



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97
F: 01 478 36 08
E: gp.avk@gov.si
www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-40/2018-81

Datum: 28. 1. 2021

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 ter ob sodelovanju mag. Karle Pinter, Francija Pušenjaka in Andreja Praha kot članov senata na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Agrokor AG, Eschenring 3, 6302 Zug, Švica, ki ga zastopa direktor Mario Starc (v nadaljevanju: Agrokor AG) in Ardeya Global Ltd., Unit No: 3O-01-1280, Jewellery & Gemplex 3, Plot No: DMCC-PH2-J&GPlexS, Jewellery&Gemplex, Dubai, UAE (v nadaljevanju: Ardeya Global), ki ga prav tako zastopa direktor Mario Starc, in ki jih po pooblastilu zastopa Odvetniške družbr Rojs, Peljhan in Prelesnik & partnerju o.p., d.o.o., Tivolska cesta 48, 1000 Ljubljana, po uradni dolžnosti, na nejavni seji 28. 1. 2021, naslednjo

ODLOČBO

- 1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij Agrokor AG, Eschenring 3, 6302 Zug, Švica in Ardeya Global Ltd., Unit No: 3O-01-1280, Jewellery & Gemplex 3, Plot No: DMCC-PH2-J&GPlexS, Jewellery & Gemplex, Dubai, UAE ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.**
- 2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.**

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

- Agencija je 9. 4. 2019 v skladu z drugim odstavkom 45. člena ZPOmK-1 uvedla postopek presoje skladnosti koncentracije po uradni dolžnosti. Podjetju Agrokor d.d., Marijana Čavića 1, 10000 Zagreb, Republika Hrvaška (v nadaljevanju: Agrokor) je izdala sklep o uvedbi postopka², ker je bila izkazana verjetnost, da je prišlo do koncentracije, ki je podrejena določbam ZPOmK-1, in je podjetja niso priglasila. Gre za koncentracijo med podjetjema Agrokor AG, ki je del Skupine Agrokor, in Ardeya Global, ki ima v lasti podjetje Costella polnilnica mineralne vode in vod z okusi d.o.o., Fara 30, 1336 Kostel (v nadaljevanju: Costella).
- Koncentracija je nastala 14. 5. 2016 na podlagi sklenjene Terminalske pogodbe o nakupu delnic ("*Forward Share Purchase Agreement*")³, med podjetjema Agrokor AG kot kupcem in Alsafi Partners kot prodajalcem, na podlagi katere je podjetje Agrokor AG, ki je v 100 % lasti podjetja Agrokor, pridobilo 100 % delež v podjetju Ardeya Global in s tem posredno 100 % delež v podjetju Costella.

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 Dokument št. 3061-40/2018-10.

³ Priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8.

3. Agencija je podjetje Agrokor pred uvedbo postopka presoje koncentracije po uradni dolžnosti večkrat pozvala k priglasitvi nastale koncentracije, a podjetje Agrokor kljub temu koncentracije ni priglasilo, saj je menilo, da le-te ni dolžno priglasiti. Agencija je zato zaradi prekrška po prvi alineji 74. člena ZPOmK-1 oziroma prekrška po drugem odstavku 74. člena ZPOmK-1 v zvezi s prvo alinejo prvega odstavka 74. člena ZPOmK-1 zoper podjetje Agrokor sprožila prekrškovni postopek in dne 24. 9. 2019 izdala odločbo o prekršku št. 3063-2/2018-14, Odl. 7/2019 ter dne 22. 10. 2019 odločbo št. 3063-2/2018-19, Odl. 8/2019. Zoper navedeno odločbo je podjetje Agrokor vložilo zahtevo za sodno varstvo, kateri je Okrajno sodišče v Ljubljani s sodbo št. ZSV 2810/2019-2453 delno ugodilo (izrečeno sankcijo je zmanjšalo na 1.000.000 eur), v ostalem delu, tudi v delu, ki se nanaša na odgovornost podjetja Agrokor zaradi nepriglašene koncentracije podjetij Agrokor AG in Ardeya Global in izpolnjevanju ekonomskega in pravnega pogoja za nastanek obveznosti priglasitve, pa je pritrdilo Agenciji, tj. da je bilo predmetno koncentracijo dolžno priglasiti podjetje Agrokor, ker sta bila izpolnjena tako pravni kot ekonomski pogoj za priglasitev koncentracije. Zoper odločitev sodišča je podjetje Agrokor prek zagovornikov vložilo pritožbo, ki jo je sodišče druge stopnje zavrnilo kot neutemeljeno in potrdilo sodbo sodišča prve stopnje. Odločba o prekršku je postala pravnomočna dne 14. 1. 2021.
4. Agencija je od podjetja Agrokor zahtevala številne podatke in pojasnila, ki so potrebni za izvedbo presoje koncentracije, a jih podjetje Agrokor ni v celoti posredovalo, zato je bila Agencija primorana izdati sklep⁴, s katerim je podjetju Agrokor naložila denarno kazen zaradi opustitve sodelovalne dolžnosti, ter od podjetja Agrokor ponovno zahtevati predložitev manjkajočih podatkov in pojasnil. Podjetje Agrokor je podatke in pojasnila posredovalo dne 9. 10. 2019, 12. 11. 2019, 2. 11. 2020 in nazadnje dne 13. 11. 2020.
5. Prevzemno podjetje Agrokor AG s sedežem v Švici opravlja dejavnost holdinške družbe in je v 100 % lasti podjetja Agrokor, ki skupaj s podjetji, ki jih neposredno ali posredno nadzoruje, tvori Skupino Agrokor. Navedeno je razvidno iz seznama odvisnih družb podjetja Agrokor, ki ga je slednji predložil v postopku presoje koncentracije podjetij Agrokor in Mercator⁵, iz rednih letnih konsolidiranih finančnih poročil⁶, v katerih podjetje Agrokor samo šteje podjetje Agrokor AG za odvisno družbo koncerna Agrokor⁷, ter tudi iz "Settlement Plan Implementation of Agrokor Group creditors", objavljenega na spletni strani podjetja Agrokor 28. 2. 2019⁸, ki na 3. strani poročila med podjetji, ki spadajo pod tujo jurisdikcijo, a so hkrati del Skupine Agrokor, navaja podjetje Agrokor AG. Podjetje Agrokor je registrirano za opravljanje dejavnosti proizvodnje hrane in pijače, trgovino na drobno v nespecializiranih prodajalnah, skladiščenje blaga, upravljanje holding-družb in številne druge dejavnosti. V skupino Agrokor so v času nastanka koncentracije sodila številna podjetja, ki se prvenstveno ukvarjajo predvsem z dejavnostjo proizvodnje in distribucije hrane in pijače (npr. mineralne vode, sladoleda, olja, margarine, majoneze, mesa ...), ter z njihovo veleprodajo in maloprodajo, pri čemer pa večina teh podjetij s svojo dejavnostjo ni prisotna na slovenskem trgu. Podjetje Agrokor je v času nastanka koncentracije poslovalo na trgu Republike Slovenije preko več odvisnih podjetij, ki imajo sedež na območju RS in sicer: Jamnica Mineralna Voda d.o.o., ki se ukvarja s trgovino na veliko z alkoholnimi in brezalkoholnimi pijačami, Ledo d.o.o., ki se ukvarja s prodajo in distribucijo sladoleda in zmrznjene hrane, Zvijezda d.o.o., ki se ukvarja z nespecializirano trgovino na debelo, in Mercator d.d., ki se ukvarja s trgovino na drobno v nespecializiranih prodajalnah. V času nastanka koncentracije je bilo podjetje Agrokor v večinski lasti fizične osebe Ivica Todorica,

⁴ Dokument št. 3061-40/2018-50.

⁵ Priloga 9 priglasitve koncentracije podjetij Agrokor in Mercator, št. 306-64/2013-1 z dne 12. 7. 2013.

⁶ Mednarodni računovodski standard (MRS) 27 se uporablja pri sestavi in predstavljanju konsolidiranih računovodskih izkazov skupine podjetij, ki jih usmerja obvladujoče podjetje. MRS 27 definira obvladovanje kot zmožnost odločanja o finančnih in poslovnih usmeritvah podjetja za pridobivanje koristi iz njegovega delovanja.

⁷ Finančna poročila na spletni strani: <http://www.agrokor.hr/en/investors/financial-statements/yearly/>.

⁸ <http://naqodba.agrokor.hr/wp-content/uploads/2019/02/Settlement-Plan-steps-until-ICD.pdf>

ki je bil hkrati tudi predsednik uprave in zakoniti zastopnik pravne osebe Agrokor. Podjetje Agrokor je v insolvenčnem postopku izredne uprave na novo podjetje Fortenova grupa d.d., Ulica Marijana Cavica 1, 10000 Zagreb, Hrvaška preneslo a) vsa sredstva (razen sredstev podjetja Mercator d.d.⁹ in registracijo prenosa družb Idea d.o.o. in Dijamant a.d. v Republiki Srbski), poslovanje, dovoljenja, koncesije podjetja Agrokor, in b) delnice oziroma poslovne deleže vzdržnih družb podjetja Agrokor. S tem je podjetje Agrokor postalo »prazna lupina«, ki bo prenehalo s svojim delovanjem najkasneje v letu 2021, ko bo izbrisano iz sodnega registra.

6. Podjetje Ardeya Global je holdinška družba, ustanovljena s strani podjetja Alsafi Partners Ltd., Unit No: 3O-01-1280, Jewellery & Gemplex 3, Plot No: DMCC-PH2-J&GPlexS, Jewellery & Gemplex, Dubai, UAE (v nadaljevanju: Alsafi Partners) z namenom zagotovitve sredstev za nakup podjetja Costella. Podjetje Ardeya Global ima v podjetju Costella 100 % lastniški delež. V času prodaje podjetja Costella je bil njen 100 % lastnik podjetje Gozdarstvo Grča. Glavna gospodarska dejavnost podjetja Costella je proizvodnja in veleprodaja ustekleničene vode.
7. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah¹⁰ (v nadaljevanju: ZUT) podjetje Agrokor upravne takse ni plačalo, saj je bil postopek uveden po uradni dolžnosti, zato ni taksni zavezanec.
8. Podjetje Agrokor navaja, da ni seznanjeno z razlogi, zakaj je podjetje Agrokor AG v letu 2015 izvedlo prevzem podjetja Ardeya Global in s tem podjetja Costella¹¹.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

9. 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, 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.
10. Agencija je ugotovila, da je podjetje Ardeya Global dne 4. 3. 2016 kupilo 100 % delež podjetja Costella in izvedlo uspešno finančno prestrukturiranje podjetja Costella s tem, da je vanj vložilo kapital, zagotovilo njegovo likvidnost ter poravnalo obveznosti do lizinskih družb in državnih institucij.¹² Iz baze AJPes¹³ je razvidno, da je podjetje Ardeya Global vstopilo v lastništvo podjetja Costella dne 21. 7. 2016, v poslovni register Republike Slovenije pa je bilo vpisano dne 26. 7. 2016.¹⁴
11. Iz dokumentov, ki jih je prejela Agencija od podjetja Agrokor¹⁵ je razvidno, da je podjetje Alsafi Partners, kmalu po pridobitvi podjetja Costella, dne 14. 5. 2016 sklenilo »Forward

⁹ Evropska Komisija je dne 21. 9. 2020 v skladu z Uredbo EU o združitvah brezpogojno odobrila prevzem podjetja Mercator s strani Fortenova grupa.

¹⁰ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5.

¹¹ Dokument št. 3061-40/2018-75.

¹² Priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8: »Forward Share Purchase Agreement«, str.5

¹³ Vir: Baza AJPes: <https://www.ajpes.si/prs/podjetjeSRG.asp?s=1&e=286642>.

¹⁴ Vir: Baza AJPes: file:///C:/Users/nmacek/Desktop/SRG_zgodovinski_izpis_1433792000_20190326092326.pdf.

¹⁵ Dokument št. 3061-40/2018-8.

Share Purchase Agreement« (v nadaljevanju: Terminsko pogodbo o nakupu delnic¹⁶) s podjetjem Agrokor AG, na podlagi katerega je prodalo 100 % delež podjetja Ardeya Global, in s tem tudi podjetje Costella podjetju Agrokor AG. Kasneje sta podjetji Alsafi Partners in Agrokor AG sprejeli še »First amendment to the forward share purchase agreement« (Prvi predlog spremembe terminske pogodbe o nakupu delnic¹⁷), v katerem sta spremenili dogovor o nakupni ceni podjetja Ardeya Global. Dne 21. 2. 2017 sta podjetji podpisali »Annex 2 to forward share purchase agreement« (Aneks 2 k terminski pogodbi o nakupu delnic¹⁸), v katerem sta ponovno določili prodajno ceno podjetja Ardeya Global, in dne 8. 3. 2017 še »Closing memorandum to the forward share purchase agreement« (Zaključni dogovor terminske pogodbe o nakupu delnic¹⁹), v katerem potrjujeta, da so izpolnjene vse zahteve v navedenih dokumentih ter »Share purchase agreement (Pogodbo o nakupu delnic²⁰), ki podrobno definira točko 7.1.2. Terminske pogodbe o nakupu delnic, in sicer potrjuje, da je prodajalec registriran lastnik 100.000 navadnih delnic podjetja Ardeya Global, kar pomeni, da je 100 % lastnik tega podjetja, in da ima podjetje Ardeya Global 100 % kapitalsko udeležbo v podjetju Costella, ter da bo 100.000 navadnih delnic podjetja Ardeya Global preneseno na podjetje Agrokor AG.

12. Glede na navedeno je mogoče ugotoviti, da prva transakcija nakupa podjetja Costella s strani podjetja Ardeya Global ne predstavlja koncentracije zaradi neizpolnjenega elementa trajnosti spremembe kontrole nad podjetjem (1. odstavek 10. člena ZPOmK-1). Podjetje Alsafi Partners je podjetje Ardeya Global, skupaj s podjetjem Costella namreč prodalo²¹ dobra dva meseca po tem, ko je podjetje Ardeya Global kupilo²² 100 % lastniški delež podjetja Costella.
13. V predmetni zadevi je koncentracija podjetij nastala na podlagi sklenjene Terminske pogodbe o nakupu delnic z dne 14. 5. 2016 med podjetjem Alsafi Partners in Agrokor AG. Na tej podlagi je podjetje Agrokor AG pridobilo 100 % lastniški delež podjetja Ardeya Global in 100 % lastniški delež podjetja Costella, ki ustvarja prihodke na slovenskem trgu, s čimer lahko izvaja izključno kontrolo nad prevzetima podjetjema. Obveznost priglasitve koncentracije Agenciji je nastopila 30 dan po podpisu Terminske pogodbe o nakupu delnic z dne 14. 5. 2016
14. Podjetje Agrokor je navedlo²³, da z izvedbo koncentracije sploh ni bilo seznanjeno in da je bilo o tem dejstvu obveščeno šele *post festum*, ter da je bil nakup podjetja Ardeya Global posledica enostranskih in prikritih odločitev enega izmed članov posloводства podjetja Agrokor d.d., ki je bil hkrati tudi član posloводства Agrokor AG - Ivice Todorica. Hkrati je podjetje še navedlo, da je bilo poslovanje podjetja Agrokor AG, ki naj bi pridobilo kontrolo nad podjetjem Ardeya Global, v času nastanka koncentracije že povsem ločeno od poslovanja družbe Agrokor. Zaradi vsega navedenega Agrokor navaja, da nima kontrole nad podjetjem Agrokor AG in/ali nad podjetjem Ardeya Global in Costello.
15. Agencija v zvezi z navedbami podjetja Agrokor pojasnjuje, je imela matična družba Agrokor v kritičnem času nastanka koncentracije (sklenitev terminske pogodbe o nakupu delnic z dne 14. 5. 2016) in tudi v času storitve prekrška prepozne priglasitve (30 dnevni rok za priglasitev koncentracije je potekel dne 13. 6. 2016), 100 % lastništvo v odvisni držbi

¹⁶ Terminska pogodba o nakupu delnic je priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8.

¹⁷ Prvi predlog spremembe terminske pogodbe o nakupu delnic je priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8.

¹⁸ Aneks 2 k terminski pogodbi o nakupu delnic je priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8.

¹⁹ Zaključni dogovor terminske pogodbe o nakupu delnic je priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8.

²⁰ Pogodbo o nakupu delnic je priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8.

²¹ Podjetje Alsafi Partners je dne 14. 5. 2016 prodalo podjetje Ardeya Global podjetju Agrokor AG.

²² Podjetje Ardeya Global je dne 4. 3. 2016 kupilo podjetje Costella.

²³ Dokument št. 3061-40/2018-75 in 76.

Agrokor AG²⁴ in s tem vse glasovalne pravice za sprejem strateško poslovnih odločitev in posledično možnost izvajanja odločilnega vpliva (nadzora) v tem podjetju.²⁵ Podjetje Agrokor je imelo z vsemi glasovalnimi pravicami v podjetju Agrokor AG možnost, da odločilno vpliva na poslovno politiko hčerinske družbe, kar pomeni, da se je nadzor podjetja Agrokor izvajal preko kontrolnega deleža v odvisnem podjetju. Podjetje Agrokor je kontrolo pridobilo v smislu 2. alineje tretjega odstavka 10. člena ZPOmK-1, zato bi moralo koncentracijo prijaviti kot matična družba, ki ima 100 % delež v kapitalu hčerinske družbe.

16. Z vidika razlage pojma kontrole in odločilnega vpliva nad podjetjem je treba namreč opozoriti predvsem na drugi odstavek 10. člena ZPOmK-1, ki določa, da pomenijo kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom 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 lastništvo ali pravica do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja in pravica ali pogodba, ki zagotavlja odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.
17. Tudi Uredba Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. 1. 2004 o nadzoru koncentracij podjetij ("Uredba ES o združitvah")²⁶ v členu 3(2) jasno opredeljuje nadzor kot "možnost izvajanja odločilnega vpliva" in ne kot dejansko izvajanje takšnega vpliva, zato so vse navedbe podjetja Agrokor, da ne izvaja neposredne ali posredne kontrole nad podjetjem Ardeya Global, neupoštevne. Pri ugotavljanju kontrole nad podjetjem v postopkih presoje koncentracij namreč Agenciji ni treba dokazovati, da se odločilni vpliv dejansko izvaja oziroma, da se bo dejansko izvajal, ker zadostuje že možnost izvajanja takšnega vpliva nad podjetjem.²⁷ Ker je možnost izvajanja odločilnega vpliva podjetja Agrokor nad podjetjem Agrokor AG obstajala že v trenutku nastanka koncentracije dne 14. 5. 2016, Agencija ugotavlja, da je bilo podjetje Agrokor nesporno tisto, ki je pridobilo kontrolo v ciljnem podjetju, zato zavrača pavšalne navedbe podjetja Agrokor, da ne izvaja kontrole nad podjetjem Agrokor AG in posledično nad podjetjem Ardeya Global ter podjetjem Costella. Tudi praksa sodišča EU potrjuje, da za opredelitev pridobitve kontrole posameznega podjetja nad drugim podjetjem zadošča že možnost izvajanja odločilnega vpliva.²⁸ Razlogi ki jih je navedel Agrokor, zakaj v času nastanka koncentracije oz. v trenutku nastanka obveznosti prijavitve koncentracije ni izvajal kontrole v podjetju Agrokor AG (izredna uprava v podjetju Agrokor in moratorij v podjetju Agrokor AG - april 2017), pa so neupoštevni, saj so nastali po 14. 5. 2016, ko je koncentracija nastala in po 13. 6. 2016, ko je potekel rok za prijavitve koncentracije, zato se Agencija do njih sploh ne opredeljuje.
18. Določba 135. člena Uredbe ES o združitvah, da kadar ciljno podjetje pridobi skupina preko enega svojih odvisnih podjetij, sta udeleženi podjetji ciljno podjetje in prevzemno odvisno podjetje, če ni zgolj posrednik za pridobitev, določa v koncentraciji udeležena podjetja v smislu 9. točke prvega odstavka 3. člena ZPOmK-1, ne pa subjekt, ki mora prijaviti koncentracijo v smislu 3. odstavka 10. člena ZPOmK-1. Prijavitelj koncentracije bi skladno z usmeritvami Evropske komisije sicer lahko izvršilo tudi odvisno podjetje (Agrokor AG) ali njegova matična družba (Agrokor), pri čemer pa je odgovornost v primeru nepriglašene koncentracije na matični družbi, ki pridobi kontrolo v smislu 2. alineje 3. odstavka 10. člena ZPOmK-1.²⁹

²⁴ S tem deležem podjetje še vedno razpolaga in ga šteje kot del Skupine Agrokor, kar izhaja iz javno dostopnega konsolidiranega letnega poročila skupine Agrokor za leto 2018, dostopno na: <file:///C:/Users/nmacek/Desktop/Agrokor%20Group%20consolidated%20financial%20statements%2031.12.2018.pdf>

²⁵ Komentar ZPOmK-1, str. 175.

²⁶ OJ L 24, 29. 1. 2004.

²⁷ Glej 16. odstavek Obvestila komisije.

²⁸ Enako stališče je bilo zavzeto tudi v sodbi v zadevi T-282/02 Cementbouw proti Komisiji, odstavek 58, (2006) Z Odl. II-319.

²⁹ Obvestilo Komisije, 135.odstavek.

19. Ker je podjetje Agrokor pridobilo kontrolo v smislu 2. alineje 3. odstavka 10. člena ZPOmK-1, bi moralo prigrasiti predmetno koncentracijo podjetij do 13. 6. 2016, pa tega, kljub predhodnemu pozivu Agencije ni storilo. Agencija je zato postopek presoje koncentracije začela po uradni dolžnosti na podlagi drugega odstavka 45. člena ZPOmK-1, hkrati pa uvedla ločen prekrškovni postopek zaradi prekrška po 1. alineji prvega odstavka 74. člena ZPOmK-1³⁰, v katerem je izdala odločbo o prekršku zoper podjetje Agrokor.
20. Agencija tudi ne more sprejeti navedb podjetja Agrokor, da je predmetna koncentracija posledica enostranskih in prikritih odločitev nekdanjega predsednika uprave Agrokorja Ivica Todorica, s katero ostali člani posloводства predhodno niso bili seznanjeni, zaradi česar naj bi dejansko in izključno kontrolo nad poslovanjem podjetja Ardeya Global, izvajal le Ivica Todoric, ki je bil v tem času tudi večinski lastnik podjetja Agrokor. Terminalska pogodba o nakupu delnic³¹, na podlagi katere je prišlo do predmetne koncentracije, je bila sklenjena med podjetjem Agrokor AG (kot kupcem), ki je v 100 % lasti podjetja Agrokor, in podjetjem Asalfi Partners (kot prodajalcem). Ivica Todoric je bil v času sklenitve pogodbe predsednik uprave Agrokorja, kar pomeni, da je v tem času samostojno in brez omejitev vodil, zastopal in predstavljal pravno osebo Agrokor. Za pridobitev kontrole s strani fizičnih oseb velja, da povzročijo trajno spremembo v strukturi udeleženih podjetij le, če te fizične osebe izvajajo nadaljnje gospodarske dejavnosti za lasten račun ali če nadzorujejo vsaj eno drugo podjetje,³² kar pa v dotičnem primeru ne velja. Ivica Todoric namreč ni kupil podjetja Ardeya Global v svojem imenu in za svoj račun, ampak je bilo podjetje Ardeya Global kupljeno v imenu podjetja Agrokor AG. Navedbe, da je Ivica Todoric osebno in brez vednostih ostalih pooblaščenih oseb v imenu podjetja Agrokor AG kupil družbo Ardeya Global, ter da družba Agrokor z izvedbo koncentracije sploh ni bila seznanjena do konca leta 2017 in bila o tem dejstvu obveščena šele *post festum*, so po mnenju Agencije nerelevantne, saj je to stvar notranjih razmerij podjetja Agrokor.
21. Na podlagi vsega navedenega Agencija zaključuje, da je s koncentracijo podjetij Agrokor AG in Ardeya Global, matično podjetje Agrokor pridobilo izključno kontrolo nad podjetjem Ardeya Global in s tem tudi nad podjetjem Costella, ki deluje na slovenskem trgu. Obveznost prigrasitve koncentracije Agenciji je nastopila v 30 dneh od podpisa Terminalske pogodbe o nakupu delnic z dne 14. 5. 2016
22. 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.
23. 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 prigrasitve in presoje po ZPOmK-1.

³⁰ Zadeva št.: 3063-2/2018.

³¹ Pogodba je priloga dokumenta št. 3061-40/2018-8.

³² 12. odstavek Obvestila komisije.

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

24. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to prijaviti Agenciji. Prijavitelj je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 35 milijonov EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 1 milijon EUR oziroma v primeru kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem, če je letni promet, vsaj dveh v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, presegel 1 milijon evrov.
25. Agencija je ugotovila, da je v primeru presoje pridobitve kontrole podjetja Agrokor AG nad podjetjem Ardeya Global skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije znašal več kot 35 mio EUR, saj je letni promet samo enega od podjetij v Skupini Agrokor, podjetja Mercator, v letu 2015 znašal 1.403.504.000 EUR³³.
26. Prevzeto podjetje Costella je v letu 2015 ustvarilo 1.333.860 EUR čistih prihodkov od prodaje.³⁴ Navedeni javno objavljen podatek obsega celoten promet podjetja Costella, ki ga je družba ustvarila v poslovnem letu 2015, saj podjetje Costella v svojih letnih poročilih, ki jih objavi v javni bazi AJPES, ne prikazuje ločeno prometa, ki ga ustvari na trgu Republike Slovenije. Agencija je zato od podjetja Costella zahtevala številne podatke, med drugim tudi podatke o ustvarjenih prihodkih na domačem trgu za posamezna leta od 2015-2018.³⁵ Podjetje Costella je posredovalo vse zahtevane podatke³⁶ razen podatka o čistih prihodkih od prodaje na domačem trgu za leto 2015 in vrednostnih podatkov o izvozu za leto 2015. Kljub navedenemu je podjetje Costella navedlo, da nikoli ni bilo izvozno usmerjeno podjetje, zaradi česar težko poda kakršnekoli informacije za tuje trge, saj je za Costello obseg vsakega izmed upoštevanih trgov Republika Slovenija. Navedeno potrjuje primerjava med podatki o ustvarjenih prihodkih od prodaje in podatki o čistih prihodkih od prodaje na domačem trgu za leta 2014, 2016 in 2017, ki jih je navedlo podjetje Costella in ki so navedeni v spodnji tabeli. Iz navedenih podatkov jasno izhaja, da Costella večino prihodkov od prodaje ustvari na domačem trgu.

Tabela 1: Prihodki podjetja Costella v letih 2014 - 2017 v EUR

Costella	2014	2015	2016	2017
Čisti prihodki od prodaje	1.390.382	1.333.860	1.091.703	1.186.487
Čisti prihodki od prodaje na domačem trgu	████████	n.p.	████████	████████
% ustvarjenega prometa na domačem trgu	[90-100] %	-	[90-100] %	[90-100] %

Vir: Podatki podjetja Costella, dok. 3061-40/2018-40.

27. Agencija na podlagi navedenih podatkov sklepa, da je podjetje Costella tudi v letu 2015 ustvarilo večino od 1.333.860 EUR čistih prihodkov od prodaje na slovenskem trgu, čemur podjetje Agrokor nasprotuje in navaja, da je podjetje Costella po podatkih Nielsen Retail Panel v tem letu na trgu Republike Slovenije ustvarilo ████████ EUR prometa.³⁷ Agencija zavrača navedbo podjetja Agrokor, saj posredovani podatki podjetja Costella o vrednosti

³³ Vir: Baza AJPES; Letno poročilo 2015 Mercator.

³⁴ Vir: Baza AJPES https://www.ajpes.si/iolp/podjetje.asp?maticna=1433792000&id_prikaza=2&id=3901003#porocilo
³⁵ Dokumenta št. 3061-40/2018-23 in 52.

³⁶ Dokumenti št. 3061-40/2018-28, 36, 40, 53, 54 in 56.

³⁷ Dokument št. 3061-40/2018-75, str. 4, točka 2.5 Podatki o letnem prometu.

prodaje največjim trem slovenskim kupcem v letu 2015, ter vrednostni podatki o ustvarjeni prodaji v HORECA sektorju v letu 2015, ki obsega izključno prodajo na slovenskem trgu, izkazujejo, da je presežen prag letnega prometa 1 milijon EUR.³⁸

Tabela 2: Podatki o ustvarjenih prihodkih podjetja Costella na slovenskem trgu v letu 2015

Costella	2015
Vrednost prodaje največjim 3 kupcem na slovenskem trgu	██████ EUR
Vrednost prodaje HORECA sektorju na slovenskem trgu	██████ EUR
SKUPAJ prihodki na slovenskem trgu:	██████ EUR

Vir: Podatki podjetja Costella, dok. 3061-40/2018-40.

28. Iz tabele 2 izhaja, da je podjetje Costella v letu 2015 samo s tremi največjimi kupci na slovenskem trgu ustvarilo ██████ EUR prihodkov od prodaje, ter ██████ EUR prihodkov od prodaje, ki jih je ustvarilo s prodajo HORECA sektorju na slovenskem trgu, kar skupaj znaša ██████ EUR prihodkov od prodaje na slovenskem trgu. Ker vrednostni podatki o prodaji kupcem na slovenskem trgu obsegajo samo prodajo največjim trem slovenskim kupcem, Agencija sklepa, da je ustvarjen promet podjetja Costella na domačem trgu v letu 2015 verjetno še višji od ██████ EUR. Ne glede na navedeno pa je mogoče že na podlagi vseh navedenih podatkov zaključiti, da je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini na trgu Republike Slovenije presegel 1 milijon EUR, s čimer je presežen prag letnega prometa, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
29. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru koncentracije podjetij Agrokor AG in Ardeya Global sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1 in mora biti priglašena Agenciji.

C Pristojnost Agencije

30. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij³⁹ (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katerokoli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije⁴⁰ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.⁴¹
31. 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

³⁸ Dokument št. 3061-40/2018-40.

³⁹ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

⁴⁰ Dolžnost izhaja tako iz načela lojalnosti, ki je opredeljeno v tretjem odstavku 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26.10.2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

⁴¹ Sodba Sodišča EU, 14. julij 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zdl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

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.

32. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU. Skupni promet Skupine Agrokor je na vseh trgih v letu 2015 znašal 2.646.460.551 EUR⁴², promet podjetja Costella pa je v letu 2015 na vseh trgih znašal 1.333.860 EUR⁴³. Tako ni presežen prag iz točke (a) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa), in prav tako ni presežen prag iz točke (b) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet na trgu Skupnosti vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 milijonov EUR). Ker koncentracija ne dosega pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, je Agencija preverila, ali koncentracija dosega pragove iz tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. Pri tem je ugotovila, da je presežen prag iz točke (a) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (vsa v koncentraciji udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa), vendar pa ni izpolnjen prag iz točke (c) in (d) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 100 mio EUR), saj je prevzeto podjetje v letu 2015 ustvarilo le 1.333.860 mio EUR, od česar je bila večina prometa ustvarjena na območju Republike Slovenije. .
33. 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 S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg in upoštevni geografski trg

34. 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.
35. 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

⁴² Letno poročilo Skupine Agrokor za leto 2016, spletna stran <https://www.agrokor.hr/hr/investitori/financijski-izvjestaji/godisnji-izvjestaji/>, str.67.

⁴³ Vir: Baza AJPEŠ https://www.ajpes.si/iolp/podjetje.asp?maticna=1433792000&id_prikaza=2&id=3901003#porocilo

ipd.

36. Po navedbah podjetja Agrokor, v primeru koncentracije podjetij Agrokor AG in Ardeya Global ne obstajajo trgi na katerih bi se dejavnosti horizontalno ali vertikalno prekrivale. Podjetje Agrokor AG po navedbah Agrokorja opravlja zgolj dejavnost holdinške družbe in ni prisotno na nobenem od maloprodajnih ali veleprodajnih trgov, ki bi bili kakorkoli povezani z ali blizu trgov na katerih je prisotna družba Ardeya Global, ki naj ne bi opravljala nikakršne dejavnosti, pač pa služi kot holdinška družba, ki upravlja zgolj z eno naložbo – t.j. naložbo v družbi Costella, ki je aktivna na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode.⁴⁴
37. Skladno s 134. odstavkom Obvestila Komisije so v koncentraciji udeležena podjetja (i) prevzemno podjetje in (ii) ciljno podjetje, pri čemer je treba v primerih, ko prevzemno podjetje pripada skupini podjetij (single economic entity), pri izračunu ekonomskih pragov iz prvega odstavka 42. člena ZPOMK-1 in prav tako pri presoji koncentracije, upoštevati vsa podjetja, s katerim je povezano podjetje Agrokor AG. Ker je imela matična družba Agrokor v kritičnem času nastanka koncentracije (sklenitev Terminske pogodbe o nakupu delnic z dne 14. 5. 2016) in tudi v času storitve prekrška prepozne priglasitve (30 dnevni rok za priglasitev koncentracije je potekel dne 13. 6. 2016), 100 % lastništvo v odvisni družbi Agrokor AG⁴⁵ in s tem vse glasovalne pravice za sprejem strateško poslovnih odločitev in posledično možnost izvajanja odločilnega vpliva (nadzora) v tem podjetju⁴⁶, poleg tega je uvedba moratorija nad podjetjem Agrokor AG nastopila po 13. 6. 2016, ko je nastala obveznost priglasitve predmetne koncentracije, je treba v zadevnem primeru na strani prevzemnika celotno Skupino Agrokor šteti kot ekonomsko celoto. Agencija zato podjetje Agrokor AG šteje kot del Skupine Agrokor, kar nesporno izhaja tudi iz javno dostopnih konsolidiranih letnih poročil⁴⁷ Skupine Agrokor⁴⁸, zato je treba podjetja, ki pripadajo isti skupini podjetij, skupaj z družbo materjo šteti za en subjekt (single economic entity)⁴⁹.
38. Upošteva se navedeno, Agencija ugotavlja, da je imelo podjetje Agrokor v času nastanka koncentracije dve odvisni podjetji, dejavnosti katerih se horizontalno in vertikalno prekrivajo z dejavnostjo prevzetega podjetja Costella, tj. dejavnost proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode. To sta podjetji Mercator d.d., ki je na slovenskem trgu prisotno na trgu nabave izdelkov za vsakdanjo rabo, trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo in trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, ter podjetje Jamnica mineralna voda družba za trženje mineralne vode d.o.o., Limbuška cesta 2, 2341 Limbuš (v nadaljevanju: Jamnica), ki opravlja dejavnost proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode. Slednja je bila v lasti podjetja Agrokor do 1. 4. 2019, ko se je del premoženja podjetja Agrokor, ki se je zgodil s potrditvijo poravnave nad podjetjem Agrokor⁵⁰, prenesel na podjetje Fortenova Grupa. V času izdaje predmetne odločbe je podjetje Agrokor prisotno na slovenskem trgu le še preko podjetja Mercator, ki bo v kratkem prešlo na podjetje Fortenova Grupa, s čimer se bo postopek izredne uprave zaključil (najpozneje do 6. 7. 2021), podjetje Agrokor pa bo izbrisano iz sodnega registra.

⁴⁴ Dokument št. 3061-40/2018-75, točka 6. Upoštevni trgi, str. 7.

⁴⁵ S tem deležem podjetje še vedno razpolaga in ga šteje kot del Skupine Agrokor, kar izhaja iz javno dostopnega konsolidiranega letnega poročila Skupine Agrokor za leto 2018, dostopno na: <file:///C:/Users/nmacek/Desktop/Agrokor%20Group%20consolidated%20financial%20statements%2031.12.2018.pdf>

⁴⁶ Komentar ZPOMK-1, str. 175.

⁴⁷ Mednarodni računovodski standard (MRS) 27 se uporablja pri sestavi in predstavljanju konsolidiranih računovodskih izkazov skupine podjetij, ki jih usmerja obvladujoče podjetje. MRS 27 definira obvladovanje kot **zmožnost odločanja** o finančnih in poslovnih usmeritvah podjetja za pridobivanje koristi iz njegovega delovanja.

⁴⁸ Finančna poročila so javno objavljena spletni strani: <http://www.agrokor.hr/en/investors/financial-statements/yearly/>, iz katerih je razvidno, da je podjetje Agrokor AG odvisna družba koncerna Agrokor.

⁴⁹ Sodba I U 306/2015 in I U 215/2015 z dne 5. 1. 2016.

⁵⁰ T.i. "nagodba".

39. Upošteva je navedeno je do 1. 4. 2019 prihajalo po mnenju Agencije do horizontalnega prekrivanja dejavnosti na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, na katerem delujeta podjetje Jamnica in Costella, prav tako pa se trgi, na katerih je prisotno podjetje Mercator (trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo, trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo in trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno), vertikalno prekrivajo s trgom proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, na katerem deluje prevzeto podjetje Costella, zato bo Agencija v nadaljevanju izvedla presojo učinkov koncentracije na učinkovito konkurenco v Republiki Sloveniji na navedenih trgih.

Trg proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode

40. Agencija je že v svoji pretekli praksi⁵¹ ugotovila, da posamezne vrste pijač na podlagi specifičnosti okusov, vonja, arome, barve, morebitnih dodatkov, geografskega porekla in različnih načinov pridobivanja, predstavljajo ločene upoštevne trge, pri čemer ustekleničena pitna in mineralna voda predstavljata ločen upoštevni proizvodni trg. Voda je brezalkoholna pijača brez vonja, arome, barve in okusa. Ustekleničena pitna voda in mineralna voda ne zahtevata posebnih postopkov predelave vhodnih surovin, v postopku polnjenja pa se jima lahko dodaja ogljikov dioksid (gazirana voda).
41. Tudi iz prakse Evropske komisije izhaja⁵², da je stopnja nadomestljivosti na strani ponudbe vod velika in govori v prid enotnemu proizvodnemu trgu, saj so stroški prehoda proizvodnje gazirane vode na proizvodnjo negazirane vode sorazmerno nizki in obratno, zato ne predstavljajo nobene pomembne ovire. Glede na navedeno Agencija pri presoji predmetne koncentracije upoštevni proizvodni trg ni opredelila širše od trga ustekleničene vode, pri čemer ni dokončno določila, ali bi ta trg lahko nadalje razdelili na negazirano in gazirano ustekleničeno vodo ali po distribucijskih kanalih, saj niti ob najožji možni definiciji trga ni izkazan pomislek glede konkurence.
42. Podjetje Costella je navedlo osnovno delitev skupin vod v Sloveniji, ki je sledeča: (i) gazirane vode z okusom, (ii) gazirane vode brez okusa, (iii) negazirane vode z okusom in (vi) negazirane vode brez okusa. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
43. Skupine potrošnikov predstavljajo različen segment kupcev glede na to katero skupino vod kupujejo in sam namen nakupa vode. Primer; nekdo, ki bi se rad samo odžejal bo sigurno kupil negazirano vodo in ne gazirane, imamo pa lahko 2 segmenta kupcev v tem primeru. Torej, športnike, ki bodo kupili negazirano vodo brez okusa (brez sladkorja) in ostale, ki jim vsebnost sladkorja pri negaziranih vodah z okusom ni pomembna. V tem primeru pa za potrošnika produkt A (negazirana voda z okusom) predstavlja substitut produktu B (negazirani vode brez okusa) zaradi česar pa se lahko pojavi problem smotrnosti uporabe ločenih upoštevni trgi v primeru teh dveh skupin vod. Cena vod iz določene skupine v posamezni regiji bi lahko bila omejena z zamenljivostjo povpraševanja, saj bi lahko kupci iz predelov Slovenije kjer voda ni pitna (zaselki občine Medvode, zaselki Trebnja...) reagirali na spremembo cen v sorazmerno kratkem času ampak če je za potrošnika produkt A zamenljiv s produktom B, bo lahko le ta v primeru zvišanje cene enega proizvoda nadomestil potrošnjo z drugim. Glede na to, da govorimo o FMCG⁵³ segmentu in tako

⁵¹ Koncentracija podjetij Pivovarna Laško/Pivovarna Union.

⁵² Odločba Evropske komisije v zadevi IV/M.1065 -Nestle/ San Pellegrino.

⁵³ Fast-moving consumer goods.

malem tržišču kot je Slovenija se to v realnosti seveda ne bo zgodilo. Kar se tiče same ponudbe je le-ta v podjetju Costella precej prilagodljiva saj ima na voljo tako stekleno kot tudi linijo za PET plastenke. Sicer pa je bilo podjetje Costella do leta 2019 prisotno v vseh skupinah vod razen gazirani vodi z okusom.⁵⁴

44. Evropska komisija je v eni od odločb⁵⁵ proučevala konkurenco med blagovnimi znamkami. Zanimalo jo je, v kolikšni meri italijanski potrošniki majhne blagovne znamke mineralne vode štejejo za nadomestljive z velikimi nacionalnimi blagovnimi znamkami, in ugotovila, da obstaja zadostna stopnja nadomestljivosti, zato pripadajo istemu proizvodnemu trgu. Značilnosti in uporaba izdelkov sta si v veliki meri podobni.
45. Skladno z vsem navedenim se lahko sklene, da upoštevni trg proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode ni širši od ustekleničene mineralne vode. Ker koncentracija ne bo imela negativnih učinkov na učinkovito konkurenco na nobenem od opredeljenih upoštevni trgov, dokončna opredelitev upoštevnega trga proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode ni potrebna.
46. Glede na to, da v primeru presoje predmetne koncentracije Agencija ni dokončno opredelila upoštevni proizvodni ali storitveni trgov, na katerih bi presojala koncentracijo, tudi dokončna opredelitev upoštevnega geografskega trga ni potrebna, saj ne glede na to, če bi upoštevni geografski trg opredelili ožje ali širše ne bi bil izkazan sum glede neskladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence.

Trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo

47. Iz prakse Agencije⁵⁶ izhaja, da trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo obsega nabavo izdelkov za vsakdanjo rabo pri posameznih dobaviteljih (večinoma proizvajalcih). Večje trgovske družbe praviloma blaga ne nabavljajo pri klasičnih prodajalcih na debelo, ampak praviloma nabavljajo posamezne proizvode oziroma skupine proizvodov neposredno pri proizvajalcih ter povprašujejo po vsakem proizvodu ali vsaki skupini proizvodov posebej. To pomeni, da bi lahko nabava vsakega proizvoda oziroma skupine proizvodov predstavljala ločen trg.
48. Iz prakse Evropske komisije izhaja, da lahko trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo segmentiramo po posameznih blagovnih skupinah proizvodov glede na lastnosti ponudbe in povpraševanja ter tržno koncentracijo na strani ponudbe. Med številnimi skupinami proizvodov, ki lahko pomenijo ločen upoštevni trg⁵⁷ je tudi ustekleničena voda, pri čemer je iz odločb Evropske komisije razvidno, da je možno tudi te podtrge še podrobneje segmentirati⁵⁸.
49. V skladu z navedeno prakso Komisije je Agencija v predmetni koncentraciji analizirala le segment ustekleničenih vod, saj prevzeto podjetje deluje le na tem segmentu trga.

⁵⁴ Podatki podjetja Costella.

⁵⁵ Odločba Evropske komisije v zadevi IV/M.1065 -Nestle/ San Pellegrino.

⁵⁶ Zaveze Poslovni sistem Mercator d.d. (odločba Agencije opr. št. 306-178/2007-189 z dne 26. 6. 2009, odst. 22), posamična izjema Poslovni sistem Mercator d.d. (odločba Agencije opr. št. 30723-1/01-9 z dne 27. 12. 2001, odst. 8), odločba o koncentraciji Poslovni sistem Mercator d.d. in Vesna Trgovsko podjetje, d.d. (odločba Agencije opr. št. 306-4/2012-6 z dne 22. 2. 2012, odst. 18), odločba o koncentraciji Agrokor d.d. in Poslovni sistem Mercator d.d. (odločba Agencije opr. št. 306-64/2013-73 z dne 22. 11. 2013, odst. 30 in 31).

⁵⁷ Odločba Evropske komisije v zadevi Rewe/Meinl, case No IV/M.1221, odst. 77.

⁵⁸ Chiquita Bananas International/Fyffes, COMP/M.7220, odst. 34.

50. Iz dosedanje prakse⁵⁹ Agencije izhaja, da je trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo z vidika geografske opredelitve nacionalen trg, ker opravljajo trgovske verige svoje nakupe izdelkov za vsakdanjo rabo pretežno pri slovenskih proizvajalcih oziroma pri slovenskih distributerjih tujih proizvajalcev. Tudi iz prakse Komisije izhaja, da ima trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo dimenzijo praviloma nacionalnega trga, lahko pa bi bil tudi širši predvsem zaradi naraščajoče internacionalizacije⁶⁰.
51. Ker pri predmetni koncentraciji dokončna opredelitev upoštevni storitvenih trgov ni bila potrebna, tudi dokončna opredelitev geografskega trga ni potrebna, saj niti ob najožji opredelitvi upoštevnege geografskega trga ne bi bil izkazan sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence.

Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo

52. Trgovina na debelo vključuje nabavo in prodajo blaga večjim uporabnikom: trgovcem na drobno, industrijskim, poslovnim, institucionalnim ali profesionalnim uporabnikom ali drugim trgovcem na debelo.
53. Iz dosedanje prakse Agencije izhaja, da trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo obsega trg oskrbe eksternih kupcev, to je pravnih oseb, ki kupujejo blago za nadaljnjo prodajo ali za lastno uporabo, kupce na tem trgu pa predstavljajo eksterni grosisti, eksterni maloprodajni in gastro kupci ter javni sektor. Podobno definicijo upoštevnege storitvenega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo potrjuje tudi praksa Evropske komisije, iz katere izhaja, da trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo predstavlja oskrbo tretjih oseb (trgovcev na drobno, hotelov, restavracij in drugih velikih uporabnikov) z izdelki za vsakdanjo rabo, ki pretežno vključuje prodajo s strani proizvajalcev, trgovcev na debelo in tako imenovanih cash & carry trgovin⁶¹.
54. Navedeni trg bi se lahko nadalje delil še na ožje opredeljene upoštevne trge, ki zajemajo posamezne skupine proizvodov, ali glede na različne skupine kupcev⁶², vendar pa, glede na to, da koncentracija ne bo imela negativnih učinkov na učinkovito konkurenco na nobenem od opredeljenih upoštevni trgov, dokončna opredelitev upoštevni trgov ni potrebna.
55. Agencija je opredelila upoštevni geografski trg kot trg Republike Slovenije, kar potrjuje tudi praksa Evropske komisije, iz katere izhaja, da ima trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo dimenzijo praviloma nacionalnega trga, lahko pa bi bil tudi širši predvsem zaradi naraščajoče internacionalizacije⁶³. Ker pri predmetni koncentraciji dokončna opredelitev upoštevni trgov ni bila potrebna, tudi dokončna opredelitev geografskega trga ni potrebna, saj niti ob najožji opredelitvi upoštevnege geografskega trga ne bi bil izkazan resen sum glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence.

⁵⁹ Glej npr. odločbo o koncentraciji Agrokor d.d. in Poslovni sistem Mercator d.d. (odločba Agencije opr. št. 306-64/2013-73 z dne 22. 11. 2013, odst. 39 in 40).

⁶⁰ COMP/M.2161 Ahold/Superdiplo, odst. 22, COMP/M.4293 Nordic Capital Fund VI/ICA Meny, odst. 15, COMP/M.2604 Ica Ahold/Dansk Supermarked, odst. 15.

⁶¹ COMP/M.2161 Ahold/Superdiplo, odst. 15, COMP/M.4293 Nordic Capital Fund VI/ICA Meny, odst. 8 do 10.

⁶² Nordic Capital Fund VI/ICA Meny, COMP/M.4293, odst. 10; COMP/M.2161 Ahold/Superdiplo, odst. 13 in 15.

⁶³ COMP/M.2161 Ahold/Superdiplo, odst. 22, COMP/M.4293 Nordic Capital Fund VI/ICA Meny, odst. 15, COMP/M.2604 Ica Ahold/Dansk Supermarked, odst. 15.

Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno

56. V skladu z dosedanja prakso Agencije je trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno opredeljen kot trgovina na drobno z izdelki za vsakdanjo rabo, pri čemer pojem »izdelki za vsakdanjo rabo« označuje živila, pijače, tobačne proizvode in nekatere neživilske impulzne proizvode, kot npr. izdelke za pranje, čiščenje, higieno, kozmetiko ipd., torej košarico izdelkov, ki jo ponujajo trgovine tipa hipermarket, supermarket ter druge trgovine (diskontne trgovine in drugi moderni distribucijski kanali), ki potrošniku omogočajo, da kupi vse gospodinjske potrebščine na enem mestu. Na tem upoštevnem trgu ne nastopajo specializirane prodajalne (pekarnice, mesnice itd.), kioski ali prodajalne na bencinskih črpalkah, saj ne predstavljajo neposredne konkurence prodajnim mestom, ki prodajajo celotno košarico izdelkov za vsakdanjo rabo. Storitve specializiranih prodajaln so komplementarne prodajnim mestom, kjer je možno kupiti celotno košarico izdelkov za vsakdanjo rabo, zato niso del upoštevnega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno. Ker potrošniki še vedno večinoma kupujejo celotno košarico izdelkov za vsakdanjo rabo na enem prodajnem mestu, nadaljnje drobljenje zadevnega upoštevnega trga po posameznih proizvodih oziroma storitvah ni potrebno.
57. Navedeno definicijo upoštevnega proizvodnega oziroma storitvenega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno potrjuje tudi praksa Evropske komisije.⁶⁴
58. Ker v predmetni zadevi prihaja do vertikalne povezave samo na segmentu ustekleničenih vod, se je Agencija pri presoji vertikalnih učinkov predmetne koncentracije osredotočila le na to skupino proizvodov, kljub temu, da so ustekleničene vode del celotne košarice gospodinjskih potrebščin in verjetno ne predstavljajo ločenega upoštevnega proizvodnega trga. Glede na to, da tudi v primeru morebitne ožje opredelitve upoštevnega proizvodnega trga ne bi bil izkazan resen sum glede skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence, dokončna opredelitev upoštevnega storitvenega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno ni potrebna.
59. Iz ustaljene prakse Evropske komisije izhaja, da je z vidika povpraševanja pri opredelitvi upoštevnega geografskega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno ključno opredeliti obseg območja, ki zajema tiste potrošnike, ki lahko z 10 do 30 minutno vožnjo zlahka dosežejo relevantne trgovine. Komisija je ugotovila, da je upoštevni geografski trg lahko tudi širši, regionalen ali nacionalen, ter da je dejanski obseg upoštevnega geografskega trga odvisen od specifičnih okoliščin vsakega posameznega primera⁶⁵. Pri tem pa ni za pričakovati, da bi bil upoštevni geografski trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno širši od nacionalnega⁶⁶. Glede na to, da v primeru presoje predmetne koncentracije s pravili konkurence ni potrebna dokončna opredelitev upoštevnega storitvenega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, tudi dokončna opredelitev upoštevnega geografskega trga ni potrebna, saj ne glede na to, ali bi upoštevni geografski trg opredelili ožje (lokalni ali regionalni trg) ali širše (nacionalni trg) ne bi bil izkazan sum glede skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence. Agencija je kljub temu izvedla presojo koncentracije, upošteva predhodne odločbe Agencije⁶⁷, na nacionalnem trgu.

⁶⁴ Triton/Suomen Lähikauppa, COMP/M.6847, odst. 10; Groupe Aucha/Magyar Hipermarket, COMP/M.6506, odst. 8 do 12; Ahold/Superdiplo, COMP/M.2161, odst. 9 in Lidl/Plus Romania/Plus Bolgaria, COMP/M.5790, odst. 11.

⁶⁵ Triton/Suomen Lähikauppa, COMP/M.6847, odst. 14 in 15; Groupe Aucha/Magyar Hipermarket, COMP/M.6506, odst. 13 in 14.

⁶⁶ Koninklijke Ahold/Valk Holding, COMP/M.6588, odst. 15.

⁶⁷ Zaveze Poslovni sistem Mercator d.d. (odločba Agencije opr. št. 306-178/2007-189 z dne 26. 6. 2009, odst. 23), posamična izjema Poslovni sistem Mercator d.d. (odločba Agencije opr. št. 30723-1/01-9 z dne 27. 12. 2001, odst. 8), odločba o koncentraciji Poslovni sistem Mercator d.d. in Vesna Trgovsko podjetje, d.d. (odločba Agencije opr. št. 306-4/2012-6 z dne 22. 2. 2012, odst. 21), odločba o koncentraciji Agrokor d.d. in Poslovni sistem Mercator d.d. (odločba Agencije opr. št. 306-64/2013-73 z dne 22. 11. 2013, odst. 37 in 38).

Horizontalna povezanost trgov

60. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih. Kot je Agencija navedla že predhodno, je podjetje Costella (podjetje v 100 % lasti podjetja Ardeya Global) prisotno na upoštevni trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, na katerem je na območju Republike Slovenije dejavno tudi s prigrasitljem povezano podjetje Jamnica (podjetje iz Skupine Agrokor, ki je v 100 % lastništvu podjetja Agrokor).

Vertikalna povezanost trgov

61. Za vertikalne koncentracije štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige. Kadar se na primer proizvajalec določenega proizvoda („podjetje na zgornjem delu oskrbne verige“) združi z enim od svojih distributerjev („podjetje na spodnjem delu oskrbne verige“), se to imenuje vertikalna združitev. Agencija ugotavlja, da so zgoraj opredeljeni upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgi med seboj tudi vertikalno povezani.
62. S koncentracijo se krepijo vertikalne povezave med trgov proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, na katerem deluje podjetje Costella in Jamnica, in trgov nabave izdelkov za vsakdanjo rabo, na katerem deluje podjetje iz Skupine Agrokor (Mercator). Nadalje bo imela priglášena koncentracija določene vertikalne učinke tudi med trgov proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode in trgov prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo in trgov prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno.

Presoja koncentracije

63. 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 krepitve 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.
64. Agencija je presojo koncentracije izvedla na podlagi podatkov, ki sta jih posredovala podjetje Agrokor in prevzeto podjetje, podatkov, ki so javno dostopni, ter na podlagi podatkov, ki jih je pridobila Agencija od drugih udeležencev na relevantni trgih. Agencija je posredovala vprašalnike na konkurente podjetja Mercator, ki delujejo na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno⁶⁸ v zvezi s prodajo ustekleničene vode na območju Republike Slovenije. Ker je vzorec majhen in neznačilen, odgovorov ni mogoče posplošiti ali uporabiti navedbe posameznih podjetij kot splošno oceno razmer na trgih, vendar pa je Agencija kljub temu pridobila grobo oceno o stanju na obravnavanem trgu.

⁶⁸ Agencija je vprašalnike naslovila na 10 konkurentov, pri čemer so vsi posredovali svoje odgovore.

Horizontalna prekrivanja na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode

65. Agencija ugotavlja, da je s koncentracijo podjetij prišlo na trgu Republike Slovenije do horizontalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode. Podjetje Costella na trgu Republike Slovenije izvaja veleprodajo naravne mineralne vode Costella, eCostella in vode različnih okusov,⁶⁹ pri čemer polni vodo v plastenke (0.5l, 1.5l), stekleno embalažo (0.25l in 0.75l) in galone (18.9l). Podjetje Costella vode ne filtrira, naravni mineralni vodi ničesar ne dodaja ali odvzema, pač pa takšno kot jo dobi iz izvira tudi ustekleniči. Podjetje Jamnica izvaja prodajo za slovenski trg iz hčerinskega podjetja s sedežem v Limbušu pri Mariboru. Podjetje Jamnica trži in prodaja vode blagovnih znamk Jamnica, Jana, Sensation, Mg Mivela in Sarajevski Kiseljak.⁷⁰ Zaradi opredelitve upoštevnega proizvodnega trga kot trga proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, bo Agencija obravnavala različne vrste vod združeno po proizvajalcih.

Tabela 3: Trg proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode v Republiki Sloveniji v obdobju 2015 – 2018 količinsko (v 1000 L) in vrednostno (v 1000 €)

Ustekleničena voda								
	2015		2016		2017		2018	
	l	€	l	€	l	€	l	€
Costella								
Costella								
tržni delež	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Radenska								
(Radenska, Oaza)								
tržni delež	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
Droga Kolinska								
(Donat, Tempel)								
tržni delež	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[20-30]%
Pivovarna Laško								
Union (Zala, Oda)								
tržni delež	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
Fonti di Posina								
(Lissa)								
tržni delež	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Dana (Dana)								
tržni delež	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[30-40]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Jamnica Maribor								
(Jamnica, Sarajevski Kiseljak, Nova sloga)								
tržni delež	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
Skupni obseg trga								
Tržni delež Costella+ Jamnica	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[5-10]%

Vir: Nielsen Retail Panel

⁶⁹ Vir podatkov: <https://costella.si/>.

⁷⁰ Dokument 3061-40/2018-55.

66. Iz tabele 3 je razvidno, da sta imela tako podjetje v skupini priglasiatelja – Jamnica kot prevzeto podjetje – Costella na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode v Republiki Sloveniji v obdobju 2015 – 2018 nizke tržne deleže. Podjetju Jamnica je tržni delež po količini prodaje v obdobju od 2015 do 2018 stalno rasel in se v navedenem obdobju povečal s [5-10] % na [5-10] % ali za 2,4 odstotne točke. Gledano vrednostno pa se je povečal s [5-10] % na [5-10] % ali za 2, 1 odstotne točke. Podjetju Costella se je tržni delež po količini prodaje na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode v enakem obdobju malo zmanjšalo in sicer iz [0-5] % na [0-5] % oziroma za 0,2 odstotni točki, prav tako se je tržni delež zmanjšal tudi vrednostno iz [0-5] % na [0-5] % oziroma za 0,4 odstotne točke. Združeno podjetje je imelo po izvedeni koncentraciji na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode skupni [10-20] % tržni delež (gledano količinsko), oziroma [5-10] % (gledano vrednostno).
67. Iz tabele 3 nadalje še izhaja, da ima na navedenem trgu vodilni položaj podjetje Radenska d.d. Radenci (blagovni znamki Radenska in Oaza), in sicer glede na podatke iz leta 2018 je znašal tržni delež [30-40] % (količinsko) oziroma [30-40] % (vrednostno). Poleg tega je tudi podjetje Droga Kolinska z blagovno znamko Donat in Tempelj in tržnim deležem [10-20] % (količinsko) oziroma [20-30] % (vrednostno) močan konkurent združenemu podjetju, prav tako Pivovarna Laško in Union z blagovnima znamkama Zala in Oda in tržnim deležem [5-10] % (količinsko) oziroma [5-10] % (vrednostno). Prisotna so tudi podjetja Dana d.o.o. (blagovna znamka Dana) s [0-5] % tržnim deležem in Fonti di Posina z blagovno znamko Lissa in tržnim deležem [0-5] %. Agencija je že v svojih pretekli praksi ugotovila, da blagovne znamke podjetij Radenska, d.d. Radenci (Radenska Classic, Oaza) in Pivovarna Union d.d. (ZA in Zala) ter Droga Kolinska d.d. (Donat Mg) uživajo veliko lojalnost potrošnikov na slovenskem trgu, kar je nenazadnje razvidno tudi iz tržnih deležev, ki jih dosegajo na tem trgu.⁷¹
68. Po podatkih analitskega podjetja "Canadean" naj bi bila v zadnjih letih povprečna rast potrošnje embalarane vode v EU 5,6% (v SLO 5%). Po potrošnji embalarane oziroma ustekleničene vode je Slovenija nekje na polovici evropskega povprečja kar sploh ni presenetljiv podatek glede na zelo visoko kakovost vode, ki je na voljo iz konvencionalnih vodnih pip gospodinjstev.
69. Ker dosega podjetje Costella na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode nizek tržni delež, se tržna moč združenega podjetja po izvedeni koncentraciji na zadevnem trgu, na katerem je visoka stopnja konkurence, ne bo bistveno okrepila. Agencija zato meni, da koncentracija ne bo imela negativnih učinkov na učinkovito konkurenco na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, saj ne bo imela za posledico ustvarjanje ali krepitev prevladujočega položaja. Na trgu so prisotni številni konkurenti z uveljavljenimi blagovnimi znamkami, ki dosegajo visoko stopnjo lojalnosti potrošnikov, zato Agencija sklepa, da združeno podjetje po izvedeni koncentraciji ne bo imelo spodbude za dvig cen izdelkom, saj bi lahko kupci v tem primeru brez težav prešli na ostale ponudnike na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode v Republiki Sloveniji.
70. V skladu z 18. odstavkom Smernic o presoji horizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij⁷² (v nadaljevanju: Horizontalne smernice), se pri koncentracijah, pri katerih skupni tržni delež v koncentraciji udeleženih podjetij ne presega 25 %, zaradi omejenega tržnega deleža domneva, da koncentracija ne more ovirati učinkovite konkurence in je zato skladna s pravili konkurence. Glede na navedeno Agencija meni, da koncentracija podjetij Agrokor AG in Ardeya Global ne vzbuja

⁷¹ Koncentracija podjetij Agrokor/Mercator, odločba št. 306-64/2013-72 z dne 22. 11. 2013, str.19.

⁷² UL C 31, 5.2.2004, str. 5-18.

konkurenčnopравnih pomislekov, saj znaša skupni tržni delež združenega podjetja na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode po podatkih z leta 2018 [5-10] %.

Vertikalni učinki

71. Pri presoji vertikalnih učinkov priglašene koncentracije podjetij je Agencija upoštevala Smernice o presoji nehorizontalnih združitev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij⁷³ (v nadaljevanju: Nehorizontalne smernice). Za vertikalne združitve je na splošno manj verjetno, da bi bistveno ovirale učinkovito konkurenco, saj lahko zagotavljajo številne možnosti za povečanje učinkovitosti. Ne glede na navedeno pa lahko nehorizontalne koncentracije 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 Evropska komisija, ne bo izrazila pomislekov glede nehorizontalnih združitev, če bo tržni delež novega subjekta po združitvi na vsakem od zadevnih trgov znašal manj kot 30 %.⁷⁴
72. Agencija ugotavlja, da ima priglašena koncentracija podjetij določene vertikalne učinke v okviru vertikalnih povezav med trgov proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, na katerem deluje prevzeto podjetje in podjetje Jamnica ter trgov nabave izdelkov za vsakdanjo rabo, trgov prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo, ter trgov prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, na katerih deluje s podjetjem Agrokrokor povezano podjetje Mercator.
73. Glede na tržne deleže, ki jih dosega združeno podjetje na posameznih upoštevanih trgih in ki so razvidni iz tabele 4, Agencija ugotavlja, da vertikalni učinki, ki so nastali kot posledica koncentracije podjetij Agrokrokor AG in Ardeya Global, zlasti zaradi nizkih tržnih deležev, ki jih dosega združeno podjetje na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode (po podatkih za leto 2018 znaša tržni delež združenega podjetja [5-10] %), ne bodo povzročili bistvenega omejevanja učinkovite konkurence na nobenem od navedenih upoštevanih trgov. Združeno podjetje ne dosega takšnih tržnih deležev, ki bi mu omogočili vzpostavitev takšne tržne moči, ki bi lahko povzročila preprečevanje dostopa do izdelkov (ustekleničenih vod), ki jih ponuja, oziroma do izključitve konkurentov na katerem izmed navedenih trgov. Ker bo po izvedeni koncentraciji 30 % tržni delež združenega subjekta presežen na trgu nabave izdelkov za vsakdanjo rabo in na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, kjer dosega združeno podjetje [30-40] % oziroma [30-40] % tržni delež, je Agencija proučila vertikalne povezave med trgov proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode in trgov nabave izdelkov za vsakdanjo rabo ter med trgov proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode in trgov prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno.
74. Izključitev pri surovinah bi lahko nastala⁷⁵, če bi združeno podjetje lahko omejilo dobavo oziroma dostop do proizvodov združenega podjetja dejanskim ali potencialnim konkurentom podjetja Mercator na maloprodajnem trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, in/ali dvignilo cene, ki jih zaračunava za dobavljanje konkurentom, in/ali drugače spremenilo pogoje dobave, ki bi bili manj ugodni kot v primeru brez združitve.
75. Izključitev pri surovinah lahko vzbuja konkurenčne pomisleke samo, če ima vertikalno povezano podjetje, ki je nastalo na podlagi združitve, pomembno stopnjo tržne moči na zgornjem delu oskrbne verige (trg proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode)⁷⁶, zaradi

⁷³ UL C 265, 18. 10. 2008, str. 6-25.

⁷⁴ Nehorizontalne smernice, odst. 15, 23. in 25.

⁷⁵ Nehorizontalne smernice, odst. 31.

⁷⁶ Nehorizontalne smernice, odst. 35.

katere bi lahko bistveno vplivalo na pogoje konkurence na zgornjem delu oskrbne verige ter na tak način tudi na cene in dobavne pogoje na trgu na spodnjem delu oskrbne verige.

76. Glede na navedeno je Agencija preverila položaj združenega podjetja na zgornjem delu oskrbne verige, torej na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode, pri čemer je ugotovila, da znaša tržni delež združenega podjetja na tem trgu po podatkih za leto 2019 9,7 %.

Tabela 4: Tržni deleži v koncentraciji udeleženih podjetij na upoštevni trgu, ki so medsebojno vertikalno povezani

Upoštevni trg	Podjetje	Tržni delež
Trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo	Mercator	[30-40] % ⁷⁷
Trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno	Mercator	[30-40] %
Trg proizv. in veleprodaje ustekleničene vode	Jamnica + Costella	[5-10] %

Vir: Podatki priglasiatelja oz. podatkovna baza Valicon

77. Agencija ugotavlja, da glede na nizke tržne deleže združenega podjetja na zgornjem delu oskrbne verige (na trgu proizvodnje in veleprodaje ustekleničene vode), ki je po podatkih podjetja Mercator znašal [5-10] % (gledano vrednostno), zaradi vertikalnih povezav z upoštevni trgov na spodnjem delu oskrbne verige (trg nabave izdelkov za vsakdanjo rabo in maloprodajni trg prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo) ne bo moglo priti do negativnih učinkov na učinkovito konkurenco, saj združeno podjetje ne bo imelo sposobnosti in spodbude za izključevanje konkurentov na spodnjem delu oskrbne verige.
78. Navedeno potrjujejo odgovori konkurentov na ravni maloprodaje, ki jih je Agencija pridobila v okviru analize trga, v katerih je večina navedla, da nabavljajo ustekleničeno vodo tudi pri konkurenčnih ponudnikih ustekleničenih vod podjetja Costella, ki nudijo zamenljive proizvode, zato morebitno izključevanje združenega podjetja ne bi imelo negativnega vpliva. Agencija meni, da bi se konkurenčna podjetja, ki nastopajo na trgu nakupa in prodaje ustekleničene vode, na potencialna ravnanja združenega podjetja, lahko brez večjih težav in dodatnih stroškov odzvala s preusmeritvijo svojih ponudb na številne konkurente združenega podjetja, ki povprašujejo po zamenljivih proizvodih blagovnih znamk. Za izdelke za vsakdanjo rabo na splošno velja visoka cenovna občutljivost potrošnikov, zato je tudi zaradi tega pričakovati visok pritisk na cene in manjšo verjetnost, da bo združeno podjetje poskušalo dvigniti cene ustekleničenim vodam iz svojega asortimana. Večina ustekleničenih vod je homogenih, pri čemer je cena najpomembnejši dejavnik izbire za potrošnike.
79. Agencija ugotavlja, da imajo konkurenti na maloprodajni ravni, poleg lastnih blagovnih znamk, na voljo več alternativnih proizvodov blagovnih znamk, na katere bi lahko preusmerili svoje povpraševanje v primeru poizkusa izključitve pri surovinah. Pri ustekleničenih vodah so na trgu Republike Slovenije prisotna še podjetja: Radenska d.o.o., Pivovarna Laško Union d.o.o., Fructal d.o.o., Dana d.o.o., Voda Julijana d.o.o.
80. Poleg navedenega je Agencija že v svoji pretekli praksi ugotovila, da so konkurenti združenega podjetja na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno (Spar Slovenija, Engrotouš, Hofer trgovina in Lidl Slovenija) mednarodne trgovske družbe, ki

⁷⁷ Vir: odločba Agencije št. 3061-2/2015-18.

ponujajo poleg proizvodov trgovske znamke še proizvode blagovnih znamk, tako slovenskih kot tujih proizvajalcev, za katere velja visoka stopnja zamenljivosti in nadomestljivosti.⁷⁸

81. Na podlagi navedenega, Agencija zaključuje, da združeno podjetje ni sposobno omejiti dobave vod združenega podjetja svojim dejanskim ali potencialnim konkurentom na ravni maloprodaje, saj ni verjetno, da bi bili konkurenti podjetja Mercator na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno v znatno slabšem položaju zaradi nezmožnosti dostopa do proizvodov združenega podjetja. To lahko vidimo na podlagi analize, ki jo je opravila Agencija v zvezi s prodajo ustekleničene vode na območju Republike Slovenije in iz podatkov, prikazanih v tabeli 5, saj so konkurenti podjetja Mercator v letu 2018 kupili več kot ■ % vod od ostalih dobaviteljev.

Tabela 5: Prodaja vod podjetju Mercator in njegovim konkurentom v letu 2018

	Costella		Jamnica		Ostali dobavitelji		Skupaj	
	€	%	€	%	€	%	€	%
Mercator	■	■	■	■	■	■	■	100,0
Spar	■	■	■	■	11.008.341	88,8	12.394.339	100,0
Tuš	■	■	■	■	9.007.851	96,6	9.320.763	100,0
Rudnidis	■	■	■	■	650.458	88,8	732.640	100,0
Hofer	■	■	■	■	3.123.338	100,0	3.123.338	100,0
Lidl	■	■	■	■	2.430.000	100,0	2.430.000	100,0
OMV	■	■	■	■	1.545.501	83,4	1.853.441	100,0
Petrol	■	■	■	■	5.211.901	98,7	5.282.717	100,0
KEA	■	■	■	■	755.651	95,8	788.461	100,0
Jager	■	■	■	■	644.989	91,7	703.189	100,0

Vir: Analiza trga Agencije.

82. Nadalje je Agencija preučila tudi izključitev pri strankah, ki 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.⁷⁹ Združeno podjetje bi se tako lahko odločilo, da bi prenehalo nakupovati oziroma bo zmanjšalo nakupe pri tistih ponudnikih ustekleničenih vod, ki konkurirajo podjetju Costella in Jamnica, ali da bi jim poslabšalo pogoje, pod katerimi se ponujajo njihove ustekleničene vode.
83. Agencija je na podlagi podatkov, ki jih je posredovalo podjetje Mercator o nabavi vod med leti 2016-2019 ugotovila, da je med udeležencema koncentracije že pred združitvijo prihajalo do vertikalnega razmerja, v katerem je podjetje Costella nastopalo kot dobavitelj ustekleničene vode podjetju Agrokor.

⁷⁸ Odločba Agencije 306-64/2013-72.

⁷⁹ Nehorizontalne smernice, odst. 58.

Tabela 6: Nabava vod podjetja Mercator d.d. v obdobju 2016 – 2019 po vrednosti in v odstotku v 1000 EUR

	2016		2017		2018		2019	
Dobavitelji	EUR v 1000	Delež v %	EUR v 1000	Delež v %	EUR v 1000	Delež v %	EUR v 1000	Delež v %
Costella	■	■	■	■	■	■	■	■
Jamnica	■	■	■	■	■	■	■	■
Ostali	■	■	■	■	■	■	■	■
Skupaj	■	■	■	■	■	■	■	■

Vir: Podatki prijavitelja

84. Tabela 6 prikazuje vrednost nabave vod podjetja Mercator od podjetij Costella, Jamnica in ostalih ponudnikov ustekleničenih vod in pripadajoč delež vod glede na celotno nabavo vod podjetja Mercator v letih 2016 – 2019. Iz tabele je razvidno, da sta obe podjetji, tako podjetje Costella kot podjetje Jamnica, manjša dobavitelja ustekleničenih vod podjetja Mercator glede na celotno vrednost nabave vod podjetja Mercator. Podjetje Costella je tako v obravnavanem obdobju v povprečju dobavljalo podjetju Mercator za okoli ■ € ustekleničenih vod, kar predstavlja slaba ■ % celotne nabave ustekleničenih vod podjetja Mercator. Podjetju Jamnica pa je dobava ustekleničene vode v navedenih letih malenkost zrasla, in sicer s ■ % v letu 2016 na slabih ■ % v letu 2019. Glede na podatke o nabavi vod podjetja Mercator Agencija tudi sklepa, da si podjetje Mercator s tem ko nabavlja vode od različnega spektra dobaviteljev poskuša zagotoviti širok nabor različnih znamk ustekleničenih vod in okusov, s čimer želi zadovoljiti raznolike potrebe in preference potrošnikov ter obdržati kupce, ki so lojalni posameznim blagovnim znamkam.
85. Pri presoji, ali bi združeni subjekt lahko izključil konkurente pri dostopu do trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno je Agencija⁸⁰ najprej preučila, kakšne gospodarske možnosti bi imela podjetja, ki delujejo na zgornjem trgu oskrbne verige (ostali proizvajalci ustekleničenih vod) za prodajo svojih proizvodov, če bi prišlo do izključitve pri strankah. Na zgornjem delu oskrbne verige lahko dobavitelji še naprej uspešno poslujejo, če najdejo druge načine uporabe ali sekundarne trge za svoje surovine, ne da bi ob tem pričakovali bistveno večje stroške.⁸¹ Agencija je pri tem ugotovila, upoštevajoč tržno strukturo preostalih udeležencev na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno kot je razvidna iz Tabele 7, da bi imeli dejanski in morebitni konkurenti na zgornjem delu oskrbne verige v primeru, da bi združeno podjetje prenehalo kupovati od njih, za prodajo svojih proizvodov na voljo dovolj obsežno mrežo strank na slovenskem trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno, ki predstavlja približno [70-80] % celotnega povpraševanja maloprodajnega trga prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo.
86. Agencija zato na podlagi dejstva, da po izvedeni koncentraciji obstaja dovolj veliko število alternativnih strank, na katere lahko potencialno izključeni dobavitelji ustekleničenih vod preusmerijo svojo prodajo, meni, da ne obstaja velika verjetnost, da bi prišlo do izključitve pri strankah. Možnost prodaje drugim je namreč ključnega pomena, kar izhaja tudi iz prakse Evropske komisije⁸², v kateri slednja ni izrazila pomislekov v zvezi z izključitvijo pri strankah, kljub temu, da je po izvedeni koncentraciji dobaviteljem ostalo na voljo [40-50] % trenutnega povpraševanja s strani vertikalno nepovezanih podjetij. V predmetni

⁸⁰ V skladu z 61. odst. Nehorizontalnih smernic.

⁸¹ Nehorizontalne smernice, odst. 66.

⁸² Viag/Continental Can, COMP IV/M.081, odst. 51.

koncentraciji je bil ta odstotek mnogo višji (glej Tabelo 7), pri čemer je bilo med temi neodvisnimi podjetji, ki delujejo na maloprodajnem trgu, prisotnih nekaj pomembnih maloprodajnih trgovcev na slovenskem trgu (Spar Slovenija, Engrotuš, Hofer trgovina in Lidl Slovenija), ki so skupno obvladovali večji del maloprodajnega trga. Poleg ostalih trgovcev na maloprodajnem trgu pa za potencialno izključene dobavitelje obstaja še možnost izvoza na tuje trge.

Tabela 7: Tržni deleži na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na drobno v Republiki Sloveniji v letu 2019

	Prihodki od prodaje v €	Delež v %
Mercator	1.230.218.000	30,6
Spar Slovenija d.o.o.	751.258.176	18,7
Hofer trgovina d.o.o.	528.077.059	13,1
Engrotuš d.o.o.	475.977.986	11,8
Lidl Slovenija d.o.o. k.d.	433.525.965	10,8
Eurospin eko d.o.o.	151.787.785	3,8
Skupaj	3.570.844.971	88,9
Velikost celotnega trga	4.016.775.928	100

Vir: Podatkovna baza E-bonitete in spletne strani Ajpes.

87. Na podlagi vsega obrazloženega Agencija ugotavlja, da je tako izključitev pri surovinah kot izključitev pri strankah zaradi opisanih vertikalnih povezav malo verjetna, zato Agencija ne izraža pomislekov glede konkurence zaradi vertikalnih povezav med podjetji udeleženi v koncentraciji.

IV. ZAKLJUČEK

88. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije, ob upoštevanju javno dostopnih podatkov ter drugih razpoložljivih podatkov, Agencija ugotavlja, da v zadevi priglase koncentracije ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Koncentracija ni povzročila bistvenega zmanjšanja oz. omejevanja učinkovite konkurence na ozemlju Republike Slovenije, zlasti kot posledica ustvarjanja oziroma krepitev prevladujočega položaja. Agencija zato koncentraciji na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOmK-1 ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

89. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku⁸³ 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.

⁸³ Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, 105/06-ZUS-1, 126/07, 65/08, 47/09 Odl.US: U-I-54/06-32 (48/09 popr.), 8/10 in 82/13.

POUK O PRAVNEM SREDSTVU

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

Zadeve v postopku sodnega varstva po ZPOmK-1 so nujne in o njih sodišče odloča prednostno. Skladno z Odredbo o posebnih ukrepih iz 83.a člena Zakona o sodiščih zaradi razglašene epidemije nalezljive bolezni COVID-19 na območju Republike Slovenije (Su 407/2020) v nujnih zadevah procesni roki tečejo.

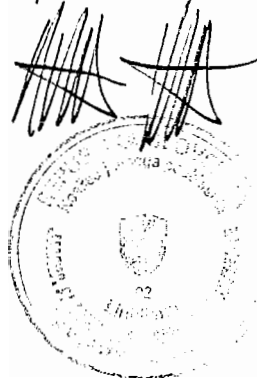
Postopek vodila:

Karmen Oderlap

področna podsekretarka



Andrej Matvoz
predsednik senata



Vročiti:

- Agrokor d.d., Marijana Čavića 1, 10000 Zagreb, Republika Hrvatska, – osebno po ZUP (po pooblaščenju: Odvetniška družba Rojs, Peljhan in Prelesnik & partnerju o.p., d.o.o., Tivolska cesta 48, 1000 Ljubljana).

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

