP_PR_P.pdf, vpogled dne 6. 2. 2019.

¹³⁹ Spletna stran Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, povezava http://www.mkgp.gov.si/fileadmin/mkgp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Izbrana_kakovost/certificirani_MESO/2_019/1_7.1.2019/PIVKA_P_21_12_18.pdf, vpogled dne 18. 1. 2019.

¹⁴⁰ Možna je tudi kombinacija lastne reje in reje pri kooperantih.

¹⁴¹ Npr. podjetje Hemine Wech iz avstrijske Koroške, za katerega redi piščance tudi več slovenskih rejcev (vir: članek »Na kurji farmi kot v apoteki«, Večer z dne 3. 2. 2015, <https://www.pressreader.com/>, vpogled dne 16. 1. 2019, in prispevek RTV Slovenija v oddaji Ljudje in zemlja (od 0:00 do 11:20 min), dostopen na povezavi <https://www.rtvslo.si/dostopno/podnaslovljene-oddaje/174332597>, vpogled dne 16. 1. 2019).

¹⁴² Nehorizontalne smernice, odst. 58.

121. Agencija je ugotavljala, ali bi imelo združeno podjetje zmožnost in spodbudo takšnega izključevanja. Kot posledica koncentracije bi lahko podjetje PERUTNINA PTUJ ključno surovino – piščančje meso – prenehalo kupovati od rejcev in jo dobivalo od proizvodnih obratov Priglasitelja. Iz letnega poročila PERUTNINE PTUJ za leto 2017 izhaja, da bo podjetje zaradi velikega povpraševanja na trgu (pri čemer obstoječe zmogljivosti rejcev ne zadostijo povpraševanju¹⁴³) v letih od 2018 naprej povečalo proizvodne kapacitete (vključno s piščancem prijazno rejo – PPR) in da bo na tujih trgih raslo s ponudbo mesa z višjim standardom živalim prijazne reje¹⁴⁴, ki dosega na trgu višjo ceno glede na standardno rejo. Enako izhaja tudi iz Priglasiteljevih pojasnil.¹⁴⁵ Iz javno dostopnih informacij tudi izhaja, da med največjimi uvozniki piščančjega mesa na svetovni ravni prva štiri mesta zasedajo Združeno kraljestvo, Nemčija, Francija in Nizozemska.¹⁴⁶ Agencija ocenjuje, da bi se v primeru, da bi združeno podjetje del surovine prenehal kupovati od obstoječih rejcev (in bi v določeni meri začel uporabljati piščančje meso, ki ga v svojih obratih proizvaja Priglasitelj), rejci lahko preusmerili v rejo pitovnih piščancev za podjetji Pivka in Panvita (kar je Agencija že pojasnila v odstavku 117 te odločbe). Poleg tega bi lahko učinkoviti rejci svojo ponudbo razširili tudi izven meja Slovenije, saj so že sedaj slovenski rejci pitovnih piščancev kooperanti podjetja Hermine Wech iz avstrijske Koroške (predvsem gre za rejce iz Koroške). Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da ni verjetno, da bi prišlo do protikonkurenčnih učinkov priglašene koncentracije zaradi izključitve pri strankah.

B3.2 Vertikalni učinki med trgom prodaje piščančjega mesa in trgom prodaje izdelkov iz perutninskega mesa

122. Agencija je obravnavala možnost, da bi združeno podjetje lahko izključevalo konkurente pri surovinah na način, da bi konkurentom na zgornjem delu oskrbne verige omejilo dostop do piščančjega mesa oz. ali bi konkurentom spremenilo pogojev dobave, ki bi bili manj ugodni kot v primeru brez združitve, kar bi posledično zvišalo njihove stroške na spodnjem delu oskrbne verige. Pri piščančjem mesu gre za homogen proizvod, kjer ni prisotne velike diferenciacije. Pri tem je za kupca, ki piščančje meso kupuje kot surovino za izdelke iz perutninskega mesa, ključna predvsem cena surovine. Agencija je z analizo trga ugotovila, da proizvajalci izdelkov iz perutninskega mesa na trgu brez težav dostopajo do vhodne surovine (mesa) tudi zaradi uvoza piščančjega (oz. perutninskega) mesa¹⁴⁷, zato Agencija ocenjuje, da ni verjetno, da bi prišlo do protikonkurenčnih učinkov priglašene koncentracije zaradi izključitve pri surovinah.

123. Agencija je obravnavala tudi možnost, ali bi lahko koncentracija podjetij pripeljala do izključitve pri strankah in bi združeno podjetje lahko svojim dejanskim ali morebitnim konkurentom na trgu na zgornjem delu oskrbne verige preprečilo dostop do zadostne mreže strank na spodnjem delu oskrbne verige in bi zmanjšalo njihovo konkurenčno sposobnost ali spodbudo.¹⁴⁸ Največja konkurenta ciljnega podjetja, ki sta tudi proizvajalca piščančjega mesa (podjetji Pivka in Panvita), [redacted] in (morebitna) omejitev prodaje piščančjega mesa združenemu podjetju, ki že sedaj ni njuna (pomembna) stranka, ne bi vplivala na njuno poslovanje. Ker ciljno podjetje že sedaj kupuje le manjši del surovine od tretjih (nepovezanih) podjetij, koncentracija ne bi imela bistvenega vpliva niti na izključevanje veletrgovcev in drugih proizvajalcev piščančjega mesa. Na podlagi navedenega Agencija ocenjuje, da ni verjetno, da bi prišlo do protikonkurenčnih učinkov priglašene koncentracije zaradi izključitve pri strankah.

¹⁴³ Na strani 11 letnega poročila za leto 2017 podjetja PERUTNINA PTUJ je navedeno »PPR predstavlja že okoli 20 % celotne reje, kar sicer ne zadošča povpraševanju na trgu. V skladu z intenzivnim širjenjem tega segmenta načrtujemo vlaganja v širitev certificirane reje ter širitev na nove trge. Trenutno smo prisotni v Sloveniji, Švici in Avstriji, v letu 2018 načrtujemo širitev v Makedonijo, Srbijo in na Hrvaško.

¹⁴⁴ Letno poročilo skupine PERUTNINA PTUJ za leto 2017 – Strateške usmeritve skupine PERUTNINA PTUJ, stran 31.

¹⁴⁵ Dokument št. 3061-30/2018-26 z dne 19. 11. 2018, v katerem Priglasitelj pojasnjuje, da se pri izvozu iz Ukrajine v EU osredotoča na trge Združenega kraljestva, Nemčije, Francije in Nizozemske

¹⁴⁶ Članek Top Fresh or Frozen Chicken Imports by Country z dne 7. 7. 2018, dostopen na <http://www.worldstopexports.com/top-fresh-or-frozen-chicken-imports-by-country/>, vpogled dne 27. 11. 2018.

¹⁴⁷ Tudi podjetje PERUTNINA PTUJ je v obdobju od leta 2015 do vključno oktobra 2018 na trgu kupovalo piščančje meso, pri čemer prodajalci niso bili del skupine PERUTNINA PTUJ (dokument št. 3061-30/2018-92 z dne 8. 1. 2019).

¹⁴⁸ Nehorizentalne smernice, odst. 58.

IV. ZAKLJUČEK

124. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja in ob upoštevanju javno dostopnih podatkov Agencija ugotavlja, da v zadevi presoje koncentracije podjetij MHP SE, Ciper, in PERUTNINA PTUJ d.d. ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Agencija zato koncentraciji ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

125. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku mora organ odločiti o stroških postopka. Glede na to, da posebni stroški v postopku niso nastali, je organ odločil, kot izhaja iz druge točke izreka.

POUK O PRAVNEM SREDSTVU

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču RS, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vložijo 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:

Nastja Stergar

N. Stergar



Andrej Matvoz
predsednik senata

Andrej Matvoz

Vročiti:

- MHP SE, Zinas Kanther, 16-18 Agia Triada, P.C. 3035, Limassol, Ciper – osebno po ZUP; po pooblaščenju: Odvetniška družba Ilić & partnerji o.p.d.o.o., Davčna ulica 1, 1000 Ljubljana

Objaviti:

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

