



Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Број: 6/0-02-466/2013-199

Датум: 25. децембар 2013. године
Београд

Савет Комисије за заштиту конкуренције на основу члана 62. и 25. Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС“ бр. 51/09 и 95/13), члана 2. тачка 7. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције („Службени гласник РС“ бр. 49/2011), на 167. седници одржаној 25. децембра 2013. године, одлучујући о поступку по пријави концентрације поднетој од стране друштва „Агрокор“ d.d., са регистрованим седиштем на адреси Трг Дражена Петровића бр. 3, Загреб, Република Хрватска, које је регистровано у Судском регистру Републике Хрватске под бројем регистрације MBS 080020970, преко пуномоћника подносиоца пријаве, адвоката Растка Петаковића из OAD „Karanić & Nikolić“, са седиштем на адреси ул. Ресавска бр. 23, Београд, који је настављен по службеној дужности, донео је следеће

РЕШЕЊЕ

I ОДОБРАВА СЕ концентрација учесника на тржишту, која настаје стицањем контроле од стране друштва „Агрокор“ d.d., са регистрованим седиштем на адреси Трг Дражена Петровића бр. 3, Загреб, Република Хрватска, које је регистровано у Судском регистру Републике Хрватске под бројем регистрације MBS 080020970, над друштвом „Poslovni sistem Mercator“ d.d., са регистрованим седиштем на адреси Дунајска цеста бр. 107, Љубљана, Република Словенија, до чега долази преузимањем 53,12% акција циљног друштва, **ПОД УСЛОВОМ** извршења структурних мера и мера понашања из става II и става III овог решења.

II УСВАЈА СЕ предлог посебних услова и рокови за њихово извршавање, као и начин контроле извршавања тих услова, садржаних у тачки 2. Предлога подносиоца пријаве од 20. децембра 2013. године, датог са циљем да спровођење концентрације из става I овог решења испуњава услове за одобравање, па се **ОДРЕЂУЈУ УСЛОВИ** у облику структурних мера и то:

„Рокови за извршење обавеза привредног друштва Агрокога из овог Предлога услова рачунаће се од дана када наступи реализација купопродаје акција Mercatora, у смислу члана 11. Уговора о купопродаји деоница друштва „Poslovni sistem Mercator“ d.d. између власника већинског пакета деоница и концерна „Агрокор“ d.d. од 14. јуна 2013. године, односно од дана стицања фактичке контроле, односно могућности одлучујућег утицаја на пословну политику Mercatora d.d., а који тренутак наступи раније („Почетни дан“).

2.1 Agrokor се обавезује да ће отуђити („Дезинвестирање“) део продајних објеката IDEA и Mercator-S, а који су детаљно наведени и описани у тачки 2.3 („Део бизниса“), и то тако што ће учинити све разумне напоре како би применио једну од следећих мера Дезинвестирања, а све под условима предвиђеним овим Предлогом услова:

- a) да уложи све разумне напоре како би обезбедио продају пословања конкуренту на тржишту трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићима и дуваном („Релевантна делатност“);
- b) отуђење путем отказа уговора о закупу односно престанком закупа, у случају када продаја пословања, односно објекта и пословања није могућа;
- c) смањење нето продајне површине у појединим објектима;
- d) промену намене продајног објекта који се бави Релевантном делатношћу.

2.2 Разумним напором у смислу тачке 2.1(a) сматраће се активно поступање у циљу Дезинвестирања Дела бизниса, што укључује активно учешће у проналажењу потенцијалног купца.

2.3 Под Делом бизниса подразумева се функционална пословно-техничка целина која се налази у одређеном трговинском објекту, а која се састоји из имовине (нпр. инвентара, робе, техничких средстава, права интелектуалне својине) која је функционално везана за одређени трговински објекат.

2.4 Agrokor предлаже Дезинвестирање Дела бизниса према спецификацији (опредељеној према трговинским објектима), како следи:

| | Назив објекта | Својина/ закуп | Нето продајна површина (m ²) | Предложени услов |
|------|--|-------------------|---|---|
| 1. | Алтернативно, у складу са одлуком Agrokora, објекат 1(a) или објекти 1(б) и 1(ц) | | | |
| 1(a) | „IDEA ImmoCentar“, Гандијева 26, Нови Београд | Закуп | 1.902 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 1(б) | „Roda SM Sava“, Јурија Гагарина 155, Нови Београд | Закуп | 992 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 1(ц) | „IDEA Блок 28“ Булевар уметности 39, Нови Београд | Закуп | 373 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |

| | Назив објекта | Својина/ закуп | Нето продајна површина (м ²) | Предложени услов |
|-----|---|-------------------|---|---|
| 2. | „IDEA Extra“, Омладинских бригада 100, Нови Београд | Закуп | 5.837 | Промена намене ¹ (у складу са додатним објашњењима датим у посебном поднеску). |
| 3. | „IDEA“ у Књажевцу, Књаза Милоша 50, Књажевац | Закуп | 207 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 4. | „IDEA“ у Сремској Митровици, Марко Перичин бб, Сремска Митровица | Закуп | 1.535 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 5. | „IDEA Тамиш Капија“ у Панчеву, Доситеја Обрадовића 8к, Панчево | Закуп | 1.507 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 6. | „IDEA Ušće“, Булевар Михајла Пупина 4, Нови Београд | Закуп | 2.353 | Смањење нето продајне површине за 1.000 м ² , алтернативно путем анексирања уговора о закупу уз сагласност закуподавца; или физичким смањењем нето продајне површине уз обавезу да наведени простор IDEA не може користити за обављање Релевантне делатности. |
| 7. | „IDEA Бежанијска коса“, Партизанских авијација бб, Нови Београд | Закуп | 2.855 | Смањење нето продајне површине за 1.000 м ² , алтернативно путем анексирања уговора о закупу уз сагласност закуподавца; или физичким смањењем нето продајне површине уз обавезу да наведени простор IDEA не може користити за обављање Релевантне делатности. |
| 8. | „Roda Supermarket Loznica 2“, Кнеза Милоша 15, Лозница | Закуп | 849 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 9. | „Roda Megamarket Novi Sad Plus 2“ Каналска 11, Нови Сад | Закуп | 1.507 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 10. | „Roda Megamarket Smederevo“, Деспота Ђурђа бб, Смедерево | Закуп | 1.684 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 11. | „Roda Supermarket Sombor“, Спортска бб, Сомбор | Закуп | 761 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 12. | „Roda Supermarket“ у Чачку, Стоје Тошић 12а, Чачак | Закуп | 559 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 13. | „Roda Supermarket Niš“, Трг краља Милана 2, Ниш | Закуп | 421 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 14. | „IDEA Mladenovac“, Краља Петра I бр. 9, Младеновац | Закуп | 321 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |

¹ Акт садржи заштићене податке

| | Назив објекта | Својина/ закуп | Нето продајна површина (м ²) | Предложени услов |
|-----|--|-------------------|---|--|
| 15. | „IDEA Kaluderica“, Ливада 26, Калуђерица, Гроцка | Закуп | 404 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 16. | „IDEA Kula“, Маршала Тита 89, Кула | Закуп | 295 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 17. | „Mercator Roda Market Kula 3“, Маршала Тита 66, Кула | Закуп | 118 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 18. | „IDEA Srbobran“, Пере Сегединца 1, Србобран | Закуп | 138 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 19. | „IDEA“, Маршала Тита 95, Врбас | Закуп | 216 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 20. | „IDEA“, Саве Ковачевића 1, Врбас | Закуп | 196 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |
| 21. | „IDEA 4. Jul“, Трг Моше Пијаде 21, Врбас | Закуп | 187 | Продаја пословања конкуренту или Отказ уговора о закупу |

2.5 Agrokor се обавезује да ће цели или део Дела бизниса продати, отуђити путем отказа уговора о закупу односно престанком закупа или променити намену у року од [...] од Почетног дана („Рок за дезинвестирање“), с тим да се Део бизниса којем је промењена намена не може у року од 5 (пет) година од Почетног дана бавити Релевантном делатношћу.

2.6 Agrokor се обавезује смањити продајне објекте наведене у тачки 2.4 под б. и 7. за по 1.000 (хиљаду) м² у року од 6 (шест) месеци од Почетног дана, алтернативно путем анексирања уговора о закупу уз сагласност закуподавца; или физичким смањењем нето продајне површине уз обавезу да наведени простор IDEA не може користити за обављање Релевантне делатности.

2.7 Део бизниса који ће бити предмет продаје Agrokor ће продати појединачном купцу („Одговарајући купац“) који кумулативно испуњава следеће услове:

- a) Није повезано лице, у смислу Закона о заштити конкуренције, са учесником на тржишту Agrokor, односно са г. Ивицом Тодорићем;
- b) Располаже одговарајућим финансијским средствима на основу којих се оправдано може претпоставити да ће моћи пословати на тржишту;
- c) Конкурент је IDEA-ји, односно Mercator-S-у у Релевантној делатности, односно потенцијални учесник на тржишту Републике Србије, који ван Србије обавља Релевантну делатност;

- d) Прибавио је одобрење за спровођење концентрације од Комисије и других надлежних органа, уколико је такво одобрење потребно.

2.8 У року од 5 (пет) година од дана Дезинвестирања, Agrokor не може поново откупити или узети у закуп дезинвестирани објекат.

2.9 Agrokor се обавезује да од Почетног дана предузме све мере које му стоје на располагању, у циљу одржавања рада Дела бизниса, односно да се уздржава од радњи које могу у битној мери неповољно утицати на рад Дела бизниса, а све то до Дезинвестирања Дела бизниса, односно до доношења одговарајуће одлуке Комисије којом се утврђује да је Agrokor подuzeо све разумне мере ради продаје или смањења Дела бизниса.

2.10 Agrokor се обавезује да Комисији у року од једног месеца од Почетног дана достави писано обавештење („Обавештење“) о томе која лица предлага за спровођење продаје и давање у закуп Дела бизниса („Повереник за продају“), за надзирање поступка продаје, давање у закуп и достављања извештаја Комисији („Повереник за надзор“), као и за управљање Делом бизниса до Дезинвестирања Дела бизниса („Повереник за управљање“). Повереник за продају, Повереник за надзор и Повереник за управљање не може бити исто лице.

2.11 На Повереника за управљање Agrokor ће, посредством IDEA и Mercator-S-a, пренети управљање продајним објектима планираним за дезинвестирање у року од једног месеца од Почетног дана.

2.12 Agrokor ће одредити, уз претходну писану сагласност Комисије, за сваког од горе наведених Повереника – правно лице које није повезано лице са учесником на тржишту Agrokor-ом и г. Ивицом Тодорићем, односно физичко лице које није запослени, директор, члан одбора директора, управе, управног или надзорног одбора било ког друштва у саставу групе друштава под контролом Agrokor-а и г. Ивице Тодорића (подразумевајући под овим и сва друштва под контролом Mercator-а) и које није било запослени, директор, члан одбора директора, управе, управног или надзорног одбора било ког друштва у саставу групе под контролом Agrokor-а и г. Ивице Тодорића (подразумевајући под овим и сва друштва под контролом Mercator-а) у периоду од две године пре доношења решења Комисије по предметној Пријави.

2.13 Agrokor ће продати, односно учинити све разумне напоре у циљу Дезинвестирања Дела бизниса Одговарајућем купцу под условима наведеним изнад, по цени која није минимална и коју Agrokor сматра одговарајућом, најкасније у Року за дезинвестирање. Уколико у Року за дезинвестирање Agrokor не осигура продају Дела бизниса, Повереник за надзор ће у року од 15 (петнаест) дана након истека рока Комисији доставити образложено обавештење о неуспешној продаји и свим разумним мерама које су предузете у циљу продаје, а Комисија ће утврдити да ли су предузете све разумне мере и у том случају Комисија може дозволити продужење рока за додатних [...] („Додатни рок“) када Agrokor неће имати право да определи минималну цену Дела бизниса већ ће исти продати по цени коју понуди Одговарајући купац. Истовремено, Комисија може наложити да Agrokor именује новог Повереника

за продају односно предузме додатне мере, све под условом да је Agrokor предузео све разумне мере на продаји Дела бизниса, што се утврђује посебном одлуком Комисије.

2.14 Уколико ни у Додатном року Agrokor не успе продати Део бизниса Одговарајућем купцу, Повереник за надзор ће у року од 15 (петнаест) дана од истека Додатног рока Комисији доставити образложено обавештење о неуспешној продаји и свим разумним мерама које су предузете у циљу продаје. Комисија ће, у том случају, на основу анализе свих предузетих разумних мера Agrokor-а, донети одговарајућу одлуку којом се утврђује да ли је Agrokor предузео разумне мере и уколико је, што Комисија утврђује својом одлуком, може изменити решење у овом предмету, тако да одреди нови рок, наложи додатне мере које Agrokor има спровести у циљу продаје Дела бизниса, или предузме друге кораке у циљу испуњења услова из тачке 2 овог Предлога услова, односно донесе одлуку у складу са законом.

2.15 Agrokor ће Повереника за продају у року од једног месеца од Почетног дана овластити за продају Дела бизниса који ће бити предмет продаје. Уколико је Повереник за продају правно лице, Agrokor ће одмах по именовану Повереника за продају захтевати од тог правног лица да одреди физичко лице, односно физичка лица која ће испред Повереника за продају бити задужена за продају Дела бизниса. То физичко лице мора испуњавати услове предвиђене у тачки 2.10 овог Предлога услова.

2.16 О свакој успешно реализованој трансакцији Дезинвестирања Дела бизниса, Agrokor се обавезује да достави извештај Комисији.

2.17 Agrokor ће сносити трошкове Повереника за продају, Повереника за надзор и Повереника за управљање.“

III УСВАЈА СЕ предлог посебних услова и рокови за њихово извршавање, као и начин контроле извршавања тих услова, садржаних у тачки 3. Предлога подносиоца пријаве од 20. децембра 2013. године, датог са циљем да спровођење концентрације из става I овог решења испуњава услове за одобравање, па се **ОДРЕЂУЈУ УСЛОВИ** у облику мера понашања и то:

„3.1 Agrokor се обавезује да у року од 15 (петнаест) дана од Почетног дана, Комисији достави документ друштва IDEA који у стратешком смислу описује пословну политику тог друштва у смислу услова набавке које нуди добављачима (нпр. политику рабата, других попушта и других релевантних критеријума у вези са набавком).

3.2 Agrokor се обавезује да у року од 15 (петнаест) дана од Почетног дана, а потом у истом року од 15 (петнаест) дана од сваке годишњице Почетног дана закључно са петом годишњицом, Комисији доставља извештај који се састоји од:

- Обрасца основног уговора о купопродаји које IDEA односно Mercator-S закључује са својим добављачима;
- Копија у том тренутку важећих уговора о купопродаји робе (са свим анексима и прилозима) који су IDEA и Mercator-S

закључили са пет највећих добављача из сваке од категорија: кечап, мајонез, маргарин, сладолед, смрзнута риба, смрзнута поврће, смрзнута тесто и пецива, сунцокретово уље и вода;

- Информацију о добављачима сврстаних у категорију малих и средњих предузећа, у смислу промена насталих у пословним односима са тим добављачима (почетак сарадње, прекид сарадње, проширење или сужење асортимана и образложење наведених промена);“

IV УТВРЂУЈЕ СЕ да је подносилац пријаве концентрације благовремено и у целости извршио уплату накнаде предвиђене у члану 2. тачка 7. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције у укупном износу од 50.000,00 (педесетхиљада и 00/100) ЕУР, што представља износ прописане висине накнаде за издавање решења о одобравању концентрације у испитном поступку и условном одобрењу концентрације, и то на тај начин, што је дана 2. јула 2013. године на девизни рачун Комисије за заштиту конкуренције отворен код Народне банке Србије извршена уплата износа од 25.000,00 (двадесетпетхиљада и 00/100) ЕУР, а дана 5. септембра 2013. године уплата износа од 25.000,00 (двадесетпетхиљада и 00/100) ЕУР на исти девизни рачун Комисије за заштиту конкуренције.

Образложење

Поднеском бр. 6/0-02-466/2013-1 од 28. јуна 2013. године, адвокат Растко Петаковић из ОАД „Karanović & Nikolić“, са седиштем на адреси ул. Ресавска бр. 23, Београд, у својству пуномоћника друштва „Agrokor“ d.d. (у даљем тексту: Агрокор, или подносилац пријаве), са регистрованим седиштем на адреси Трг Дражена Петровића бр. 3, Загреб, Република Хрватска, које је регистровано у Судском регистру Републике Хрватске под бројем регистрације МБС 080020970, поднео је Комисији за заштиту конкуренције (у даљем тексту: Комисија) пријаву концентрације (у даљем тексту: пријава). Предметна пријава поднета је ради стицања контроле подносиоца пријаве над друштвом „Poslovni sistem Mercator“ d.d. (у даљем тексту: Mercator, или циљно друштво), са регистрованим седиштем на адреси Дунајска цеста бр. 107, Љубљана, Република Словенија. Ова пословна трансакција односи се на преузимање – куповину већинског дела акција циљног друштва, које ће подносилац пријаве откупити на основу Уговора о купопродаји, који су дана 14. јуна 2013. године закључиле стране заинтересоване за спровођење ове купопродајне трансакције. Потписник овог документа на страни купца јесте друштво Агрокор, док су продавци предметних удела интегрисани у Конзорцијум значајних акционара циљног друштва, који су своје акцијске уделе у том друштву спремни понудити и продати њиховом стицаоцу и будућем власнику истих (овде компанији Агрокор), за цену која је одређена у овом документу. Укупна купопродајна цена садржана у Уговору о купопродаји, одређена је као производ броја акција које чине предмет купопродаје и одређене цене за једну акцију.

Реализацијом претходно описане трансакције, настаје концентрација из члана 17. став 1. тачка 2), а с обзиром на документовану и утврђену висину прихода које су остварила друштва која се сматрају учесницима ове концентрације, Комисија је закључила да је подносилац поступио на исправан

начин када је пословну трансакцију пријавио Комисији, ради издавања одобрења за њено спровођење.

Подносилац је у прописаном року извршио уплату предвиђене висине новчаних средстава за издавање акта Комисије у скраћеном поступку, што је констатовано у ставу IV диспозитива, као и накнадну уплату износа која је извршена у висини наведеној у овом ставу диспозитива и у наложеном року, а након доношења Закључка бр. 6/0-02-466/2013-9 од 3. септембра 2013. године, којим се поступак започет по пријави концентрације наставља као поступак испитивања концентрације по службеној дужности.

Увидом у садржај поднете пријаве, обим и структуру расположивих информација које се односе на област пословања која је релевантна за ову концентрацију, односно претежну активност коју обављају њени учесници, Комисија је констатовала недостатке исте чак и након неколико допуна, које је подносилац доставио Комисији, па је дописом од 6. августа 2013. године подносиоцу наложила да пријаву концентрације у свему уреди, у складу са Уредбом о садржини и начину подношења пријаве концентрације („Сл. гласник РС“ бр. 89/2009). У односу на овај захтев, подносилац је предметну пријаву ускладио са Уредбом на основу достављених допуна од 18. и 22. јула, 13. августа, 1., 14. и 22. октобра 2013. године. Након пријема свих наведени поднесака, као и објашњења датих од стране подносиоца пријаве, закључено је да је за доношење одлуке по овој пријави потребно утврдити различите чињенице, а што није било могуће учинити само на основу коришћења садржаја предметне пријаве и података и документације приложене уз њу. Из таквих разлога, Комисија је након доношења Закључка којим се управни поступак започет по пријави предметне концентрације, наставља као поступак по службеној дужности, спровела низ активности ради прибављања информација и података који су сматрани релевантним за предметни поступак, а пре свега у функцији утврђивања кључних чињеница и околности неопходних за даље поступање Комисије у овој управној ствари и доношења њене одлуке у предметном поступку.

У иницијалној пријави од 28. јуна 2013. године, Комисији је предложено доношење решења у скраћеном поступку. Међутим, одређене чињенице и квантификације које садржи ова пријава и све њене допуне, које је Комисији доставио подносилац, или их је на основу расположивих показатеља определила сама Комисија, упућивале су на то да се у овој управној ствари не може одлучити у скраћеном поступку. У циљу утврђивања свих битних чињеница за оцену дозвољености предметне концентрације, Комисија је током спроведеног поступка у форми Закључка наложила достављање одређених информација и података како подносиоцу пријаве и циљном друштву, тако и бројним другим учесницима активним на различитим тржиштима значајним за предметну концентрацију, а за које је оцењено да могу пружити информације од важности за ток поступка, као и саму одлуку Комисије.

Увидом у садржај поднете пријаве, обим и структуру расположивих информација које се односе на области пословања које су значајне за ову концентрацију, односно претежне активности које обављају њени учесници, закључено је да Комисија не располаже свим неопходним информацијама

потребним за доношење правилне одлуке. Комисија је оценила да се одговарајући подаци који су у функцији исправног тржишног позиционирања учесника ове концентрације, утврђивања актуелне структуре релевантних тржишта, као и оцене ефеката спровођења ове концентрације, морају прибавити из различитих извора. У складу са дефинисаним релевантним тржиштима у овом поступку, о чему ће бити више речи у даљем тексту образложења одлуке, као и за потребе утврђивања вертикалних и хоризонталних ефеката ове концентрације, Комисија се обратила једном броју државних органа са захтевом за достављањем података којима располажу, а који су били неопходни за даљи ток поступка. Поред тога, достављање потребних података захтевано је и од једног броја привредних друштава, која ће у наставку текста бити набројана, као и оквир питања која су им постављена. Ради утврђивања додатних чињеница, Комисија је са Институтом економских наука из Београда (у даљем тексту: ИЕН), закључила Уговор о изради Економске анализе тржишта неспецијализоване трговине на велико и тржишта трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана за период 2010. – 2012., за тржиште града Београда и тржиште Републике Србије. Подносилац пријаве, Комисији је самоиницијативно доставио Извештај експерата економске струке, који је припремио RBB Economics из Лондона, а на захтев компаније Agrokor, у вези са предметним стицањем од стране овог друштва – словеначке компаније Mercator. У овом Извештају садржане су независне економске процене ефеката спровођења предметне концентрације, које ће бити шире елабориране и детаљније оцењене у наставку текста.

У члану 19. Закона о заштити конкуренције (у даљем тексту: Закон), утврђено је да су концентрације учесника на тржишту дозвољене, сем уколико њиховим спровођењем не наступа значајно ограничавање, нарушавање или спречавање конкуренције на тржишту Републике Србије, а нарочито ако би то ограничавање, нарушавање или спречавање било резултат стварања или јачања доминантног положаја. Овим чланом ближе је прописано у односу на које околности Комисија утврђује дозвољеност концентрације, а у спроведеном поступку констатовано чињенично стање проистицало је управо из примене ових законских одредби.

Члан 62. став 2. Закона прописује да уколико се у току поступка испитивања пријаве концентрације утврди да су испуњени услови за поступак испитивања по службеној дужности из става 1. овог члана, поступак ће се наставити по службеној дужности на основу Закључка који доноси Председник Комисије (а који је у конкретном случају донет од стране члана Савета Комисије, а по овлашћењу Председника Комисије). Такав Закључак од 3. септембра 2013. године, донет је ради испитивања да ли намеравана концентрација испуњава услове дозвољености у смислу члана 19. Закона. Истим Закључком, који је у интегралном тексту објављен у „Службеном гласнику Републике Србије“, као и на сајту Комисије, позвана су сва лица која располажу подацима, исправама или другим релевантним информацијама које могу допринети утврђивању исправног чињеничног стања у овом поступку, да исте неодложно доставе Комисији.

Поступајући по горе наведеном Закључку, овлашћено лице стручне службе Комисије спровело је, све у даљем тексту наведене радње и то:

- у периоду од 6. до 27. септембра 2013. године на основу члана 38. став 2. Закона, и овлашћења члана Савета Комисије бр. 6/0-02-466/2013-10 од 4. септембра 2013. године за спровођење поступка испитивања пријаве концентрације подносиоца – друштва Agrokor, који је настављен по службеној дужности, донет је већи број закључака, којима је од произвођача из различитих индустријских грана, чији производи чине претежни асортиман учесника ове концентрације, тзв. FMCG (Fast Moving Consumer Goods), затражено достављање података и информација, које у даљем тексту наводимо. Комисија указује да ова група анкетираних учесника не представља учеснике на релевантним тржиштима производа/услуга, која су дефинисана за потребе ове концентрације, али је прибављање затражених података од истих друштава – као произвођача који својим робама снабдевају учеснике концентрације, као и њихове конкуренте – била неопходна ради процене потенцијалних вертикалних ефеката спровођења ове пословне трансакције. Од произвођача активних у области млечне индустрије, индустрије производње безалкохолних пића, индустрије меса, уља, шећера, кондиторских, хемијских производа, и др. („IMLEK“, „Шабачка млекара“, „Нишка млекара“, „Carnex“, „Матијевић“, „Златиборац“, „Henkel“, „Albus“, „Frikom“, „Nestle“, „Coca Cola“, „Nectar“, „Књаз Милош“, „Atlantic brands“, „Апатинска пивара“, „Sunoko“, „Vital“, „Dijamant“, „Viktoriaoil“, „NELT“, „Pionir“, „Swisslion“, „Marbo product“, „Fidelinka - Agroposlovi“) затражено је да доставе следеће податке:

- о пословном приходу (без ПДВ-а) које је анкетирано друштво остварило на тржишту Републике Србије;
- називе 5 (пет) највећих конкурента анкетираног друштва у Републици Србији (која обављају исту делатност);
- о тржишном уделу (у %) анкетираног друштва у односу на конкуренте на тржишту Републике Србије (која обављају исту делатност);
- о структури продаје (у %) према каналима продаје и то: учешће Key account купаца у укупној продаји анкетираног друштва, као и учешће других канала продаје;
- имена 5 (пет) највећих купаца у оквиру Key account купаца, као и њихово процентуално учешће у оствареном промету анкетираног друштва у Републици Србији;
- називе по 3 (три) највећа купца по сваком каналу у оквиру осталих канала продаје, као и њихово процентуално учешће у оствареном промету анкетираног друштва у Републици Србији;

- о вредности (без ПДВ-а) испоручене/продате робе привредном друштву IDEА, као и другим друштвима Agrokor групе у Републици Србији;
- о вредности испоручене/продате робе (без ПДВ-а) привредном друштву Mercator у Републици Србији;
- о томе колико у укупном приходу од продаје анкетираног друштва (у %) учествује промет остварен продајом друштву IDEА, као и другим повезаним друштвима Agrokor-а у Републици Србији;
- о томе колико у укупном приходу од продаје анкетираног друштва (у %) учествује промет остварен продајом друштву Mercator у Републици Србији.

Од претходно наведених произвођача затражено је да све захтеване податке доставе посебно за сваку од три године које претходе години спровођења концентрације (2010., 2011., и 2012.). Такође, захтевано је и достављање њиховог изјашњења у односу на следеће:

- да ли сматрају да реализација предметне концентрације може створити бољу, односно неповољнију преговарачку позицију за анкетирано друштво у односу на тренутну, из разлога што ће у случају реализације ове концентрације оно уместо са два, преговарати са само једним купцем;
- да оцене могућност налажења алтернативних купаца у случају спровођења предметне концентрације;
- да оцене тржишно понашање друштва Agrokor групе у погледу цена по којима купују њихову робу, рокова плаћања, остварених рабата и сл., као и ниво малопродајних цена ове робе која се продаје у IDEА малопродајним објектима;
- да оцене тржишно понашање друштва Mercator у погледу цена по којима купује њихову робу, рокова плаћања, остварених рабата и сл., као и ниво малопродајних цена ове робе која се продаје у малопродајним објектима Mercator-а;
- да ли предвиђају позитивне последице спровођења предметне концентрације на потрошаче.

Ниједан од анкетираних произвођача/трговаца на предметни закључак није изјавио жалбу Председнику Комисије, већ је по овом закључку у наложеном року у свему поступио, што значи да је сваки од њих појединачно доставио све затражене податке, објашњења и прилоге, који су коришћени у

аналитичком делу активности Комисије приликом поступања по предметној пријави и који су били у функцији доношења одлуке у овој управној ствари.

- у циљу потпуног и правилног утврђивања чињеничног стања у односу на стварне конкуренте учесника концентрације, који су активни на тржиштима која се сматрају релевантним за ову концентрацију, а то су тржиште veleпродаје прехранбених производа и робе широке потрошње, као и тржиште трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићем и дуваном, према већем броју конкурената – учесника на тржишту предметне veleпродаје, упућени су закључци којима се налаже достављање одређених података Комисији. Приликом оваквог поступања, Комисија је имала у виду одредбу члана 41. Закона, којом се одређује да се у испитном поступку предузимају потребне доказне радње у циљу правилног утврђивања чињеничног стања, а нарочито се, између осталог прибављају подаци, исправе, итд. Комисија је поступила у складу са чланом 38. Закона, према коме се о извођењу доказа доноси Закључак који се писмено саставља, у случају када је потребно да се достави трећем лицу, као у конкретном случају. Према члану 19. Закона који се односи на утврђивање дозвољености концентрације учесника на тржишту, прописано је да се таква дозвољеност процењује, између осталог и у односу на структуру релевантног тржишта, као и у односу на стварне и потенцијалне конкуренте.
- када је реч о конкурентима учесника концентрације на тржишту veleпродаје, Комисија је захтеве за достављањем података и информација, упутила учесницима на овако дефинисаном релевантном тржишту, који имају национални значај, а у које спадају „Delhaize“, „DIS“, „Metro cash & Carry“ (сва наведена друштва су учесници и на тржишту предметне малопродаје). Осим њих, овом групом анкетираних учесника (велетрговци), обухваћени су и они чији значај не прелази регионалне, односно локалне оквире, а у које спадају „Beer Commerce“ – Вршац, „Болеро“ – Чачак, „Џавић“ и „Транском 94“ – Шабац, „Иде Воз“ и „Иван промет“ – Крушевац, „Љубисављевић“ – Врање, „BVG komerc“ и „Метла – комерц“ – Лесковац, „Don Cafe“ – Параћин, „MDD Group“ – Каћ, „SCB distribution“ – Београд, „ТП Морава“ – Крагујевац, „Орион“ – Смедерево, „РИЧ“ – Прокупље, „Неретва комерц“ – Београд, „Текијанка“ – Кладово, „Трговина Лилић“ и „Васке импорт“ – Пожаревац, „Валор“ и „Gomex“ – Зрењанин, „Вирцинија“ – Краљево, „Univerexport“ – Суботица. Приликом одређења регионалних и локалних учесника на ВП тржишту, Комисија је водила рачуна да избор анкетираних учесника изврши и у односу на њихов регионални размештај и локацију из разлога да таквом селекцијом буде „покривен“ што већи део националне територије. Свим претходно наведеним учесницима на тржишту veleпродаје (било да је реч о онима националног, или регионалног, односно локалног нивоа), наложено је да Комисији доставе:

- структуру продајног асортимана према критеријуму порекла робе (роба из увоза и роба произведена у Републици Србији) на тржишту Републике Србије;
- имена 5 (пет) највећих конкурената у Републици Србији/локалном тржишту (која обављају исту делатност);
- процену свог тржишног удела (у %) у односу на конкуренте на тржишту Републике Србије/локалном тржишту (која обављају исту делатност);
- структуру продаје (у %) према каналима продаје и то: учешће Key account купаца у укупној продаји као и учешће других канала продаје;
- називе 5 (пет) својих највећих купаца у оквиру Key account купаца, као и њихово процентуално учешће у оствареном промету анкетираниог друштва у Републици Србији;
- називе по 3 (три) највећа купца по сваком каналу, у оквиру осталих канала продаје, као и њихово процентуално учешће у оствареном промету анкетираниог друштва у Републици Србији;
- податак (у %) о набављеној/купљеној роби од привредног друштва IDEА, као и других друштава која су део Agrokor групе у Републици Србији у укупно набављеној/купљеној роби анкетираниог друштва;
- податак (у %) о набављеној/купљеној роби од друштва Mercator, у Републици Србији, у укупно набављеној /купљеној роби анкетираниог друштва;
- податак (у %) о томе колико у укупном приходу анкетираниог друштва, учествује онај приход који је остварен продајом роба набављених/купљених од друштава Agrokor групе у Републици Србији;
- податак (у %) о томе колико у укупном приходу анкетираниог друштва учествује промет остварен продајом робе набављене/купљене од друштва Mercator у Републици Србији.

Примљени одговори по свим отпремљеним закључцима, који су упућени учесницима на тржишту трговине на велико, садржали су захтевану документацију, која се односи на три године које претходе години спровођења концентрације, а учесници су се истом приликом изјаснили и по постављеним питањима идентичним онима која су постављана и произвођачима, о чему је

претходно било речи. Није изостало достављање одговора ни од једног анкетираниог учесника на овом тржишном сегменту.

- подаци чије је достављање Комисија наложила великим трговинским ланцима националног значаја („Delhaize“, „DIS“, „Metro cash & Carry“), као и онима регионалног („Interex“, „Univerexport-Trgopromet“, „Подунавље“, „КТС“, „Lurdy“, „Gomex“, „Super Vero“, „Aman“) и локалног карактера (онима који се баве малопродајном делатношћу у појединим градовима – општинама, а у које спадају „Alfa“ – Јагодина, „Прима нова“ и „Орион“ – Лесковац, „Транском 94“ – Шабац, „Мега-маркет“ – Смедеревска Паланка, „Еуро prom“ – Ваљево, „Leon Konditors“ – Врање, „Воћа“ – Књажевац, „Van-com“ – Чачак, „Миле пром“ – Лозница, „СИМ маркет“ – Лаћарак), у највећем делу су били јединствени и односили су се на:
 - пет (5) највећих конкурената анкетираниог друштва у Републици Србији;
 - податак о набављеној/купљеној роби (у %) од привредног друштва IDEА, као и других друштва која су део Agrokor групе у Републици Србији у укупно набављеној/купљеној роби анкетираниог друштва;
 - податак о набављеној/купљеној роби (у %) од привредног друштва Mercator у Републици Србији у укупно набављеној/купљеној роби анкетираниог друштва;
 - податак о томе колико у укупном приходу анкетираниог друштва (у %) учествује онај приход који је остварен продајом роба набављених/купљених од друштава Agrokor групе у Републици Србији;
 - податак о томе колико у укупном приходу анкетираниог друштва (у %) учествује онај приход који је остварен продајом робе набављене/купљене од друштва Mercator у Републици Србији.

Сви претходно побројани учесници на тржишту малопродаје, доставили су Комисији све захтеване податке за период од три календарске године које претходе години пријаве концентрације, као и изјашњења која су од њих тражена, а односе се на то:

- да ли сматрају да реализација предметне концентрације може анкетираниом друштву створити бољу, односно неповољнију преговарачку позицију приликом набавке робе од учесника концентрације, с обзиром да би реализацијом ове концентрације могло доћи до спајања два озбиљна учесника на тржишту veleprodaje;

- да ли сматрају да реализација предметне концентрације може анкетираним друштву створити бољу, односно неповољнију тржишну позицију на тржишту малопродаје, с обзиром да би реализацијом ове концентрације могло доћи до спајања два озбиљна учесника на тржишту малопродаје;
- да оцене могућност налажења алтернативних добављача у случају спровођења предметне концентрације, као и њихову прихватљивост за анкетирано друштво;
- да оцене досадашње тржишно понашање друштва Agrokor групе;
- да оцене досадашње тржишно понашање друштва Mercator;
- да ли и у којој мери могу предвидети позитивне последице спровођења предметне концентрације на потрошаче.

Осим ових питања, Комисија је трговинским ланцима националног значаја, који су претходно идентификовани, упутила налог за достављање одговора и на следећа два питања:

- да одреде тржишни удео анкетираним друштва (у %) у односу на конкуренте на тржишту малопродаје у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана у Граду Београду, као јединственој географској целини, и посебно у градским општинама – Нови Београд, Гроцка и Младеновац, по следећим критеријумима: а) нето продајне површине изражене у м²; б) укупно оствареног прихода без ПДВ-а. Напомињемо, да релевантно тржиште малопродаје дефинисано на овај начин, не обухвата објекте типа СТР, специјализоване радње (пекаре месаре, дрогерије и сл.), зелене пијаце итд.;
- да одреде тржишни удео анкетираним друштва (у %) у односу на конкуренте, на тржишту малопродаје у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана, по критеријумима: а) нето продајне површине изражене у м²; б) укупно оствареног прихода без ПДВ-а и то у следећим градовима: Књажевац, Чачак, Јагодина, Лесковац, Лозница, Ниш, Нови Сад, Панчево, Смедерево, Сомбор, Сремска Митровица, Врање, Суботица, Бор, Крагујевац, Крушевац, Кула, Шабац, Смедеревска Паланка, Србобран, Ваљево и Врбас.

Избор локалних тржишта за која је од великих трговинских система затражено достављање наведених података из претходне две алинеје, проистекао је из анализе стања управо на овим тржиштима, која је Комисији достављена од стране подносиоца пријаве као прилог документације, а која су

указивала на значајну снагу учесника концентрације на овим тржиштима након њиховог повезивања.

- када је реч о учесницима концентрације, Комисија је наложила како подносиоцу пријаве, тако и циљном друштву, да доставе одговоре на следећа питања:
 - о пословном приходу (без ПДВ-а) који је анкетирано друштво остварило у veleпродаји на тржишту Републике Србије;
 - о учешћу у приходу оствареном veleпродајом роба (у %) које потичу из Agroког групе, у односу на укупан приход у veleпродаји остварен на тржишту Републике Србије;
 - о пословном приходу (без ПДВ-а) који је анкетирано друштво остварило у малопродаји на тржишту Републике Србије;
 - колико у укупном приходу (у %) анкетираног друштва оствареног у малопродаји, учествује приход остварен продајом роба која производе друштва Agroког групе;
 - колики удео у малопродаји анкетираног друштва имају они производи који носе знак трговачке марке тог друштва у односу на остварену малопродају;
 - колика је просечна стопа одобрених рабата анкетираном друштву приликом набавке роба које оно продаје под својом трговачком марком, односно колика је просечна стопа малопродајне марже за исте.

Осим ових питања која су била заједничка за оба учесника концентрације, Комисија је од подносиоца пријаве захтевала достављање и следећих података:

- о оствареном промету у 2012. години за малопродајне објекте лоциране у појединим градовима – општинама наведеним у допису, а у којима су хоризонтални ефекти ове концентрације најизразитији (независно да ли је реч о објектима који у овом моменту припадају друштву IDEА, или друштву Mercator);
- када је реч о препознатљивим брэндовима Agroког групе (девет категорија производа и то: јестиво уље, маргарин, мајонез, кечап, сладолед, вода, смрзнуто тесто, смрзнуто поврће и смрзнута риба), наложено је да за сваку од ових категорија буду достављени подаци о процентуалном учешћу продате количине сваког од наведених производа произведеног унутар Agroког групе, у односу на укупну

продату количину тог производа у малопродајним објектима друштва IDEА (нпр. процентуално учешће продате количине јестивог уља произведеног у Agrokor групи – Дијамант, у укупно продатој количини јестивог уља у малопродајним објектима друштва IDEА);

- о проценту малопродајне марже за 9 категорија производа наведених у претходној алинеји који потичу из Agrokor групе, односно за исте производе набављене од произвођача који не припадају Agrokor групи.
- одговарајући подаци за потребе предметног управног поступка затражени су и од појединих државних институција. У наставку текста наводимо питања која је Комисија упутила сваком од државних органа појединачно.

Од Агенције за привредне регистре затражени су подаци:

- о укупном броју привредних друштава регистрованих за обављање делатности 4690 (неспецијализована трговина на велико) и 4711 (трговина на мало у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана) у Републици Србији, (у оквиру тога посебно за град Београд);
- о укупно оствареним приходима и расходима свих друштава која послују у оквиру делатности из претходне алинеје;
- о укупном приходу и расходу за привредна друштва наведена у прилогу овог дописа, а које је сам подносилац пријаве означио као најважније учеснике на релевантним тржиштима (ради се о педесет привредних друштава).

Од Министарства финансија – Пореске управе затражено је да Комисији достави:

- збирне вредности елемената пореске пријаве ПППДВ (Пореска пријава на додату вредност) свих пореских обвезника за шифру делатности 4690 и 4711
- збирне вредности елемената пореске пријаве ПППДВ свих правних лица за шифру делатности 4690 и 4711;
- збирне вредности елемената пореских пријава ПППДВ предузетника за шифру делатности 4690 и 4711;
- групе пореских обвезника према ПДВ промету – кумулативни подаци за делатност 4690 и 4711;
- промет великих трговаца у Србији – шифра делатности 4690 и 4711;
- податке о броју правних лица и предузетника и њиховом оствареном промету, а који имају статус великих пореских

обвезника (Центар за Велике Пореске Обвезнике) у делатностима 4690 и 4711;

- збирне податке о укупно оствареним приходима и расходима свих друштава која послују у оквиру делатности 4690 и 4711;
- податке о укупном приходу и расходу и о укупном броју фискалних каса за привредна друштва наведена у прилогу овог дописа, а које је сам подносилац пријаве означио као најважније учеснике на релевантним тржиштима (ради се о педесет привредних друштава).

Претходно наведени подаци затражени су за територију целе Републике Србије и посебно за град Београд, као укупни годишњи подаци за сваку од последње три пословне године, које претходе години спровођења концентрације, појединачно (2010., 2011. и 2012. године).

Од Републичког завода за статистику Комисија је затражила следеће податке и информације:

- по територијалним јединицама – а) Републику Србију и б) Београдски регион;
- по временским јединицама – а) године 2010., 2011. и 2012. и б) тромесечјима година 2010., 2011. 2012.;
- по извештајним јединицама – а) привредна друштва и б) предузетници;
- по делатностима – а) 4690. неспецијализована трговина на велико и б) 4711. трговина на мало у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана;
- за сваку од ових делатности затражени су и подаци о: а) промету са обрачунатим ПДВ-ом, б) обрачунатом ПДВ-у, в) о промету са обрачунатим ПДВ-ом по робним групама, г) о броју извештајних јединица и броју продавница.

Комисија констатује да је подносилац пријаве у склопу приложене документације доставио све прописане показатеље пословања друштва Agrokor, укључујући и оне које се односе на преглед свих повезаних друштава Agrokor-а у Републици Србији (ради се о укупно 22 таква активна друштва, као и једном друштву у поступку ликвидације). Околност присутности и активности Agrokor-а у Републици Србији преко својих повезаних друштава, Комисија је третирала као чињеницу од важности за поступак процене вертикалних ефеката ове концентрације, што је Комисија посебно ценила приликом доношења одлуке у овом поступку. Конкретно, зависна друштва Agrokor концерна регистрована и активна у сфери производње у Републици Србији, односно друштва под контролом подносиоца пријаве, јесу између осталог и „Дијамант“ – Зрењанин, „Frikom“ – Београд, „Кикиндски млин“ – Кикинда, итд. Поред ових, Agrokor је већински, или искључиви власник и других привредних друштава у Републици Србији, при чему се ради о друштвима која нису произвођачи, већ су активна у сфери промета – трговине на велико и мало (у која спадају и „IDEA“ – шифра делатности: 4690, „Јамница“ – Београд, „Angropromet export-inport“ Ниш, „Agrofructus - VIP“ Каћ, итд.). О основним налазима које је Комисија током

поступка утврдила, а односе се на активност неких од ових друштава, биће више речи у наставку текста.

Mercator, над којим ће подносилац пријаве реализацијом предметне трансакције успоставити контролу, један је од највећих трговинских ланаца у Југоисточној Европи. На тржишту Републике Србије друштво Mercator превасходно је активно у области трговине на мало, као и у сектору трговине на велико прехрамбеним производима и робом широке потрошње. Повезана друштва преко којих је циљно друштво учесник на тржишту Републике Србије у претходно наведеним делатностима су: друштво „Mercator S“ д.о.о. Нови Сад (трговина на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићем и дуваном, шифра делатности: 4711), а остала повезана друштва циљног друштва, која су регистрована и активна у Републици Србији, јесу и „Intersport S-ISI“ д.о.о. Београд (трговина на мало спортском опремом у специјализованим продавницама, шифра делатности: 4764) и „Modiana“ д.о.о. Београд (која је учесник на тржишту трговине на мало одећом у специјализованим продавницама, шифра делатност: 4771).

Одлучујући по поднетој пријави, у поступку који је настављен по службеној дужности, Савет Комисије је размотрио списе предмета и извршио увид у документацију достављену уз пријаву, као и све претходно наведене и достављене допуне ове пријаве, увид у напред наведене поднеске свих учесника на тржишту, као и претходно наведених државних институција, од којих је захтевано достављање потребних и овде дефинисаних података. Изведеним доказима Савет Комисије је утврдио чињенично стање и закључио да треба одлучити као у диспозитиву овог решења, из разлога који се наводе и образлажу у даљем тексту.

Увидом у изводе из одговарајућих регистара привредних друштава која се сматрају учесницима ове концентрације, а које је Комисији доставио подносилац пријаве, као и у финансијске извештаје за 2012. годину, као годину која претходи години спровођења концентрације, утврђено је следеће:

Agrokor, односно подносилац пријаве је холдинг друштво (концерн), које је са радом почело већ 1989. године. Представља једну од највећих приватних компанија у Хрватској и читавој Југоисточној Европи, са консолидованим приходом од око [...] ЕУР у претходној пословној години, (од чега је у Републици Србији Agrokor остварио преко [...] ЕУР), који пословни резултат је остварен са приближно [...] запослених. Друштво Agrokor присутно је у низу земаља централне и Југоисточне Европе, укључујући Хрватску, Србију, Босну и Херцеговину, Црну Гору, Македонију и Мађарску. Унутар Agrokor концерна коме су примарне делатности производња и дистрибуција хране и пића, као и малопродаја, између осталих послују и произвођачи минералне воде – „Јамница“, сладоледа – „Ledo“, уља, маргарина и мајонеза - „Zvijezda“, хрватска месна индустрија – „PIK Vrbovec“, као и водећи малопродајни ланац „Konzum“. Agrokor концерн састоји се и од компанија из регије, придружених током неколико протеклих година. Између осталог, из Босне и Херцеговине то су „Ledo Čitluk“, „Sarajevski kiseljak“ и „Konzum“ d.o.o. – Сарајево, из Републике Србије – „Dijamant“, „Frikom“ и „IDEA“, из Мађарске – „Fonuodi“ и „Ledo“.

Циљно друштво у предметној концентрацији, под данашњим називом послује од 1953. године. Осим у матичној држави, у којој је водећи трговински ланац, Mercator је присутан и на тржиштима Србије, Хрватске, Босне и Херцеговине, Црне Горе, Македоније, Бугарске и Албаније. Акције циљног друштва котиране су на Љубљанској берзи. Приходи циљног друштва остварени на светском тржишту, у претходној – 2012. години, достигли су близу [...] ЕУР, од чега су приходи Mercator-а у Републици Србији достигли [...] ЕУР. Према подацима које је Комисији доставио подносилац пријаве, у свим друштвима Mercator групе запослено је више од [...] људи.

Полазећи од чињенице да су оба учесника ове концентрације – Agrokor и Mercator, на тржишту Републике Србије претежно присутни у активности велепродаје и малопродаје (трговине на велико и мало), подносилац пријаве као релевантно тржиште производа предлаже два тржишта од којих је прво – тржиште велепродаје прехранбених производа и робе широке потрошње, док је као друго релевантно тржиште, од стране подносиоца, предложено тржиште трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићем и дуваном, формата самопослуга, дисконта, супермаркета и хипермаркета. По питању географске димензије на овај начин дефинисаних релевантних тржишта производа, подносилац пријаве предлаже да се тржиште велепродаје прехранбених производа и робе широке потрошње дефинише на националном нивоу, односно као тржиште Републике Србије у целини. Када је у питању тржиште трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана, предлог подносиоца пријаве је да се тржишта градова и општина третирају као специфичне географски заокружене целине релевантне за предметну област пословања. Комисија овакав предлог дат од стране подносиоца пријаве сматра исправним и прихватљивим, што ће бити детаљније образложено у наставку текста.

Изузетак од оваквог предлога, према подносиоцу пријаве јесте Град Београд, који има бројна обележја посебности вишемилионског града. Као разлог за прихватање оваквог предлога подносиоца, а поготово када је Град Београд у питању, становиште је Комисије да је реч о највећем граду у Републици Србији, подељеном у седамнаест (17) градских општина, које су прецизно административно дефинисане. Општине се међусобно граниче улицама, односно булеварима и за разлику од мањих градова и општина из унутрашњости у којима постоје приградске средине и градско језгро, као центар коме потрошачи гравитирају, у граду Београду то није случај. Сам начин живота у великом граду у значајној мери отежава дефинисање „гравитационог подручја“ коме његови становници гравитирају. То из разлога што се раздаљина између места боравка, школовања, запослења, понекада може мерити и десетинама километара. Услед тога становници оваквог града могу своје дневне обавезе обављати на територији више општина (административних јединица). С друге стране, продајни објекти, а нарочито они формата хипермаркета и супермаркета лоцирани су на местима која се најчешће налазе близу тзв. административних граница. Имајући у виду квалитет и асортиман производа и услуга које овакви објекти нуде потенцијалним потрошачима, треба истаћи да са становишта критеријума укупне понуде, такви продајни објекти у знатној мери превазилазе задовољење тражње купаца лоцираних на само једној општини (на којој се дотични објекат налази). Неретко у пракси, своје потребе у

оваквим објектима задовољавају и купци из суседних београдских општина. Ово из разлога што је „спремност потрошача да путују“ до одређеног трговинског објекта, сразмерна са квалитетом и асортиманом понуде коју им такав објекат нуди. Одређене посебности неких од општина/градова, које су у овом поступку третиране као релевантна географска тржишта, када је о предметној малопродаји реч, Комисија је прихватила, а исте су инициране од стране подносиоца пријаве, о чему ће више појединости бити у наставку текста (Комисија скреће пажњу да је реч о општинама Гроцка и Кула, у оквиру којих су дефинисана и анализирана и ужа релевантна географска тржишта, од оних која одређује целокупни територијални простор конкретне општине/града).

Трговину на велико чини читав низ пословних активности у вези са продајом робе и/или услуга лицима која их купују, или у циљу даље продаје, или коришћења у пословне сврхе. Према структури роба велепродаја може да буде специјализована, неспецијализована и доставна (дистрибуција). Такође, на овом тржишту се као активни учесници појављују и сами произвођачи користећи сопствене канале дистрибуције.

У складу са дефиницијом једног од релевантних тржишта, као тржишта велепродаје прехранбених производа и робе широке потрошње, Комисија је током испитног поступка обухватила учеснике на том тржишту и то:

- она привредна друштва чија је основна шифра делатности 4690 (неспецијализована трговина на велико), а чију стварну делатност чини пословање како са прехранбеном робом, тако и робама широке потрошње (какав је случај са подносиоцем пријаве). Друштва која своју делатност у оквиру исте шифре делатности базирају на промету другим врстама роба, попут угља, дрва, мазута, спортске опреме, итд., за потребе предметног поступка према становишту Комисије нису могла бити третирана као учесници на истом релевантном тржишту производа (најшири приступ, односно обухват учесника на овом тржишту);
- она друштва регистрована у оквиру делатности 463 (трговина на велико храном, пићима и дуваном), из разлога што управо трговина на велико овим производима представља не само њихову регистровану, већ и делатност коју активно обављају. У оквиру овог тржишта Анализа је обухватила све делатности које се односе на трговину на велико храном, пићима и дуваном и то почев од 4631 (трговина на велико воћем и поврћем), а закључно са 4639 (неспецијализована трговина на велико храном, пићима и дуваном). На овај начин Комисија је својом анализом обухватила привредна друштва чију основну, али истовремено и стварну делатност, управо чини трговина на велико воћем и поврћем, месом и производима од меса, млечним производима, јајима, јестивим уљима и мастима, пићима, шећером, чоколадом, слаткишима, кафом, чајевима, какаом, зачинима и осталом храном, укључујући рибу, љускаре и мекушце;

- групу од 50 привредних друштава, коју је сам подносилац у допуни пријаве квалификовао као најзначајније конкуренте на тржишту велепродаје прехранбених производа и робе широке потрошње, а према критеријуму оствареног промета у трговини на велико прехранбеном робом и робом широке потрошње;
- поред наведених делатности Анализом су обухваћена и привредна друштва, која су регистрована у другим делатностима, попут неспецијализоване трговине на мало (шифра делатности 4711), као и области увоза предметног асортимана роба. Ово је учињено из разлога што је одређени број великих трговинских ланаца, и поред регистроване шифре делатности у домену малопродаје, активан и на тржишту велепродаје предметних роба, тако да на оба дефинисана релевантна тржишта оваква друштва – тржишни учесници, представљају озбиљног конкурента учесницима концентрације. Такође, одређени број друштава чију основну, али и стварну делатност чини увоз претходно набројаног асортимана роба, на тржишту велепродаје представља директне конкуренте, док се на тржишту малопродаје ова друштва (увозници) појављују као добављачи учесника концентрације и њихових малопродајних конкурената.

У складу са оваквим приступом дошло се и до агрегатних вредности промета, оствареног у трговини на велико прехранбених производа и роба широке потрошње у Републици Србији за три календарске године које претходе години пријаве предметне концентрације, што је детаљније образложено у наставку текста.

Друго од два издвојена релевантна тржишта производа, како је претходно наведено односи се на тржиште малопродаје, у вези са чим Комисија констатује да је подносилац исказао одређену недоследност. То из разлога што је у појединим деловима ове пријаве, њен подносилац у извесној мери одступио у односу на свој првобитно исказани став око дефиниције релевантног тржишта, који је претходно у овом образложењу одлуке већ интерпретиран. Конкретно, разрађујући онај део пријаве који се у оквиру „секције 12“ односи на релевантно тржиште производа, подносилац пријаве на страни 24 сумара пријаве у обухват релевантног тржишта, кандидује и специјализоване малопродајне објекте попут месара, дрогерија, зелених пијаца, уз навођење образложења и разлога због којих сматра да и оваква продајна места треба уврстити у релевантно тржиште производа приликом разматрања предметне пријаве. Осим тога што овакво становиште подносиоца пријаве, Комисија третира као значајно различито у односу на претходно изнето, оно је према мишљењу Комисије и суштински нетачно и неприхватљиво, а када је реч о зеленим пијацама и квантитативно немерљиво. Комисија прихвата да на нивоу најужег асортимана одређене врсте специјализованих продавница, оне могу бити конкурент и највећим трговинским ланцима, али само и искључиво у опсегу оне робне структуре (по правилу врло уске), са којима такве специјализоване продавнице раде. Управо

овакав став заступа и анализа RBB Economics, која је припремљена на захтев Agrokor-a и достављена Комисији. Спроведена анализа чији је циљ процена економских ефеката ове концентрације, односи се на анализу тржишта трговине на мало прехрамбених производа и робе широке потрошње, преко трговинских ланаца у објектима формата хипермаркета, супермаркета и дисконта. У делу достављене студије који је посвећен ограничењима у погледу специјализованих продавница на мало, између осталог се констатује да је и Европска Комисија у својим недавним одлукама оставила као отворено, питање укључивања специјализованих продавница на мало у тржиште малопродаје прехрамбених производа (управо се наводе случајеви пекара, месара и зелених пијаца). Даље, достављена анализа даје оцену да је у Србији ослањање купаца на специјализоване продавнице још увек значајно. У том смислу овакве продавнице могу да представљају „конкуренте“ великим трговинским ланцима, али само за оне производе које нуде (реч је о изразито уском асортиману производа исте коначне намене, који и структурно и вредносно могу представљати само промиле у промету објеката који припадају великим трговинским ланцима, а чији највећи формати у понуди имају и више десетина хиљада артикала). Када је реч о зеленим пијацама, тачно је да постоји навика потрошача у Србији за обављање повремених куповина одређених артикала на оваквим продајним местима (воће, поврће, млечни производи, јаја, итд.), али не постоји никаква могућност ни количинске, ни вредносне квантификације оствареног промета на истим. Уважавајући овакве чињенице и сами аутори анализе усвајају тзв. „конзервативни приступ“, који значи изостављање специјализованих продавница и зелених пијаца из анализе малопродајне понуде.

Сличну дилему аутори ове студије испољавају и када је реч о дефинисању продајних формата који су обухваћени релевантним тржиштем, односно третмана дисконта и тзв. Cash & Carry продаје. Полазећи од претпоставке да потрошачи могу да реализују своје куповине у различитим типовима продавница, што значи да уместо у супермаркетима куповину могу да обаве у продавницама типа дисконта, који по правилу осим широког асортимана производа нуде и ниже цене, или повољније услове плаћања, аутори закључују да овај формат малопродајних објеката треба сматрати саставним делом релевантног тржишта. За разлику од објеката формата дисконт, као типично малопродајних објеката, Cash & Carry објекти првенствено подразумевају продају на велико намењену власницима малих трговинских радњи за даљу продају. У Србији је, међутим, присутна пракса куповине робе у оваквим продајним објектима у циљу личне потрошње, а не даље продаје (као доказ за то су и мала паковања свеже хране, а не она карактеристична за veleprodaju), па аутори ове анализе (RBB студија), предлажу да се и продајни објекти типа Cash & Carry налазе на истом релевантном тржишту производа/услуга. У складу са досадашњом праксом рада Комисије, приликом решавања у поступцима концентрација реализованих на овом релевантном тржишту (малопродаја), а пратећи сва позната досадашња, као и недавна искуства Европске Комисије у упоредним предметима, Комисија је у потпуности прихватила овакве ставове аутора RBB анализе, па је у предметном поступку и малопродајне објекте типа дисконт и Cash & Carry објекте, третирала као саставни део релевантног тржишта малопродаје у неспецијализованим објектима.

Према законским одредбама релевантно тржиште производа чини скуп роба/услуга који њихови купци и потрошачи сматрају заменљивим, посебно у погледу њиховог својства, уобичајене намене и цене. Становиште је Комисије да када се ради о трговини на мало претходно опредељеном структуром роба, да се такав скуп релевантних роба у значајној мери међусобно разликује у зависности од врсте продајног формата. У стратегији развоја трговине у Републици Србији, као један од најважнијих критеријума за разграничавање и разликовање објеката, јесте ширина асортимана прехранбених производа (намирнице, месо, воће, поврће и др.) и артикала који су у вези са прехранбеним производима, при чему удео непрехранбених производа не би требало да прелази учешће од 25% понуде.

У оквиру претходно дефинисаног релевантног тржишта које обухвата продајне објекте наведених врста и структура, Комисија је посебно анализирала стање на тржишту предметне малопродаје у објектима продајне површине мање од 400 квадратних метара (као посебном, ужем релевантном тржишту у оквиру опредељене дефиниције) и у објектима продајне површине веће од 400 квадратних метара (као другом ужем релевантном тржишту када је о малопродаји реч). Наведена подела објеката по величини урађена је на основу класификације Министарства трговине, по којој продајни објекти чија продајна површина износи до 400 квадратних метара обухватају класичне продавнице – чија је продајна површина мања од 200 квадратних метара и суперете (са продајном површином од 200 до 400 квадратних метара). Сви продајни објекти са површином већом од 400 квадратних метара, додатно се могу поделити на супермаркете (објекти квадратуре 400 до 2000 квадратних метара) и хипермаркете (у које спадају објекти чија је продајна површина изнад 2000 квадратних метара). Величина објеката по правилу детерминише ширину понуђеног асортимана роба. Тако на пример у објектима типа самоуслуга и дискаунта, продајне површине до 400 м², ширина асортимана се огледа у понуди већег броја група истоврсних производа. Унутар сваке групе, избор појединих артикала је ограничен само на најтраженије производе из конкретне групе. За разлику од претходног, у објектима трговинског формата супермаркет, нето продајне површине од 400 м² до 2000 м², асортиман прехранбених производа чини разноликост артикала из многобројних робних група. Број артикала је најчешће већи од 3000, при чему учешће оних непрехранбеног типа по правилу не прелази 20% до 25%. Највећи трговински формат кога карактерише нето продајни простор већи до 2000 м² – хипермаркет, одликује се продајом најширег асортимана роба који може бројати и преко 20 хиљада производа, како прехранбене, тако и не прехранбене намене. Према подацима Републичког завода за статистику које је обрадио Институт економских наука у Београду, а који чине саставни део предметне Економске анализе, учешће прехранбених производа у укупној вредности промета неспецијализоване трговине на мало у 2012. години у Републици Србији износи око 62% (овом групом обухваћени су воће, поврће, месо, риба и прерађевине, хлеб и пецива, шећер, чоколада и производи на бази шећера, млеко и млечни производи, јаја, уља и масти, кафа, чај и зачини, безалкохолна пића). Спроведеним истраживањем Института економских наука, утврђени су и апсолутни и релативни износи промета за сваку од претходно наведених категорија прехранбених производа.

Повећана угодност при куповини и ниже цене због смањених оперативних трошкова, представљају квалитет који карактерише веће у односу на мање продајне формате. Ова констатација важи како за компарирање хипермаркета према супермаркетима, тако и за релацију супермаркета према конвенционалним продавницама. Све карактеристике појединих продајних формата, а не само површина, чине да се скуп услуга трговине на мало овом врстом робе, битно разликује између себе у погледу својстава, као значајног елемента за дефинисање релевантног тржишта производа. Површина продајног простора је битан фактор, између осталог и због тога што омогућава или не омогућава реализацију других значајних својстава куповине, из којих потиче купчево преферирање снабдевања робом у продавницама одређеног формата (ширина асортимана, ниво продајних цена, близина објекта, пријатност укупног амбијента, пратећи садржаји, љубазност особља, постојање паркинг простора, учесталост примене акцијских продаја и др.).

Комисија истиче да у обухват дефиниције релевантног тржишта, како је она овде одређена, а што је претходно специфицирано, нису укључене мале трговинске радње мешовитом робом (познате као формат СТР-а), чији су власници предузетници – физичка лица. Такође, Комисија није могла прихватити предлог подносиоца садржан у достављеној пријави, а према коме у структуру релевантног тржишта производа треба укључити и продајне објекте формата киоск продавница. Подносилац пријаве указује да крајњи потрошачи у Србији, обављају у продавницама овог типа свакодневне куповине производа који су заступљени и у већим трговинским објектима, а у које спадају цигарете, новине, слаткиши, жвакаће гуме и сл. Овакав став подносиоца пријаве према коме се исти производи – претходно наведени могу наћи и у великим трговинским ланцима, чак се може прихватити и као тачан. Међутим, то не укључује киоске по аутоматизму у обухват релевантног тржишта из већег броја разлога. Први од њих је да све наведене робе и појединачно и збирно имају потпуно симболичну вредност у структури промета продајних објеката које је Комисија укључила у релевантно тржиште. Следећи разлог је да куповина у објектима типа киоск, представља тзв. „импулсну куповину у пролазу“, без спремности купца да за набавку производа овог типа, превали дужу раздаљину управо због истих малопродајних цена за основне производе који чине доминантну понуду у овом типу објекта (цигарете, новине). Коначно, у досадашњој пракси рада Комисије, везано за предмете концентрација у области трговине на мало у неспецијализованим продавницама хране, пића и дувана, Комисија у ово релевантно тржиште никада није укључила објекте типа киоск, на који начин поступа и у овом случају.

Анализа добијених података и информација током спровођења овог испитног поступка, а које су Комисији доставили произвођачи из различитих индустријских грана чији производи (FMCG) чине претежни део продајног асортимана учесника ове концентрације и њихових конкурената на оба релевантна тржишта, опредељује следеће закључке Комисије:

1. у приходу сваког од анализираних добављача, учесници ове концентрације имали су у 2012. години заједнички удео који се кретао у интервалу од 6,63% – колико су IDEA и Mercator заједно учествовали у приходу друштва „Viktoriaoil“ (најниже учешће), до

35,65% колико су ова друштва партиципирала у приходу компаније „Carnex“, на основу извршених набавки – куповина роба од овог друштва као њиховог добављача (највише учешће). Примећује се да су друштва која су учесници ове концентрације дала различит појединачни допринос генерисању укупних прихода друштава „Viktoriaoil“ и „Carnex“. Када је о компанији „Viktoriaoil“ реч у претходно наведеном заједничком учешћу учесника концентрације у приходу овог друштва, IDEA је учествовала са 1,65%, док је удео Mercator-а био три пута „јачи“ и износио је 4,98%. Када се анализира појединачни удео учесника концентрације у приходу компаније „Carnex“, већи удео том укупном приходу дала је IDEA (19,81%), него Mercator (15,84%). Будући да су подаци праћени за три узастопне године, Комисија је утврдила да се разлике свих претходно наведених индикатора, од године до године не мењају за више од 1 до 2 индексна поена. Осим налаза који се односе на два претходно наведена произвођача, од свих осталих случајева код само четири од посматраних преосталих произвођача – добављача (укупно 21), удео учесника концентрације достигао је или премашео [...]% прихода конкретног појединачног друштва. То је случај са компанијама: "Atlantic" [...], „Henkel“ (23,59%), „Sunoko“ (24,51%) и "Dijamant" [...]. У последњем од наведених података – који се односе на друштво "Dijamant", IDEA је учествовала са [...]%, а Mercator са [...]%. Треба истаћи да и друштво IDEA и друштво „Dijamant“ припадају Agrokor групи повезаних друштава. Далеко најбројнију групу произвођача који су и добављачи учесника ове концентрације, чине они код којих је заједнички удео IDEA-е и Mercator-а у 2012. години у оствареном годишњем приходу тих друштава био у интервалу од [...]% до [...]%. Таквих произвођача врло различитог асортимана производа има чак 15, а међу њима су и „Vital“, "Nestle", "Апатинска пивара", „Nectar“, Frikom, „Књаз Милош“, „Coca Cola“, „Златиборац“, "NELT" (реч је о увознику и трговцу, а не о произвођачу). Поред друштва „Viktoriaoil“, међу произвођачима који су имали удео учесника концентрације у њиховом приходу нижи од [...], јесу и „Albus“ 9,35% и "Agroposlovi" [...]. Претходно интерпретиране констатације потврђује следећа табела (прорачун припремљен од стране Комисије на основу података добијених од друштава наведених у табели).

**Прилог 1: Појединачно и збирно учешће учесника концентрације у
укупном приходу од продаје**

| ДОБАВЉАЧ | УДЕО У ПРИХОДУ/ИДЕА (%) | | | УДЕО У ПРИХОДУ/МЕРСАТОР (%) | | | УКУПНО (%) | | |
|------------------|-------------------------|-------|-------|-----------------------------|-------|-------|------------|-------|-------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2010 | 2011 | 2012 | 2010 | 2011 | 2012 |
| MLEKARA ŠABAC | 8,52 | 6,52 | 6,69 | 7,72 | 9,61 | 8,41 | 16,24 | 16,13 | 15,10 |
| NELT | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| HENKEL | 8,57 | 8,87 | 9,96 | 12,64 | 12,60 | 13,63 | 21,21 | 21,47 | 23,59 |
| ZLATIBORAC | 6,14 | 5,53 | 5,00 | 12,57 | 11,10 | 10,26 | 18,71 | 16,63 | 15,26 |
| ALBUS | 3,36 | 3,72 | 4,93 | 5,29 | 3,65 | 4,42 | 8,65 | 7,37 | 9,35 |
| AGROPOSLOVI | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| DIJAMANT | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| SUNOKO | 14,21 | 10,22 | 20,18 | 1,48 | 3,55 | 4,33 | 15,69 | 13,77 | 24,51 |
| COCA COLA | 9,3 | 9,96 | 9,26 | 7,29 | 8,22 | 8,79 | 16,59 | 18,18 | 18,05 |
| ATLANTIC | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| IMLEK | 6,4 | 8,20 | 9,20 | 6,30 | 7,60 | 7,90 | 12,70 | 15,80 | 17,10 |
| KNJAZ MILOŠ | 8,44 | 7,74 | 7,75 | 6,91 | 7,43 | 7,42 | 15,35 | 15,17 | 15,17 |
| SWISSLION* | 0 | 5,00 | 8,00 | 0,00 | 3,00 | 6,00 | 0,00 | 8,00 | 14,00 |
| FRIKOM | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| MARBO | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| PIONIR | 5,7 | 6,20 | 6,30 | 5,50 | 6,50 | 5,50 | 11,20 | 12,70 | 11,80 |
| NECTAR | 5,43 | 6,47 | 2,65 | 6,83 | 8,56 | 9,66 | 12,26 | 15,03 | 12,31 |
| APATINSKA PIVARA | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| CARNEX | 22,07 | 19,94 | 19,81 | 14,67 | 15,81 | 15,84 | 36,74 | 35,75 | 35,65 |
| VIKTORIAOIL | 0,55 | 0,00 | 1,65 | 3,54 | 7,35 | 4,98 | 4,09 | 7,35 | 6,63 |
| NESTLE | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] | [...] |
| NIŠKA MLEKARA | 4,2 | 7,80 | 10,30 | 6,30 | 5,70 | 6,80 | 10,50 | 13,50 | 17,10 |
| VITAL* | 1,29 | 0,94 | 2,01 | 8,45 | 10,37 | 12,46 | 9,74 | 11,31 | 14,47 |
| MATIJEVIĆ** | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

* Продаја преко матичног друштва

**Матијевић -комплетна продаја преко сопствене малопродајне мреже

2. када се продаја сваког од произвођача наведених у претходној тачки анализира по каналима продаје, односно њиховим купцима у односу на величину – снагу купца, види се да су тзв. „велики купци“ (у које спадају како учесници концентрације, тако и други велики трговински ланци), имали различито учешће у оствареном приходу појединих од својих добављача. Поред тога што је различит, тај удео се може оценити и као висок, будући да је код само једног од 23 посматрана произвођача, удео key account купаца у укупном годишњем приходу сваког од ових друштава – добављача, био мањи од једне четвртине њиховог оствареног прихода. Конкретно, то се односи на компанију „Viktoriaoil“ у којој су key account купци током 2012. године, као формат купаца имали релативно мали значај, будући да су у укупном годишњем приходу овог друштва у претходној пословној години они имали удео од свега 12%. Удео у интервалу између [...] % и [...] % у појединачном годишњем приходу анализираних друштава, key account купци имали су код највећег броја произвођача (чак код 15), и они су по својој висини унутар наведеног интервала износили како следи: "Agroproslovi" [...], „Swisslion“ (27%), "Frikom" [...], „Млекара Шабац“ (32,58%), „Књаз Милош“ (34,92%), „Coca cola“ (35,6%), „Sunoko“ и "Апатинска пивара" по [...], „Nectar“ (39,47%), „Нишка млекара“ (41%), "Marbo" [...], "Dijamant" [...], "Nestle" [...], „Pionir“ (49%) и "Atlantic" [...]. Више од [...] % удела у приходу појединих добављача, key account канал набавки има у следећим компанијама: „IMLEK“ (51,9%), "NELT" [...], „Albus“ (66,79%), „Златиборац“ (67,46%), „Henkel“ (71,9%). Када је о компанији „Carnex“ реч, велики купци су за њу изразито значајни, па исти у генерисању годишњег прихода овог друштва у 2012. години учествују чак са 75%. Као што је претходно наведено и учесници концентрације у истом друштву имају високо заједничко учешће у његовим приходима – од близу 36% и то је истовремено њихов највећи удео у приходу међу свим добављачима учесника предметне концентрације. Претходно интерпретиране констатације потврђује следећа табела (подаци у њој представљају прорачун припремљен од стране Комисије на основу добијених индикатора и информација током испитног поступка).

**Прилог 2: Учесће Key Account канала
продаје у укупном приходу од продаје**

| ДОБАВЉАЧ | УДЕО У ПРИХОДУ/ КА канал | | |
|------------------|-----------------------------|-------|-------|
| | 2010 | 2011 | 2012 |
| MLEKARA ŠABAC | 40,05 | 38,60 | 32,58 |
| NELT | [...] | [...] | [...] |
| HENKEL | 65,00 | 67,30 | 71,90 |
| ZLATIBORAC | 63,82 | 65,24 | 67,46 |
| ALBUS | 52,35 | 50,42 | 66,79 |
| AGROPOSLOVI | [...] | [...] | [...] |
| DIJAMANT | [...] | [...] | [...] |
| SUNOKO | 45,00 | 28,00 | 37,00 |
| COCA COLA | 36,20 | 35,80 | 35,60 |
| ATLANTIC | [...] | [...] | [...] |
| IMLEK | 48,60 | 51,60 | 51,90 |
| KNJAZ MILOŠ | 35,56 | 34,25 | 34,92 |
| SWISSLION* | 100,00 | 15,00 | 27,00 |
| FRIKOM | [...] | [...] | [...] |
| MARBO | [...] | [...] | [...] |
| PIONIR | 52,00 | 51,00 | 49,00 |
| NECTAR | 39,47 | 41,18 | 39,47 |
| APATINSKA PIVARA | [...] | [...] | [...] |
| CARNEX | 82,00 | 82,00 | 75,00 |
| VIKTORIAOIL | 7,00 | 12,00 | 12,00 |
| NESTLE | [...] | [...] | [...] |
| NIŠKA MLEKARA | 46,00 | 49,00 | 41,00 |
| VITAL* | 76,59 | 80,30 | 87,53 |
| MATIJEVIĆ** | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

* Продаја преко матичног друштва

**Матијевић - комплетна продаја преко сопствене малопродајне мреже

3. у свом обраћању анкетираним добављачима, Комисија је захтевала да исти, осим одговора на већи број постављених питања, Комисији доставе и њихову оцену последица спровођења ове концентрације. То првенствено са становишта њеног утицаја на даље пословање таквих произвођача и процену евентуалних промена њиховог пословног односа са учесницима ове концентрације, уколико сматрају да предметна пословна трансакција може узроковати промену њиховог тржишног пословања. Појединачни одговори свих анкетираних добављача, налазе се у документацији предмета. Овом приликом интерпретирамо одговоре и процене управо и пре свега оних друштава на чије резултате укупног пословања исказане у оствареном приходу, учесници ове концентрације имају велики или значајан утицај. Конкретно, компанија „Carnex“ наводи да реализација предметне концентрације неће умањити могућност

налажења алтернативних купаца. Став овог друштва у вези са досадашњим тржишним понашањем учесника концентрације по питању цена по којима купују производе овог произвођача, рокова плаћања, остварених рабата, као и малопродајних цена „Carnex“-ових производа, који се продају у малопродајним објектима учесника концентрације, ни на који начин не угрожава конкурентност. Сличне ставове по овим питањима исказали су и „Henkel“, [...] и „Sunoko“. Компаније „IMLEK“ и [...] Комисији су доставиле своје процене ефеката ове концентрације, а Комисија констатује да су примљени одговори ових друштава по својој природи и суштини у великој мери слични. Друштво „MDD Group“ д.о.о., из Каћа, у свом одговору достављеном Комисији, истиче дугогодишњу успешну пословну сарадњу са оба учесника концентрације и процену да ће реализација ове концентрације створити бољу преговарачку позицију „MDD Group“ д.о.о.. Вредност испоручене робе овог друштва учесницима концентрације износи нешто испод једне милијарде динара (са нешто већом вредношћу испорука Mercator-у, него IDEA-и), што заједно чини око 48% укупних испорука овог друштва свим key account купцима – од око 2 милијарде динара. У свом одговору „MDD Group“ д.о.о. указује да је досадашња пословна сарадња са Mercator-ом била квалитетна, коректна и по обиму пословања сваке године све већа, при чему ово друштво износи очекивање и прогнозе да ће се такав пословни однос наставити, без обзира на промену власничке структуре компаније Mercator. Ни једно од наведених друштава није изнело примедбе ни на један аспект досадашње пословне сарадње са учесницима концентрације. Истовремено, ова друштва истичу да очекују даљи развој домаћег малопродајног тржишта и на основу најављеног уласка „реномираних трговачких ланаца на тржиште Републике Србије“. У том смислу не виде препреке за проналажење алтернативних могућности пласмана своје робе. Као ефекат предметне концентрације, ова друштва истичу да ће обједињени капацитети IDEA-е и Mercator-а омогућити ефикаснију сарадњу, рационализацију трошкова дистрибуције, односно свеобухватније планирање и покривање територија, где један или оба учесника концентрације нису била присутна у значајној мери. Као резултат ових трошковних рационализација, ова друштва очекују побољшање услова куповине и повољније цене за потрошаче. Поједина друштва исказују већи степен опрезности у погледу потенцијалних ефеката предметне концентрације. „Pionir“ Суботица указује на могућност да компанија IDEA након реализације ове пословне трансакције, по основу повећања преговарачке моћи купца (buyer power), може извршити притисак на висину количинских рабата. То би ово друштво (идентичну оцену дало је и друштво [...]) усмерило на већу оријентисаност према другим каналима продаје, при чему се првенствено мисли на HORECA (Hotels, Restaurants, Caffes) и ТТ (Traditional Trade). И ова друштва указују да је досадашње тржишно понашање учесника концентрације, било професионално и задовољавајуће.

Међу компанијама које су из групе произвођача – добављача доставиле Комисији одговоре на постављена питања, друштво „Златиборац“ изражава очигледну забринутост у погледу изналагања алтернативних могућности пласмана својих производа, који би се у случају реализовања предметне концентрације могао „отворити“ за ово друштво. Из података достављених Комисији који садрже и вредност робе, коју ово друштво испоручује IDEA-и (прошле године око 115 милиона динара) и двоструко већих вредности испорука које су усмерене према Mercator-у (око 235 милиона динара) види се да је Mercator више него двоструко „јачи“ купац у односу на IDEA-у. Очигледно је да овај добављач учесника концентрације очекује да испоруке његових роба, према учесницима ове пословне трансакције након њеног спровођења, буду редуковане или да услови даље сарадње са учесницима буду измењени - погоршани. При томе не сматра да постоје алтернативни купци за вишак сопствених производа који би при таквом сценарију настао, будући да већ сарађује са свим платежно способним и квалитетним купцима у земљи. Сличан одговор у погледу вероватноће налажења алтернативних купаца – односно непостојања таквих могућности, истиче и компанија „Viktoriaoil“ (произвођач уља). Прогноза овог друштва у погледу очекиваних ефеката концентрације, који би према примљеном одговору могли бити изражени у погоршању преговарачке позиције за ово друштво, Комисија вреднује и са аспекта учешћа учесника ове концентрације у укупно оствареном приходу од продаје компаније „Viktoriaoil“. Будући да је то учешће далеко најниже у односу на све анкетиране произвођаче и достиже око 6%, мало је вероватно да ова концентрација може угрозити наведено друштво, на начин и у обиму како оно само то представља у свом одговору. Конкретно, чак и када би „изгубио“ учеснике ове трансакције као своје купце, то би умањило пословни приход од продаје овог друштва, на начин да би оно – чак и да не обезбеди компензацију изгубљене реализације по том основу на било који други начин, свој укупни прошлогодишњи приход од продаје умањило за не више од 6 индексних поена. У корист изнетог становишта Комисије говори и чињеница да је продаја путем key account канала тек на четвртом месту по критеријуму учешћа у укупном оствареном приходу од продаје компаније „Viktoriaoil“ (12%), док су далеко већи купци она друштва која припадају истој групи повезаних учесника (28%) и купци из тзв. „прерађивачке индустрије“ (38%). Велико учешће у укупно оствареном приходу од продаје овог друштва заузимају и тзв. ТТ купци (22%).

Као потенцијално „критичну“ групу добављача са становишта њихове позиције каква би могла наступити након спровођења концентрације, Комисија је третирала и оне добављаче, који су у својој досадашњој пословној активности били добављачи Mercator-а, али не и добављачи друштва IDEA. Комисија није располагала појединачним листингом производа по добављачима, за свако од друштава учесника концентрације, који садржи све изворе снабдевања укупном

структуром производа за свако од ових друштава. Једино се из таквог извора, појединачно и целовито могу идентификовати сви добављачи учесника концентрације, или добављачи који снабдевају само једно од ових друштава (Mercator), али не и друго (IDEA). У недостатку такве врсте података за оба учесника концентрације, Комисија је од подносиоца пријаве затражила изјашњење о томе каква ће бити будућа политика IDEA-е – као Agrokor-овог повезаног друштва, према досадашњим добављачима Mercator-а, који нису и добављачи IDEA-е. У одговору које је на овакав захтев Комисије доставио подносилац пријаве, истиче се – да је политика Agrokor-а да се, након спровођења концентрације, пословање Agrokor групе у трговини на мало у Србији развија под брендом „Mercator“. Указује се на план компаније Agrokor да у предстојећем периоду, значи након преузимања друштва Mercator, настави односе добре пословне праксе са свим добављачима Mercator-а. Даље, у свом одговору Agrokor указује на очекиване синергетске ефекте, који би према мишљењу подносиоца пријаве, требали произаћи из комбинованог коришћења добављача, како Mercator-а, тако и IDEA-е. Ефекат задржавања добављача како једног, тако и другог учесника концентрације, према становишту подносиоца пријаве, пренеће се на потрошаче у двоструком позитивном изразу и то како ценовно, тако и асортимански. Коначно, истиче се да је досадашња пословна политика компаније Agrokor у Републици Србији, подразумевала развој квалитетних односа са домаћим добављачима. Као резултат такве пословне политике, подносилац пријаве наводи податак о високом уделу домаћих добављача (оних из Републике Србије) у укупној робној понуди IDEA-е. Тај висок удео давалац одговора је квантифицирао навођењем податка да IDEA од добављача из Републике Србије набавља [...] % своје робе. Истиче се план Agrokor-а који је базиран на одржавању континуитета такве пословне праксе. У односу на све претходно изнето, становиште Комисије било је да од подносиоца пријаве затражи да у свом одговору на Обавештење о битним чињеницама утврђеним у поступку на којима ће Комисија темељити своју одлуку достави и допунска и детаљнија објашњења око тога шта укључује, односно шта се сматра „добром пословном праксом“, коју најављује подносилац пријаве. Комисија је захтевала од подносиоца пријаве да ближе определи евентуалне промене са којима подносилац пријаве рачуна након спровођења концентрације, а које се односе на услове плаћања, радатну политику и остала битна питања за будућу сарадњу са својим постојећим и новим добављачима. Будући да ће подносилац пријаве и стицалац контроле над циљним друштвом у овој пословној трансакцији, њеним спровођењем значајно и несумњиво ојачати своју преговарачку позицију према досадашњим као и новим добављачима, Комисија је изјашњење подносиоца по овим питањима узела у обзир као релевантну околност приликом оцене дозвољености предметне трансакције. Такође, Комисија је у Обавештењу констатовала да нема никаква сазнања, услед чињенице да их подносилац није доставио, а у вези су са могућим фаворизовањем набавки одређених роба (јестиво уље, смрзнута храна, сладолед) од произвођача који припадају истој групи повезаних друштава као и подносилац пријаве, у односу на остале конкуренте – произвођаче исте врсте производа. У вези са претходно изнетим, Комисија је оценила потребним да се подносилац пријаве изјасни и на ове околности, сматрајући их релевантним за доношење своје одлуке.

Комисија као пример досадашње једностране сарадње појединих анкетираних учесника на тржишту, у смислу набавке роба у трговини на велико од учесника ове концентрације (односно само једног од њених учесника), наводи и информације које су Комисији достављене од стране друштва „Don Caffè“ д.о.о. из Параћина. Ово друштво истиче да у свом досадашњем пословању није сарађивало са друштвом IDEА, нити са осталим повезаним друштвима Агроког групе. Истовремено, имало је континуирану сарадњу са Mercator-ом, током четири претходне пословне године (2009., 2010., 2011. и 2012.), у којима се учешће набавке робе од друштва Mercator, у укупној набавци овог друштва током посматраног периода, кретало у интервалу од 3,5% до 4,60%. Учешће робе купљене од Mercator-а у укупном приходу овог друштва, износи око 3%. Не очекује се престанак сарадње и обустава испорука роба од стране компаније Mercator према овом купцу, већ се напротив, након спровођења концентрације, од стране компаније „Don Caffè“ прогнозира даље унапређење претходне дугогодишње сарадње са овим друштвом, коју је учесник анкете окарактерисао као коректну.

У оквиру једног од дефинисаних и претходно наведених релевантних тржишта производа за ову концентрацију, а то је тржиште велепродаје прехранбених производа и робе широке потрошње, Комисија је издвојила све могуће опције преко којих се може посматрати и оцењивати неспецијализована трговина на велико. То са становишта обухвата привредних друштава која су учесници на овом тржишту. Став Комисије јесте, да би најшири могући обухват тржишта неспецијализоване трговине (чије је значење претходно објашњено), представљао изразито широко (у конкретном случају прешироко) постављену базу укупне неспецијализоване велепродаје. У том случају, она би укључивала и такве учеснике, који су са становишта њихове фактичке активности (о чему је такође претходно било речи), потпуно нецелисходни за истраживање овог тржишта и утврђивање оних околности и чињеница из области трговине на велико, релевантних и функционалних за предметну концентрацију. Степен искривљености слике о реалном стању једног од тржишта битног за ову концентрацију (трговина на велико), до чега би дошло уколико се не би поштовали претходни принципи за резултат би имао одступања у процењеној вредности овог релевантног тржишта производа, који би био реда величина од више стотина милијарди динара. Управо ове разлике и њихов интензитет, утврђује Анализа ИЕН-а, чији су налази коришћени у предметном поступку. Она нуди све опције посматрања овог тржишта (уже и шире), и истиче разлике у добијеним резултатима, и закључцима који из њих проистичу. Полазећи од овде изнетих разлога, а са циљем добијања оних резултата који су значајни за право сагледавање реалне снаге, структуре и промена вредности овог тржишта у упоредним временским периодима, Комисија је применила следећи приступ. У тржиште неспецијализоване трговине на велико, укључена су она привредна друштва, која су активна у делатности трговине на велико храном, пићима и дуваном, односно која тргују са оним асортиманом роба који је одређен номенклатуром подгрупа у оквиру делатности 463 (и обухвата воће и поврће, месо, кондиторске производе, и све друге прехранбене производе претходно наведене). У обухват овог тржишта, Комисија је за потребе решавања предметног управног поступка, укључила и категорију „осталих“ и појединачно определила шта чини садржај те групе друштава. Конкретно, то су нпр. друштва која су формално регистрована за активност малопродаје, коју и фактички

обављају, али су она истовремено и учесници на овде анализираном тржишту – неспецијализоване veleпродаје, на који начин су таква друштва истовремено учесници на оба дефинисана релевантна тржишта производа. Такође, ту спадају и привредни субјекти који су увозници претходно наведене структуре прехрамбених производа, а онда и велетрговци истима.

Сви утврђени подаци у вези са овим релевантним тржиштем производа, као свој извор података имају показатеље обезбеђене из Агенције за привредне регистре и Пореске управе, као и одговоре већег броја учесника на релевантном тржишту, који су достављени Комисији на њен захтев.

Када је реч о агрегатном приказу податка који се односи на вредност тржишта трговине на велико храном, пићима и дуваном, Комисија истиче да податак који се односи на Delhaize групу, обухвата збир прихода свих друштава која припадају овој групи, те да је реч о оном делу укупног прихода како ове групе друштава, тако и других учесника који су обухваћени овим истраживањем, и који су остварени у оном делу њиховог пословања, који се односи на veleпродају. Све то илуструју налази спроведеног истраживања ИЕН-а, које објашњава разлике између укупног прихода и прихода од veleпродаје ових учесника и нивоа тих разлика. За Delhaize групу и привредна друштва „DIS“, IDEA, „Mercator-S“, „Gomex“, „Metro Cash & Carry“, „Univerexport“ и „Univerexport-Trgopromet“ (у даљем тексту: група трговинских ланаца), сви коришћени и у истраживању интерпретирани подаци, односе се на приходе ових друштава из veleпродаје. За остале учеснике чији су подаци о њиховим појединачним приходима коришћени за утврђивање агрегатне вредности предметне veleпродаје, ово раздвајање није било могуће учинити из методолошких ограничења. То значи да су њихови укупни приходи третирани као приходи од veleпродаје претходно опредељеном структуром роба (из гране 463). Када се овако дефинисано и анализирано тржиште veleпродаје посматра током неколико узастопних година, долази се до закључка да оно бележи континуирану тенденцију раста вредности. Конкретно, у последње три календарске године вредност тржишта veleпродаје које је предмет Анализе, повећава се на начин да је у 2012. години његова вредност била за нешто више од 12 милијарди динара већа у односу на претходну годину (односно за 3,5%). Компарирање податка између 2011. и 2010. године, опредељује закључак да је ово тржиште у 2011. години, према агрегатним подацима било „јаче“ за око 9,5 милијарди динара, односно за око 2,84% у односу на стање из 2010. године. Даље, закључак је да у последње три календарске године долази до извесног смањења тржишног учешћа група трговинских ланаца по критеријуму оствареног промета, на релевантном поменутом тржишту. За разлику од 2010. године када тржишно учешће ове групе износи 24,9% од укупно оствареног прихода на релевантном тржишту, овај проценат у 2011. години опада на 22,6%, док у 2012. он износи 21,9%. Унутар оваквих промена измењене су и појединачне позиције чланова ове групе и то на тај начин што друштво „Delhaize“ опада за приближно [...] индексна поена, док се за учеснике концентрације бележи његов пораст. Конкретно, „Mercator-S“ повећава своје тржишно учешће за /0-5/ индексна поена, док раст тржишног учешћа подносиоца пријаве износи око /0-5/ индексних поена.

Колики значај има правилно дефинисање релевантног тржишта производа, најбоље илуструју следећи подаци. Уколико би се тржиште трговине на велико прехрамбеним производима и робом широке потрошње, у погледу свог обухвата третирано како је то предложио подносилац пријаве (50 репрезентативних друштава активних у овој области) агрегатна вредност овог тржишта у Републици Србији за 2012. годину износила би око 182,5 милијарди динара, односно била би приближно двоструко нижа од оне вредности коју је Комисија утврдила применом претходно наведене и објашњене методологије (око 356 милијарди динара).

Када је реч о трговини на велико, Комисија сматра прихватљивим ставове подносиоца изложене у достављеној пријави, према којима трговци активни у сфери veleпродаје по правилу послују хомогено на читавој националној територији. Из тих разлога, Комисија оцењује да услови конкуренције у области veleпродаје не варирају у значајној мери између различитих ужих географских целина, од оне коју чини читаво тржиште Републике Србије. Мобилност тзв. „професионалних купаца“, (а то су власници трговинских објеката, или угоститељских објеката, који робу набављену од veleпродаваца употребљавају или ради њене даље продаје – трговци, или њене употребе у обављању своје основне делатности – угоститељи), према оцени Комисије је изразита. То значи да се сваки од учесника на овом тржишту – оних на страни купаца робе, који такве куповине врши на конкретном набавном месту и под задатим условима, под претпоставком измене тих услова, може брзо и лако преоријентисати на друге изворе снабдевања, који у географском смислу чак могу бити и значајно удаљени у односу на локацију претходних извора снабдевања. То конкретно значи да се купац који се снабдева робом ради њене даље препродаје, или њеног коришћења у функцији обављања свог професионалног посла, уколико се измене ценовни или други услови под којима такву робу набавља, може одредити да исту робу прибави из неког другог извора, односно да употреби други начин снабдевања њом (било преко специјализованог добављача, или специјализованих/неспесијализованих трговаца). Комисија цени прихватљивим ставове подносиоца пријаве који су везани за оцену заменљивости услуге трговине на велико, у погледу главних својстава, намене, као и цене. Између стационарних veleпродаваца с једне, и оних који врше услугу допреме робе, са друге стране, могу постојати мале ценовне разлике за истоврсну робу. Такву разлику одређују транспортни трошкови због којих је veleпродајни аранжман, у којем се пружа и услуга допреме робе до купца, по правилу и нешто скупљи. Уколико се купац одреди да уместо овакве врсте, набавку исте робе врши у „сопственом аранжману“, односно одласком до стационарног велетрговца, онда ће он по правилу такву робу купити за нешто нижу цену, али ће њу кориговати навише чињеница да је сам купац морао поднети и одређене транспортне трошкове, који потичу из његовог одласка до места куповине. На тај начин се све овде изнете разлике у процесу снабдевања робом кроз канал veleпродаје, суштински анулирају. Из свих претходно изнетих разлога, подносилац пријаве дао је предлог дефиниције релевантног географског тржишта производа, за које се предлаже да, када је о veleпродаји реч, буде како је и претходно указано, одређено као укупно национално тржиште, односно као тржиште Републике Србије. Овакав предлог Комисија је прихватила, па је током спровођења поступка испитивања активности учесника концентрације и њихових претходно наведених

конкурената, велепродајну активност анализираше искључиво на националном нивоу. У прилог прихватљивости читавог тржишта Републике Србије, као димензије територијалног тржишта за област велепродаје, Комисија истиче и то да су сви велепродајни објекти подносиоца пријаве у Републици Србији, размештени на читавој њеној територији. Конкретно, три (3) од десет (10) велепродајних објеката подносиоца пријаве налазе се у Београду. Таквим објектима покривени су и други највећи градови у Републици Србији (Ниш и Нови Сад), југ (Лесковац) и исток земље (Зајечар), мачвански регион (Лозница), централна Србија (Чачак) и север Војводине (Суботица). Преко флексибилне дистрибутивне мреже, Агроког се у Републици Србији у велепродајној активности прилагођава потребама својих купаца. Сви претходно наведени велепродајни центри овог друштва, омогућују да се купци у њима могу снабдевати у сопственој режији, односно сами купују и преузимају, односно превозе купљену робу. Један од наведених велепродајних центара подносиоца пријаве, специјализован је као објекат у коме купце искључиво, или првенствено, чине они купци који набавке врше за потребе хотела, ресторана и кафеа (налази се у улици Омладинских бригада на Новом Београду). Поред наведених облика продаје, преко велепродајних објеката, IDEA кроз своје одељење велепродаје (VelPro) врши продају робе и преко интернет портала. На крају, IDEA велепродајну активност обавља и путем директне доставе робе купцима.

На основу свих прорачуна које је извршио ИЕН, а тичу се процене степена концентрисаности тржишта велепродаје, Комисија констатује да је реч о тржишту изразито ниског степена концентрисаности. То другим речима значи да постоји високо изражена конкуренција између учесника активних на том тржишту, и да ће спровођење пријављене концентрације само незнатно утицати на промену степена концентрисаности овог тржишта. На тај начин ово ни у ком случају не доводи у питање и даље одржавање тврдње о ниском нивоу концентрисаности за тржиште трговине на велико, како је оно ближе дефинисано за потребе ове концентрације. Све претходно изнето потврђују и прорачуни Института, који се односе на утврђене вредности HH index-а за ово тржиште и снагу тих промена до које би дошло из чињенице реализовања предметне концентрације. Вредност HH index-а на тржишту велепродаје, на начин како је оно дефинисано од стране Комисије, израчуната на основу тржишних учешћа осам (8) највећих компанија које послују на њему пре реализације ове концентрације, износила је 102,72. Након њеног спровођења, вредност HH index-а израчуната на основу тржишног учешћа сада 7 највећих компанија (услед чињенице да је циљно друштво припојено подносиоцу пријаве), износила би 137,36. То значи да би након реализације ове концентрације показатељ степена концентрисаности једног од дефинисаних релевантних тржишта (тржишта велепродаје), био само незнатно промењен (повећан). Конкретно, вредност ΔH , којом се изражава ефекат спровођења ове пословне трансакције на промену у степену концентрисаности овог релевантног тржишта производа износила би свега 34,64.

Појединачно тржишно учешће друштва која се сматрају учесницима ове концентрације у 2012. години износило је /0-5/% за Mercator-S, док је учешће друштва IDEA /5-10/%. То значи да ће реализацијом предметне концентрације тржишно учешће подносиоца пријаве на тржишту велепродаје износити /5-

10%. Из свих овде наведених показатеља, Комисија је закључила да ниједно од друштава обухваћених за потребе изведеног прорачуна (укључујући и учеснике концентрације), нема значајно појединачно тржишно учешће на дефинисаном тржишту велепродаје, нити га стиче након спровођења предметне концентрације. Конкретно, ниједан од посматраних учесника на овом тржишту нема значајније тржишно учешће, односно оно је за свако појединачно друштво, чак неколико пута испод најмањег двоцифреног броја.

На основу свих чињеница које су током спроведеног испитног поступка утврђене, а тичу се овог релевантног тржишта производа (велепродаја), Комисија је закључила да ова концентрација не доводи ни до каквих забрињавајућих последица у оном делу пословања учесника концентрације, који се односи на њихову велепродајну активност.

Комисија је у фокус анализе, током спровођења овог испитног поступка, поставила активности учесника концентрације на тржишту трговине на мало у неспецијализованим продавницама хране, пића и дувана у продајним објектима оних формата који су претходно наведени. Стављање тежишта спроведене аналитичке активности Комисије – на онај део пословања друштава IDEA и Mercator који се односи на малопродају, проистиче из неколико основних разлога. Први од њих садржан је у чињеници да је код оба друштва – учесника концентрације, њихова малопродајна активност у укупном пословању, далеко доминантнија од оног дела активности који се односи на велепродајни део пословања ових друштава. Овакав став, Комисија је извела из коришћења доступних података који се односе на висину остварених годишњих прихода од продаје, како учесника концентрације, тако и њихових највећих конкурената. Ови подаци показују да, када је о Mercator-у реч, остварени приходи из малопродаје чине чак [...]% укупних годишњих прихода од продаје овог друштва, који су реализовани у 2012. години. С друге стране, Mercator је тек [...]% својих укупних прихода у претходној пословној години, остварио из оног дела свог пословања који се односи на велепродају. Констатација о доминацији прихода од малопродаје, у укупним приходима, у првом реду се односи на циљно друштво – Mercator. Основаност овакве тврдње проистиче из податка који је ово друштво доставило Комисији на њен захтев током спровођења предметног испитног поступка, а који указује на то да су у оквиру укупних прихода друштва Mercator (приходи од продаје) у 2012. години, који су достигли висину од нешто преко [...] милијарди динара, они били по свом пореклу подељени на следећи начин. Од наведеног износа око [...] милијарде чинило је приход из велепродајне делатности Mercator-а, док је више него [...] већи износ, потицао из оног дела пословања циљног друштва који се односи на малопродају. Исти правац односа, када је реч о расподели укупно оствареног прихода од продаје на део из малопродаје и велепродаје, присутан је и када је реч о подносиоцу пријаве, с тим што је ова расподела битно блажа, али и даље са опредељујућим значајем прихода од малопродаје. Конкретно, приходи од малопродаје у укупним годишњим приходима од продаје оствареним у 2012. години, достигли су око [...]%, док је велепродајна активност IDEA-е учествовала у укупним приходима са око [...]%. Првобитно достављени податак о укупном годишњем приходу од продаје друштва IDEA, који је износио нешто преко [...] динара, сам подносилац је накнадно кориговао. То је учињено за [...] динара навише, о чему је подносилац пријаве Комисији доставио одговарајуће

информације, којом приликом су наведени и разлози, који су определили померање првобитно достављеног податка навише. Коначно расположиве висине остварених годишњих прихода компаније IDEA, показују да су они у 2012. години износили преко [...] динара. Највећи део разлике од око [...] динара, односи се на повећање податка који представља приходе из veleпродаје и то оне остварене у транзиту.

Приликом дефинисања тржишта трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана, као другог предложеног релевантног тржишта производа за потребе ове концентрације, Комисија је у ово тржиште укључила оне привредне субјекте који су регистровани за наведену делатност и њоме се фактички баве (шифра делатности 4711). Осим ових друштава учесницима на овом релевантном тржишту сматрани су и велики трговински ланци, који су регистровани у другим делатностима, а који су активно присутни и на тржишту предметне малопродаје. Реч је о афирмисаним и економски јаким учесницима, чијим би изузимањем из ове анализе изостало реално сагледавање стања на релевантном тржишту („DIS“, „Veropoulos“, IDEA, „Gomex“, „Metro Cash & Cary“, „Interex“). Као што је и претходно назначено у ово тржиште нису укључене мале трговинске радње, тзв. СТР-ови које су власништво предузетника.

Агрегатне податке са тржишта малопродаје како је претходно објашњено, Комисија је прикупила на бази налога за доставу таквих података, од самих учесника на том тржишту (у питању су трговински ланци националног, регионалног и локалног карактера претходно побројани на страни 14). Подаци о укупном оствареном промету, за све анкетирани учеснике, раздвојени су на оне који се односе на veleпродају и оне који потичу из малопродајне активности. Код осталих учесника укључених у анализу, њихови укупни промети су третирани као промети остварени у малопродаји, без њиховог раздвајања на подручје активности (vелепродаја и малопродаја). На наведени начин је поступљено из разлога објективне немогућности спровођења такве врсте „дубинског истраживања“ у циљу прикупљања ове врсте података. Наведено методолошко ограничење узроковано је чињеницом да је на територији Републике Србије у 2012. години, на тржишту малопродаје, активно пословало 932 привредна друштва. Овај податак обезбедио је ИЕН, а извор његовог утврђивања јесу информације Пореске управе, према којима је број учесника активних на овом релевантном тржишту у прошлој пословној години повећан за 64, односно био је већи за 7,4% у односу на ситуацију из 2010. године. Према истом извору, експанзију ове привредне гране потврђују и подаци о вредности оствареног укупног промета привредних друштава активних у њој. Конкретно, у 2012. години промет је био већи за око 63 милијарде динара, односно за око 19% у односу на онај остварен 2010. године.

Према прорачунима ИЕН-а, а на основу информација и података добијених од Пореске управе, за разлику од тржишта veleпродаје, тржиште неспецијализоване трговине на мало карактерише далеко већи степен концентрисаности. Конкретно, на основу тржишног учешћа девет (9) највећих трговинских малопродајних ланаца у Републици Србији („Delhaize“, „DIS“, „Veropoulos“, „Gomex“, „Interex“, IDEA, Mercator, „Univerexport“, „Univerexport-Trgopromet“), израчунат је HH index за све три календарске године, које

претходе години пријаве концентрације. Вредност овог индекса за 2010. годину износи 1196,92 и у наредној години овај индекс опада на 1113,22. Исти овакав тренд забележен је у 2012. години (НИИ=1095,49). И поред константног смањења вредности овог показатеља, он је још увек изнад нивоа од 1000, што представља границу умерене концентрације. С друге стране, опадајућа вредност овог показатеља упућује на закључак да је реч о врло динамичном тржишту, на коме осим повећања вредности промета у апсолутном годишњем нивоу, долази и до повећања активног броја учесника на њему. Након спровођења ове концентрације, вредност НИ index-а израчуната на основу тржишног учешћа 8 највећих компанија (услед чињенице да је циљно друштво припојено подносиоцу), износи 1382,05. То значи да вредност Δ Н, којим се изражава ефекат концентрације на промену у степену конкурентности на релевантном тржишту износи 286,56. Сама чињеница да вредност НИ index-а након реализовања ове концентрације остаје у интервалу између 1000 и 1800, говори о томе да се степен концентрисаности на овом релевантном тржишту може сматрати умереним (исту оцену концентрисаности овог тржишта након реализовања концентрације даје и Анализа ИЕН-а).

На основу претходно описане методологије, којом је дефинисано релевантно тржиште малопродаје и активни учесници на њему, на бази података Пореске управе и одговора учесника на тржишту достављених Комисији на њен захтев, ИЕН је урадио и прорачун агрегатних вредности остварених на тржишту малопродаје за три географске целине и то: на нивоу Републике Србије, за тржиште града Београда, за тржиште Србије без Београда.

У 2012. години, на тржишту Републике Србије вредност оствареног прихода у малопродаји према налазу ИЕН-а износила је око 335 милијарди динара (израчуната на основу података које су анкетирани учесници доставили Комисији, као и података Пореске управе о укупно оствареном промету). Тржишни удео учесника ове концентрације према истом извору и методологији израчунавања, одређен је на /5-10/% (за подносиоца пријаве, друштво IDEА), и /10-20/% за циљно друштво. Ове процентуалне вредности израчунате су стављањем у однос даље наведених малопродајних прихода за друштво IDEА ([...]динара) и малопродајних прихода за друштво Mercator ([...]динара) у 2012. години са укупном вредношћу тржишта малопродаје од приближно 335 милијарди динара. То значи да ће реализацијом предметне концентрације, тржишно учешће подносиоца пријаве на тржишту предметне малопродаје, износити /20-30/%. Из ових показатеља, Комисија је закључила да ће подносилац пријаве након ове концентрације у значајној мери повећати своје тржишно учешће. Овде се наиме ради о концентрацији у којој трећи по јачини учесник на тржишту (рангиран према показатељу висине оствареног прихода у малопродаји), стиче контролу над другим по тржишној снази учесником на тржишту. Комисија констатује да ће после ове трансакције, највеће тржишно учешће по овом критеријуму и убудуће задржати Delhaize група са /20-30/% (око [...] динара). Комисија је рангирање учесника концентрације и њихових конкурената за географски ниво читаве Републике Србије, извршила и по критеријуму величине расположивог продајног простора (у чију величину није укључена и површина припадајућег магацинског простора). На основу достављених одговора анкетираних учесника („Delhaize“, IDEА, Mercator, „DIS“, „Veropoulos“, „Interex“, „Univerexport“ – и његово повезано, односно

зависно друштво „Trgopromet“, „Gomex“, „Metro“ и „Aman“), Комисија је утврдила да они на нивоу Републике Србије располажу са укупно 974 продајна објекта, од којих се чак 417 (око 43%) налази на територији града Београда. Укупна продајна квадратура свих посматраних објеката износи око 564 хиљаде м² (од чега се у Београду налази преко 234 хиљаде м², или око 41%). Подносилац пријаве у читавој Републици Србији располаже са [...] објектом, укупне квадратуре нешто мање од [...] хиљада м². Када се тај број стави у однос са укупном квадратуром посматраног малопродајног простора у Републици Србији, следи закључак о тржишном уделу IDEA од /10-20%. Циљно друштво малопродајни део своје укупне активности у Републици Србији, обавља са нешто мањим бројем објеката од оних са којима располаже IDEA (Mercator их поседује за око [...] мање), али је реч о објектима веће појединачне квадратуре, због чега друштво Mercator у Републици Србији има преко [...] хиљада квадрата продајне површине (што је за око [...] хиљада квадрата више од нето продајног капацитета IDEA), што овом друштву у односу на посматрану базу даје удео од око /20-30%. Оба учесника концентрације располажу заједно са око [...] хиљада м² продајне површине (са укупно [...] малопродајна објекта), што би учесницима концентрације након њеног спровођења обезбедило тржишни удео од око /30-40% у Републици Србији.

По истој методологији израчунавања и из истих извора података, Комисија је израчунала висину тржишних појединачних удела учесника ове концентрације и заједнички удео који би резултирао након њеног спровођења за тржиште града Београда, као уже дефинисано релевантно географско тржиште. Вредност укупног тржишта малопродаје за Град Београд, према налазу ИЕН-а износи преко 161 милијарду динара (уз изостављање прихода које су остварили у предметној делатности предузетници – СТР-ови). У обухват тржишта малопродаје за Град Београд укључени су велики трговински ланци, као и локални ланац – „AMAN“, који је у 2012. години пословао само у Београду. Овај ланац имао је изразито велики број малопродајних објеката у главном граду (100). Подносилац пријаве у обављању малопродајне делатности приходовао је у Београду, у прошлој години око [...] динара, а циљно друштво приближно [...] динара. Са таквим пословним резултатима, подносилац пријаве на београдском тржишту предметне малопродаје, достигао је тржишни удео од око /5-10%, а друштво Mercator удео од око /5-10% (њихов заједнички удео израчунат на такав начин износи око /10-20%). Исти извор података указује да је снага главног конкурента друштва Delhaize, на тржишту посматране малопродаје у граду Београду, исказана кроз тржишни удео у прошлој години, била више него [...] већа од заједничког удела који достижу учесници предметне концентрације. Конкретно, компанија Delhaize по оствареном приходу у граду Београду са око [...] динара, достигла је у 2012. години тржишни удео од око /30-40%. Ово друштво на тржишту града Београда и према критеријуму нето продајног простора израженог у квадратним метрима има лидерску позицију у односу на своје конкуренте, будући да располаже са око [...] хиљада квадрата (/30-40%). Након концентрације, друштво IDEA ће у граду Београду имати нето продајни простор од око [...] хиљаде квадрата, што чини /20-30% тржишног учешћа по овом критеријуму.

У 2012. години, на тржишту Републике Србије без града Београда, као посебном – уже посматраном релевантном географском тржишту, вредност

оствареног прихода у неспецијализованој трговини на мало према прорачуну ИЕН-а износила је око 176 милијарди динара (израчуната на основу података које су анкетирани учесници доставили Комисији и података Пореске управе о укупно оствареном промету). Тржишни удео учесника ове концентрације према истом извору и методологији израчунавања, опредељен је на /10-20/% (за подносиоца пријаве, друштво IDEA), и /10-20/% за друштво Mercator (циљно друштво). Ове процентуалне вредности израчунате су стављањем у однос даље наведених малопродајних прихода за друштво IDEA ([...] динара) и малопродајних прихода за циљно друштво – Mercator ([...] динара) у 2012. години са укупном вредношћу тржишта малопродаје у Републици Србији без града Београда, од око 176 милијарди динара. То значи да ће реализацијом предметне концентрације, тржишно учешће подносиоца пријаве на тржишту трговине на мало у Републици Србији без града Београда, износити нешто изнад /30-40%. Из ових показатеља, Комисија је закључила да ће подносилац пријаве након ове концентрације у значајној мери повећати своје тржишно учешће. Имајући у виду ово географско тржиште, резултат предметне концентрације биће стицање контроле над првим учесником по тржишној снази, од стране трећег по јачини учесника на малопродајном тржишту Србије без града Београда. Комисија констатује да ће после ове трансакције, тржишно учешће по овом критеријуму Delhaize групе бити око /10-20/% (око [...] динара). Према критеријуму продајног простора на територији Србије без града Београда, подносилац пријаве ће остварити још јачи тржишни положај у односу на Delhaize групу, као најјачег конкурента. То потврђује чињеница да ће друштво IDEA након концентрације располагати са близу [...] хиљада квадратних метара нето продајне површине (/40-50/% од укупног нето продајног простора на овом географском тржишту – Република Србија без Београда), док ће тржишни удео Delhaize групе по овом критеријуму на истом географском тржишту износити приближно /20-30/%, што је израчунато из продајног капацитета овог друштва од око [...] хиљаде квадратних метара, са коликим простором оно располаже на овом релевантном географском тржишту.

Комисија констатује да је све претходно интерпретиране прорачуне, припремила на основу коришћења података које су доставили изабрани и претходно наведени учесници активни на овом тржишту. Ти подаци односе се на њихов продајни капацитет у малопродајним објектима, исказан у нето продајној површини. Тај укупни податак до кога је Комисија дошла, односно који је сама определила на основу добијених одговора анкетираних учесника, разликује се од податка о нето продајној површини који је у самој пријави навео подносилац. Конкретно, подносилац пријаве указује да укупна продајна површина простора који се користи у предметној малопродаји, износи око 750 хиљада м². Претпоставка је Комисије да је, подносилац пријаве у обухват податка који наводи, укључио и продајни простор бројних продајних објеката формата СТР-а, чији су власници предузетници и које Комисија није укључила у релевантно тржиште производа у овој концентрацији. Такође, Комисија сматра да податак који користи подносилац пријаве, а односи се на укупну расположиву квадратуру нето продајног простора, садржи и податке који се односе на капацитет специјализованих продавница (месара, пекара, дрогерија), које подносилац такође укључује у релевантно тржиште производа предметне малопродаје, а што није становиште Комисије, о чему је претходно било више речи. Када се податак о укупном продајном капацитету малопродајних објеката,

који је дао подносилац пријаве „очисти“ од оног његовог дела који садржи специјализоване продавнице и СТР-ове, а што је Комисија према најбољим могућностима сама урадила на основу списка свих малопродајних објеката које је доставио подносилац пријаве, долази се до податка од око 665 хиљада квадратних метара. Комисија сматра да он представља најприближнији прецизан податак који изражава укупни потенцијал неспецијализоване трговине на мало у претходно дефинисаном формату објеката у Републици Србији, те да се као такав може сматрати прихватљивим и реалним. Уколико би се овакав податак третирао као податак који обухвата 100% дефинисаног релевантног тржишта производа (по површинском критеријуму), проистиче да је методологија коју је Комисија користила за позиционирање појединих учесника на тржишту, а о чему је претходно било речи (са изабраном групом трговинских ланаца), потпуно репрезентативна, будући да обухвата између 84% и 85% укупног релевантног тржишта производа посматраног кроз укупни капацитет продајног простора. Коначно, Комисија указује да би израчунавање тржишних удела како учесника концентрације, тако и других учесника на овом тржишту, у односу на овако дефинисану и проширену упоредну базу, (у односу на ону која је претходно објашњена и коришћена од стране Комисије), за резултат дало и другачији – знатно нижи приказ тржишних удела посматраних учесника у односу на оне претходно опредељене. Према томе, може се закључити да тржишни удели које је Комисија израчунала и претходно их навела, како за друштва IDEА и Mercator, тако и за њиховог највећег конкурента, заправо јесу подаци који чине њихов највиши могући ниво тржишних удела, који применом овде наведених корективних фактора за упоредну базу (која се на тај начин сужава), за посматрана и релевантна друштва може бити нешто виши него што је то приказао подносилац пријаве. Из свих претходно изнетих разлога и наведених ограничења, Комисија није могла прихватити као потпуно поуздане и коначне оне податке, које је у оквиру „секције“ 13 предметне пријаве доставио подносилац, а који се односе на приказ тржишних удела како учесника концентрације, тако и њихових главних конкурената, како на нивоу Републике Србије, тако и на нивоу ужих географских целина. Сам подносилац у овом делу пријаве истиче да су цитирани подаци о тржишним уделима, преузети из истраживања GfK, рађеног према стандардном истраживачком панелу, какав користе и друге истраживачке агенције.

На основу свих спроведених истраживања и овде изнетих налаза, које је Комисија на основу обраде прикупљених података утврдила, закључено је да се овом концентрацијом мења структура постојећег тржишта. То на начин што се досадашња асиметрична олигополска структура овог тржишта, након концентрације претвара у олигопол у коме се мењају претходно успостављени релативни односи, између лидера на овом тржишту (компаније Delhaize) и друштва која га прате (овде учесници концентрације). Delhaize је у досадашњој структури овог тржишта био компанија са највећом малопродајном мрежом на нивоу читавог националног тржишта, како када се она коментарише са становишта броја објеката (у 2012. години Delhaize је имао [...] малопродајни објекат), тако и са становишта продајне површине овог друштва (која је у прошлој години износила око [...] хиљаде м²), као и оствареног прихода у малопродајном пословању (око [...] динара у прошлој години). То је компанија која од прошле године, у значајној мери, пласира на тржишту производе сопствене марке (Delhaize 365). У односу на све овде изнете главне

карактеристике пословања друштва Delhaize на малопродајном тржишту Републике Србије, може се сматрати да ова компанија до сада на глобалном нивоу није трпела значајнији конкурентски притисак, како од стране учесника концентрације, тако ни од стране других трговинских ланаца. По критеријуму броја малопродајних објеката (око [...]), ова компанија ће и након предметне трансакције задржати статус највећег учесника на тржишту Републике Србије. Истовремено, подносилац пријаве ће надмашити највећег конкурента према критеријуму расположивог нето продајног простора којим друштво Delhaize располаже (око [...] хиљада квадрата), и то за око [...] хиљада квадратних метара. Конкретно, након предметне концентрације њени учесници располагаће са укупно око [...] хиљада м². Када је реч о оствареном пословном приходу из предметне делатности, ова два учесника на тржишту ће са оствареним приходима у 2012. години, у интервалу од [...] до [...] динара, представљати далеко највеће учеснике на овом тржишту. Овакав нови, односно ојачани учесник на предметном релевантном тржишту, у сваком случају би представљао реалнију претпоставку за додатно јачање стварне конкуренције на овом тржишту, у односу на реалне конкурентске односе какви су до сада постојали у појединачним односима учесника концентрације према лидеру на њему. Став Комисије, око тога да се овом концентрацијом не стварају учесници са доминантним учешћем на релевантном тржишту, показују и претходно наведене вредности NN indexа пре и након спроведене концентрације, које се само незнатно увећавају, што се односи на тржиште предметне малопродаје.

Упркос оцени ефеката спровођења концентрације за ниво глобалног (националног) тржишта, односно за обим читаве националне територије, Комисија је стаће на тржишту предметне малопродаје, додатно анализирао и на најужем географском нивоу – односно на нивоу појединих градова и општина. Локални ниво посматрања и оцењивања, Комисија је темељила на достављеним подацима које је обезбедио сам подносилац пријаве, као и подацима који су за потребе анализе ефеката ове концентрације на локалном нивоу обезбеђени од стране Комисије. Из података прибављених из ових извора, односно на овакав начин, утврђено је следеће чињенично стање:

- у чак 64 општине/града у Републици Србији, своју малопродајну активност обавља бар један од учесника ове концентрације;
- малопродајне активности учесника концентрације преклапају се у чак 31 општини/граду, унутар укупног броја градова у којима су ова друштва присутна као учесници на дефинисаном релевантном тржишту предметне малопродаје;
- за свако од оваквих локалних тржишта за која је дијагностиковано преклапање учесника ове концентрације, подносилац пријаве обезбедио је и податке који укључују списак – преглед и свих других конкурентних активних на сваком од ових локалних тржишта, укупан капацитет сваког од тих тржишта изражен у величини (квадратури) продајног простора и његовом распореду на поједине учеснике, укључујући и друштва IDEA и Mercator;
- за сваки појединачни град – општину, у којима се активности учесника концентрације преклапају, израчуната је висина

њихових појединачних тржишних удела, односно опредељена је висина удела која ће произаћи из спровођења ове концентрације.

Као градове/општине у којима се активности учесника концентracије преклапају, Комисија је утврдила следећа локална географска тржишта: Смедерево, Књажевац, Сомбор, Нови Сад, Лозница, Сремска Митровица, Чачак, Јагодина, Лесковац, Ниш, Панчево, Врање, Кула, Врбас, Србобран, Суботица, Бор, Крушевац, Смедеревска Паланка, Шабац, Ваљево, Крагујевац, Кикинда, Краљево, Пожаревац, Рума, Сента, Ужице, Зајечар, Зрењанин, Београд (општине Нови Београд, Гроцка, Младеновац, Савски Венац, Палилула, Вождовац, Земун и Звездара). У односу на све претходно наведене градове/општине у којима долази до преклапања малопродајне активности учесника ове концентрације, може се констатовати да се осамнаест од њих налази на територији Републике Србије, без Војводине и града Београда. У Војводини се налази дванаест од наведених градова, а као посебна географска целина издвојен је Град Београд, у коме у осам наведених општина долази до увећања тржишних удела по основу реализације ове концентрације.

Комисија је издвојила и посебно анализирао градове/општине, у којима би се као резултат спровођења ове концентracије створили изразито високи тржишни удели њених учесника, по критеријуму нето продајне површине. Конкретно, као такви градови од Комисије су опредељени: Нови Београд, Младеновац, Гроцка, Књажевац, Лозница, Нови Сад, Смедерево, Сомбор, Сремска Митровица, Чачак, Панчево и Ниш. Као основ за издвајање у групу „критичних“ градова претходно набројаних, Комисија је определила висину тржишних удела коју учесници концентracије достижу након њеног спровођења, с тим да тај удео на локалном тржишту износи најмање 40%, као и да промена удела на истом локалном тржишту након спроведене концентracије буде већа од 5%. Други део овог услова (промене висине удела - Δ), заправо одговара појединачној снази циљног друштва у овој концентracији, која се односи на конкретно локално тржиште. Комисија констатује да је исти критеријум примењен и у достављеној анализи РВВ-а, за потребе одређивања оних локалних тржишта у којима ова концентracија може довести до стварања проблематично високих тржишних удела учесника концентracије, на дефинисаном тржишту предметне малопродаје. Утврђено је да је при истом аналитичком приступу коришћеном у студији РВВ-а и оном који је применила Комисија, дошло до одређених и делимичних резултатских неусаглашености. Реч је о томе да спроведено истраживање РВВ-а, у групу градова са високим тржишним уделитема убраја и Јагодину, Лесковац и Врање. На основу података које је Комисија прикупила током овог управног поступка, од учесника концентracије и њихових конкурената, а тичу се ситуације на сваком од овде поменутих локалних тржишта малопродаје, закључено је да су у градовима Лесковцу, Јагодини и Врању, тржишни удели учесника концентracије након њеног спровођења, још увек далеко (испод) од „задатог“ нивоа од 40%. По редоследу набрајања заједнички тржишни удео учесника концентracије на овим локалним тржиштима, према од стране Комисије утврђеном стању износи /30-40%, /30-40/% и /30-40/%. Наиме, усвојена аналитичка норма у овом поступку обострано је (и од истраживача РВВ-а и од Комисије), постављена тако да се сматра да се достизањем, или премашивањем ове висине тржишног удела на

конкретном локалном тржишту, исто има третирати као локално тржиште на којем спровођењем ове концентрације може настати „competition concern“. Комисија је претходна три поменута града искључила као градове у којима је утврђено настајање конкурентског проблема, након спровођења ове концентрације и то из претходно образложених разлога. Истовремено, Комисија констатује да се је подносилац пријаве са оваквим ставом и налазом Комисије сложио, што је утврђено на основу достављеног предлога услова од стране подносиоца пријаве, у коме се као градови у којима ће применом предложених услова продајни простор учесника концентрације бити смањен, помињу градови Лесковац, Јагодина и Врање. С друге стране, Комисија је као „проблематичне“ утврдила нека друга локална тржишта, односно градове/општине у којима се ситуација на тржишту предметне малопродаје, након спровођења ове концентрације, значајно мења у смислу настајања изразито високих удела друштва IDEА и Mercator, а која нису као „проблематична“ приказана у истраживању RBB-а. Те промене, у односу на претходно стање, какво је на посматраном тржишту ових градова имала IDEА пре спровођења концентрације, сада су (после спровођења концентрације) изразито велике и настају по основу респективне појединачне тржишне снаге, односно тржишног удела Mercator-а на овим градским/ општинским тржиштима. Специфичности ситуације у општинама Кула и Гроцка, које је током испитног поступка Комисија утврдила, захтевају и додатно објашњење стварне „вредности“ номинално исказаних тржишних удела, које учесници концентрације достижу у овим општинама. Конкретно, у општини Кула где IDEА пре спровођења концентрације има удео од свега /10-20/% (тако што је у укупном малопродајном простору овог града од 3149 м² заступљена са [...] м²), након спровођења концентрације, тај удео ће порастати на /50-60/% (према процени подносиоца пријаве тај заједнички удео би након спровођења концентрације у овом граду износио /40-50/%). Процену тржишног удела учесника концентрације након њеног спровођења у општини Кула, Комисија је определила на основу тога што би после преузимања учесници концентрације у овој општини располагали са укупно [...] м², што даје претходно наведени проценат. Он је израчунат као количник наведене квадратуре са којом би располагали учесници концентрације и податка о укупном релевантном продајном простору у општини Кула од 3149 м². Учесници концентрације у овом граду располажу са укупно [...] малопродајних објеката (Mercator – [...] и IDEА – [...]). Достављени шематски приказ распореда ових објеката показује да су сви малопродајни објекти Mercator-а концентрисани у најужем градском језгру, на малој међусобној раздаљини, а између објеката циљног друштва у овом делу града, налази се и један од три IDEА-ина објекта. Остала два објекта IDEА-е у Кули налазе се у насељу Црвенка, на удаљености од око 8 км од центра града у коме су лоцирани сви објекти циљног друштва, док се други објекат IDEА-е налази у насељу Сивац, које је чак 16 км удаљено од зоне у којој се налазе сви објекти RODА. Када је реч о општини Гроцка, подносилац пријаве Комисији је накнадно доставио графички приказ распореда малопродајних објеката учесника концентрације у овој општини, као и списак свих насеља унутар општине са бројем становника по сваком од њих. Као највећа насеља – у којима се и налазе малопродајни објекти учесника концентрације, наведени су Калуђерица, Гроцка и Болеч. У оквиру фонда информација достављених Комисији, дати су и подаци о броју становника у сваком од ова три насељена места општине Гроцка, међусобно километарско растојање између њих, као и

продајни капацитет сваког од учесника концентрације у тим насељима (број објеката и њихова квадратура). У општини Гроцка, Mercator има само један малопродајни објекат, који се налази у насељу Калуђерица и располаже нето продајном квадратуром од [...] м². Истовремено, подносилац пријаве преко друштва IDEA располаже са три малопродајна објекта у општини Гроцка, укупне квадратуре нешто испод [...] м², који су територијално размештени у Калуђерици ([...] м²), Болечу ([...] м²) и Гроцкој ([...] м²). Подносилац је доставио прецизне податке о свим међусобним растојањима објеката IDEA-е и Mercator-а у општини Гроцка, из чега је закључено да та растојања износе 6,5 км, 13,3 км, 19 км и 19,8 км. Сва оваква међусобна растојања малопродајних објеката који припадају учесницима концентрације, оправдавају становиште да повезивањем друштва која су учесници концентрације, управо из наведених разлога не настаје збирни ефекат њихових појединачних снага. Једини изузетак од оваквог става, јесу објекти IDEA-е и RODA-е у насељу Калуђерица, који су на малој удаљености један од другог (свега неколико стотина метара). У Србобрану, низак тржишни удео IDEA-е од /5-10/% пре концентрације, након њеног спровођења достигао би /50-60%. До тога би дошло тако што би се постојећи продајни капацитет IDEA-е (од [...] м²), повећао за [...] м² колико износи продајни простор Mercator-а, а на који начин би учесници концентрације заједно достигли [...] м². Са тиме би у укупном малопродајном капацитету овог града од [...] м² учесници концентрације партиципирани у претходно наведеном проценту. Коначно, према становишту Комисије није правилно поступљено када је анализа RBB-а изоставила да међу „проблематичне“ градове уврсти и Врбас. У овом граду, учесници концентрације би по њеном спровођењу достигли заједнички удео од око /50-60%, односно претходни појединачни удео IDEA од око /10-20%, преузимањем Mercator-а био би коригован – повећан за око [...] процентна поена. Учесници концентрације би у Врбасу након спровођења концентрације располагали са [...] м² (од укупно 5072 м² нето продајног потенцијала намењеног за реализовање предметне малопродаје у овом граду). Комисија констатује да су претходно наведени и коришћени подаци који се односе на капацитет малопродајног простора на локалним тржиштима, заправо најегзактнији показатељи, које је могуће обезбедити за утврђивање тржишне ситуације у предметној малопродаји на било којем локалном географском тржишту. Комисија је, на основу расположивих података о оствареним приходним резултатима како учесника концентрације, тако и других учесника на тим локалним тржиштима, закључила да било који од активних учесника на неком од локалних тржишта, има сличан – приближан тржишни удео какав достиже и применом показатеља који се односе на продајне површине. Разлике у одступањима, до којих долази применом ова два критеријума, према најбољем утврђеном стању од стране Комисије, крећу се у интервалу од неколико (плус-минус 2 до 3) индексна поена. Оно што је у овом поступку, од стране Комисије потпуно прецизно утврђено, јесте то колики је удео одређених малопродајних објеката који се налазе на конкретним локалним тржиштима, у укупном продајном капацитету учесника ове концентрације. Такође, Комисија је утврдила колики приходи остварени у одређеним објектима, односно на одређеним локалним тржиштима, имају значај у генерисању укупних прихода учесника концентрације. Закључак који је из ове врсте анализе утврђен, јесте да „значај“ који поједини објекти у неким градовима/општинама имају у укупном пословању учесника концентрације,

јесте врло приближан када се он утврђује било преко оствареног прихода, или преко података о расположивом продајном нето простору.

Комисија је приликом прикупљања података установила разлике у нето продајном простору по градовима/општинама, које је определио подносилац пријаве, у односу на оне податке које је током поступка утврдила сама Комисија. Ова разлика проистиче из чињенице да је у појединим случајевима подносилац пријаве Комисији доставио податке о продајном капацитету својих најзначајнијих конкурената на локалу, а онда су ти исти конкуренти на захтев Комисије доставили податке који се односе на њихову расположиву продајну квадратуру на одређеном локалном тржишту, који су били различити од података достављених од стране подносиоца пријаве. Даље, Комисија као узрок наведених неусаглашености истиче и то што су се подаци подносиоца пријаве у неким случајевима и за нека локална тржишта односили на оне из 2013. године, док су по истим питањима анкетирани учесници достављали одговоре за референтну 2012. годину. Догађаји настали у том временском интервалу на посматраном тржишту малопродаје, могу подразумевати или отварање нових, или престанак рада постојећих објеката било ког учесника на тржишту по различитим основама. Коначно, Комисија констатује да је наведена разлика ове врсте у вредности и структури одређених локалних тржишта, опредељена и одређеним методолошким разликама у обухвату релевантног тржишта малопродаје са становишта учесника који су укључени у то тржиште, а о чему је претходно било више речи. Комисија је у поступању по предметној пријави, а за потребе провере исправности свог приступа у погледу дефинисања релевантног тржишта производа, консултовала и користила искуства и праксу Европске комисије примењене у поступању и решавању у предметима из области малопродаје. На тај начин, Комисија сматра своје поступање у потпуности исправним, будући да упоредна пракса Европске комисије у обухват овог релевантног тржишта производа/услуга не укључује специјализоване радње и „конвенционалне продавнице“ (што одговара нашем појму СТР-а), а на који начин је управо Комисија и поступила решавајући о овој управној ствари. Третирање објеката типа дисконта и Cash & Carry, као саставног дела овог релевантног тржишта производа и услова под којима се они требају сматрати делом овог тржишта, од стране Комисије било је у целости усаглашено начину поступања органа Европске комисије у упоредним случајевима.

Коначно, Комисија сматра потребним да се осврне и на ширу елаборацију која је дата у студији RBB-a, а тиче се питања исправности дефинисања града/општине у свим ситуацијама, као ужег релевантног географског тржишта малопродаје, полазећи од тога да је град/општина препознатљива административна и територијално дефинисана целина. Оцењено је да је приступ у дефинисању релевантних локалних тржишта (локалних географских тржишта), који је изложен у студији RBB-a, прихватљив и коректан. У овом приступу полази се од тога да ће потрошачи у оквиру града/општине, задовољење својих уобичајених потреба за набавком FMCG производа, подмирити куповином ове структуре роба у неком од ових формата малопродајних објеката, који су на располагању потенцијалном купцу на датом локалном тржишту (граду/општини). Даље, аутори поменуте студије указују на главне разлоге због којих је узимање општине, као основе за дефинисање локалног тржишта, одговарајуће за Републику Србију. Као прво, општине су

логичне географске целине у којима већина потрошача живи, ради и купује, односно врши снабдевање асортиманом роба које спадају у FMCG. То пре свега важи за мање градове, или за одређене квартове у већим градовима. Међу осталим разлозима за овакав приступ, студија RBV-а наводи просечну величину општине у Србији од 766 км², односно пречник просечне општине од око 30 км. Растојање које се између најудаљенијих тачака унутар таквог географског простора – општине, може аутомобилом прећи за око пола сата, чини да се овако дефинисана географска целина – општина, по правилу може сматрати једним посебним локалним географским тржиштем. Наиме, код великог броја општина, потрошач растојање између њених најудаљенијих тачака прелази и за 20 ауто минута, због чега сви малопродајни објекти у оквиру тог радијуса и у оквиру једне општине, по правилу представљају опције које ће већина потрошача имати на располагању. Међутим, локално географско тржиште дефинисано на претходно образложен начин (као територија конкретног града, или општине) може у извесној мери бити кориговано и то на начин како то предлаже студија RBV-а, а са чиме Комисија исказује сагласност. Као ситуацију која представља изузетак од правила и при којој се оцена структуре локалног тржишта не утврђује и не завршава само на његовом „садржају“, који опредељује административна граница конкретне општине, подносилац наводи ситуацију великог града, у којем саобраћајне мреже између појединих општина таквог града могу донекле оправдати и ширу дефиницију локалног географског тржишта за предметну малопродају, од оне која такво тржиште „везује“ само за једну општину. У случају великог града, то би значило да купац предметне структуре роба, који живи у једној општини, а запослен је на територији друге и релацију између њих дневно прелази, објективно може сматрати сваку од продавница формата које улазе у обухват дефинисаног релевантног тржишта малопродаје, а налазе се на било којем делу његовог пута од куће до посла и назад, као међусобне заменљиве, односно малопродајне објекте који су територијално распоређени на подручју истог локалног – географског тржишта, иако се у конкретном случају могу налазити на две општине. Коначно, реалне ситуације могу захтевати да се у оквиру једне општине као административне целине, дефинише и анализира већи број најужих географских релевантних тржишта, какви случајеви су претходно наведени за општине Гроцка и Кула.

Комисија истиче да су све овде презентоване и претходно утврђене чињенице које се тичу структуре релевантног тржишта малопродаје, опредељене на основу коришћених података о свим релевантним индикаторима за 2012. годину. Чињеница је да је то стање у односу на тренутно, значи у релативно кратком року, чак краћем од годину дана, већ сада значајно измењено и другачије, а има озбиљних наговештаја да ће се та структура, у кратком периоду који је пред нама и даље додатно мењати. Све овде изнето, Комисија је узела у обзир и такве чињенице уважила и приликом доношења своје одлуке у предметном управном поступку. Несумњиво је у питању врло динамично тржиште, чија се структура и са становишта учесника активних на њему и са становишта њиховим међусобних односа, као конкурената, може мењати у кратком року. Конкретно, Комисија има сазнања да је у вези са претходно изнетим, један од разлога промене ове структуре и отварање нових малопродајних објеката, у текућој 2013. години и то од стране друштва која су већ учесници на овом тржишту. Комисија указује да је малопродајни ланац „Vergopoulos“ током ове године отворио два нова малопродајна објекта, а „Metro

Cash & Carry“ један малопродајни објекат (сви у Београду), док је „DIS“ у овој пословној години проширио своју малопродајну активност отварањем још четири малопродајна објекта (у Нишу, Пожаревцу, а недавно је отворен и нови малопродајни објекат у Краљеву – 10. октобра о.г., а према јавно доступним информацијама крајем октобра отворен је и последњи у низу ових објеката и то у Вршцу). Истичемо да су сви ново-отворени малопродајни објекти „DIS“-а исте величине односно квадратуре, те да сваки од њих има по 4000 м² нето продајне површине. То опредељује закључак да је „DIS“ само у овој календарској години, свој продајни капацитет повећао за око 16 хиљада м², а укупан број малопродајних објеката овог ланца достигао је 16.

Од уласка нових иностраних ланаца на тржиште Републике Србије, које је у овом тренутку већ сасвим извесно, Комисија истиче најављени улазак немачког „Lidl“-а на домаће тржиште, што се очекује до краја наредне (2014.) године. Из извора који чини студија RBB-а, опредељене су и географске локације, које су купљене од стране овог ланца у Републици Србији, а то су градови Београд, Ниш, Ваљево, Смедерево, Нови Сад, Зрењанин, Суботица. Анализирана политика овог трговинског ланца коју је исти демонстрирао приликом уласка на тржиште суседних држава, указује да је његова пословна политика заснована на принципу брзе експанзије, будући да је при свом уласку на тржиште Републике Словеније (2007. године), истог дана отворио чак 29 продајних објеката, а у суседној Хрватској у коју је „ушао“ годину дана раније, односно 2006. године, „Lidl“ је синхронизовано отворио чак 13 продајних објеката и сви су почели са радом истог дана. Комисија је у непосредном контакту са овом компанијом добила њен писани одговор на постављена питања из кога је потврђено претходно изнето правило рада овог трговинског ланца, односно у коме се истиче да је принцип пословања наведене компаније такав да истовремено отвори 10 до 20 објеката, те да се величина, односно нето продајна површина њихових малопродајних објеката креће у интервалу од 800 до 1300 м². Комисија је од ове компаније добила одговор да су њени циљни градови у Републици Србији, заправо они са више од 30 хиљада становника. Према јавно доступним информацијама из средстава информисања, Комисија има сазнања да ће овај трговински ланац, већ почетком наредне године, „стартовати“ са првим објектом на подручју општине Раковица, као и да је од истог друштва обезбеђено још 15 локација у осталим градовима Србије. То значи да би уласком само овог новог учесника на предметно тржиште малопродаје, нето продајна површина објеката намењених предметној малопродаји у Републици Србији, била увећана за додатних 12 до 20 хиљада квадратних метара нето продајног простора.

Осим свега претходно изнетог, а што је од значаја за промену тржишне структуре предметног тржишта малопродаје у 2013. години, Комисија указује да су и сами учесници концентрације у оквиру својих пословних одлука затворили неке од постојећих, односно отворили извесни број нових малопродајних објеката и о томе Комисији доставили детаљна обавештења, која се налазе у документацији предмета. Имајући у виду да подносилац пријаве све затворене објекте у кратком року може поново ставити у функцију стицања прихода у малопродаји, чиме би се у одређеној мери повећало и његово тренутно тржишно учешће на овом релевантном тржишту његовог пословања, Комисија је од подносиоца пријаве захтевала достављање планова који се односе на даљу

судбину затворених објеката. Овде се првенствено мисли на алтернативне могућности располагања нефункционалним продајним простором, па је из тог разлога од подносиоца захтевано да се изјасни да ли ће исти бити продат, изнајмљен, или ће им власник – корисник променити намену.

Комисија је током испитног поступка анализирао и постојање тзв. административних баријера за улазак/излазак учесника на оба дефинисана релевантна тржишта производа. Стручни тим ИЕН-а, у достављеној студији је детаљније обрадио ово питање. Закључци изведени по овом питању, своде се на становиште да су административне баријере умерено високе, и да у својој основи не представљају значајнију препреку уласку нових учесника на ова тржишта. Најјучљивији проблеми према мишљењу стручног тима ИЕН-а су дуготрајна процедура приликом оснивања предузећа, изградње објеката, као и приликом регистравања власништва над непокретностима, неадекватна заштита инвеститора и гаранција уговора, високе царине, као и одређени елементи пореске политике. Треба међутим констатовати и то да је остварен одговарајући напредак, у циљу измена пословног амбијента на боље. Комисија констатује да је од стране ИЕН-а у припремљеној студији дата и оцена према којој се очекује да ће до даљег побољшања и унапређења пословног амбијента, и то првенствено са становишта „поједностављења процедура“, доћи у наредном временском периоду, у ком смислу већ сада постоје званичне најаве оваквог тока ствари. У односу на претходне прогнозе изнете од стране ИЕН-а, Комисија задржава резерву, како у погледу извесности датих предвиђања, тако и времена њихове реализације. Овде се првенствено мисли на проблеме присутне у области стицања права својине над грађевинским земљиштем и издавања грађевинских дозвола које траје и по неколико година. Ово је нарочито битно када је предметна трансакција у питању, због тога што је агрегатни капацитет продајног простора израженог у квадратним метрима, дата и фиксна величина за тренутак посматрања. Она се временом може повећати изградњом нових пословних објеката, за чије стављање у функцију од момента планирања може проћи и више година.

Комисија је дана 18. октобра 2013. године, подносиоцу пријаве доставила у електронској форми предметну студију ИЕН-а са остављеним роком за изјашњење на исту. Како се подносилац пријаве у остављеном року није изјаснио и Комисији доставио свој став по овој студији, Комисија сматра да на исту није имао никакве примедбе.

У односу на све чињенице које је Комисија утврдила у предметном управном поступку, а пре свега оне које се односе на утврђену ситуацију у области малопродаје у једном броју градова/општина, у којима би спровођење ове концентрације довело до стварања изразито високих удела, сада повезаних друштва IDEА – Mercator, закључено је да нису испуњене претпоставке да се о овој концентрацији одлучи доношењем безусловног решења. О оваквом свом налазу и ставу, Комисија је обавестила подносиоца пријаве путем документа – Обавештења о битним чињеницама, доказима и осталим елементима, утврђеним у поступку испитивања ове концентрације, који је подносиоцу пријаве на основу члана 66. Закона упућен дана 6. новембра о.г., са позивом да се о истом изјасни и предложи посебне услове, на основу којих би ова концентрација испуњавала услове за њено одобрење. Истим документом, подносилац пријаве

је позван да осим давања предлога таквих услова определи и конкретизује начин и рокове за њихову реализацију, као и њихове ефекте, динамику и начин извештавања Комисије о реализацији предложених услова.

Подносилац пријаве на основу Обавештења из претходног става доставио је Комисији дана 26. новембра 2013. године документ којим се изјашњава на достављено Обавештење, и којим у форми изјашњења о неколико упита из Обавештења, даје одговоре на иста. Конкретно, поменути документом подносилац пријаве изјаснио се је у односу на предлог услова, у односу на значење са његове стране употребљеног термина „добра пословна пракса“, као и по питању могућег фаворизовања набавки одређених производа од произвођача који припадају Agrokor групи (реч је о производима као што су јестиво уље, сладолед, смрзнута храна). Коначно, овај документ садржао је и изјашњење о продајним објектима који су затворени током 2013. године, а који су пре њиховог затварања били коришћени од стране друштва Agrokor, односно друштва IDEA. Комисија је оценила да достављени материјал по својој структури и у достављеној форми не може бити прихваћен од стране Комисије, јер исти не садржи у целости прихватљив предлог услова понуђених од стране подносиоца пријаве, а са циљем испуњавања услова под којима би предметна концентрација могла бити одобрена. Уместо таквог предлога услова, подносилац у достављеном материјалу исказује становиште да структурне мере које су предложене у анализи RBB-а „у потпуности решавају све негативне учинке концентрације на релевантном тржишту Републике Србије“. Са тим у вези подносилац пријаве истиче да остаје при предлогу услова наведеном у претходно поменутој анализи, те да осим тих услова невиди било какве законске, или економске разлоге за предлагање додатних услова.

Поводом достављеног материјала, Комисија је од подносиоца затражила да уместо тог документа, достави нови у коме ће бити раздвојено његово изјашњење на Обавештење Комисије о битним чињеницама, док ће други документ садржати предлог посебних услова које је Agrokor спреман да прихвати у циљу издавања решења о условном одобравању концентрације. Подносилац је оба документа доставио Комисији дана 29. новембра 2013. године.

Анализирајући достављени нови предлог услова које је понудио подносилац пријаве, Комисија је закључила да су ови услови у односу на претходни предлог унапређени, али да још увек нису у целости прихватљиви на начин како је то предложено. Наиме, у делу предлога који се односи на структурне мере (тачка 2.3) – дезинвестирање, а што подразумева отуђење оних продајних објеката учесника концентрације, које је сам подносилац определио, примећено је да су изостављени продајни објекти у једном броју градова/општина, које је подносилац пријаве (на основу анализе RBB-а), иницијално кандидовао за отуђење, а што индикује закључак да је подносилац пријаве прихватио оцене и налазе Комисије. Ради се о продајним објектима учесника концентрације у градовима Јагодина, Лесковац и Врање. За та локална географска тржишта, Комисија није утврдила показатеље, због којих би у овим градовима било потребно приступити било каквом и коликом отуђењу продајних објеката. Овакав став Комисија је заузела на основу констатације да у претходно наведеним градовима, учесници концентрације након њеног

спровођења не би достигли удео од 40%, или више до тога, односно да промена тржишних удела учесника концентрације по основу њеног спровођења, на сваком од ових локалних географских тржишта не би достигла 5%, или више од тога. О оваквом свом становишту Комисија је обавестила подносиоца пријаве путем Обавештења. Међутим, у достављеном предлогу услова од 29. новембра о.г., подносилац није предвидео отуђење малопродајних објеката учесника концентрације у оним градовима/општинама, на које је Комисија у свом Обавештењу указала као на „проблематичне“ (са становишта тржишног учешћа учесника концентрације на тим релевантним географским тржиштима производа, према критеријуму нето продајног простора који би били достигнути након спровођења концентрације). Ради се о градовима/општинама Кула, Врбас, Србобран, Младеновац и Гроцка.

Комисија је оценила неприхватљивим (због непотпуности) понуђену дефиницију „одговарајућег купца“, због становишта да предвиђеном кумулативном испуњавању услова које је определио подносилац пријаве, треба додати и дефинисати још један услов за одговарајућег купца, а то је да је он конкурент друштву IDEА, односно Mercator S у делатности трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно хране, пића и дувана. Предложене услове Комисија је оценила мањкавим и у оном њиховом делу који се односи на обавезе Agrokor-а, да у дефинисаном периоду рачунатом од „Почетног дана“ достави обавештење о томе која лица предлаже за обављање функције Повереника за продају и Повереника за надзор. У предлогу је изостављено да подносилац пријаве Комисију у истом року обавести и о лицу које ће вршити послове Повереника за управљање. Комисија је у односу на достављени предлог услова, имала резерве и у погледу свих предложених рокова за спровођење оваквих услова. Комисија сматра да су предвиђени рокови које за поједине фазе реализације тих услова предлаже подносилац предуги, и да их треба скратити. Најзад, Комисија није могла прихватити ни предлог формулације оних активности, које ће Комисија предузети у случају да Agrokor не успе да прода Део бизниса Одговарајућем купцу ни у Додатном року, а што је од стране подносиоца предложено у тачки 2.10 предлога услова од 29. новембра 2013. године.

Када су у питању мере понашања, у достављеном предлогу услова подносилац није предложио ниједну од ових мера (које је наговестио), нити њихово временско трајање, као ни начин и динамику извештавања Комисије о поштовању истих, те ни форму и садржину оваквих извештаја.

Комисија је у односу на своје претходно изнете ставове у вези предлога услова од 29. новембра о.г., са пуномоћницима подносиоца пријаве одржала састанак дана 9. децембра 2013. године, о чему је направљен записник потписан од стране учесника овог састанка и који чини део списка предмета. Том приликом подносилац пријаве, односно његови пуномоћници преузели су обавезу да у остављеном року Комисији доставе нови предлог услова, што је и учињено поднеском бр. 6/0-02-466/2013-185, примљеним у Комисију 16. децембра 2013. године.

Комисија констатује да се овај нови предлог у неким својим деловима значајно разликује од предлога услова достављених Комисији 29. новембра

2013. године. Конкретно, у првом предлогу, у оквиру тачке 2.3 предвиђено је да се дезинвестирање, односно смањење нето продајне површине учесника концентрације, спроведе у 10 градова у којима би овом мером било обухваћено 12 објеката. У предлогу од 16. децембра о.г., број градова/општина у којима би се предложени услови дезинвестирања спровели, повећан је за додатних 5 градова/општина у складу са оценом и налазом Комисије (Младеновац, Србобран, Врбас, Кула и Гроцка – Калуђерица), тако да укупан број градова/општина у којима је предвиђено смањење нето продајне површине износи 15, а број објеката у њима предвиђених за дезинвестирање, повећан је на 19 објеката (са претходно понуђених 12 малопродајних објеката). Комисија констатује да у тачки 2.3 достављеног Предлога услова исти садржи само списак објеката предвиђених за дезинвестирање, а не и то шта укључује појам „Део бизниса намењен продаји“. Из тог разлога неопходно је прецизирати његову садржину у ком смислу осим објеката из табеле у тачки 2.3, мора бити прецизирано да овај појам укључује и имовину, запослена лица (у сталном радном односу и ван радног односа), непокретне и покретне ствари, уговоре, права интелектуалне својине, лиценце, дозволе и одобрења надлежних Државних органа који су неопходни за његово нормално функционисање. У тачки 2.4 предлога услова, према становишту Комисије није прихватљив рок од 3 године, и исти је потребно ускладити са роком из става 2.7 овог предлога услова (рок од 5 година). Овакав став Комисије опредељен је њеним схватањем да се у наведеним тачкама ради само о примени различитих мера дезинвестирања, а да се предложени рокови суштински односе на исту радњу, односно могућност повраћаја дезинвестираног објекта, или његовој претходној намени, или његовом претходном кориснику. У тачки 2.6 предлога услова, Комисија сматра да је потребно прецизирати шта се сматра Одговарајућим купцем, и то на начин што ће се у ставу (а) ове тачке прописати да Одговарајући купац није повезано лице у смислу Закона о заштити конкуренције са учесником на тржишту Agrokor, односно са физичким лицем Ивицом Тодорићем. Исту врсту интервенције према предлогу Комисије треба извршити и у оквиру тачке 2.11 предлога услова, где се прописује да ниједан од Повереника предвиђених овим условима, није повезано лице са учесником на тржишту Agrokor, нити је у саставу групе друштава под контролом Agrokor-а, при чему је потребно прецизирати да лице које обавља било коју функцију од ових Повереника, не може бити повезано лице ни са Ивицом Тодорићем. Формулација тачке 2.13 предлога услова од 16. децембра о.г., минимално је измењена у односу на текст ове тачке из предлога услова од 29. новембра 2013. године, при чему те измене не обухватају и сугестије дате од стране представника Комисије на састанку одржаном 9. децембра о.г. са пуномоћницима подносиоца пријаве.

У предлогу услова од 16. децембра о.г. за свих 19 продајних објеката у односу на које подносилац пријаве предлаже дезинвестирање истих, приметно је да у свим случајевима осим у три од њих, давалац предлога предвиђа продају пословања конкуренту, односно као опцију овом поступку предлаже отказ Уговора о закупу, будући да се сви објекти које користи било подносилац пријаве, или друштво Mercator, а који су у овом предлогу таксативно набројани, користе као закупљени објекти. Једино је за малопродајни објекат „IDEA EXTRA“ на Новом Београду предвиђена промена намене [...] (зашта је подносилац пријаве доставио и додатно објашњење у посебном прилогу свог

поднеска). Такође, за још два малопродајна објекта на Новом Београду, величине од око 2350 и 2850 м², подносилац предлаже смањење нето продајне површине за по хиљаду метара квадратних у сваком од ових објеката, без образложења на који начин ће се то постићи. Из тог разлога су и ова питања била предмет састанка са представницима и пуномоћницима подносиоца пријаве, који је одржан 19. децембра 2013. године, а записник са истог чини део списка предмета.

Предложене мере понашања у предлогу услова од 16. децембра, Комисија сматра прихватљивим, с тим да се у последњој алинеји ове тачке, која се односи на садржај извештаја који чини обавезу подносиоца пријаве према Комисији, унесу и информације о добављачима који припадају групи малих и средњих предузећа, као и све промене до којих у периоду извештавања долази, а тичу се измене пословних односа са тим добављачима са образложењем наведених промена.

На састанку од 19. децембра 2013. године, на коме су представници Комисије изнели све аспекте неслагања са предлогом услова од 16. децембра о.г., о чему је у претходном делу било речи, подносилац пријаве преузео је обавезу да у складу са захтевима Комисије са овог састанка, а у односу на услове који би за Комисију били прихватљиви, припреми новелирани – допуњени и измењени предлог услова у односу на онај од 16. децембра о.г. и да га Комисији достави најкасније до 20. децембра о.г.

Комисија је размотрила и оценила последњи достављени предлог услова, који је подносилац пријаве припремио након састанка од 19. децембра о.г., односно предлог услова примљен у Комисију 20. децембра о.г., а који је Комисији достављен у циљу испуњавања претпоставке за условно одобрење предметне концентрације. Комисија сматра да је подносилац пријаве предлогом услова од 20. децембра 2013. године, у свему поступио на начин и у складу са захтевима Комисије постављеним 19. децембра о.г. Између осталог подносилац пријаве повећао је број објеката чије ће пословање бити понуђено на продају конкуренту активном у области предметне малопродаје, или ће у истима бити отказан уговор о закупу, будући да предложене објекте учесници концентрације користе као закупци. Конкретно, у овом предлогу подносилац пријаве првобитни предлог својих дезинвестиционих активности у општини Кула, кориговао је на тај начин што се уместо продаје пословања једног објекта од 295 м², предвиђа продаја пословања у два објекта са укупно 413 квадратних метара нето продајног простора. У предлогу од 20. децембра, а у вези мера које се односе на објекте лоциране на територији општине Нови Београд, подносилац је осим претходно понуђених услова који се односе на ову Београдску општину, понудио и алтернативну продају пословања конкуренту у једном од три тачно прецизирана објекта. Конкретно, конкуренту ће бити понуђена продаја пословања у објекту IDEA IMMOCENTAR површине 1902 м² нето продајног простора, са опцијом да се уместо наведеног објекта конкуренту прода пословање у два друга новобеоградска објекта (један који припада друштву IDEA и други који припада друштву Mercator – Roda) укупне квадратуре 1365 м² нето продајног простора. Ове додатне услове садржане у предлогу од 20. децембра о.г., подносилац пријаве определио је из разлога што је Комисија израчунала да би учесници предметне концентрације након њеног спровођења

на територији општине Нови Београд и даље задржали тржишни удео изнад границе од 40%. Потпуна промена намене малопродајног објекта IDEA Extra на претхоно наведени начин и делимична промена намене друга два новобеоградска објекта, смањиле би тржишни удео учесника концентрације за 3 – 4 индексна поена. Међутим, тај удео би на подручју ове београдске општине, још увек био нешто већи од 40%. Тек продајом предметног пословања неком од својих конкурената, што се односи алтернативно на новобеоградске малопродајне објекте специфициране у предложеном дезинвестирању Дела бизниса, тржишни удео учесника концентрације постаће мањи од 40%. Конкретно, у случају продаје конкуренту највећег од три малопродајна објекта намењених дезинвестирању, из тачке 2.4 Предлога услова (објекат у оквиру тачке 1. – и то 1a), тај удео би био 37,8%. У случају реализовања друге опције (продаја два објекта и то 1b и 1c), тржишни удео учесника концентерације на територији општине Нови Београд, био би снижен на 38,52%. Предлогом услова од 20. децембра о.г., подносилац пријаве предвиђа да мерама дезинвестирања буде обухваћен 21 продајни објекат (алтернативно 22) у 15 градова/општина Републике Србије. Промена броја објеката предвиђених за дезинвестирање, у односу на предлог услова подносиоца пријаве од 16. децембра 2013. године, проистиче из чињенице да су у предлогу од 20. децембра о.г. уместо до тада једног предвиђеног објекта за дезинвестирање у општини Кула, сада предвиђена 2 објекта, као и из чињенице да ће подносилац пријаве осим претходно предложених услова који се односе на територију општине Нови Београд, на подручју ове општине продати предметно пословање у још једном (или уместо њега у још два своја малопродајна објекта на територији Новог Београда). У тачки 2.6 Предлога услова подносилац пријаве дао је објашњење на који начин ће смањити нето продајни простор у сваком од два новобеоградска објекта (IDEA Бежанијска коса и IDEA ПЦ Ушће) за по 1000 м² нето продајне површине. То ће се постићи или на основу анексирања уговора о закупу, уз сагласност закуподавца, или физичким смањењем нето продајне површине, уз обавезу да тај простор IDEA не може користити у сврхе обављања предметне малопродајне делатности у периоду од наредних пет година од дана Дезинвестирања. У тачки 2.13 предвиђен је кориговани (скраћени) рок за реализацију намераване продаје у другом – Додатном року, са претходних [...] на [...], односно на начин како је то захтевала Комисија. Овим Предлогом услова извршена су и сва друга усаглашавања, у односу на захтеве Комисије постављене на састанку одржаном са пуномоћницима подносиоца, као и представницима друштва IDEA 19. децембра о.г., о чему је направљен записник који чини саставни део предметне документације. Комисија констатује да је Предлог услова уважио и све друге техничке, или по својој суштини мање значајне захтеве Комисије постављене према подносиоцу пријаве на састанку од 19. децембра 2013. године.

Након разматрања предложених посебних услова, као и начина и времена њиховог спровођења и извештавања Комисије о томе, предложене услове Комисија је вредновала са становишта постизања сврхе њиховог прописивања. У оцени прихватљивости структурних мера, које је предложио подносилац пријаве, Комисија је утврдила да ће се применом, односно спровођењем таквих мера, тржишни удео учесника концентрације након њеног спровођења на дефинисаном релевантном тржишту производа и сваком од конкретних локалних географских тржишта која је Комисија окарактерисала као

„критична“, смањити. То смањење подразумева довођење заједничког тржишног удела учесника ове концентрације, на ниво који тржишну снагу тих учесника, након њеног спровођења чини прихватљивим, у односу на претходно прецизиране критеријуме оцењивања. Комисија констатује да је подносилац пријаве предложио најприхватљивију опцију дезинвестирања, а то је продаја пословања неком од конкурената, а као резервну опцију таквој мери, подносилац предлаже раскид уговора о закупу конкретног продајног места. Спровођењем прописаних мера дезинвестирања, њихов ефекат огледао би се у томе, што би нето продајни капацитет учесника концентрације био смањен за укупно 20.450 м², односно 19.920 м² нето продајне површине, зависно од тога који од претходно наведених малопродајних објеката – који су понуђени у алтернативи – би био (односно његово пословање) понуђен на продају заинтересованом конкуренту. У том простору би истоврсну пословну активност започео неко од конкурената на дефинисаном релевантном тржишту производа (постојећи, или потенцијални), у временском року који је предвиђен овим условима. На тај начин, и поред тога што би оваквом мером нето продајни простор са којим располажу учесници концентрације био смањен за 9% до 10%, он спровођењем овде предвиђених структурних мера не би био „изгубљен“ и за потрошаче. То из разлога што би продајом пословања неком од конкурената, био сачуван, а не смањен, укупан фонд продајног простора намењен обављању активности која је дефинисана као релевантна у предметном управном поступку, а уз то не би био смањен, већ би или остао непромењен, или био повећан број учесника – конкурената, на дефинисаном релевантном тржишту (зависно од тога да ли би се пословање објеката наведених у изреци ове одлуке – продајом уступило постојећем или потенцијалном конкуренту). Комисија констатује да је понуђеним Предлогом услова од 20. децембра о.г., подносилац пријаве повећао понуду објеката чије је пословање предвиђено за продају са 18.624 м² на претходно наведене величине продајног простора, зависно од тога шта би чинило предмет продаје пословања. Што се тиче предложених мера понашања, Комисија ће на основу периодичних извештаја које јој буде достављало друштво Агроког, моћи да прати и утврђује евентуално постојање предложених промена понашања подносиоца пријаве, приликом реализације набавки од добављача и то у смислу примене елемената пословне политике према тим добављачима, када се ради о рабатној политици и другим релевантним показатељима у вези са набавком. Сем тога, овде дефинисаним мерама понашања, Комисија ће пратити и политику подносиоца пријаве у поступцима свог снабдевања, када су извори таквог снабдевања добављачи који спадају у групу малих и средњих предузећа и све промене у том смислу до којих дође у периоду између два извештајна рока, као и разлоге због којих су такве промене наступиле.

Приликом доношења одлуке о условном одобравању ове концентрације, Комисија је посебно ценила и ефекте њеног спровођења на тржишни положај учесника на тржишту производње прехранбених роба и роба широке потрошње (FMCG), о чему је у претходном делу текста било више речи. Становиште је Комисије да спровођење ове концентрације неће угрозити, или ослабити тржишни положај претходно наведених привредних субјеката. Са једне стране, учесници концентрације ни код једног од анкетираних произвођача не представљају у тој мери доминантног купца, да би губитак таквог купца угрозио његово даље пословање, што потврђују и оцене самих произвођача (те оцене су

од стране анкетираних произвођача достављене Комисији и интерпретиране у првом делу образложења ове одлуке). Са друге стране, Комисија сматра да подносилац пријаве након реализације ове концентрације, неће имати пословни интерес да своје малопродајне објекте „затвори“ према одређеним добављачима, без обзира да ли се ради о добављачима, који према показатељу вредности набављене робе, или њеној количини, спадају у велике, или мале добављаче учесника концентрације. Ово из разлога што би у том случају, оваквом пословном политиком дошло до ограничавања ширине асортимана понуђених роба, а самим тим би био преузет и ризик губитка једног броја клијената – купаца, што би, уз остале неизмењене околности могло утицати на пад прихода од продаје по основу смањеног обима продаје. Такође, током спроведеног испитног поступка Комисија је настојала да на најобјективнији начин вреднује чињеницу вертикалне повезаности Агроког групе и исту уважи приликом доношења своје одлуке. Чињенице утврђене у овом поступку показују да производи из Агроког групе учествују са свега око [...] % у укупној малопродаји друштва IDEА и да је тај удео током претходне три пословне и посматране године био прилично уједначен, те да су промене од једне до друге године износиле око, или испод једног индексног поена у односу на базу годину оцењивања. Према подацима које је Комисији доставио подносилац пријаве, а који се односе на то колико у укупном приходу друштва IDEА, оствареном у малопродаји, учествује приход остварен продајом роба које производе друштва Агроког групе, проистиче да је тај удео у 2010. години износио [...] %, у 2011. [...] %, док је у претходној 2012. години оцењивани удео износио [...] %.

Подносилац пријаве је на основу члана 66. Закона предложио посебне услове – које чине како структурне мере, тако и мере понашања, а које је спреман да прихвати како би биле испуњене претпоставке за условно одобравање ове концентрације. Комисија је предложене услове процењивала у погледу утврђивања њихове подобности за остваривање услова из члана 19. Закона, који се односе на оцену дозвољености концентрације. Предложене услове Комисија је оценила подобним за потребе постизања циља због којег су предложени, у односу на какво становиште и доноси решење којим условно одобрава предметну концентрацију. На основу свега претходно изнетог, Комисија је дати предлог услова структурних мера и мера понашања, које је дао подносилац пријаве, оценила прихватљивим у целини, због чега је одлучено као у диспозитиву.

Поука о правном леку:

Ово решење је коначно у управном поступку. Против овог решења може се поднети тужба Управном суду у року од 30 дана од дана достављања решења.

ПРЕДСЕДАВАЈУЋИ САВЕТА

Весна Јанковић, председник Комисије

Доставити:

- подносиоцу пријаве;
- сектору за материјално-финансијско пословање;
- архиви