

Klasa: UP/I 034-03/2014-01/019
Urbroj: 580-10/63-2015-022
Zagreb, 16. lipnja 2015.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja na temelju članka 30. točke 2. i članka 31. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, brojevi: 79/09 i 80/13) te članka 46. stavka 5. Zakona o općem upravnom postupku („Narodne novine“, broj: 47/09) u upravnom postupku utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenog sporazuma pokrenutom protiv poduzetnika Peugeot Hrvatska d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Buzin, Bani 75, zastupanog po Gordani Brlek, direktorici, na temelju odluke Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja, u sastavu: Mladen Cerovac, mag.iur, predsjednik Vijeća, Vesna Patrlj, dipl.iur., zamjenica predsjednika Vijeća, mr.sc. Ljiljana Pavlic, dipl.oec, Denis Matić, dipl.iur. i mr.sc. Tatjana Peroković, dipl.oec., članovi Vijeća, sa sjednice 24/2015., održane 16. lipnja 2015., donosi sljedeće

RJEŠENJE

Postupak se obustavlja jer više ne postoje pravne pretpostavke za vođenje postupka.

Obrazloženje

1. Inicijativa za pokretanje postupka

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja zaprimila je 17. veljače 2014. u predmetu klase: UP/I 034-03/2014-01/005 inicijativu i 6. ožujka 2014. dopunu inicijative te prijedlog za donošenje privremene mjere poduzetnika Auto Maksimir d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Kraljevićeva 24, zastupanog po odvjetnicima iz odvjetničkog društva [...] (dalje: Auto Maksimir) za pokretanje postupka utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja zlouporabom vladajućeg položaja u smislu članka 13. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, brojevi: 79/09 i 80/13, dalje: ZZTN) protiv poduzetnika Peugeot Hrvatska d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Buzin, Bani 75, zastupanog po Gordani Brlek, direktorici (dalje: Peugeot Hrvatska).

U podnesenoj inicijativi i dopuni inicijative, Auto Maksimir u bitnome je naveo kako je Peugeot Hrvatska zlouporabljujući svoj vladajući položaj onemogućio Auto Maksimiru da iako ispunjava sve uvjete kao i drugi poduzetnici, sklopi ugovor o distribuciji i servisiranju vozila. Navedenim postupanjem, smatra podnositelj inicijative došlo je do primjene nejednakih uvjeta na istovrsne poslove s drugim poduzetnicima, čime je Auto Maksimir doveden u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurenciju, zbog čega mu nastaje ogromna materijalna šteta te mu je povrijeđen ugled, a ujedno i ograničeno tržište na štetu potrošača.

Nadalje je naveo kako je najstariji ovlaštenu koncesionar Peugeot vozila u Republici Hrvatskoj koji je vršio prodaju i servisiranje Peugeotovih vozila te prodaju rezervnih dijelova, te je obavljao svoju djelatnost u skladu s ugovorom kvalitetno, pažnjom dobrog gospodarstvenika, uz veliki broj zadovoljnih klijenata. Unatoč tome, 23. prosinca 2011. Peugeot Hrvatska raskinuo je sve spomenute ugovore s otkaznim rokom od dvije godine, ne navodeći niti jedan opravdani, objektivni i transparentni razlog, čime je prema mišljenju Auto Maksimira postupio u suprotnosti s odredbom članka 9. Uredbe o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila. Razlozi za raskid ugovora, prema navodima podnositelja inicijative bili su posve paušalni.

U inicijativi se navodi i kako je 9. prosinca 2013. Peugeot Hrvatska ponudio Auto Maksimiru sklapanje novih ugovora na neodređeno vrijeme od 1. siječnja 2014. te je s tim u vezi 19. prosinca 2013. u Auto Maksimiru obavljen audit kriterija od strane tvrtke [...] i utvrđeno je da Auto Maksimir ispunjava sve zadane kriterije poduzetnika Peugeot Hrvatska. Međutim, unatoč tome, 31. prosinca 2013. Peugeot Hrvatska poslao je dopis Auto Maksimiru kojim ga obavještava o prestanku statusa ovlaštenog distributera novih vozila i ovlaštenog servisa s 31. prosincem 2013. zbog nepoštivanja kriterija izbora. Peugeot Hrvatska potpisao je samo Ugovor o prodaji rezervnih dijelova, dok Ugovori o distribuciji i servisiranju nisu potpisani, čime je Peugeot Hrvatska bez osnovanog, opravdanog i objektivnog razloga odbio suradnju s Auto Maksimirom, mišljenje je podnositelja inicijative. Vezano uz to, Peugeot Hrvatska naveo je kako spomenuti ugovori nisu sklopljeni zbog toga što vanjsko pročelje objekta poduzetnika Auto Maksimir nije u skladu s kriterijima VM3 ugovora o distribuciji novih vozila i AM3 ugovora o servisiranju motornih vozila, međutim, podnositelj inicijative smatra kako je Auto Maksimir u cijelosti ispunio kriterije VM3 i AM3.

Sukladno kriteriju VM3 - pročelje i identifikacija, koji se odnosi na distribuciju novih motornih vozila, mora postojati [...].

Auto Maksimir smatra da na obje lokacije, i u Kraljevićevoj ulici i u Novoj Branimirovoj, u cijelosti ispunjava spomenuti kriterij.

Vezano uz postavljanje novih identifikacijskih elementa, naveo je kako iz spomenutog kriterija proizlazi da se na glavnu fasadu mogu, a ne da moraju biti postavljeni identifikacijski elementi u trenutku sklapanja novog ugovora.

S tim u vezi napomenuo je da Auto Maksimir ima postavljene sve identifikacijske elemente na obje lokacije (Kraljevićeva i Nova Branimirova) još od 2005. te je spreman zamijeniti sve postojeće identifikacijske elemente s novim u razumnom roku koji odredi Peugeot Hrvatska jer je isporučitelj svih elemenata Peugeot Hrvatska. Međutim, prema navodima poduzetnika Auto Maksimir, Peugeot Hrvatska nije u Selektivnim kriterijima koji su dostavljeni uz ugovore radi potpisivanja dana 9. prosinca 2013. kao kriterij naveo da na fasadi moraju postojati bilo kakvi novi identifikacijski elementi, niti je dao primjeren rok da se takvi elementi postave.

Auto Maksimir smatra kako je Peugeot Hrvatska nezakonitim raskidom ugovora o distribuciji vozila, ovlaštenom servisu i distribuciji rezervnih dijelova te nepotpisivanjem novih ugovora nakon isteka raskinutih ugovora, bez navođenja objektivnih, opravdanih i transparentnih razloga, postupio u suprotnosti s Uredbom o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila te počinio povredu članka 13. ZZTN-a jer je zlouporabom svog vladajućeg položaja na tržištu primijenio nejednake uvjete na istovrsne poslove s drugim poduzetnicima, čime je doveo u nepovoljan položaj Auto Maksimir te je ujedno došlo do ograničavanja tržišta na štetu potrošača.

U privitku inicijative, između ostalog, dostavio je dokumentaciju vezano uz prestanak suradnje s poduzetnikom Peugeot.

2. Stranka u postupku

2.1. Peugeot Hrvatska d.o.o.

Poduzetnik Peugeot Hrvatska d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Buzin, Bani 75 upisan je pod matičnim brojem: 080269360 u sudski registar Trgovačkog suda u Zagrebu. Između ostalih djelatnosti, registriran je za kupnju i prodaju robe te obavljanje trgovačkog posredovanja na domaćem i inozemnom tržištu, održavanje i popravak motornih vozila, iznajmljivanje automobila, pružanje poduke osobama za prodaju, održavanje i popravak motornih vozila i drugo.

Osoba ovlaštena za zastupanje je Gordana Brlek, direktorica.

3. Primijenjeni propisi

Agencija je u ovom predmetu primijenila odredbe ZZTN-a, Uredbe o načinu utvrđivanja mjerodavnog tržišta („Narodne novine“, broj: 9/11, dalje: Uredba o mjerodavnom tržištu), Uredbe o skupnom izuzeću vertikalnih sporazuma („Narodne novine“, broj: 37/11) i Uredbe o sporazumima male vrijednosti („Narodne novine“, broj: 9/11).

Naime, na vertikalne sporazume o distribuciji novih motornih vozila do 31. svibnja 2013. primjenjivao se stroži režim ocjene vertikalnih sporazuma u sektoru distribucije novih motornih vozila, odnosno primjenjivala se Uredba o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila („Narodne novine“, broj: 37/11).

Međutim, u odnosu na distribuciju novih motornih vozila, od 1. lipnja 2013. u cijelosti se primjenjuje Uredba o skupnom izuzeću vertikalnih sporazuma između poduzetnika („Narodne novine“, broj: 37/11, dalje: Uredba o vertikalnim sporazumima), a što je propisano člankom 17. stavkom 2. Uredbe o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila („Narodne novine“, broj: 37/11).

Agencija je primijenila i odredbe Zakona o općem upravnom postupku („Narodne novine“, broj: 47/09, dalje: ZUP), kojim se uređuju pitanja provedbe upravnog postupka pred Agencijom u dijelu koji nije propisan odredbama ZZTN-a, kao posebnog zakona, u smislu članka 35. stavka 1. ZZTN-a i članka 3. stavka 1. ZUP-a.

4. Prethodno ispitivanje stanja na mjerodavnom tržištu

Kako bi utvrdila postoje li u konkretnom slučaju uvjeti za pokretanje postupka po inicijativi poduzetnika Auto Maksimir, sukladno članku 39. ZZTN-a, a vezano uz članak 8. i/ili 13. ZZTN-a, Agencija je u predmetu klase: UP/I 034-03/2014-01/005 provela prethodno ispitivanje stanja na mjerodavnom tržištu. Na temelju ovlaštenja iz članka 32. točke 1. b) ZZTN-a zatraženo je očitovanje, kao i relevantna dokumentacija od Peugeota Hrvatska i podnositelja inicijative.

Vezano uz navode iz inicijative i dopune inicijative, Peugeot Hrvatska u svom očitovanju zaprimljenom u Agenciji 25. ožujka 2014. u bitnome je naveo kako je u prosincu 2011. odlučio poslati svakom članu svoje distribucijske mreže, pa tako i Auto Maksimiru, obavijest o raskidu ugovora o distribuciji novih motornih vozila, rezervnih dijelova i ovlaštenom servisu, s otkaznim rokom od dvije godine, tako da ti ugovori ističu 31. prosinca 2013.

Raskid svih ugovora temeljio se na odluci Peugeota Hrvatska da provede novu poslovnu politiku u svezi s razvojem svoje distribucijske strategije u Republici Hrvatskoj s opravdanim, objektivnim i transparentnim razlozima za raskid sukladno odredbama Uredbe o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila.

S tim u vezi, Peugeot Hrvatska najavio je kako će poslati nove ugovore i nove kriterije operaterima tijekom 2013., što je i učinjeno od srpnja 2013. kako bi operateri mogli iste analizirati i, ako im je to prihvatljivo, kandidirati se za potpisivanje novih ugovora za koje je predviđeno stupanje na snagu 1. siječnja 2014.

U okviru svoje korespondencije s mrežom distributera, od 2012. godine, Peugeot Hrvatska jasno je naveo da sklapanje novih ugovora ovisi o dva uvjeta, a to su do 31. prosinca 2013. poštivati ugovorne obveze i kriterije odabira koji su na snazi do tog datuma, kao i poštivati norme i metode koje je odredio Peugeot Hrvatska te poštivati ugovorne obveze i kriterije odabira koji stupaju na snagu počevši od 1. siječnja 2014.

Nadalje, u svom očitovanju Peugeot Hrvatska navodi kako je tijekom 2013. redovito obavještavao mrežu da će stjecanje statusa ovlaštenog distributera i serviseru biti podložno ostvarenju potrebnih koraka od strane operatera neophodnih za postavljanje novog imidža marke Peugeot (NIM) i to najkasnije do 1. siječnja 2014. Taj novi imidž marke (NIM) proizlazi iz normi i metoda navedenih kako u „starim“ ugovorima o distribuciji novih vozila i ovlaštenom servisu, tako i onima na snazi od 1. siječnja 2014., te je bio predstavljen mreži u više navrata tijekom 2012. i 2013. kako bi se distributeri i serviseri mogli uskladiti sa zahtjevima novog imidža marke (NIM) najkasnije do 1. siječnja 2014.

U pravitku očitovanja dostavio je, između ostalog, i presliku komunikacije s mrežom distributera i ovlaštenih serviseru kojom se precizira način implementacije novog imidža marke (NIM). Tako je dostavio e-mail upućen članovima Peugeot mreže vezano uz uređenje interijera prodajnih mjesta te prezentacije s konvencija organiziranih od strane poduzetnika Peugeot Hrvatska.

Peugeot Hrvatska navodi kako je obveza postavljanja NIM-a najkasnije do 1. siječnja 2014. kada stupaju na snagu novi Ugovori o distribuciji novih motornih vozila i ovlaštenih servisa bila preduvjet za sklapanje ugovora za te dvije kategorije operatera budući da je ona sastavni dio ugovora. To je također razlog zbog kojeg su ti ugovori stavljani na raspolaganje mreži već od srpnja 2013., a ne u prosincu 2013., kako bi se omogućilo mreži da ima ispred sebe više mjeseci za organiziranje postavljanja NIM-a, a najkasnije do 31. prosinca 2013.

Kako bi osigurao postavljanje NIM-a do zadanog roka, Peugeot Hrvatska predložio je mreži da je potpomaže, posebno financijski, pod uvjetom da zainteresirani operateri postave elemente vanjskog novog imidža marke NIM prije postavljanja elemenata unutrašnjeg uređenja novog imidža marke NIM i pokrenu postupak prema rasporedu koji je odredio Peugeot Hrvatska.

Na kraju je Peugeot Hrvatska naveo kako je Auto Maksimir više puta bio obaviješten da sklapanje novih ugovora ovisi o poštivanju ugovornih obveza, normi i metoda poduzetnika Peugeot Hrvatska, neovisno o kriterijima odabira. Zatim da je Auto Maksimir odbio posjet arhitekta koji je trebao prethoditi validaciji postavljanja vanjskog NIM-a te nije poduzeo nikakvu investiciju potrebnu za postavljanje vanjskog NIM-a. Peugeot Hrvatska navodi kako je više puta podsjećao, posebno tijekom sastanaka (konvencija) mreže koje redovno organizira, da postavljanje vanjskog NIM-a predstavlja nezaobilazan preduvjet za ostanak u mreži nakon 31. prosinca 2013. te je stavio na raspolaganje članovima mreže cjelokupnu dokumentaciju potrebnu za tu svrhu. Također je naveo da je Auto Maksimir vratio Peugeotu Hrvatska dostavljene mu originalne ugovore o distribuciji novih vozila i ovlaštenom servisu koji su mu bili dostavljeni u srpnju 2013.

Na konkretan upit Agencije, Peugeot Hrvatska odgovorio je kako su svi ugovori o distribuciji svih operatera, među kojima i s poduzetnikom Auto Maksimir, bili raskinuti u prosincu 2011. s

krajnjim rokom stupanja na snagu tih raskida 31. prosinca 2013. Svi članovi mreže koristili su otkazni rok u trajanju od 2 godine.

U pravitku svog očitovanja, između ostalog, Peugeot Hrvatska dostavio je cjelokupnu korespondenciju između njega i poduzetnika Auto Maksimir koja je prethodila prekidu suradnje s njime te podneske kojima se prekida suradnja, a koji se odnose na razdoblje od 30. prosinca 2011. do 15. siječnja 2014.

Vezano uz navode iz očitovanja Peugeota Hrvatska, zatraženo je očitovanje od poduzetnika Auto Maksimir.

U očitovanju zaprimljenom u Agenciji 30. travnja 2014., Auto Maksimir u bitnome je naveo kako je Peugeot Hrvatska tek u svom očitovanju od 24. ožujka 2014. naveo glavni razlog raskida svih ugovora u prosincu 2011., odnosno odbijanje potpisivanja novih ugovora od 1. siječnja 2014., a to je bila zamjena starih slova s novim slovima Peugeot i zamjena starog znaka s novim znakom „lava“, tzv. NIM. Podnositelj inicijative smatra kako tek sada, nakon što je pokrenut postupak, Peugeot Hrvatska pokušava nametnuti da je izmjena slova i znaka s novim znakovljem tzv. NIM bio glavni uvjet za sklapanje ugovora.

S tim u vezi navodi kako iz podnesaka Peugeota Hrvatska od 31. prosinca 2013. i 14. siječnja 2014. proizlazi da novi ugovori s Auto Maksimirom nisu sklopljeni zato što vanjsko pročelje objekta nije u skladu s kriterijima VM3 ugovora o distribuciji novih vozila i AM3 ugovora s ovlaštenim servisom. Također, navodi kako u Selektivnim kriterijima nije navedeno da identifikacijski elementi moraju biti postavljeni na glavnu fasadu, već samo karakteristike fasade na koju će se postaviti identifikacijski elementi. Podnositelj inicijative smatra kako do očitovanja u ovom postupku pred Agencijom, Peugeot Hrvatska nije niti u jednom trenutku naveo da je razlog nepotpisivanja novih ugovora s Auto Maksimirom taj što nije poštivan NIM, već je samo navedeno neispunjavanje kriterija VM3 i AM3, a navedeni su kriteriji u cijelosti ispunjeni.

Vezano uz navode Peugeota Hrvatska o tome da je Auto Maksimir odbio posjet arhitekta, Auto Maksimir je naveo kako nikada nije obaviješten, niti pisano, niti usmeno, da bi trebao organizirati posjet ovlaštenog arhitekta Peugeota Hrvatska tijekom 2013. niti je ikada odbio primiti u posjet Peugeotova ovlaštenog arhitekta niti mu je posjet najavljen. Naprotiv, Auto Maksimir je 19. prosinca 2013. posjetio ovlaštenu audit od strane Peugeota Hrvatska iz agencije [...]. Nakon provedenog audita, navedeno je da Auto Maksimir u cijelosti ispunjava sve tražene kriterije. Osim toga Peugeot Hrvatska je morao znati u prosincu 2013. da Auto Maksimir nije pokrenuo nikakvu proceduru nabavke slova Peugeot i novog znaka lava jer nabaviti navedeno bilo je moguće samo putem Peugeota Hrvatska. Unatoč tome, Peugeot Hrvatska je 9. prosinca 2013. dostavio Auto Maksimiru nove ugovore na potpis. Da je uistinu preduvjet za sklapanje ugovora bilo postavljanje novih slova i znaka lava na fasadi objekta tada ne bi bilo potrebno dostavljati ugovore na potpis budući da je u tom trenutku Peugeot Hrvatska nedvojbeno imao saznanja da novi NIM nije mogao biti postavljen.

Vezano uz navode poduzetnika Peugeot Hrvatska o tome da mu je Auto Maksimir vratio nepotpisane ugovore i kriterije dostavljene u srpnju 2013., Auto Maksimir je naveo kako nije ni dobio originalne ugovore od strane Peugeota Hrvatska pa ih nije niti mogao vratiti, već je 31. srpnja 2013. dobio putem pošte ogledne (tipske) primjerke ugovora o distribuciji novih motornih vozila i ugovora o ovlaštenom servisu, a ogledni primjerak o distribuciji rezervnih dijelova nije nikad dobio. U oglednim ili tipskim ugovorima nije naveden naziv „Auto Maksimir“ pa ugovore nije mogao niti potpisati.

Vezano uz navode Peugeota Hrvatska o tome da su distributeri tijekom 2012. i 2013. u više navrata bili obaviješteni o kriterijima koje je potrebno ispuniti da bi ostali u mreži, odnosno o tome je li Auto Maksimir bio o tome obaviješten te je li sudjelovao na sastancima

(konvencijama) organiziranim s tim ciljem, Auto Maksimir je naveo kako nikada nije niti pisano niti usmeno bio obaviješten od strane Peugeota Hrvatska tijekom 2012. i 2013. da je uvjet za potpisivanje novih ugovora zamjena starih s novim slovima „Peugeot“ i zamjena starog „lava“ s novim znakom „lav“, niti je ikada na tu temu sazvan sastanak (konvencija).

Na konvencijama su sudjelovali radnici Auto Maksimira, ali te konvencije bile su isključivo specijalističkog karaktera, kao npr. upoznavanje s novim modelom vozila, izvještavanje o rezultatima i drugo. Niti jednom tijekom 2012. i 2013. Auto Maksimir nije imao saznanja niti je bio pozvan niti na jednu konvenciju, odnosno sastanak, na temu sklapanja novih ugovora i uvjeta koje mora član mreže ispuniti da bi ponovno dobio na potpis ugovore.

Na poseban upit Agencije o tome jesu li prema saznanjima Auto Maksimira i drugi distributeri i serviseri vozila marke Peugeot postavili nove identifikacijske oznake marke Peugeot na svoja prodajna i servisna mjesta, Auto Maksimir je odgovorio kako ima saznanja da većina članova mreže nije imala do 31. prosinca 2013. sve specijalne alate, opremu i uređaje, a Peugeot Hrvatska je unatoč tome potpisao s njima nove ugovore te im je odobrio naknadni rok da to usklade, dok je Auto Maksimir prilikom provjere auditora ovlaštenog od strane Peugeota Hrvatska u potpunosti zadovoljio sve tražene kriterije.

Prema navodima Auto Maksimira, najmanje dva koncesionara do 31. prosinca 2013. nisu imali tzv. NIM, a Peugeot Hrvatska je s njima potpisao nove ugovore o distribuciji novih motornih vozila i ovlaštenom servisu i rezervnim dijelovima te im je odobrio novi rok za usklađivanje tzv. NIM-a, dok je odbio potpisati nove ugovore s Auto Maksimirom i odobriti rok za usklađenje NIM-a.

Stoga, podnositelj inicijative smatra kako Peugeot Hrvatska nije primijenio iste kriterije prema Auto Maksimiru kao prema ostalim članovima mreže, čime je primijenio nejednake uvjete na istovrsne poslove s drugim poduzetnicima, a čime je doveo u nepovoljan položaj Auto Maksimir.

Podnositelj inicijative u pravitku istog podneska, između ostalog, dostavio je e-mail između Peugeota Hrvatska i jednog ovlaštenog Peugeot distributera i servisera iz kojeg proizlazi kako on u prosincu 2013. nije ispunio sve kriterije, a ipak je s njim Peugeot Hrvatska potpisao sve ugovore.

U pravitku je dostavio i dvije fotografije autosalona drugog ovlaštenog Peugeotovog distributera i servisera iz kojih je razvidno, prema navodima podnositelja inicijative, kako je postavio nova slova i novi znak tek u 2014.

Vezano uz navode Auto Maksimira o tome da nisu svi ovlašteni distributeri i serviseri vozila marke Peugeot ispunili sve kriterije, a ipak su ostali u mreži nakon 1. siječnja 2014., zatraženo je očitovanje od Peugeota Hrvatska, koji je u svom očitovanju zaprimljenom 30. svibnja 2014. u bitnome naveo kako je svim članovima mreže, među kojima i poduzetniku Auto Maksimir, po pitanju ugovora o distribuciji rezervnih dijelova bila odobrena odgoda poštivanja kriterija koji se odnosio na dostavu financijske garancije i to do 31. ožujka 2014.

Također je naveo kako je netočan podatak Auto Maksimira prema kojem su pojedini operateri koji nisu ispunjavali kriterije u svezi s imidžom marke (NIM) na dan 1. siječnja 2014. ostali u mreži.

U pravitku očitovanja dostavio je rekapitulacijsku tablicu naručenih i isporučenih elemenata vanjskog NIM-a za sve članove mreže iz kojih je vidljivo, prema njegovim navodima, da su svi članovi mreže osim Auto Maksimira naručili elemente vanjskog NIM-a.

5. Postupak utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenog sporazuma

5.1. Zaključak o pokretanju postupka

Agencija je postupajući po inicijativi poduzetnika Auto Maksimir donijela 3. srpnja 2014. zaključak o pokretanju postupka protiv poduzetnika Peugeot Hrvatska radi utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenog sporazuma u smislu članka 8. ZZTN-a na mjerodavnom tržištu distribucije novih motornih vozila, zbog postojanja indicija da je Peugeot primijenio netransparentne Selektivne kriterije distributera novih vozila prilikom primanja, odnosno odlučivanja o tome tko će ostati u mreži ovlaštenih distributera novih motornih vozila i nakon 31. prosinca 2013. te da je primijenio nejednake uvjete na istovrsne poslove s različitim poduzetnicima, čime ih je doveo u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurenciju, odnosno da je poduzetniku Auto Maksimir neopravdano onemogućio pristup mjerodavnom tržištu.

Iz sadržaja inicijative proizlazilo je da se ona odnosi na servisiranje motornih vozila i distribuciju motornih vozila. Slijedom navedenog, odlučeno je da će Agencija, vezano uz servisiranje motornih vozila, odnosno postupanje poduzetnika Peugeot Hrvatska na tržištu pružanja usluga popravaka i održavanja motornih vozila marke Peugeot i tržištu prodaje rezervnih dijelova za motorna vozila marke Peugeot odlučivati u predmetu klase: UP/I 034-03/2014-01/005 u smislu članka 13. ZZTN-a, dok će vezano uz distribuciju novih motornih vozila, odnosno vezano uz postupanje poduzetnika Peugeot Hrvatska na tržištu distribucije novih motornih vozila, odlučivati u ovom upravnom predmetu u smislu članka 8. ZZTN-a, budući da je riječ o različitim pravnim osnovama i različitim tržišnim udjelima, odnosno različitoj tržišnoj snazi Peugeota Hrvatska na tržištu distribucije novih motornih vozila i tržištu pružanja usluge popravka i održavanja te tržištu prodaje rezervnih dijelova za motorna vozila Peugeot.

5.2. Očitovanje Peugeota Hrvatska

Agencija je 3. srpnja 2014. donijela dva zaključka o pokretanju postupka protiv poduzetnika Peugeot Hrvatska i to jedan koji se odnosi na utvrđivanje narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenog sporazuma u ovom predmetu klase: UP/I 034-03/2014-01/019, a drugi na utvrđivanje narušavanja tržišnog natjecanja zlouporabom vladajućeg položaja u predmetu klase: UP/I 034-03/2014-01/005. Vezano uz zahtjeve za dostavu očitovanja i dokumentacije iz jednog i drugog zaključka Peugeot Hrvatska očitovao se u jednom podnesku od 29. srpnja 2014., zaprimljenom u predmetu klase: UP/I 034-03/2014-01/005, čija je preslika, s privicima koji se odnose na predmet utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenog sporazuma, urudžbirana u ovaj predmet.

U tom podnesku Peugeot Hrvatska u bitnome je naveo kako je organizirao selektivnu mješovitu kvantitativno-kvalitativnu distribucijsku mrežu za distribuciju novih vozila budući da je njegov tržišni udjel manji od 30 posto.

Također je naveo kako samo poštivanje kriterija nije moglo opravdati pravo na ugovore jer se poštivanje nije moglo odrediti bez istovremenog ocjenjivanja u kojoj mjeri određeni kriterij ulazi u okvir svake ugovorne obveze koja je morala biti zadovoljena prije početka izvršavanja ugovora. Primjerice, Peugeot Hrvatska je naveo kako se to odnosi na kriterije VM3, odnosno AM5 iz ugovora o distribuciji novih motornih vozila i ugovora s ovlaštenim servisom vezano uz članak 1. tih ugovora u kojem je propisana obveza svih članova mreže prema kojoj su u svakom trenutku dužni poštivati norme, metode i standarde Peugeota. Budući da je Peugeot Hrvatska u više navrata razaslao sadržaj norme o NIM-u svim članovima mreže 2012. i 2013., pa tako i Auto Maksimiru, činjenica da se ti kriteriji pozivaju na elemente identifikacije sukladno normama Peugeota treba se logično tumačiti kao obveza poštivanja tih kriterija uz strogo zadovoljavanje norme NIM na dan stupanja na snagu novih ugovora. U suprotnom,

moglo bi se proglasiti da Peugeot Hrvatska postupa diskriminacijski jer prihvaća u svoju mrežu operatere koji potpuno zadovoljavaju kriterij NIM u skladu s odgovarajućom normom NIM-a, ali i druge koji to ne zadovoljavaju.

Kako je potvrdio sam Auto Maksimir, on je još u srpnju 2013. bio obaviješten o novom ugovoru o distribuciji novih motornih vozila i ugovoru s ovlaštenim servisom, kao i o novim kriterijima. Kao i svi članovi mreže, imao je 6 mjeseci za usklađivanje s opravdanim zahtjevima koji proizlaze iz tih novih ugovornih obveza, nerazdvojivih od novih kriterija. Kako bi osigurao stvarnu primjenu tih opravdanih zahtjeva od 1. siječnja 2014., Peugeot Hrvatska navodi kako je predložio i financijsko praćenje svim članovima mreže. Međutim, Auto Maksimir je vratio nepotpisane primjerke ugovora čime je potvrdio svoju odluku da više ne bude član mreže od 1. siječnja 2014. Svjestan utjecaja te odluke i radi provjere da je ona donesena svjesno, Peugeot Hrvatska navodi kako je ponovno poslao primjerke ugovora u listopadu 2013. Na dan drugog slanja modela ugovora, Auto Maksimir još je uvijek mogao zadovoljiti propisani rok za postavljanje novog imidža, barem vanjskog, kao i svi članovi mreže koji su iskazali želju za zadržavanjem statusa distributera novih vozila i/ili ovlaštenog servisa nakon 1. siječnja 2014. Nakon toga, da je Auto Maksimir izrazio i najmanju želju da zadrži svoj status distributera novih vozila i ovlaštenog servisa s novim ugovorima o distribuciji na dan primitka modela ugovora u listopadu 2013., uz strogo poštivanje zahtjeva vezanih uz normu NIM, Peugeot Hrvatska navodi kako bi sigurno razmislio o odobravanju odgode tom operateru vezane uz kriterije VM3 i AM5, ali to se nikada nije dogodilo.

U prilog tome, Peugeot Hrvatska priložio je izvještaj auditora od 19. prosinca 2013. Taj je audit, prema navodima Peugeot Hrvatska, bio organiziran radi provjere poštuje li Auto Maksimir kriterije jer mu se Auto Maksimir obratio kasno, nakon što mu je Peugeot Hrvatska poslao drugu pošiljku ugovora. Auditor je jasno naveo da elementi novog imidža marke nisu postavljeni.

Osim spomenutog izvještaja auditora, Peugeot Hrvatska u privitku je dostavio i e-mail gosp. [...], ovlaštenog arhitekta, od 13. rujna 2012., u kojem je, prema navodima Peugeot Hrvatska, jasno navedeno da Auto Maksimir nije dopustio arhitektu ulazak u njegov poslovni prostor radi ocjene napredovanja uvođenja novog imidža marke NIM, barem vanjskog, do 31. prosinca 2013., kao i kod ostalih članova mreže. Takvo je stajalište opravdano pojačalo uvjerenje Peugeot Hrvatska da Auto Maksimir više ne razmatra mogućnost da nastavi biti član mreže ili da to želi, ali pod manje zahtjevnim uvjetima nego za ostale članove mreže, što Peugeot Hrvatska smatra da ne može prihvatiti zbog sustava selektivne distribucije.

Nadalje, Peugeot Hrvatska u privitku je dostavio i niz e-mailova vezano uz isporuku i prijevoz Peugeotove identifikacije iz tvornice Rousseau, koja se nalazi u Francuskoj, u Republiku Hrvatsku. Iz dostavljenih e-mailova razvidno je da je isporuka spomenute identifikacije za većinu koncesionara bila tijekom 2012. i 2013., dok je za dva poduzetnika isporuka bila tijekom 2014., a identifikacija je naručena od tvornice u Francuskoj 8. studenoga 2013.

Osim toga, u privitku je Peugeot Hrvatska dostavio i e-maileve vezano uz održavanje konvencija Peugeotovih koncesionara.

Zaključno, dostavio je i preslike Ugovora o distribuciji na neodređeno vrijeme koje ima zaključene s distributerima novih motornih vozila marke Peugeot.

6. Mjerodavno tržište

Mjerodavno tržište, u smislu članka 7. ZZTN-a, određuje se kao tržište određene robe i/ili usluga koje su predmet obavljanja djelatnosti poduzetnika na određenom zemljopisnom području.

Sukladno članku 5. Uredbe o mjerodavnom tržištu, mjerodavno tržište u proizvodnom smislu obuhvaća sve proizvode za koje potrošači smatraju da su međusobno zamjenjivi s obzirom na njihove bitne značajke, cijenu ili način uporabe, odnosno navike potrošača.

U konkretnom predmetu za podnositelja inicijative sporna je činjenica da je Peugeot Hrvatska s njim odbio potpisati Ugovor o distribuciji novih motornih vozila marke Peugeot na neodređeno vrijeme te da kriteriji marke Peugeot koje je potrebno ispuniti da bi se postao član mreže Peugeota nisu transparentni.

Budući da je Agencija u ovom predmetu ocjenjivala samo postupanje poduzetnika Peugeot Hrvatska vezano uz distribuciju novih motornih vozila, mjerodavnim tržištem u proizvodnom smislu utvrđeno je tržište distribucije novih motornih vozila.

Sukladno članku 6. stavku 1. Uredbe o mjerodavnom tržištu, mjerodavno tržište u zemljopisnom smislu obuhvaća zemljopisno područje na kojem poduzetnici sudjeluju u ponudi ili nabavi proizvoda.

U pogledu zemljopisne dimenzije mjerodavnih tržišta, u Republici Hrvatskoj ne postoje pravne, tehničke ili druge prepreke pružanja usluga prodaje motornih vozila marke Peugeot koje bi ograničavale obavljanje navedene djelatnosti na uže područje od cjelokupnog teritorija Republike Hrvatske, odnosno koje bi zahtijevale utvrđivanje mjerodavnog tržišta u užem segmentu. Stoga je mjerodavno tržište u zemljopisnom smislu utvrđeno kao teritorij Republike Hrvatske.

7. Činjenice utvrđene tijekom postupka

U odnosu na distribuciju novih motornih vozila, Peugeot Hrvatska odlučio se za kvantitativno-kvalitativnu selektivnu distribuciju. Slijedom toga, kriteriji koje primjenjuje prema distributerima novih motornih vozila, sukladno članku 3. stavku 3. Uredbe o vertikalnim sporazumima, moraju biti transparentni.

Obveza postavljanja vanjskog NIM-a zbog koje Peugeot nije sklopio ugovor s poduzetnikom Auto Maksimir ne proizlazi iz Selektivnih kriterija distributera novih motornih vozila, što dovodi u pitanje transparentnost tih kriterija.

Iako obveza postavljanja NIM-a ne proizlazi iz kriterija, iz očitovanja određenog broja ovlaštenih distributera od kojih je zatraženo očitovanje i to njih šest, proizlazi da su oni bili upoznati s obvezom postavljanja NIM-a. Većina distributera očitovala se da je to bilo već 2010. godine i to putem konvencija organiziranih od strane Peugeota. Također većina distributera, njih četiri, naveli su da na dan 31. prosinca 2013. odnosno 1. siječnja 2014. nisu ispunjavali sve kriterije.

Međutim bez obzira na navedeno, budući da je u konkretnom slučaju tržišni udjel poduzetnika Peugeot Hrvatska manji od 10 posto, a ugovori koje Peugeot sklapa s ovlaštenim distributerima novih motornih vozila marke Peugeot ne sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja, odnosno zabranjene obveze u smislu članka 9. i 10. Uredbe o vertikalnim sporazumima, predmetni ugovori ispunjavaju uvjete za skupno izuzeće propisane Uredbom o vertikalnim sporazumima.

Naime, na vertikalne sporazume o distribuciji novih motornih vozila do 31. svibnja 2013. primjenjivao se stroži režim ocjene vertikalnih sporazuma u sektoru distribucije novih motornih vozila, odnosno primjenjivala se Uredba o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila („Narodne novine“, broj: 37/11).

Međutim, u odnosu na distribuciju novih motornih vozila od 1. lipnja 2013. u cijelosti se primjenjuje Uredba o skupnom izuzeću vertikalnih sporazuma između poduzetnika („Narodne novine“, broj: 37/11, dalje: Uredba o vertikalnim sporazumima), dok se spomenuta Uredba o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila, odnosno stroži režim ocjene sporazuma i dalje primjenjuje samo na sporazume o prodaji rezervnih dijelova i sporazume o pružanju usluga popravaka i održavanja motornih vozila. Osim toga, kao interpretativni instrument za tumačenje hrvatskih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, u smislu članka 74. ZZTN-a primjenjuje se i Obavijest Komisije-Dodatne smjernice o vertikalnim ograničenjima u sporazumima o prodaji i servisiranju motornih vozila i o distribuciji rezervnih dijelova za motorna vozila (Službeni list C 138, od 28. svibnja 2010.)

Navedeno je rezultat usklađivanja zakonodavstva Republike Hrvatske s pravnom stečevinom Europske unije.

Slijedom navedenog, a vezano uz sporazume o distribuciji novih motornih vozila, prestao je važiti i članak 9. spomenute Uredbe o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila kojim je bilo uređeno trajanje, prestanak, rješavanje sporova i prijenos prava i obveza iz sporazuma o distribuciji novih motornih vozila na treću stranu.

Stoga je Agencija u konkretnom slučaju, a vezano uz tržište distribucije novih motornih vozila mogla samo ocjenjivati ispunjavaju li ugovori o distribuciji novih motornih vozila koje Peugeot Hrvatska sklapa sa svojim distributerima uvjete za skupno izuzeće propisane Uredbom o vertikalnom sporazumima.

Naime, Uredbom o vertikalnim sporazumima određuju se uvjeti koje vertikalni sporazumi između poduzetnika moraju sadržavati te ograničenja ili uvjeti koje takvi sporazumi ne smiju sadržavati kako bi se mogli skupno izuzeti od opće zabrane iz članka 8 stavka 1. ZZTN-a.

Tako je u članku 5. stavku 1. Uredbe o vertikalnim sporazumima propisano da se skupno izuzeće za sporazume iz članka 3. spomenute uredbe primjenjuje pod uvjetom da tržišni udjel dobavljača na mjerodavnom tržištu na kojem prodaje proizvode koji su predmet sporazuma, nije veći od 30 posto, te da tržišni udjel kupca na mjerodavnom tržištu na kojem kupuje proizvode koji su predmet sporazuma, nije veći od 30 posto.

Sukladno Uredbi o vertikalnim sporazumima, skupno izuzeće ne može se primijeniti na vertikalne sporazume koji sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja propisana člankom 9. te Uredbe. Osim toga, skupno izuzeće ne može se primijeniti na zabranjene obveze u vertikalnim sporazumima propisane člankom 10. Uredbe o vertikalnim sporazumima.

Prema podacima agencije Promocija plus, koji su objavljeni na internetskim stranicama www.autonet.hr, tržišni udjel motornih vozila marke Peugeot na tržištu distribucije novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj i u 2013. i u 2014. godini iznosi manje od 10 posto.

Slijedom navedenog, odnosno s obzirom na to da je tržišni udjel poduzetnika Peugeot Hrvatska manji od 10 posto i budući da ugovori koje Peugeot Hrvatska sklapa s distributerima novih motornih vozila marke Peugeot ne sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja, ugovori koje poduzetnik Peugeot Hrvatska sklapa s distributerima novih motornih vozila marke Peugeot ispunjavaju uvjete za skupno izuzeće od primjene članka 8. ZZTN-a.

Osim toga, u konkretnom je slučaju riječ i o sporazumima male vrijednosti koji zadovoljavaju uvjete iz Uredbe o sporazumima male vrijednosti („Narodne novine“, broj: 9/11) pa se slijedom navedenog na njih ne može primijeniti odredba o zabranjenim sporazumima iz članka 8. stavka 1. ZZTN-a budući da im je tržišni udjel manji od 10 posto i ne sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja propisana tom Uredbom.

Naime, u članku 1. Uredbe o sporazumima male vrijednosti određeno je da se tom Uredbom uređuju uvjeti kojima sporazumi male vrijednosti moraju udovoljavati te ograničenja ili odredbe koje takvi sporazumi ne smiju sadržavati. Budući da je tržišni udjel poduzetnika Peugeot Hrvatska manji od 10 posto, a ugovori ne sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja propisana tog uredbom, na te ugovore ne može se primijeniti odredba članka 8. stavka 1. ZZTN-a o zabranjenim sporazumima.

8. Odluka Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja

Na temelju dostavljene dokumentacije i utvrđenog činjeničnog stanja, savjesnom i detaljnom ocjenom svakog dokaza posebno i svih dokaza zajedno, Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Vijeće), na temelju članka 30. i 31. ZZTN-a te članka 46. stavka 5. ZUP-a, na sjednici 24/2015., održanoj 16. lipnja 2015. godine, razmatralo je navedeni predmet te je donijelo odluku da se obustavi postupak pokrenut po službenoj dužnosti protiv Peugeota Hrvatska, u smislu članka 38. stavaka 1. i 3. te članka 39. ZZTN-a, a vezano uz primjenu članka 8. ZZTN-a koji uređuje zabranjene sporazume jer više ne postoje pravne pretpostavke za vođenje postupka.

Vijeće svoju odluku obrazlaže kako slijedi:

U konkretnom slučaju ne postoje pravne pretpostavke za daljnje vođenje postupka budući da ugovori koji su predmet ovog postupka ispunjavaju uvjete za skupno izuzeće od primjene članka 8. ZZTN-a, a koji uvjeti su propisani Uredbom o vertikalnim sporazumima. Naime, tržišni udjel poduzetnika Peugeot Hrvatska na tržištu distribucije novih motornih vozila marke Peugeot manji je od 10 posto, a predmetni Ugovori o distribuciji novih motornih vozila ne sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja iz članka 9. te zabranjene obveze iz članka 10. Uredbe o vertikalnim sporazumima.

Osim toga, u konkretnom slučaju riječ je i o sporazumima male vrijednosti koji zadovoljavaju uvjete iz Uredbe o sporazumima male vrijednosti pa se na njih i na temelju te Uredbe ne mogu primijeniti odredbe o zabranjenim sporazumima iz članka 8. stavka 1. ZZTN-a.

Stoga je Agencija, primjenom članka 35. stavka 1. ZZTN-a, kojim je propisano kako se u postupcima u nadležnosti Agencije primjenjuje zakon kojim se uređuje opći upravni postupak, odnosno primjenom članka 46. stavka 5. ZUP-a, na temelju odluke Vijeća, odlučila kao u izreci ovog rješenja.

Budući da je tržišni udjel Peugeota Hrvatska manji od 10 posto na tržištu distribucije novih motornih vozila te da ugovori koje sklapa s distributerima novih motornih vozila ne sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja i zabranjene obveze uređene člankom 9. i 10. Uredbe o vertikalnim sporazumima, Auto Maksimir i Peugeot Hrvatska eventualni spor vezan uz distribuciju novih motornih vozila mogu rješavati sudskim putem.

U dijelu koji se odnosi na tržište pružanje usluga popravaka i održavanja motornih vozila marke Peugeot te s njim usko povezano tržište prodaje rezervnih dijelova na kojim tržištima Peugeot Hrvatska ima vladajući položaj, Agencija će o postupanju poduzetnika Peugeot Hrvatska na tim tržištima odlučiti u posebnom postupku utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja zlouporabom vladajućeg položaja u predmetu klase: UP/I 034-03/2014-01/005.

Uputa o pravnom lijeku

Protiv ovog rješenja nije dopuštena žalba, ali se u roku od trideset (30) dana od dana dostave ovoga rješenja može tužbom pokrenuti upravni spor pred Visokim upravnim sudom Republike Hrvatske

Predsjednik Vijeća za
zaštitu tržišnog natjecanja

Mladen Cerovac, mag. iur.

Napomena:

Sukladno članku 53. ZZTN-a, podaci koji predstavljaju poslovnu tajnu izuzeti su od objavljivanja te su u tekstu navedeni podaci označeni [...].