

Klasa: UP/I 030-02/2006-01/80  
Urbroj: 580-02-08-63-154  
Zagreb, 17. prosinca 2008.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja na temelju članaka 34. i 35. stavka 1. točke 2. i 5., te članka 57. točke 1. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja («Narodne novine», broj 122/03), u upravnom postupku ocjene sporazuma pokrenutom po zahtjevu poduzetnika Sanabilis d.o.o., sa sjedištem u Šibeniku, Kralja Zvonimira 241a, zastupanog po Dinku Pačelat-Redžiću, direktoru, radi utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenih sporazuma protiv poduzetnika Citroën Hrvatska d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Turinina 5, zastupanog po odvjetnicima iz odvjetničkog društva Š&p, sa sjedištem u Z., temeljem odluke Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja, sa 4. sjednice, održane 17. prosinca 2008., donosi sljedeće

## RJEŠENJE

- I. Odbija se zahtjev poduzetnika Sanabilis d.o.o., sa sjedištem u Šibeniku, za utvrđivanjem sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenih sporazuma protiv poduzetnika Citroën Hrvatska d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, kao na zakonu neosnovan.
- II. Poduzetnik Sanabilis d.o.o., sa sjedištem u Šibeniku, Kralja Zvonimira 241a, dužan je platiti upravnu pristojbu u iznosu 5.050,00 kuna u korist Državnog proračuna Republike Hrvatske.

Rok izvršenja: osam (8) dana od dana dostave ovoga rješenja.

- III. Ovo rješenje bit će objavljeno u «Narodnim novinama».

## OBRAZLOŽENJE

### 1. Zahtjev za pokretanje postupka utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Agencija) zaprimila je 7. prosinca 2006. zahtjev poduzetnika Basic d.o.o., sa sjedištem u Šibeniku, Bilice-Kralja Zvonimira 241a (dalje: Basic d.o.o.), za pokretanje postupka utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanju tržišnog natjecanja protiv poduzetnika Citroën Hrvatska d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Turinina 5 (dalje: Citroën d.o.o.). Navedeni je zahtjev podnositelj dopunjavao u više navrata i to: podneskom od 5. siječnja 2007., 25. siječnja 2007., 7. ožujka 2007., 30. travnja 2007. i 4. prosinca 2008.

Iz zaprimljenog zahtjeva poduzetnika Basic d.o.o. u bitnome proizlazi da poduzetnik Citroën d.o.o. već više godina provodi prodajne akcije, odnosno prodajne operacije (dalje u tekstu: prodajne akcije) kojima se ovlaštenim distributerima vozila marke Citroën posredno određuje maloprodajna cijena prema krajnjem kupcu, koja je niža od cijene po kojoj je uvoznik, odnosno poduzetnik Citroën d.o.o. naplatio vozilo od distributera.

Distributer je, po mišljenju podnositelja zahtjeva, stavljen u položaj da krajnjem kupcu mora isporučiti vozilo koje će prije isporuke kupcu moći samo dijelom naplatiti, jer će mu dio novca dugovati poduzetnik Citroën d.o.o., a hoće li mu se navedeni iznos vratiti, odnosno hoće li mu se odobriti participacija, ovisi o tome je li se distributer u potpunosti pridržavao pravila prodajne akcije.

Nastavno, u podnesenom zahtjevu navodi i da su kriteriji odabira distributera (koji su dodatak Ugovoru o distribuciji) nesukladni odredbi članka XV. Ugovora o distribuciji koji se odnose na bankarsku garanciju, jer kriteriji odabira distributera uvjetuju distributeru postojanje bankarske garancije na prvi poziv, dok isto, smatra podnositelj zahtjeva, ne proizlazi iz odredbe članka XV. Ugovora. Vezano za bankarsku garanciju, podnositelj zahtjeva je naveo da poduzetnik Citroën d.o.o. bankarsku garanciju koristi po svom automatizmu, odnosno opterećuje je na teret distributera kako želi i kada želi.

Podneskom od 25. siječnja 2007. poduzetnik Basic d.o.o. stavio je prijedlog za donošenje privremene mjere zabrane otkazivanja Ugovora o distribuciji i Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme pribora i drugih proizvoda do okončanja postupka pred Agencijom, jer mu je poduzetnik Citroën d.o.o. zaprijetio raskidom ugovora ukoliko do određenog datuma ne osigura bankovnu garanciju. U navedenom podnesku je ponovio kako su odredbe članka XV. Ugovora o distribuciji (za vozila) i odredbe članka XI. Ugovora (za rezervne dijelove) koje se odnose na bankarsku garanciju u koliziji s dodacima tih istih Ugovora.

U istom podnesku podnositelj zahtjeva pozvao se i na odredbe članka IV. Ugovora o distribuciji (opći uvjeti prodaje), a vezano za trenutak prijelaza prava vlasništva na robu s uvoznika na distributera, vezano za trenutak prijelaza rizika na robu s uvoznika na distributera, zatim vezano za protestiranje bankovne garancije, neovisno o tome je li roba isporučena distributeru ili nije.

Podneskom od 7. ožujka 2008. podnositelj zahtjeva pozvao se i na odredbu članka V. Ugovora o distribuciji koja nosi naziv „Zabrana preprodaje preprodavačima izvan prodajne mreže uključujući i trgovačka društva za leasing“. Navedenim člankom, smatra podnositelj zahtjeva, zabranjeno je prodavati nova vozila, kao i ona registrirana manje od tri mjeseca, fizičkim i

pravnim osobama koji ih kupuju radi daljnje prodaje. Te odredbe odnose se i na trgovačka društva za leasing. Iz navedenog, smatra podnositelj zahtjeva, proizlazi da postoje kupci kojima na maloprodajnom mjestu može biti uskraćeno pravo kupiti vozilo koje je izloženo i koje se nudi na prodaju. Isto tako kupcima koji su stekli pravo vlasništva mogu se uskratiti ili ograničiti vlasnička prava koje su te osobe stekle kupnjom. Na kraju, kupcu je uskraćen izbor o tome može li i gdje može kupiti vozilo, kod ovlaštenog ili neovlaštenog trgovca. Podnositelj zahtjeva smatra da se navedenim odredbama ne samo ograničava tržišno natjecanje, već se i dijeli tržište, a što je suprotno članku 9. ZZTN.

Kako je Agencija uvidom u dostavljenu dokumentaciju poduzetnika Basic d.o.o. utvrdila da su prava i obveze poduzetnika Basic d.o.o. i Citroën d.o.o. uređena Ugovorom o distribuciji na neodređeno vrijeme, sklopljenog 29. prosinca 2005. u Zagrebu (dalje: Ugovor o distribuciji), te kako podnositelj zahtjeva smatra da je navedeni Ugovor protivan propisima kojima je cilj zaštititi tržišno natjecanje, to je Agencija, u konkretnom slučaju, odlučila moguće sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja ocjenjivati po pravnoj kvalifikaciji „zabranjeni sporazumi“, u upravnom postupku ocjene sukladnosti odredaba Ugovora s odredbama Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, broj 122/03; dalje: ZZTN), Uredbe o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila („Narodne novine“, broj 105/04; dalje: Uredba o motornim vozilima), te drugim podzakonskim aktima, a ne kao „zlouporabu vladajućeg položaja“, u smislu članka 16. ZZTN, kako je to podnositelj zahtjeva u predmetnom zahtjevu naveo. Iz podneska podnositelja zahtjeva od 7. ožujka 2007. vidljivo je da je isti pristao na izmijenjenu pravnu kvalifikaciju.

Kako su prava i obveze poduzetnika Basic d.o.o. i Citroën d.o.o. u odnosu na distribuciju rezervnih dijelova bile uređene Ugovorom o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda na neodređeno vrijeme, sklopljenog 29. prosinca 2005. u Zagrebu (dalje: Ugovor o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda), a koji Ugovor je poduzetnik Basic d.o.o. dostavio Agenciji kao prilog podnesku od 25. siječnja 2007, to je navedeni ugovor, te Ugovor o ovlaštenom servisu za Citroën na neodređeno vrijeme, sklopljen 29. prosinca 2005. u Zagrebu (dalje: Ugovor o ovlaštenom servisu za Citroën) bio predmetnom ocjene Agencije.

U odnosu na sva tri predmetna ugovora, poduzetnik Sanabilis d.o.o. (ranije: Basic d.o.o.) je nakon donošenja zaključka o pokretanju postupka u očitovanju od 4. prosinca 2007. posebno istaknuo nezakonitost odredbi članka XVI. Ugovora o distribuciji, članka XII. Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda te članka VII. Ugovora o ovlaštenom servisu za Citroën. Isti smatra da navedene odredbe ugovora kojima je uređeno da je zabranjeno prenijeti vlasništvo ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom, ograničavaju vlasnika kapitala ili poslovnog udjela da s njim raspolaže, da prenosi udio ili dio poslovnog udjela na treću osobu, što se također odnosi i na poslovnu imovinu vlasnika pa čak i kada se radi o prirodnim slijednicima vlasnika i sl. Pored ostalog, ovakva zabrana onemogućava vlasnika da raspolaže i tehnološkim viškom poslovne imovine ukoliko raspolaže kapacitetima koji prelaze gabarite utvrđene kriterijima za odabir distributera i sl.

## 2. Pripajanje poduzetnika Basic d.o.o. poduzetniku Sanabilis d.o.o.

Agencija je 3. i 4. prosinca 2007. zaprimila podneske poduzetnika Sanabilis d.o.o. iz Šibenika, Kralja Zvonimira 241/A (dalje: Sanabilis d.o.o.), kojima je navedeni poduzetnik obavijestio Agenciju da je poduzetnik Basic d.o.o. izvršio statusne promjene pripajanjem poduzetniku

Sanabilis d.o.o., temeljem Ugovora o pripajanju, od 10. rujna 2007., rješenja Trgovačkog suda u Šibeniku, broj Tt-7/619-3, od 21. studenoga 2007., te rješenja istog suda, broj Tt-7/618-4, od 23. studenoga 2007.

Nastavno, isti poduzetnik je naveo da je člankom 2. Ugovora o pripajanju uređeno da poduzetnik Sanabilis d.o.o., nakon upisa promjena u sudski registar, stupa na mjesto poduzetnika Basic d.o.o., sa svim pravima i obvezama, pa tako i u odnosu na pokrenuti postupak protiv poduzetnika Citroën d.o.o.

Uvidom u dostavljeno rješenje Trgovačkog suda u Šibeniku, broj: Tt-07/619-3, od 21. studenoga 2007., podatke za upis u glavnu knjigu sudskog registra kao priloga navedenog rješenja, rješenje Trgovačkog suda u Šibeniku, broj: Tt-07/618-4, od 23. studenoga 2007., podatke za upis u glavnu knjigu sudskog registra kao priloga navedenog rješenja, Ugovor o pripajanju poduzetnika Basic d.o.o. poduzetniku Sanabilis d.o.o., te izvode iz sudskog registra za poduzetnika Basic d.o.o. i poduzetnika Sanabilis d.o.o., utvrđeno je da je poduzetnik Basic d.o.o., Šibenik, Kralja Zvonimira 241/A, prestao postojati radi pripajanja poduzetniku Sanabilis d.o.o., Šibenik, Kralja Zvonimira 241/A.

S obzirom na navedeno, Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Vijeće) je, sukladno svojim ovlastima iz članka 34. i članka 35. stavka 1. točke 2. ZZTN, na 100. sjednici, održanoj 26. veljače 2008., odlučilo da Agencija prekine postupak te je zaključkom klase UP/I 030-02/2006-01/80, urbroja: 580-02-08-63-101, od 26. veljače 2008., prekinut postupak zbog prestanka postojanja poduzetnika Basic d.o.o.

Kako je istim podnescima, poduzetnik Sanabilis d.o.o. obavijestio Agenciju o navedenoj promjeni aktivne legitimacije, odnosno da u pogledu prava i obveza, pa tako i pokrenutog postupka pred Agencijom, poduzetnik Sanabilis d.o.o. stupa na mjesto poduzetnika Basic d.o.o., Vijeće je odlučilo da Agencija, s obzirom na to da ju je predmetni poduzetnik obavijestio o preuzimanju postupka, nastavi predmetni postupak po zahtjevu poduzetnika Sanabilis d.o.o. te je istim zaključkom klase: UP/I 030-02/2006-01/80, urbroja 580-02-08-63-101, od 26. veljače 2008., postupak nastavljen temeljem zahtjeva poduzetnika Sanabilis d.o.o., pravnog slijednika poduzetnika Basic d.o.o.

Nastavno, u podnesku od 4. veljače 2008. poduzetnik Citroën d.o.o. je naveo da su poduzetnik Citroën d.o.o. i poduzetnik Sanabilis d.o.o. koji je preuzeo prava od poduzetnika Basic d.o.o., u ugovornom odnosu jedino u odnosu na ugovor o ovlaštenom servisu za Citroën, odnosno poduzetnik Sanabilis d.o.o. je nastavio izvršavati prava iz navedenog ugovora.

Naime, poduzetnik Citroën d.o.o. je raskinuo ugovor o distribuciji i ugovor o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda 11. lipnja 2007. jer poduzetnik Basic d.o.o., unatoč višekratnom produljivanju rokova, nije zadovoljio kriterije bankovne garancije iz rečenih ugovora.

Kako je dakle, poduzetnik Sanabilis d.o.o., kao društvo preuzimatelj stupio u ugovorni odnos pripojenog društva, odnosno poduzetnika Basic d.o.o., nesporno je da ima i pravni i ekonomski interes za nastavak vođenja ovog postupka.

### 3. Propisi primijenjeni tijekom postupka pred Agencijom

Agencija je u provedbi predmetnog upravnog postupka primijenila odredbe Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja («Narodne novine», broj 122/03; dalje: ZZTN), odredbe Zakona o općem

upravnom postupku («Narodne novine», broj 53/91 i 106/93, dalje: ZoUP) kojim se uređuju pitanja provedbe upravnog postupka pred Agencijom u dijelu koji nije propisan odredbama ZZTN, kao posebnog zakona.

Nadalje, Agencija je primijenila i podzakonske akte, i to Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila («Narodne novine», broj 105/2004; dalje: Uredba o motornim vozilima) i Uredbu o načinu utvrđivanja mjerodavnog tržišta («Narodne novine», broj 51/2004; dalje: Uredba o mjerodavnom tržištu).

Uredba o motornim vozilima stupila je na snagu 6. kolovoza 2004. Navedenom Uredbom propisani su uvjeti za skupno izuzeće sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila, određeni su uvjeti koje sporazumi moraju sadržavati, ograničenja ili uvjeti koje takvi sporazumi ne smiju sadržavati, te drugi uvjeti koji se moraju ispuniti za skupno izuzeće tih sporazuma od primjene odredbi članka 9. ZZTN o zabranjenim sporazumima.

Uredba o motornim vozilima usklađena je s pravnom stečevinom EZ i to s Uredbom Komisije (EZ) broj 1400/2002 od 31. srpnja 2002. o primjeni članka 81 (3) Ugovora na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađenu praksu u sektoru motornih vozila (dalje: Uredba Komisije EZ broj 1400/2002). Navedena Uredba Komisije EZ broj 1400/2002, kao i Brošura s objašnjenjima Komisije (EZ) o primjeni članka 81 (3) Ugovora na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađena djelovanja u sektoru motornih vozila (dalje: Brošura Komisije EZ) služe kao interpretativni instrumenti za primjenu hrvatskih propisa, u slučaju pravnih praznina ili dvojbi u tumačenju tih propisa, u smislu članka 35. stavka 3. ZZTN.

Naime, člankom 35. stavkom 3. ZZTN propisano je da u ocjeni oblika sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja koji mogu utjecati na trgovinu između Republike Hrvatske i Europskih zajednica, Vijeće u skladu s člankom 70. Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između Europskih zajednica i njihovih država članica i Republike Hrvatske («Narodne novine» - Međunarodni ugovori, broj 14/01), primjenjuje na odgovarajući način kriterije koji proizlaze iz pravilne primjene pravila o tržišnom natjecanju u Europskim zajednicama.

#### 4. Prethodno ispitivanje stanja na mjerodavnom tržištu

Agencija je, na zahtjev poduzetnika Basic d.o.o., temeljem ovlaštenja koje proizlazi iz članka 37. točke 9. ZZTN, prije donošenja zaključka o pokretanju postupka u ovom predmetu; provela prethodno ispitivanje stanja na mjerodavnom tržištu, odnosno, zatražila je dostavu pisanog očitovanje i podatke od poduzetnika Citroën d.o.o. i od određenog broja ovlaštenih distributera vozila Citroën i to ukupno pet distributera.

Rečeno je zatraženo u svrhu utvrđivanja postojanja uvjeta za pokretanje postupka po zahtjevu poduzetnika Basic d.o.o., a temeljem članka 41. stavka 1., članka 46. i članka 9. ZZTN.

U vremenu od podnošenja zahtjeva za pokretanje postupka do donošenja zaključka o pokretanju postupka, odnosno od 7. prosinca 2006. do 2. srpnja 2007., Agencija je zaprimila pisana očitovanja i podatke od poduzetnika Citroën d.o.o. i od određenog broja ovlaštenih distributera poduzetnika Citroën d.o.o..

U dostavljenim očitovanjima od 2. ožujka 2007. i 6. travnja 2007. na navode podnositelja zahtjeva, poduzetnik Citroën d.o.o. u bitnome je naveo da prodajne akcije traju po mjesec dana,

da su iste fakultativne, pa prema tome distributeri mogu slobodno odlučivati o tome žele li u njima sudjelovati ili ne. Sudjelovanjem u prodajnim akcijama distributeri nisu na gubitku. U pogledu cijene, poduzetnik Citroën d.o.o. je naveo da on određuje maksimalne, odnosno preporučene cijene za krajnje kupce, a distributer slobodno odlučuje o tome hoće li ih primjenjivati ili ne. Kako distributer slobodno određuje prodajnu cijenu za krajnjeg kupca, to time određuje i maržu koju ostvaruje na prodanim vozilima.

Nadalje, prema navodima poduzetnika Citroën d.o.o., cijene po kojima prodaje vozila distributerima jednake su za sve distributere.

U odnosu na bankovnu garanciju, odnosno navode podnositelja zahtjeva da „kriteriji izbora“ u dodatku Ugovora o distribuciji koji se odnose na bankovnu garanciju nisu sukladni članku XV. Ugovora o distribuciji, jer oni uvjetuju distributeru otvaranje bankovne garancije, dok temeljem članka XV. Ugovora o distribuciji, distributeri ne moraju osigurati bankovnu garanciju, poduzetnik Citroën d.o.o. se očitovao na način da distribucija novih vozila marke Citroën počiva na selektivnom mješovitom kvalitativno-kvantitativnom sustavu izbora. Prema tome, kriteriji izbora distributera sastoje se od uvjeta koje moraju zadovoljavati kandidati koji žele postati članovi mreže Citroën, te od bitnih obveza u ugovorima o distribuciji koje članovi mreže Citroën moraju poštovati, a čije nepoštivanje ima za posljedicu raskid ugovora.

Bankovna garancija u „kriterijima izbora“ služi za pokrivanje vrijednosti fakturirane robe i plaćanje ugovorenih proizvoda koje je poduzetnik Citroën d.o.o. prodao distributerima, odnosno za pokrivanje naplate fakturirane robe. Ne fakturirana roba \*\*\* ne ulaze u garanciju.

Članak XV. Ugovora o distribuciji koji nosi naziv „bankovna garancija“ primjenjuje se ako bankovna garancija potrebna za zadovoljavanje kriterija više ne pokriva vrijednost fakturiranih vozila. U tom članku predviđena su rješenja koja se mogu primijeniti kako bi se, u tom slučaju, distributeru omogućilo dobivanje većeg broja vozila uz osiguranje naplate računa prema poduzetniku Citroën d.o.o. Ako neki distributer želi povećati vrijednost fakturiranih vozila, temeljem navedenog članka on može otvoriti dodatnu bankovnu garanciju ili avansno platiti vozila. U slučaju prekoračenja dopuštenog limita po bankovnoj garanciji, Citroën d.o.o. isporučuje vozila distributeru tek nakon plaćanja odgovarajućih računa, sukladno članku XV. Ugovora o distribuciji.

U odnosu na odredbu članka IV. Ugovora o distribuciji na koju se poziva podnositelj zahtjeva, poduzetnik Citroën d.o.o. je u bitnome naveo da je odredba prema kojoj se distributer izričito obvezuje da neće isporučiti vozilo kupcu, prije stvarnog plaćanja cjelokupne cijene uvozniku, logična posljedica klauzule zadržavanja vlasništva u ugovoru o distribuciji prema kojoj distributer postaje vlasnik vozila tek nakon isplate njegove cjelokupne cijene poduzetniku Citroën d.o.o.. Naime, distributer može raspolagati i isporučivati vozila samo ako je njihov vlasnik. Iz te klauzule zadržavanja vlasništva proizlazi da se vlasništvo nad vozilom prenosi na distributera odmah nakon plaćanja cjelokupne cijene vozila.

U odnosu na odredbu članka V. Ugovora o distribuciji koja nosi naziv „Zabrana preprodaje preprodavačima izvan prodajne mreže - prodaja trgovačkom društvu za leasing“, poduzetnik Citroën d.o.o. je u podnesku od 6. travnja 2007. naveo da je mreža distribucije novih vozila marke Citroën u Republici Hrvatskoj organizirana po selektivnom mješovitom kvalitativno-kvantitativnom modelu distribucije u skladu s Uredbom o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila ("Narodne novine", br. 105/2004, od 22. srpnja 2004). Prema navodima poduzetnika Citroën, riječ je o sustavu distribucije koji je proizvođač Citroën usvojio u svim državama članicama Europske unije u okviru Uredbe (EZ) 1400/2002, od 31.

srpnja 2002. koja se odnosi na primjenu članka 81. stavka 3. Ugovora na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađeno djelovanje u sektoru motornih vozila.

Nadalje, poduzetnik Citroën d.o.o. pojašnjava kako je sustav selektivne distribucije, sustav u kojem se dobavljač obvezuje da će ugovornu robu ili usluge prodavati, izravno ili neizravno, samo distributerima izabranim na temelju zadanih kriterija i u kojem se distributeri obvezuju da neće prodavati tu robu ili usluge neovlaštenim distributerima. Stoga, smatra poduzetnik Citroën d.o.o., za prodavanje vozila marke Citroën d.o.o. ovlaštene su samo distributeri koji tvore mrežu vozila Citroën i oni ih ne smiju prodavati preprodavačima izvan mreže, a što je u duhu sustava selektivne distribucije i ne protivi se hrvatskim ili europskim propisima o zaštiti tržišnog natjecanja.

Prema navodima poduzetnika Citroën d.o.o., odredbe članka V.2. Ugovora o distribuciji ni na koji način ne zabranjuju distributerima da prodaju nova vozila poduzetnicima čija je djelatnost leasing. Upravo suprotno, u toj odredbi navedeni su uvjeti koje je potrebno poštovati u okviru prodaje vozila takvim poduzetnicima. Distributer može tim poduzetnicima prodavati vozila marke Citroën, pod uvjetom da provjeri bavi li se određeni poduzetnik djelatnošću leasinga, odnosno da nije riječ o preprodavaču izvan mreže.

Ono što je bilo sporno tijekom prethodnog ispitivanja stanja na mjerodavnom tržištu, a na što se u bitnome i odnosio zahtjev podnositelja, je postupanje poduzetnika Citroën d.o.o. u odnosu na prodaju vozila u prodajnim akcijama, odnosno je li to postupanje protivno odredbi članka 10. stavka 1. točke a) Uredbe o motornim vozilima.

Naime, člankom 10. stavkom 1. točkom a) Uredbe o motornim vozilima propisno je da se skupno izuzeće ne može primijeniti na vertikalne sporazume koji se odnose na prodaju novih motornih vozila, rezervnih dijelova, te usluge popravka i održavanja, koji neposredno ili posredno, samostalno ili zajedno s drugim čimbenicima, pod kontrolom ugovornih strana, sadrže vertikalna ograničenja koja imaju za cilj ograničenje prava distributera ili servisera da slobodno određuje prodajnu cijenu proizvoda, što ne isključuje dobavljača da odredi maksimalnu prodajnu cijenu ili preporuči prodajnu cijenu, pod uvjetom da nije riječ o fiksnim ili minimalnim prodajnim cijenama, koje su rezultat izvršenog pritiska ili poticaja od bilo koje ugovorne strane.

Naime, iako je u Ugovoru o distribuciji u članku VIII. vezano za cijene određeno da Isporučitelj utvrđuje i podastire Distributeru cjenik za klijente na kojemu se nalaze maksimalne cijene koje su preporučene od strane Isporučitelja, navodi podnositelja zahtjeva iz podnesenog zahtjeva upućivali su na suprotno, radi čega je tijekom prethodnog ispitivanja stanja na mjerodavnom tržištu zatraženo očitovanje i od određenog broja ostalih distributera poduzetnika Citroën d.o.o..

Tijekom prethodnog ispitivanja stanja na mjerodavnom tržištu Agencija je zatražila i zaprimila očitovanja poduzetnika \*\*\*, \*\*\*, \*\*\*, \*\*\* i \*\*\*, a vezano za prodajne akcije organizirane od strane poduzetnika Citroën d.o.o. i prodaju vozila unutar prodajnih akcija.

Tako je poduzetnik \*\*\* u svom pisanom očitovanju od 16. travnja 2007. u bitnome naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama tijekom 2005. i 2006. godine te da je sva vozila prodao unutar prodajnih akcija. Svakih trideset dana bila je nova prodajna akcija. Prema navodima istog poduzetnika, cijenu vozila određuje Citroën te se vozila prodaju po preporučenoj cijeni.

Poduzetnik \*\*\* u svom očitovanju od 17. travnja 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama organiziranom od strane poduzetnika Citroën d.o.o., da prodajne akcije

traju mjesec dana te da se cijena vozila uvijek izračunava tako da se cijena vozila iz cjenika umanjuje za iznos popusta određen prodajnom akcijom u tom mjesecu.

Poduzetnik \*\*\* u svom očitovanju od 19. travnja 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama te da vozila prodaje uglavnom po preporučenoj cijeni od strane poduzetnika Citroën d.o.o. U svom dodatnom očitovanju od 3. svibnja 2007. isti je naveo da su prodajne akcije bile organizirane svaki mjesec tijekom 2005. i 2006. godine te da su bile različitog sadržaja.

Poduzetnik \*\*\* u svom očitovanju od 26. travnja 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama te da su vozila prodana izvan prodajnih akcija, vozila prodana u flotnoj prodaji kupcima (pravnim osobama) koje posjeduju pet i više vozila u svom voznom parku, te ostvaruju popust koji je veći od popusta u prodajnoj akciji. Cijena vozila određena je cjenikom poduzetnika Citroën d.o.o., a popusti su definirani prodajnom akcijom, dakle određuje ih poduzetnik Citroën d.o.o. i to kao preporučenu cijenu.

Poduzetnik \*\*\*\* u svom pisanom očitovanju od 16. travnja 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama tijekom 2005. i 2006. godine te da je 90 posto vozila prodano u prodajnim akcijama. Prema navodima poduzetnika \*\*\* iz istog podneska, cijenu vozila određuje poduzetnik Citroën d.o.o., a poduzetnik \*\*\* prodaje vozila isključivo po tom cjeniku. U svom dodatnom očitovanju od 17. svibnja 2007. je naveo da su prodajne akcije tijekom 2005. i 2006. godine trajale neprekidno, ali s različitim popustima i pod različitim nazivom.

Tijekom prethodnog ispitivanja stanja na mjerodavnom tržištu, sukladno svojim ovlastima iz članka 37. točke 9. ZZTN, Agencija je utvrdila da iz zaprimljenih očitovanja i dostavljene dokumentacije poduzetnika Basic d.o.o. i ovlaštenih distributera o prodajnim akcijama proizlazi da su prodajne akcije organizirane od strane poduzetnika Citroën d.o.o. u odnosu na određene modele vozila trajale neprekidno iz mjeseca u mjesec tijekom 2006. godine, da su se iste nastavile i u 2007. godini, te da je većina vozila od strane ovlaštenih distributera prodana unutar prodajnih akcija i to po cijenama određenim od strane poduzetnika Citroën d.o.o.

Nadalje, iz zaprimljenih očitovanja i podataka proizlazi da se poslovanje između poduzetnika Citroën d.o.o. i ovlaštenih distributera vozila Citroën, u odnosu na prodaju vozila unutar prodajnih akcija odvija na način da je za vozilo u prodajnoj akciji poduzetnik Citroën d.o.o., uz preporučenu cijenu za krajnjeg kupca određivao i minimalni popust, a što je imalo za posljedicu da je nabavna cijena vozila za distributera viša od prodajne cijene prema krajnjem kupcu. Međutim, tu razliku u cijeni poduzetnik Citroën d.o.o. bi nadoknađivao distributerima u obliku participacije, iznos koji je sadržavao razliku \*\*\*\* i \*\*\*\* cijene \*\*\* te \*\*\*\* koji ujedno predstavlja i zaradu distributera.

Činjenica da su se distributeri od kojih je zatraženo očitovanje, očitovali na način da su vozila prodavali po cijeni određenoj od strane poduzetnika Citroën d.o.o., predstavljala je dostatne indicije za pokretanje postupka radi utvrđivanja je li u konkretnom slučaju riječ o zabranjenim sporazumima.

Temeljem članka 46. ZZTN, Agencija je zaključkom klase: UP/I 030-02/2006-01/80, urbroja: 580-02-07-63-39 od 2. srpnja 2007., pokrenula postupak ocjene sporazuma u smislu članka 9. stavka 1. točke 1. i točke 5. ZZTN, između poduzetnika Basic d.o.o. i poduzetnika Citroën d.o.o. i to sporazuma o distribuciji vozila, sporazuma o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda, sporazuma o ovlaštenom servisu za Citroën te svih ostalih sporazuma sklopljenih između poduzetnika Citroën d.o.o. i poduzetnika Basic d.o.o. Također, Agencija je

rješenjem klase: UP/I 030-02/2006-01/80, urbroja 580-02-07-63/40, od 2. srpnja 2007., odbila prijedlog poduzetnika Basic d.o.o. za donošenje privremene mjere kao neosnovan. Navedeni zaključak o pokretanju postupka i rješenje, Agencija je donijela sukladno odluci Vijeća sa 85. sjednice održane 2. srpnja 2007.

Naime, kako je već navedeno, Agencija je 25. siječnja 2007. zaprimila prijedlog podnositelja zahtjeva za donošenjem privremene mjere zabrane otkazivanja Ugovora o distribuciji i Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda do okončanja postupka pred Agencijom.

Poduzetnik Basic d.o.o. u prijedlogu za donošenjem privremene mjere je naveo da mu je poduzetnik Citroën d.o.o. zaprijetio raskidom ugovora, sukladno članku XIX. Ugovora o distribuciji vozila, odnosno članku XV. Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda ukoliko do određenog datuma i u određenom iznosu ne osigura, u korist poduzetnika Citroën d.o.o., bankovnu garanciju.

U spomenutom rješenju Agencije kojim se odbija prijedlog podnositelja zahtjeva za donošenjem rješenja o privremenoj mjeri obrazloženo je, kako navedeni razlog, odnosno osiguranje bankovne garancije u korist poduzetnika Citroën d.o.o., kao i ostali razlozi navedeni u prijedlogu za donošenjem privremene mjere od 25. siječnja 2007., kao što je pitanje vezano za otpremu robe i trenutak prijelaza rizika vezano uz robu na distributera, protestiranje bankovne garancije distributera, neovisno o tome je li roba isporučena distributeru, kao i pitanja vezana uz fakturiranje robe, nisu pitanja uređena propisima o zaštiti tržišnog natjecanja te stoga rješavanje istih nije u nadležnosti Agencije.

Naime, pitanje bankovne garancije je uređeno navedenim ugovorima, a kako je nesporno riječ o tipskim ugovorima koje je poduzetnik Citroën d.o.o. sklopio sa svim ovlaštenim distributerima, između ostalih i s poduzetnikom Basic d.o.o., te sve ovlaštene distributere obvezao na osiguranje bankovne garancije, to se takav uvjet ne može smatrati diskriminatornim, pa pitanje bankovne garancije ne može biti predmetnom ocjene ove Agencije.

Nadalje, u mješovitom kvalitativno-kvantitativnom selektivnom distribucijskom sustavu, a koji sustav je uspostavljen u konkretnom slučaju u odnosu na distribuciju novih motornih vozila, odnosno kvalitativnom selektivnom distribucijskom sustavu koji je uspostavljen u odnosu na distribuciju rezervnih dijelova, dobavljač se obvezuje prodavati proizvode koji su predmetnom ugovora samo distributerima i serviserima odabranim na osnovu posebnih, transparentnih kriterija koje određuje sam dobavljač i koji su jedinstveno utvrđeni za sve distributere i servisere.

Kako ocjena opravdanosti razloga navedenih u predmetnom prijedlogu poduzetnika Basic d.o.o. za donošenjem privremene mjere zabrane otkazivanja predmetnih ugovora do okončanja postupka pred Agencijom, nije od utjecaja na tržišno natjecanje u smislu odredaba ZZTN, to je Agencija spomenutim rješenjem odbila zahtjev podnositelja za donošenje rješenja o privremenoj mjeri.

## 5. Stranke u postupku

Sanabilis d.o.o.

Poduzetnik Sanabilis društvo s ograničenom odgovornošću za trgovinu i usluge, sa sjedištem u Šibeniku, Kralja Zvonimira 241a (dalje: Sanabilis d.o.o.), upisan je u registar Trgovačkog suda u

Šibeniku, s matičnim brojem subjekta upisa: 060033348, te je registriran, između ostalog, za obavljanje djelatnosti trgovine motornim vozilima, popravak motornih vozila, trgovinu na veliko i posredovanje u trgovini, trgovine na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama, trgovina na malo živežnim namirnicama u specijaliziranim prodavaonicama, trgovinu na malo kozmetičkim i toaletnim proizvodima, trgovinu na malo tekstilom, trgovinu na malo odjevnim predmetima, trgovinu na malo obućom i kožnim proizvodima i drugo.

Citroën d.o.o.

Poduzetnik Citroën d.o.o. sa sjedištem u Zagrebu, Turinina 5, koji je upisan u registar Trgovačkog suda u Zagrebu, s matičnim brojem subjekta upisa: 080054893, registriran je za iznajmljivanje automobila (NKD 7.1.), kupnju i prodaju robe, obavljanje trgovačkog posredovanja na domaćem i inozemnom tržištu, održavanje i popravak motornih vozila, pružanje poduke osobama za prodaju, održavanje i popravak motornih vozila, organiziranje stručnih seminara, savjetovanje, kongresa, priredbi, javni cestovni prijevoz putnika i tereta u unutrašnjem i međunarodnom cestovnom prometu i zastupanje stranih tvrtki.

Poduzetnik Citroën d.o.o. ovlaštenu je uvoznik motornih vozila marke Citroën, te ima ustrojenu mješovitu kvalitativno-kvantitativnu selektivnu mrežu distribucije novih motornih vozila marke Citroën d.o.o. Navedena vozila trenutno distribuira u Republici Hrvatskoj na 29 prodajnih mjesta, putem 22 ovlaštena distributera.<sup>1</sup> U trenutku podnošenja zahtjeva poduzetnika Basic d.o.o., odnosno u 2006. i 2007. godini, mrežu distributera vozila marke Citroën činilo je 19 poduzetnika.

Vozila marke Citroën mogu se grupirati u dvije osnovne kategorije: osobna i gospodarska vozila, dok se unutar svake od navedene kategorije razlikuju modeli vozila. Niže su navedeni modeli vozila marke Citroën raspoloživi u Republici Hrvatskoj, prema pojedinoj kategoriji.

Slika 1. Kategorije i osnovni modeli Citroën vozila u Republici Hrvatskoj

<b>osobna vozila</b>	<b>gospodarska vozila</b>
C1	Berlingo
C2	Jumpy
C3	Jumper
C3 Pluriel	
C4	
C4 Coupe	
C4 Picasso	
Grand C4 Picasso	
C5	
C5 Break	
C6	
C8	
Xsara Picasso	
Berlingo	
C-Crosser	

Izvor: Internet stranica [www.citroen.hr](http://www.citroen.hr) posjećena dana 11. veljače 2008.

Obrada: AZTN, Sektor za zaštitu tržišnog natjecanja.

Poduzetnik Citroën d.o.o. sa poduzetnicima u svojoj mreži distributera ima sklopljene, osim ugovora o distribuciji, i ugovore o distribuciji rezervnih dijelova/opreme/pribora i drugih proizvoda, odnosno ugovore o ovlaštenom servisu za Citroën, a trenutno raspolaže mrežom od 22 ovlaštena servisera te 22 poduzetnika ovlaštenih za prodaju rezervnih dijelova.

6. Poseban ispitni postupak utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenih sporazuma

Agencija je zaključkom od 2. srpnja 2007. pokrenula postupak ocjene sukladnosti sporazuma o distribuciji, sporazuma o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda, sporazuma o ovlaštenom servisu za Citroën i svih ostalih sporazuma sklopljenih između poduzetnika Citroën d.o.o. i poduzetnika Basic d.o.o. s odredbama ZZTN, odredbama Uredbe o motornim vozilima te drugim podzakonskim aktima.

Iz očitovanja poduzetnika Citroën d.o.o. od 31. kolovoza 2007. proizlazi da su navedeni Ugovori tipski ugovori koje poduzetnik Citroën d.o.o. na isti način sklapa sa svim ovlaštenim distributerima. U odnosu na prodaju novih vozila unutar prodajnih akcija, poduzetnik Citroën d.o.o. je naveo da su uvjeti prodajnih akcija jednaki za sve distributere vozila marke Citroën d.o.o. koji se odluče sudjelovati u prodajnim akcijama.

Tijekom posebnog ispitnog postupka Agencija je provela pravnu analizu Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda, Ugovora o ovlaštenom servisu za Citroën te pravnu i ekonomsku analizu Ugovora o distribuciji.

6.1. Pravna analiza Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda

Kako je već ranije rečeno, u očitovanju od 4. prosinca 2008., poduzetnik Sanabilis d.o.o. pozvao se na nezakonitost odredbi članka XII. Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda i to u dijelu kojim je uređeno da je zabranjeno prenijeti vlasništvo ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom. Isti smatra da navedena formulacija ograničava vlasnika kapitala ili poslovnog udjela da s njim raspolaže, da prenosi udio ili dio poslovnog udjela na treću osobu, što se također odnosi i na poslovnu imovinu vlasnika pa čak i kada se radi o prirodnim slijednicima vlasnika i sl. Pored ostalog, ovakva zabrana onemogućava vlasnika da raspolaže i tehnološkim viškom poslovne imovine, ukoliko raspolaže kapacitetima koji prelaze gabarite utvrđene kriterijima za odabir distributera i sl.

Poduzetnik Citroën d.o.o. je u podnesku od 4. veljače 2008., a vezano za navedene tvrdnje poduzetnika Sanabilis d.o.o. istaknuo da su klauzule o „intuitus personae“ koje sadrže svi ugovori sukladne propisima o zaštiti tržišnog natjecanja.

Uvidom u sadržaj predmetnog Ugovora utvrđeno je da je odredbom članka XII. Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda pod nazivom „intuitus personae“ uređeno da „...bez uskraćivanja prava Distributera da prepusti ovaj Ugovor nekom drugom Distributeru za Citroën sve dok isti nastavlja udovoljavati kriterijima odabira temeljem kojih je ovaj odabran, Distributeru je pogotovo zabranjeno: ...prenijeti vlasništvo ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela, u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom bez prethodne suglasnosti Isporučitelja u pisanom obliku“.

Navedena odredba nije u cijelosti citirana od strane podnositelja zahtjeva. Naime, prijenos poslovne imovine društva moguć je uz pisanu suglasnost Isporučitelja, odnosno poduzetnika Citroën d.o.o.

Bez obzira na navedeno, citirana odredba nije zabranjena u smislu ZZTN i Uredbe o motornim vozilima, odnosno njome se ne ograničava tržišno natjecanje.

Uredba o motornim vozilima u članku 9. stavku 4. propisuje da se skupno izuzeće primjenjuje pod uvjetom da je u vertikalnom sporazumu sklopljenom s distributerom ili serviserom uređeno da je dobavljač suglasan s prijenosnom prava i obveza iz vertikalnog sporazuma na drugog distributera, odnosno serviseru unutar istog sustava distribucije, a kojeg je izabrao prednik tog distributera ili serviseru. Budući dobavljač, u konkretnom slučaju poduzetnik Citroën d.o.o., ne ograničava distributera u njegovom pravu da prenese prava i obveze iz ugovora na drugog ovlaštenog distributera unutar istog sustava distribucije, a što je izričito i navedeno u citiranoj odredbi, to navedena odredba nije u suprotnosti sa spomenutom odredbom Uredbe o motornim vozilima.

Uredbom o motornim vozilima nije propisano ni kao uvjet za skupno izuzeće sporazuma niti kao teško ograničenje tržišnog natjecanja, uvjetovanje distributeru pristankom dobavljača, prijenosa vlasništva ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela, u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom.

Isto ne proizlazi niti iz Brošure Komisije EZ koja služi kao interpretativni instrument za primjenu hrvatskih propisa u slučaju pravnih praznina ili dvojbi u tumačenju tih istih propisa.

S obzirom da se na Ugovor o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda može primijeniti Uredba o motornim vozilima, odredba članka XII. pod nazivom „intuitus personae“ predmetnog Ugovora nije zabranjena u smislu članka 9. ZZTN.

Međutim potrebno je napomenuti da bi navedena odredba mogla biti predmetom ocjene ove Agencije, u smislu članka 9. stavka 2. ZZTN, tek kada ne bi bila dana suglasnost od strane dobavljača distributeru za prijenos vlasništva ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela i to bez opravdanog razloga, odnosno ako bi to bio razlog za raskid konkretnog ugovora, a o čemu nije bila riječ u predmetnom slučaju.

Što se tiče članka XI. Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda i Kriterija odabira službenog distributera rezervnih dijelova Citroëna kojima je uređeno pitanje bankarske garancije, a na čiju se nezakonitost izričito pozvao podnositelj zahtjeva, navedeno je pojašnjeno u spomenutom rješenju Agencije kojim se odbija prijedlog za određivanje privremene mjere, pa tako i u točki 4. obrazloženja ovoga rješenja.

## 6.2 Pravna analiza Ugovora o ovlaštenom servisu za Citroën

I u odnosu na Ugovor o ovlaštenom servisu za Citroën, podnositelj zahtjeva, kako je već ranije rečeno, nalazi nezakonitom odredbu članka VII. istog ugovora koja nosi naziv „intuitus personae“.

Uvidom u sadržaj promatranog ugovora utvrđeno je da je odredbom članka VII. koja nosi naziv „intuitus personae“ uređeno da „...bez obzira na pravo Ovlaštenog servisa na prenošenje ovog ugovora na drugi Ovlašteni servis Citroën ukoliko taj i dalje udovoljava kriterijima za davanje suglasnosti prema kojima je bio izabran, Ovlašteni servis se obvezuje da će osobno izvršavati svoje ugovorne obveze te mu je, shodno tome zabranjeno: „...prenijeti vlasništvo ili pravo

korištenja poslovne imovine društva ili nekog njenog dijela u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom bez prethodne pisane suglasnosti Isporučitelja“.

Isto što je naveo u odnosu na odredbu članka XII. Ugovor o distribuciji rezervnih dijelova/opreme/pribora i drugih proizvoda, poduzetnik Citroën d.o.o. je naveo i odnosu na odredbu članka VII. Ugovor o ovlaštenom servisu za Citroën, a to je da su odredbe ugovora o „intuitus personae“ koje sadrže svi ugovori sukladne propisima o zaštiti tržišnog natjecanja.

I iz navedene odredbe proizlazi da je prijenos poslovne imovine društva moguć uz pisanu suglasnost Isporučitelja, odnosno poduzetnika Citroën d.o.o.

Citirana odredba promatranog ugovora nije zabranjena u smislu odredbe ZZTN i Uredbe o motornim vozilima.

Naime, Uredba o motornim vozilima u članku 9. stavku 4. propisuje da se skupno izuzeće primjenjuje pod uvjetom da je u vertikalnom sporazumu sklopljenom s distributerom ili serviserom uređeno da je dobavljač suglasan s prijenosnom prava i obveza iz vertikalnog sporazuma na drugog distributera, odnosno serviseru unutar istog sustava distribucije, a kojeg je izabrao prednik tog distributera ili serviseru. Budući dobavljač, u konkretnom slučaju poduzetnik Citroën d.o.o. ne ograničava serviseru u njegovom pravu da prenese prava i obveze iz ugovora na drugog ovlaštenog serviseru unutar njegovog sustava distribucije, a što je izričito i navedeno u citiranoj odredbi, to navedena odredba nije u suprotnosti s Uredbom o motornim vozilima.

Uredbom o motornim vozilima nije propisano ni kao uvjet za skupno izuzeće sporazuma niti kao teško ograničenje tržišnog natjecanja, uvjetovanje serviseru pristankom dobavljača, prijenosa vlasništva ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela, u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom .

Isto ne proizlazi niti iz Brošure Komisije EZ koja služi kao interpretativni instrument za primjenu hrvatski propisa u slučaju pravnih praznina ili dvojbi u tumačenju tih istih propisa.

S obzirom da se na predmetni Ugovor o ovlaštenom servisu za Citroën može primijeniti Uredba o motornim vozilima, odredba članka VII tog Ugovora pod nazivom „intuitus personae“ nije zabranjena u smislu članka 9. ZZTN.

Međutim i ovdje je potrebno napomenuti da bi navedena odredba mogla biti predmetom ocjene Agencije, u smislu članka 9. stavka 2. ZZTN, tek kada ne bi bila dana suglasnost od strane dobavljača serviseru za prijenos vlasništva ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela i to bez opravdanog razloga, odnosno ako bi to bio razlog za raskid konkretnog ugovora, a o čemu nije bila riječ u predmetnom slučaju.

Slijedom navedenog, provođenje ekonomske analize, odnosno utvrđivanje mjerodavnog tržišta u odnosu na navedene ugovore nije bilo svrsishodno.

### 6.3. Pravna i ekonomska analiza Ugovora o distribuciji

U odnosu na Ugovor o distribuciji, podnositelj zahtjeva, isto tako nalazi spornim odredbe članka XVI. koje nose naziv intuitus personae.

Uvidom u sadržaj promatranog Ugovora utvrđeno je da je odredbom članka XVI. koja nosi naziv „intuitus personae“ uređeno da „...ne isključujući prava distributera da prepusti ovaj Ugovor nekom drugom Distributeru za Citroën, sve dok isti nastavi udovoljavati kriterijima odabira temeljem kojih je ovaj odabran, Distributeru je među ostalim zabranjeno „...prenijeti vlasništvo ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njihovog dijela, u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom bez prethodne suglasnosti Isporučitelja u pisanom obliku“.

Iz citirane odredbe proizlazi da je prijenos poslovne imovine društva moguć uz pisanu suglasnost Isporučitelja, odnosno poduzetnika Citroën d.o.o.

Citirana odredba promatranog ugovora nije zabranjena u smislu ZZTN i Uredbe o motornim vozilima.

Naime, Uredba o motornim vozilima u članku 9. stavku 4. propisuje da se skupno izuzeće primjenjuje pod uvjetom da je u vertikalnom sporazumu sklopljenom s distributerom ili serviserom uređeno da je dobavljač suglasan s prijenosnom prava i obveza iz vertikalnog sporazuma na drugog distributera, odnosno servisera unutar istog sustava distribucije, a kojeg je izabrao prednik tog distributera ili servisera. Budući dobavljač, u konkretnom slučaju poduzetnik Citroën d.o.o. ne ograničava distributera u njegovom pravu da prenese prava i obveze iz ugovora na drugog distributera unutar njegovog sustava distribucije, a što je izričito i navedeno u citiranoj odredbi, to navedena odredba nije u suprotnosti s Uredbom o motornim vozilima.

Uredbom o motornim vozilima nije propisano ni kao uvjet za skupno izuzeće sporazuma niti kao teško ograničenje tržišnog natjecanja, uvjetovanje distributeru pristankom dobavljača, prijenosa vlasništva ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela, u bilo kojem obliku ili bilo kojim sredstvom .

Isto ne proizlazi niti iz Brošure Komisije EZ koja služi kao interpretativni instrument za primjenu hrvatskih propisa u slučaju pravnih praznina ili dvojbi u tumačenju tih istih propisa.

S obzirom da se na predmetni Ugovor o distribuciji može primijeniti Uredba o motornim vozilima, odredba članka XVI. tog Ugovora pod nazivom „intuitus personae“ nije zabranjena u smislu članka 9. ZZTN.

I ovdje je potrebno napomenuti da bi navedena odredba mogla biti predmetom ocjene Agencije, u smislu članka 9. stavka 2. ZZTN, tek kada ne bi bila dana suglasnost od strane dobavljača distributeru za prijenos vlasništva ili korištenje poslovne imovine društva ili nekog njezinog dijela i to bez opravdanog razloga, odnosno ako bi to bio razlog za raskid konkretnog ugovora a o čemu nije bila riječ u predmetnom slučaju.

Što se tiče odredbi Ugovora kojim je regulirano pitanje bankarske garancije i to odredbi članka XV. Ugovora o distribuciji i odredbi Kriterija odabira distributera novih Citroën vozila koje se odnose na bankarsku garanciju, kao i odredbe članka IV. istog ugovora, a vezano za trenutak prelaska vlasništva na robu s uvoznika na distributera te otpremu robe i trenutak prelaska rizika na robu s uvoznika na distributera, iste nisu u suprotnosti s ZZTN i Uredbom o motornim vozilima, a što je već obrazloženo u spomenutom rješenju Agencije kojim je odbijen prijedlog podnositelja zahtjeva za određivanjem privremene mjere te u točki 4. obrazloženja ovoga rješenja.

Osim navedenih odredbi Ugovora o distribuciji, podnositelj zahtjeva nalazi spornom i odredbu članka V. po nazivom „Zabrana preprodaje preprodavačima izvan prodajne mreže - prodaja trgovačkim društvima za leasing“.

Uvidom u sadržaj odredbe članka V. Ugovora o distribuciji utvrđeno je da je istom uređeno da je distributeru zabranjeno preprodavati nova vozila Citroën kao i ona koja su registrirana prije manje od tri mjeseca fizičkim ili pravnim osobama koje kupuju radi preprodaje ili čija se aktivnost svodi na preprodaju, osim ako se ne radi o članovima distribucijske mreže za marku Citroën koji su ovlašteni za preprodaju navedenih vozila te im je sjedište na teritoriju Europskog ekonomskog prostora, Švicarske ili Hrvatske.

Nadalje, istim člankom stavkom 2. određeno je da se distributer obvezuje da će nova vozila Citroën kao i ona registrirana kraće od 3 mjeseca prodavati trgovačkim društvima za leasing samo pod uvjetom da se poštuju slijedeći uvjeti:

- da je provjerio, prije prihvaćanja narudžbe, da društvo za leasing doista obavlja aktivnost leasinga
- da je, prije prihvaćanja narudžbe društva za leasing, postigao da se društvo za leasing obveže da će iznajmljivati vozila stečena temeljem ovog ugovora klijentima te da ih neće preprodavati barem šest mjeseci
- da je postigao, prije prihvaćanja narudžbe društva za leasing, da se ono obveže da ugovori za leasing koji se klijentima nude na potpis neće sadržavati klauzulu kojom se omogućuje prijenos vlasništva nad vozilom ili kojom se nudi mogućnost otkupa Vozila prije isteka minimalnog razdoblja od 6 mjeseci.

Uvidom u sadržaj predmetnog ugovora utvrđeno je da se poduzetnik Citroën d.o.o. opredijelio za mješoviti sustav kvalitativno-kvantitativne selektivne distribucije.

Sukladno članku 3. stavku 4. Uredbe o motornim vozilima, sustav selektivne distribucije je sustav u kojem se dobavljač obvezuje posredno ili neposredno prodavati proizvode koji su predmet sporazuma, samo distributerima ili serviserima odabranim na osnovu posebnih, transparentnih kriterija, a distributeri ili serviseri se obvezuju da neće prodavati takve proizvode neovlaštenim distributerima ili neovisnim serviserima, ne isključujući mogućnost prodaje rezervnih dijelova neovisnim serviserima ili obvezu pružanja svih tehničkih informacija, opreme za dijagnostiku, alata i obuke za popravak i održavanje motornih vozila neovisnim operaterima, ili u svrhu provedbe mjera zaštite okoliša.

Nadalje, člankom 10. stavkom 4. točkom 3. Uredbe o motornim vozilima propisano je da se ne smatra zabranjenim vertikalnim ograničenjem, ograničavanje članovima unutar sustava selektivne distribuciji aktivne i pasivne prodaje novih motornih vozila i rezervnih dijelova neovlaštenim distributerima na tržištima na kojima se primjenjuje selektivni distribucijski sustav, izuzev ograničenja navedenih u članku 12. stavku 1. točki b) ove Uredbe, koja su zabranjena kao teška ograničenja tržišnog natjecanja.

Slijedom navedenog, poduzetnik Citroën d.o.o. može ograničiti prodaju novih motornih vozila neovlaštenim distributerima koji ih kupuju radi daljnje prodaje, dok prodaja novih motornih vozila trgovačkim društvima za leasing u konkretnom slučaju nije onemogućena, a što je razvidno iz sadržaja navedene odredbe Ugovora, već se zahtjeva, poštivanje određenih kriterija, a što nije ograničavajuće u smislu ZZTN i Uredbe o motornim vozilima.

Ono na što se u najvećem dijelu odnosio zahtjev podnositelja i što je bilo potrebno utvrditi u predmetnom postupku jeste to je li postupanje poduzetnika Citroën d.o.o. protivno odredbi članka 10. stavka 1. točki a) Uredbe o motornim vozilima, a vezano za prodaju novih vozila u prodajnim akcijama.

Naime, člankom 10. stavkom 1. točkom a) Uredbe o motornim vozilima propisano je da je teško ograničenje tržišnog natjecanje, ograničavanje prava distributera ili servisera da slobodno određuje prodajnu cijenu proizvoda, što ne isključuje dobavljača da odredi maksimalnu cijenu ili preporuči prodajnu cijenu, pod uvjetom da nije riječ o fiksnim ili minimalnim prodajnim cijenama, koje su rezultat izvršenog pritiska ili poticaja od bilo koje ugovorne strane.

Dakle, ono što je bilo potrebno utvrditi tijekom predmetnog postupka jeste to je li poduzetnik Citroën d.o.o. (bilo izravno bilo neizravno) nametao distributerima ograničenja koja imaju za cilj ograničavanje njihovih prava da slobodno određuju prodajnu cijenu proizvoda, utvrđivanjem fiksnih ili minimalnih prodajnih cijena.

Vezano za cijene Ugovor o distribuciji u članku VIII. točki I. određuje da isporučitelj utvrđuje i podastire Distributeru cjenik za klijente na kojemu se nalaze maksimalne cijene koje su preporučene od strane Isporučitelja.

Budući su rezultati prethodnog ispitivanja stanja na tržištu ukazivali na moguće fiksiranje cijena vozila za krajnje kupce od strane poduzetnika Citroën d.o.o., a vezano za prodaju vozila unutar prodajnih akcija, to je Agencija radi pravilnog i potpunog utvrđivanja činjeničnog stanja tijekom posebnog ispitnog postupka zatražila očitovanja kako od stranaka pokrenutog postupka tako i od većine distributera vozila marke Citroën d.o.o.

#### 6.3.1. Analiza dostavljene dokumentacije i očitovanja poduzetnika Citroën d.o.o. i ovlaštenih distributera vozila marke Citroën

U provedbi postupka, Agencija je zatražila očitovanje od stranaka i to poduzetnika Citroën d.o.o. i Basic d.o.o. (sada Sanabilis d.o.o.) te određenog broja distributera vozila marke Citroën.

Nakon donošenja zaključka o pokretanju postupka, u svojim očitovanjima od 6. srpnja 2008., 31. kolovoza 2008., 4. veljače 2008. i 27. lipnja 2008. poduzetnik Citroën d.o.o. u bitnome je naveo da se u automobilskom sektoru često provode prodajne akcije koje omogućavaju proizvođačima vozila veću konkurentnost na konkurentnom hrvatskom tržištu koje se odlikuje sve češćim promotivnim akcijama. Prodajne akcije traju po mjesec dana, one su fakultativne, a distributeri mogu slobodno odlučiti o tome žele li u njima sudjelovati ili ne. Prodajne akcije uobičajena su praksa u sektoru distribucije motornih vozila, a provode ih svi proizvođači automobila na hrvatskom tržištu i u svim europskim zemljama. Pri tome je naglasio da tržišni udio novih vozila marke Citroën u Hrvatskoj iznosi svega oko 7%.

Brojem i učestalošću prodajne akcije uobičajeno provode i konkurenti marke «Citroën» na tržištu. U tom općem kontekstu i poduzetnik Citroën d.o.o. redovito organizira prodajne akcije i predlaže svojoj mreži distributera da u njima sudjeluju.

Uvjeti prodajne akcije koje organizira poduzetnik Citroën d.o.o. dostupni su svim distributerima na Internet portalu Citroën d.o.o. i ti uvjeti jednaki su za sve distributere koji se odluče sudjelovati u prodajnoj akciji.

U sklopu svake prodajne akcije dio troškova promotivne ponude snosi Citroën d.o.o., a drugi dio snose distributeri novih vozila koji se odluču u njoj sudjelovati.

U prodajnim akcijama, organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o., isplata komercijalne participacije podložna je određenim uvjetima koji se razlikuju od akcije do akcije, ali općenito riječ je o slijedećim principima:

1. Identifikacija vozila obuhvaćenih prodajnom akcijom. U svakoj prodajnoj akciji obuhvaćen je popis točno određenih vozila iz ponude Citroën (npr.\*\*\*);
2. Razdoblje u kojem mora biti zaprimljena narudžba kupca, odnosno krajnji kupac mora naručiti vozilo od distributera u razdoblju određenom prodajnom akcijom, npr. između \*\*\*, a na dotično vozilo mora biti odobren barem promotivni popust;
3. Krajnji datum isporuke vozila kupcu, odnosno distributer mora isporučiti vozilo krajnjem kupcu do krajnjeg datuma određenog u promotivnoj akciji, npr. između \*\*\*;
4. Krajnji datum do kojeg distributer mora poduzetniku Citroën d.o.o. dostaviti svoj račun za participaciju, npr. do \*\*\*.

Dokazi o ispunjavanju uvjeta prodajne akcije koje su distributeri novih vozila dužni podnijeti kako bi ostvarili pravo na participaciju, prema navodima poduzetnika Citroën d.o.o., su:

1. Deklaracija \*\*\*;
2. Deklaracija \*\*\*.

Navedeni podaci su deklarativne prirode i za njih distributeri ne moraju slati nikakve dokumente. Ako distributer deklarira da je zadovoljio navedena dva uvjeta i ako je prodano vozilo doista obuhvaćeno prodajnom akcijom, poduzetnik Citroën d.o.o. isplaćuje participaciju u zadanom roku. Međutim, isti zadržava pravo na \*\*\*.

Prema tome, svaki distributer koji zadovolji uvjete prodajne akcije i svom kupcu odobri barem onaj popust koji je objavljen u medijima, ostvaruje pravo na participaciju. Pri tome, svaki distributer može slobodno odobravati krajnjim kupcima popuste veće od onih u promotivnoj ponudi objavljenoj u medijima.

Poduzetnik Citroën d.o.o. ponekad organizira prodajne akcije za \*\*\*.

Prema navodima poduzetnika Citroën d.o.o., distributeri koji sudjeluju u prodajnim akcijama ne prodaju vozila s gubitkom.

Što se tiče cijene vozila za krajnje kupce, poduzetnik Citroën d.o.o. je naveo da je maksimalna cijena za krajnje kupce koju preporučuje uvoznik, preporučena prodajna cijena za krajnjeg kupca koju distributer može slobodno primjenjivati ili ne primjenjivati.

Preporučene cijene za krajnje kupce nisu ni u kom slučaju cijene po kojima poduzetnik Citroën d.o.o. fakturira vozila distributerima koji su članovi njegove mreže. Poduzetnik Citroën d.o.o. prodaje vozila marke Citroën članovima svoje mreže po cijenama za distributere, a koje cijene su jednake za sve distributere.

Što se tiče određivanja marže distributerima, poduzetnik Citroën d.o.o. je naveo da on ne određuje maržu distributerima koju isti ostvaruju u prodaji novih motornih vozila marke Citroën.

Marža distributera predstavlja razliku između cijene po kojoj distributer kupuje nova vozila i cijene po kojoj ih prodaje krajnjem kupcu. Distributer može slobodno odrediti prodajnu cijenu vozila za krajnjeg kupca tako da time određuje i maržu koju ostvaruje na prodanim novim vozilima.

Više puta poduzetnik Citroën d.o.o. je naglasio da su prodajne akcije fakultativne te da se članovi mreže Citroën d.o.o. mogu slobodno odlučiti o tome žele li u njima sudjelovati ili ne. Osim toga, distributeri mogu slobodno odobravati i veće popuste od onih koji su predviđeni u prodajnoj akciji u kojoj žele sudjelovati.

Pozvan od Agencije da pojasni koja su vozila obuhvaćena prodajnim akcijama, poduzetnik Citroën d.o.o. je naveo da se prodajne akcije mogu odnositi na jedan ili više modela iz game Citroën. Npr. prodajna akcija destokiranja iz mjeseca svibnja 2008. odnosi se samo na model C2. Za svaki model vozila prodajna akcija može obuhvaćati sve verzije tog modela ili samo neke verzije. Npr., u prodajnoj akciji destokiranja C2 jedino verzije \*\*\* dobivaju participaciju. U nekim prodajnim akcijama iznos popusta za neki model može biti različit ovisno o obuhvaćenim verzijama istog modela vozila. Npr. u prodajnoj akciji osobna vozila – siječanj 2007., veći popust je odobren za verzije modela C2 \*\*\* nego za druge verzije modela C2, razvrstane u kategoriju \*\*\*. U konkretnom slučaju, verzija modela \*\*\* sadrži \*\*\* verzije modela C2 osim \*\*\*, odnosno verzije \*\*\*.

Prema navodima poduzetnika Citroën d.o.o., u odnosu na raspoloživost vozila, za svako vozilo obuhvaćeno nekom prodajnom akcijom popusti se mogu primjenjivati na:

- vozila na lageru \*\*\*,
- vozila u depou \*\*\*,
- vozila na lageru \*\*\*,
- vozila u proizvodnji.

Primjerice, u okviru prodajne akcije «osobna vozila-siječanj 2007» bila su obuhvaćena slijedeća vozila:

- vozila na lageru \*\*\*,
- vozila u depou,
- vozila na lageru \*\*\*.

Na modele ili verzije koje nisu izričito obuhvaćeni prodajnom akcijom ne odobravaju se komercijalne participacije. Primjerice, u okviru prodajne akcije «osobna vozila-lipanj 2008» slijedeći modeli su isključeni iz akcije: \*\*\*, kao i slijedeće verzije modela \*\*\*.

Osim od poduzetnika Citroën d.o.o., vezano za prodajne akcije i prodaju vozila unutar prodajnih akcija te način određivanja prodajne cijene pojedinog modela vozila za krajnje kupce u prodajnoj akciji, Agencija je zatražila očitovanje od većine distributera vozila marke «Citroën».

U pisanom očitovanju od 10. listopada 2007. poduzetnik Basic d.o.o. (sada Sanabilis d.o.o.) u bitnome je naveo da se u praksi nije susreo sa slučajem da bi mu poduzetnik Citroën d.o.o. odobrio participaciju ukoliko ne bi krajnjem kupcu odobrio popust koji je poduzetnik Citroën d.o.o. odredio prodajnom akcijom. Međutim, radi rješavanja zaliha ili obveze podmirenja računa bilo je slučajeva da je vozilo prodao ispod nabavne cijene, odnosno uz još veći popust i u tom

slučaju je ostvario pravo na participaciju. No, posebno je istaknuo činjenicu da vozilo u prodajnoj akciji nikada nije prodao po cijeni većoj od maloprodajne cijene određene od strane poduzetnika Citroën d.o.o., niti bi mu u tom slučaju bila odobrena participacija. Sva vozila obuhvaćena prodajnom akcijom prodavana su po uvjetima iste, a izvan prodajnih akcija, ako je i bilo prodaje, prodana su vozila koja do tog trenutka nisu bila obuhvaćena prodajnom akcijom. Iznos participacije ne varira za pojedini model, odnosno on je uvijek u visini koju je odredio poduzetnik Citroën d.o.o. za pojedini model, pod uvjetom da je krajnjem kupcu stvarno odobren popust određen prodajnom akcijom.

Poduzetnik \*\*\*, u pisanom očitovanju od 9. studenoga 2007. i 17. lipnja 2008., u bitnome je naveo da nije uvjet za ostvarivanje prava na participaciju prodaja vozila po cjeniku za krajnje kupce poduzetnika Citroën d.o.o.. Svim distributerima je dano na volju da prodaju vozila i bez marže (a u mnogim slučajevima i ispod nabavne cijene) tako da se cijene razlikuju od distributera do distributera. Prema navodima rečenog poduzetnika, vozila mogu prodavati i po punoj cijeni, ali stranke su dobro informirane putem radija, televizije tako da je nemoguće ne pridržavati se cjenika.

Što se tiče uvjeta prodajne akcije, poduzetnik \*\*\* je u istom podnesku naveo da za svaku prodajnu akciju postoje različiti uvjeti kojima je distributer dužan udovoljiti kako bi ostvario pravo na participaciju. Tako je za prodajnu akciju VP travanj 2007. koja je trajala od \*\*\* travnja 2007. uvjet bio da je vozilo prodano u tom razdoblju, da je potpisana narudžbenica u istom razdoblju te da je vozilo isporučeno kupcu najkasnije do \*\*\* 2007. Za vozila naručena u toj akciji, poduzetnik Citroën d.o.o. distributerima ispostavlja ponudu tj. račun po punoj cijeni iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. Nakon isporuke vozila krajnjem kupcu distributer fakturira poduzetniku Citroën d.o.o. participaciju. Rok za fakturiranje participacije je \*\*\* 2007. Ukoliko distributer do tog datuma ne dostavi fakturu za participaciju, Citroën d.o.o. neće isplatiti participaciju.

Nadalje, poduzetnik \*\*\* navodi da je u više navrata prodavao vozila krajnjim kupcima po cijeni različitoj od one iz cjenika Citroën d.o.o., zbog toga što su i drugi distributeri prodavali po nižoj cijeni. Međutim, iznos participacije je uvijek isti, neovisno o cijeni po kojoj je vozilo prodano krajnjem kupcu.

Kao prilog očitovanju dostavio je dva predračuna, odnosno ponude za prodaju vozila iz kojih je razvidno da su vozila prodana po nižoj cijeni od preporučene, odnosno uz veći popust od onog određenog od strane Citroën d.o.o. U dostavljenim ponudama specificiran je iznos odobren na vozilo u obliku popusta određenog od poduzetnika Citroën d.o.o. te dodatnog popusta odobrenog od distributera.

Prema navodima poduzetnika \*\*\*, u razdoblju od 2005. do lipnja 2008. godine gotovo sva vozila je prodao unutar prodajne akcije po cijeni nižoj od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., a na to je bio primoran jer su i drugi distributeri prodavali vozila po nižoj cijeni, različitoj od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. te zbog drugih marki vozila čiji su distributeri također spuštali cijene, a sve to kako bi bio konkurentan na tržištu novih motornih vozila.

Vozila je prodavao izvan prodajnih akcija kada se radilo o vozilu koje nije bilo obuhvaćeno prodajnom akcijom i kada se radilo o vozilima s flotnim popustom kojeg dobivaju stranke koje u svom voznom parku imaju više vozila pa se za njih određuje posebna cijena tj. popust.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 10. listopada 2007. u bitnome je naveo da bi ostvario pravo na participaciju potrebno je poštovati pravila prodajne akcije. U pravilima je navedeno trajanje prodajne akcije, vozila na koja se odnosi prodajna akcija, datum do kojeg vozilo mora biti isporučeno i plaćeno i na kraju rok za fakturiranje participacije.

Kupcu se mora odobriti popust naveden u prodajnoj akciji. Međutim, kupcu se može vozilo prodati po nižoj cijeni, odnosno kupcu se može odobriti veći popust, ali nikako se ne smije odobriti manji popust, odnosno prodati vozilo po većoj cijeni. Iznos participacije je uvijek isti, neovisno o tome po kojoj je cijeni vozilo prodano.

Nekoliko vozila je poduzetnik \*\*\* prodao s dodatnim popustom, po nižoj cijeni. U privitku svog očitovanja dostavio je i preslike pet računa kao dokaze da je nekoliko vozila prodao s dodatnim popustom tj. po nižoj cijeni od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. Iz dostavljenih računa razvidan je minimalni iznos popusta akcije određen od strane poduzetnika Citroën d.o.o. te dodatni popust odobren od samog poduzetnika \*\*\*.

Poduzetnik \*\*\* u pisanim očitovanjima od 9. listopada 2007. i 24. srpnja 2008. u bitnome je naveo da među distributerima vlada «*dumping*» pa je cijena predviđena po prodajnoj akciji npr. 90, a distributeri prodaju vozila po 89, 88, a takvu situaciju koriste kupci, pa su marže svedene na minimum. Prodajne akcije nisu uvijek jednake, ponekad kupci pored popusta znaju dobiti MP3 playere, garancije plus itd. Visina participacije određena od strane poduzetnika Citroën d.o.o. nije uvijek ista, ako je prodajna akcija s većim popustom za krajnjeg kupca onda je i veća participacija i ista ovisi naravno o modelu vozila. U posljednje četiri godine 95% vozila je prodao u prodajnim akcijama.

Poduzetnik \*\*\* u svojim pisanim očitovanjima od 10. listopada 2007. i 26. lipnja 2008. u bitnome je naveo da prodaja vozila krajnjem kupcu po cijenama iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. ne predstavlja jedan od uvjeta prodajne akcije te da distributer ostvaruje pravo na participaciju i ukoliko je vozilo prodao po cijeni različitoj od cijene za krajnje kupce iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o.

Iako je u očitovanju od 26. studenoga 2008. naveo da krajnjim kupcima u prodajnim akcijama nije odobravao dodatne popuste, veće od onih predviđenih prodajnom akcijom od strane poduzetnika Citroën d.o.o., iz privitaka (računa) koje je dostavio Agenciji uz očitovanje od 10. listopada 2007. razvidno je da je poduzetnik \*\*\* vozila prodavao i po nižim cijenama, odnosno da je krajnjim kupcima odobravao dodatni popust, veći od onog predviđenog prodajnom akcijom poduzetnika Citroën d.o.o.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 25. listopada 2007. u bitnome je naveo da poduzetnik Citroën d.o.o. određuje popust u prodajnoj akciji i vrijeme trajanja. Nakon što je vozilo plaćeno i isporučeno putem računa, poduzetnik \*\*\* traži od poduzetnika Citroën d.o.o. participaciju. Prema navodima rečenog poduzetnika, uvjet prodajne akcije je da se naruči vozilo koje ulazi u prodajnu akciju, da se kupcu da točan popust i ispuni narudžbenica. Vozilo treba biti plaćeno i isporučeno do datuma koji je odredio Citroën d.o.o. U odnosu na pitanje o mogućnosti ostvarivanja prava na participaciju ukoliko bi poduzetnik \*\*\* prodao vozilo po cijeni različitoj od cijene iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., isti je odgovorio da nikada nije prodao vozilo po cijeni različitoj od cijene predviđene prodajnom akcijom. Prema navodima tog poduzetnika vozila nisu u prodajnoj akciji ako se radi o posebnoj narudžbi kupca, novom modelu i sl.

Iako su se navedeni poduzetnici prije donošenja zaključka o pokretanju postupka, odnosno tijekom prethodnog ispitivanja stanja na mjerodavnom tržištu, očitovali da su vozila prodavali po cijenama iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., kada se od njih tijekom posebnog ispitnog postupka zatražilo dodatno očitovanje i podaci u cilju potpunog i pravilnog utvrđivanja činjeničnog stanja vezano za prodaju novih motornih vozila u prodajnim akcijama, isti su naveli da prodaja vozila po cijenama iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. nije jedan od uvjeta prodajne akcije, odnosno da distributeri prodaju vozila po različitim cijenama, a neki od njih su dostavili i dokaze (račune, ponude...) iz kojih je vidljivo da su krajnjim kupcima odobravali popust veći od onog određenog od strane poduzetnika Citroën d.o.o. za pojedino vozilo u prodajnoj akciji. Jedino je poduzetnik \*\*\* naveo da je točno određen popust jedan od uvjeta prodajne akcije. Međutim, na upit Agencije o tome bi li ostvario pravo na participaciju da je prodao vozilo po cijeni različitoj od cijene iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., isti je odgovorio da nikada nisu prodali vozilo po cijeni različitoj od predviđene prodajnom akcijom. Čak je i poduzetnik Basic

d.o.o. (sada Sanabilis d.o.o.) naveo da je radi rješavanja zaliha ili obveze podmirenja računa bilo slučajeva da se vozilo prodalo ispod nabavne cijene, odnosno uz još veći popust i u tom slučaju je ostvareno pravo na participaciju. No, posebno je istaknuo činjenicu da vozilo u prodajnoj akciji nikada nije prodano po većoj cijeni od maloprodajne cijene određene od strane poduzetnika Citroën d.o.o., niti bi u tom slučaju bila odobrena participacija.

Tijekom posebnog ispitnog postupka, očitovanje i dokumentacija vezano za prodajne akcije zatražena je i određenog broja drugih distributera poduzetnika Citroën d.o.o.

Prema navodima poduzetnika \*\*\* iz očitovanja od 9. listopada 2007. i 23. lipnja 2008. potrebno je potpisati ugovor između poduzetnika \*\*\* i krajnjeg kupca u vremenu trajanja prodajne akcije kako bi određeno vozilo bilo obuhvaćeno prodajnom akcijom. Nakon toga, kupcu se daje popust, a poduzetniku \*\*\* od strane poduzetnika Citroën d.o.o. participacija u iznosu određenom prodajnom akcijom. Prodajne akcije nisu uvijek jednake, mijenjaju se iz mjeseca u mjesec. Ponekad poduzetnik Citroën d.o.o., pored redovne mjesečne akcije, svojim kupcima daje i dodatne poklone poput DVD i MP3playera. Visina participacije nije uvijek ista, ona ovisi o prodajnoj akciji u određenom mjesecu koja može biti veća ili manja zbog većeg ili manjeg popusta, a ista tako ovisi i o samom modelu vozila. Tijekom 2005., 2006., 2007. i 2008. godine navedeni poduzetnik je sva vozila prodao po pravilima prodajne akcije.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 10. listopada 2007. u bitnome je naveo kako je za ostvarivanje prava na participaciju potrebno postupati po slijedećim uvjetima: potpisati ugovor s krajnjim kupcem, platiti vozilo prema poduzetniku Citroën d.o.o., Internet vezom inicirati dokument za odobrenje participacije tzv. knjižnu obavijest koju potpisuje Citroën d.o.o. i distributer. Nakon toga, poduzetnik Citroën d.o.o. odobrava participaciju i uredno je vraća. Svaka prodajna akcija ima drugačije uvjete, a distributer može zaraditi onoliko koliko je utvrđeno prodajnom akcijom i participacijom, odnosno manje ukoliko se odrekne dijela svoje marže. Rečeni poduzetnik se pridržava ugovorenih uzanci i procedura tako da se nije dogodilo da se vozilo proda po cijeni različitoj od cijene iz cjenika, te tako nije izostala participacija od poduzetnika Citroën d.o.o.

Poduzetnik \*\*\*, u pisanom očitovanju od 15. studenoga 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o. i to na način da poduzetnik \*\*\* kupi vozilo od generalnog uvoznika za \*\*\* jedinica, proda ga krajnjem kupcu za \*\*\* jedinica, te od generalnog uvoznika dobije participaciju od \*\*\* jedinica. Zarada poduzetnika \*\*\* je \*\*\* jedinice. Participaciju je moguće ostvariti za svaki model vozila koji je obuhvaćen prodajnom akcijom ako je vozilo prodano za vrijeme trajanja akcije. Svaki od distributera može prodati vozilo ispod, a i preko ponuđene cijene modela za krajnjeg kupca. Navedeno ovisi o poslovnoj politici konkretnog poduzetnika.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 2. studenoga 2007. u bitnome je naveo da prodajne akcije nisu uvijek jednake, nego se tijekom godine mijenjaju. Da bi distributer ostvario pravo na participaciju mora \*\*\* platiti vozilo poduzetniku Citroën d.o.o. te deklarirati isporuku. Što se tiče cijene, rečeni poduzetnik je naveo da je cijena koju daje poduzetnik Citroën d.o.o. preporučena cijena, tako da je moguće da neki distributeri odobravaju strankama i niže cijene od one u cjeniku, a najčešće jer stanke često puta licitiraju s cijenom. Nekada se pored popusta daju i pokloni. Primjerice, DVD uređaji i slušalice za mobilni aparat. Participacija koju distributer dobiva od poduzetnika Citroën d.o.o. nije ovisna o eventualnom smanjenju cijene koju je odobrio stranci i unaprijed je određena za pojedini model vozila u prodajnoj akciji. Sva prodana vozila poduzetnika \*\*\* bila su uključena u neku prodajnu akciju.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 25. ožujka 2008. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama tijekom 2005., 2006. i 2007. godine. Prema njegovim navodima jedan od uvjeta prodajne akcije kojima je poduzetnik \*\*\* morao udovoljiti kako bi ostvario pravo na participaciju je prodaja vozila krajnjem kupcu po cjeniku za krajnjeg kupca poduzetnika Citroën d.o.o. S obzirom da je vozila prodavao po cijenama za krajnjeg kupca iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., odobrena mu je participacija. Tijekom 2005., 2006. i 2007. godine prodavao je vozila obuhvaćena prodajnom akcijom po cijeni iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. Iznos participacije nije varirao jer je prodavao vozila po cjeniku poduzetnika Citroën d.o.o.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 23. listopada 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama te da vozila po višoj cijeni od oglašene kupci ne žele platiti, pa je nemoguće po toj cijeni prodavati vozila. No, vozila je moguće, odnosno dopušteno od strane poduzetnika Citroën d.o.o. prodavati po nižoj cijeni, ali zbog vrlo niske razlike u cijeni u većini prodajnih akcija nema puno prostora za sniženje.

Nadalje, iz očitovanja tog poduzetnika od 17. lipnja 2008. proizlazi da je u razdoblju od 2005. do 1. lipnja 2008. godine gotovo sva vozila koja je prodao u prodajnoj akciji prodao po nižoj cijeni on one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. Na navedeno je bio primoran zbog snažne konkurencije na tržištu, budući su i drugi distributeri snižavali cijene. Izvan prodajne akcije prodavao je vozila koja nisu bila obuhvaćena prodajnom akcijom, vozila koja su prodavana s flotnim popustom kojeg dobivaju stranke koje u svom voznom parku imaju šest i više vozila i za koje se primjenjuje nova cijena tj. popust te testna vozila.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 25. rujna 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama tijekom 2005., 2006. i 2007. godine. Poduzetnik Citroën d.o.o. izvještava za svaki mjesec posebno mrežu distributera Citroën vozila o prodajnoj akciji koja će trajati od prvog do zadnjeg dana u mjesecu i odnosi se na vozila za koja će biti potpisana narudžbenica u razdoblju trajanja akcije i isporučena kupcu najkasnije do datuma kojeg određuje poduzetnik Citroën d.o.o. Prodajna akcija se odnosi na vozila s lagera \*\*\*, vozila iz depoa i vozila s lagera \*\*. Vozila naručena u proizvodnji, koja nisu ponuđena od strane poduzetnika Citroën d.o.o., ne ulaze u prodajnu akciju. Poduzetnik Citroën d.o.o. distributerima ispostavlja račun po punoj cijeni iz cjenika za distributere. Nakon isporuke vozila krajnjem kupcu distributer mora zatražiti odobrenje za participaciju i nakon odobrenja poduzetnika Citroën d.o.o., fakturirati prema poduzetniku Citroën d.o.o. do određenog datuma participaciju. U protivnom, ako ne dostavi fakturu i navedene dokaze do datuma određenog od strane poduzetnika Citroën d.o.o., isti neće odobriti participaciju, pa je takvo vozilo prodano ispod nabavne cijene. Kako bi ostvario pravo na participaciju dužan je priložiti narudžbenicu za vozilo, fakturu za krajnjeg kupca i u rokovima određenima od strane poduzetnika Citroën d.o.o. treba izvršiti radnje: narudžba vozila, plaćanje vozila i deklaracija kupca za prodano vozilo.

Poduzetnik \*\*\* ostvario bi pravo na participaciju da je vozilo prodao i po nižoj cijeni od cijene iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., ali ne i da je vozilo prodao po višoj cijeni.

Tijekom 2005., 2006. i 2007. godine nikada nije prodao vozilo obuhvaćeno prodajnom akcijom po cijeni različitoj od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. Participacije je uvijek ista, neovisno o cijeni po kojoj je vozilo prodano krajnjem kupcu, ali participacija varira za pojedine modele iz mjeseca u mjesec.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 4. listopada 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o. u 2005., 2006. i 2007. godini. Prema navodima poduzetnika \*\*\*, poduzetnik Citroën d.o.o. u prodajnim akcijama određuje modele na koje se odnosi prodajna akcija i koja je konkretno prednost za krajnjeg kupca. Zajedničko svim prodajnim akcijama je da se vozilo proda unutar prodajne akcije (\*\*\*), da se vozilo isporuči unutar akcije (\*\*\*), da vozilo bude plaćeno poduzetniku Citroën d.o.o. \*\*\* te da

na računu koji kupac dobije uz vozilo bude posebno istaknuta cijena vozila, iznos popusta (\*\*\*) te obračunati PDV. Ukoliko su udovoljeni svi uvjeti prodajne akcije, može se tražiti participacija od poduzetnika Citroën d.o.o.

Nadalje, prema navodima tog poduzetnika, cijena vozila i dodatne opreme za krajnjeg kupca može biti niža od cijene iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. ukoliko kupac dobije dodatni popust od poduzetnika \*\*\*, koji navedeni poduzetnik daje iz svog rabata. Više puta je cijena vozila bila različita, odnosno niža od cijene iz cjenika, a participacija je bila ostvarena. Bez obzira na krajnju cijenu, iznos participacije je isti.

Vozila je poduzetnik \*\*\* prodavao izvan prodajne akcije ako je bila riječ o prodaji vozila putem flotne prodaje te o vozilu koje nije obuhvaćeno prodajnom akcijom, npr. novi model vozila.

S obzirom na veću količinu vozila, poduzetnik Citroën d.o.o. određuje cijenu za flotnu prodaju.

U privitku očitovanja, poduzetnik \*\*\* dostavio je i račune iz kojih je vidljivo da je vozila prodavao po cijeni različitoj od cijene za krajnje kupce iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. te da je uz popust, određen od strane poduzetnika Citroën d.o.o., kupcima odobravao i dodatni popust.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 5. listopada 2007. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o. tijekom 2005., 2006. i 2007. godine. Isti navodi da na početku mjeseca od poduzetnika Citroën d.o.o. dobije uputstva, odnosno pravila prodajne akcije koje sadrže podatke o trajanju akcije, podatke o vozilima na koja se odnosi te podatke o tome do kada najkasnije trebaju biti isporučena kupcu.

Poduzetnik \*\*\* bio je dužan udovoljiti uvjetima koji su utvrđeni prodajnom akcijom kako bi ostvario pravo na participaciju, a to su rok isporuke i narudžba. Prodaja vozila krajnjem kupcu po cijenama iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. nije jedan od uvjeta prodajne akcije, ali se svi pridržavaju tih cijena jer su one marketinški popraćene. Navedeni poduzetnik nije prodavao vozila po cijeni različitoj od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. i nije prodavao vozila izvan prodajnih akcija.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 17. listopada 2007. i 27. lipnja 2008. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o. Prema navodima poduzetnika \*\*\*, poduzetnik Citroën d.o.o. u prodajnim akcijama određuje modele na koje se odnosi prodajna akcija i koja je konkretno prednost za krajnjeg kupca. Zajedničko svim prodajnim akcijama je da se vozilo prodaje unutar prodajne akcije (\*\*\*), da se vozilo isporuči unutar akcije (\*\*\*), da vozilo bude plaćeno poduzetniku Citroën d.o.o. \*\*\* te da na računu koji kupac dobije uz vozilo mora biti posebno istaknuta cijena vozila, iznos popusta (\*\*\*) te obračunati PDV. Ukoliko su udovoljeni svi uvjeti prodajne akcije može se tražiti participacija od poduzetnika Citroën d.o.o.

Prema navodima poduzetnika \*\*\*, cijena vozila i dodatne opreme za krajnjeg kupca može biti niža od cijene iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., ukoliko kupac dobije dodatni popust od poduzetnika \*\*\* koji navedeni poduzetnik daje iz svog rabata.

Više puta je cijena vozila bila različita, odnosno niža od cijene iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., a participacija je bila ostvarena. Bez obzira na krajnju cijenu iznos participacije je uvijek isti.

Vozilo nije bilo prodano u prodajnoj akciji ako se radilo o testnom ili uslužnom vozilu.

U privitku svog očitovanja dostavio je i nekoliko računa za kupce iz kojih je vidljivo da je cijena vozila bila niža od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. te da je uz popust određen od strane poduzetnika Citroën d.o.o. kupcima odobravao i dodatni popust.

Poduzetnik \*\*\* u pisanim očitovanjima od 10. ožujka 2008. i 3. prosinca 2008. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o. Poduzetnik Citroën d.o.o. određuje uvjete i način provođenja prodajne akcije, a dobrovoljna je odluka distributera o tome hoće li u njima sudjelovati ili ne. Uvjeti prodajne akcije

su: narudžba vozila za vrijeme prodajne akcije, plaćanje vozila u roku za pojedinu akciju, isporuka vozila i deklaracija kupcu u predviđenom roku za pojedinu akciju.

Cijena iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o., umanjena za iznos predviđen pojedinom akcijom, preporučena je cijena od strane uvoznika.

Prema navodima poduzetnika \*\*\*, isti bi ostvario pravo na participaciju da je vozilo prodao po cijeni različitoj od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o.. Pojedina vozila prodao je po cijeni različitoj od one iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. i dobio puni iznos participacije. U dodatnom očitovanju je pojasnio da, u slučaju da je vozilo prodao s manjim popustom od onog navedenog u prodajnoj akciji, ne bi mogao tražiti participaciju od poduzetnika Citroën d.o.o., no da je vozilo prodao po nižoj cijeni od one predviđene cjenikom prodajne akcije ili po cjeniku poduzetnika Citroën d.o.o. (cijena vozila s određenim popustom), u tom slučaju bi ostvario pravo na participaciju.

Iznos participacije varira ovisno o prodajnoj akciji i modelu vozila, a iznos participacije ne varira o fakturiranoj cijeni krajnjem kupcu.

Pojedina vozila je prodavao izvan prodajnih akcije jer nisu bila obuhvaćena prodajnom akcijom ili se na pojedina vozila primjenjivao flotni popust, koji je predviđen za veće kupce, uglavnom pravne osobe.

Poduzetnik \*\*\* u pisanom očitovanju od 12. listopada 2007. i 9. rujna 2008. u bitnome je naveo da je sudjelovao u svim prodajnim akcijama organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o. tijekom 2005., 2006. i 2007. godine. Kupcu je uvijek dan popust iz prodajne akcije, a poduzetniku \*\*\* pripadajuća participacija od strane poduzetnika Citroën d.o.o. Primjerice, ukoliko je poduzetnik \*\*\* naručio za kupca vozila koje će po fakturi platiti \*\*\* kuna, a s kupcem je potpisao narudžbenicu i dao ponudu za to vozilo na \*\*\* kuna jer su je umanjili za popust iz prodajne akcije, poduzetnik Citroën d.o.o. će po uplati vozila i zahtjevu poduzetnika \*\*\* odobriti \*\*\* kuna, što u konačnici daje razliku u cijeni od \*\*\* kuna.

Na kraju je napomenuo da je između distributera prisutan „dumping“ cijena tako da se za isti model mogu dobiti različite ponude kod različitih distributera. Unutar prodajne akcije, moguće je organizirati i akcije kao npr. «dani otvorenih vrata», extra popust ili kakvu drugu pogodnost u vidu poklona.

Tijekom 2005., 2006., 2007. i 2008. godine prodavao je vozila u prodajnim akcijama po cijeni različitoj od cijene za krajnjeg kupca iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. te je ostvario pravo na participaciju. Od 2005. godine na dalje prodajne akcije su postale pravilo \*\*\*.

Iz dostavljenih očitovanja Agencije je utvrdila da cijene po kojima su ovlašteni distributeri prodavali nova vozila u prodajnim akcijama nisu u svim slučajevima bile iste, odnosno nisu se svi distributeri pridržavali preporučenih cijena, odnosno određenog popusta poduzetnika Citroën d.o.o. Naime, neki od distributera su se očitovali kako su vozila prodavali i po nižim cijenama, odnosno primjenjujući i veći popust od minimalnog određenog od strane poduzetnika Citroën d.o.o., te su na taj način konkurirali drugim distributerima. Kako bi potvrdili navode iz svojih očitovanja, nekolicina distributera dostavila je Agenciji i dokaze u obliku izdanih računa iz kojih je vidljiva cijena po kojoj je određeno vozilo i prodano, te ju je moguće usporediti s određenim popustom i preporučenom cijenom poduzetnika Citroën d.o.o. iz pojedine prodajne akcije. Neki od distributera očitovali su se kako je moguće prodavati vozila i po nižim cijenama od preporučenih, no sami istu praksu nisu provodili. I sam podnositelj zahtjeva, u svom očitovanju od 10. listopada 2007., je naveo da je radi rješavanja zaliha ili obveze podmirenja računa bilo slučajeva da je vozilo u prodajnoj akciji prodao ispod nabavne cijene, odnosno uz još veći popust i u tom slučaju je ostvario pravo na participaciju.

## Prodajne akcije

Iz svih prikupljenih podataka, očitovanja i dokumentacije, kako od stranaka u postupku, tako i od drugih ovlaštenih distributera vozila marke Citroën, utvrđeno je kako u okviru svog poslovanja te održavanja i jačanja svog položaja na tržištu poduzetnik Citroën d.o.o. primjenjuje poslovnu politiku prodajnih akcija.

Prodajne akcije, odnosno ponude sniženja određenih proizvoda, sadrže posebne pogodnosti pri nabavi za krajnje kupce, u smislu povoljnije nabavne cijene vozila u određenom razdoblju, uključivanje dodatne opreme, dodatnih financijskih pogodnosti i slično. \*\*\* prodajne akcije organizirane od poduzetnika Citroën d.o.o. provode se svaki mjesec, u trajanju od mjesec dana, a uz \*\*\* akcije provode se i \*\*\* prigodne akcije \*\*\*\*.

Iz dokumentacije poduzetnika Citroën d.o.o. proizlazi da je sudjelovanje u prodajnim akcijama fakultativnog karaktera, odnosno da su distributeri Citroën vozila slobodni odlučivati u kojoj akciji žele sudjelovati. Ukoliko odluče sudjelovati u pojedinoj akciji, obveza distributera prilikom prodaje vozila obuhvaćenih prodajnom akcijom, a vezano za krajnju prodajnu cijenu, je ponuditi krajnjem kupcu barem popust određen od poduzetnika Citroën d.o.o., odnosno distributer je u mogućnosti ponuditi i veći popust od minimalno određenog od strane poduzetnika Citroën d.o.o., te na taj način konkurirati prodajnom cijenom ostalim distributerima.

Uz ostalu dokumentaciju dostavljenu od strane ovlaštenog uvoznika i samih distributera, dostavljeni su i cjenici poduzetnika Citroën d.o.o., a koji se odnose na distributere u njegovoj ovlaštenoj mreži. Riječ je o cjenicima Citroën vozila prema kojima distributeri nabavljaju vozila od ovlaštenog uvoznika te cjenicima Citroën vozila sa preporučenim cijenama za krajnje kupce. Iako na samim cjenicima nije jasno naznačeno da je riječ o preporučenim cijenama, isto je navedeno u potpisanim sporazumima s distributerima.

Analizom cjenika motornih vozila za distributere, utvrđeno je da se za sve modele Citroën vozila primjenjuju iste nabavne cijene prema svim distributerima.

Uvidom u zaprimljenu reklamnu dokumentaciju, utvrđeno je da poduzetnik Citroën d.o.o. prilikom provođenja pojedine prodajne akcije, na reklamnom materijalu navodi da je riječ o fakultativnoj prodajnoj akciji, te da se navedeni popusti nude samo kod onih distributera koji odluče sudjelovati u prodajnoj akciji. Budući da je potrošačima na transparentan način dano do znanja da se oglašavani popusti ne moraju nužno očekivati kod svih distributera, formalno distributeri nisu dovedeni u situaciju da su u obvezi i sudjelovati i primjenjivati oglašavane popuste na Citroën vozila.

Dokumentacija samih prodajnih akcija sadrži specificirane uvjete za distributere, i to osim minimalnog popusta na cijenu kojeg se moraju pridržavati kako bi ostvarili mogućnost sudjelovanja, ostali uvjeti su:

1. identifikacija vozila obuhvaćenih prodajnom akcijom,
2. razdoblje u kojem mora biti zaprimljena narudžba kupca,
3. krajnji datum isporuke vozila kupcu i
4. krajnji datum do kojeg distributer mora dostaviti račun za participaciju.

Prodajne akcije sadrže za pojedini model uz iznos popusta i iznos tzv. participacije, odnosno iznos koji se nadoknađuje distributeru, ukoliko u prodajnu cijenu vozila uključi barem navedeni popust. Specifičnost prodajnih akcija je u tome što se vozila na akciji prodaju po cijenama koje

su niže od nabavnih cijena istih vozila za distributere. Iz tog razloga, participacija je neophodan iznos za distributere, budući bi u protivnom poslovali \*\*\*. Dakle, participacija je iznos koji pokriva razliku između \*\*\*cijene \*\*\* te \*\*\* cijene \*\*\*, odnosno moguću zaradu distributera. Na taj način cijena vozila za krajnjeg korisnika znatno je niža nego što bi bila bez prodajne akcije.

Navedeno je prikazano na primjeru 1.

Primjer 1.

- Vozilo: C3 SX PACK 1,4L HDI,
- prodajna akcija iz rujna 2006. godine.
- svi iznosi su bez PDV-a, izraženi u Kn.

	Kategorija	Iznos u Kn, bez PDV-a
1.	<b>Nabavna cijena distributera</b>	***
2.	Preporučena cijena uvoznika za krajnjeg kupca	***
3.	Popust prodajne akcije	***
4.***	<b>Cijena za krajnjeg kupca uz popust</b>	***
5.***	Razlika cijene za krajnjeg kupca i nabavne cijene distributera	***
6.	<b>Participacija uvoznika</b>	***
7.***	Neto marža distributera	***

Izvor: podnesak poduzetnika Citroën Hrvatska d.o.o. od 2. ožujka 2007.  
 Obrada: AZTN, Sektor za zaštitu tržišnog natjecanja.

Nabavna cijena promatranog modela C3 vozila distributera, kojeg nabavlja od uvoznika (poduzetnika Citroën d.o.o.) iznosi \*\*\* Kn.

Ono što poduzetnik Citroën d.o.o. nudi prodajnom akcijom je popust u cijeni prema krajnjem kupcu, čime, ukoliko sam distributer ne ponudi i viši popust, se ostvaruje prodajna cijena prema kupcu u iznosu od \*\*\* Kn.

Na taj iznos, uvoznik odobrava distributeru povrat sredstava (participaciju) u iznosu od \*\*\* Kn, pokrivajući iznos razlike \*\*\* u iznosu od \*\*\* Kn. Uz povrat sredstava u iznosu od \*\*\* Kn \*\*\*.

Iznos koji predstavlja okvir marže distributera, odnosno njegovu potencijalnu zaradu, u predmetnom slučaju iznosi \*\*\* Kn, što je iznos koji ulazi u ukupan iznos participacije kojeg nadoknađuje uvoznik distributeru za prodano vozilo.

Da distributer ne sudjeluje u prodajnoj akciji, a kako bi ostvario isti ili viši iznos marže po vozilu, cijena vozila prema krajnjem kupcu od distributera trebala bi biti ista ili viša od iznosa od \*\*\* Kn (\*\*\*).

Budući da je razlika između iznosa od \*\*\* Kn i \*\*\* Kn (prodajne cijene prema krajnjem kupcu u slučaju sudjelovanja unutar prodajne akcije te izvan nje) znatna, evidentno je da će distributer imati svaki poticaj sudjelovati u prodajnoj akciji, jer u protivnom, a dok njegovi takmaci sudjeluju u prodajnoj akciji, neće biti u mogućnosti privući kupca osnovnim elementom tržišnog natjecanja, odnosno cijenom.

U provedbi analize u konkretnom predmetu izrađen je i sveobuhvatni prikaz prodajnih akcija koje je provodio poduzetnik Citroën d.o.o. tijekom 2005., 2006., 2007. i dijela 2008. godine, a s

obzirom na modele i izvedbe Citroën vozila koji su bili obuhvaćeni prodajnim akcijama. Navedeno je prikazano **tablicama 1., 2., 3. i 4.** za pojedinu godinu.







Iz analize podataka o modelu i izvedbi vozila obuhvaćenih pojedinom prodajnom akcijom, iznosa minimalnih popusta te iznosa participacija, proizlazi da poduzetnik Citroën d.o.o. organizira prodajne akcije svaki mjesec, no one ne obuhvaćaju cjelokupnu gamu Citroën vozila. Većinom su isti modeli obuhvaćeni akcijama, no ne i iste izvedbe modela.

U praksi to znači da je primjerice, model Citroën vozila C3 bio na akciji tijekom cijele godine, no ne i sve izvedbe C3 modela. Kao što je i vidljivo u tablicama 1. – 4., izvedbe C3 modela obuhvaćene prodajnim akcijama mijenjale su se u pojedinim mjesecima, što znači da nisu sve izvedbe C3 modela bile na akciji tijekom dužeg vremenskog razdoblja.

Tako su se tijekom 2005. godine izvedbe modela uključene u prodajne akcije mijenjale svaka dva mjeseca. Od studenoga 2005. godine do kraja 2006. godine u svakom mjesecu prodajnim akcijama bile su obuhvaćene iste izvedbe vozila, dok su od veljače do kraja svibnja 2007. godine obuhvaćene izvedbe vozila bile gotovo iste. U lipnju iste godine proširena je lista izvedbi vozila, dok je od srpnja 2007. godine pa do lipnja 2008. godine ponuda izvedbi vozila ujednačena, uz proširenje ponude gospodarskih vozila u 2008. godini.

Promatrajući visine minimalnih popusta određenih od poduzetnika Citroën d.o.o. razvidno je da su one pratile dinamiku prodajnih akcija, odnosno visina popusta mijenjala se ovisno o promjenama u ponudi vozila u prodajnim akcijama.

U provedbi postupka zatraženi su podaci i dokumentacija ovlaštenih distributera Citroën vozila, kako bi se utvrdila relevantnost prodajnih akcija u odnosu na ukupno poslovanje pojedinog distributera te učestalost njihova sudjelovanja u prodajnim akcijama.

Iz podataka distributera koji su se očitovali na zahtjeve Agencije stvoren je uzorak od deset distributera na temelju kojeg je moguće izvesti zaključak o praksi i postupanju u distribuciji vozila marke Citroën u Republici Hrvatskoj.

Zaprimljeni podaci o broju prodanih vozila unutar i izvan prodajnih akcija u pojedinoj promatranoj godini prikazani su tablicom 5.

Tablica 5. Broj prodanih motornih vozila distributera poduzetnika Citroën Hrvatska d.o.o. u 2005., 2006. i 2007. godini u Republici Hrvatskoj

Distributer	2005.			2006.			2007.		
	u akciji	van akcije	ukupno	u akciji	van akcije	ukupno	u akciji	van akcije	ukupno
Automehanika d.d. Zagreb	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Auto centar Ivančić d.o.o. Split	***	***	***	***	***	***	*	*	*
Tavers d.o.o. Ozalj	***	***	***	***	***	***	*	***	*
Auto centar Perković d.o.o. Osijek	***	***	***	***	***	***	*	***	*
Meteor Grupa d.o.o. Varaždin	***	***	***	***	***	***	*	*	*
Basic d.o.o. Šibenik	*	*	*	***	***	***	*	*	*
PANDA d.o.o., Čakovec	***	***	***	***	***	***	*	*	*
CIB Commerce d.o.o., Buzet	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Mehanika servis d.o.o. Pula	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Mustać Commerce d.o.o., Virovitica	***	***	***	***	***	***	***	***	***

\*podaci nisu dostavljeni.

Izvor: očitovanja navedenih poduzetnika.

Obrada: AZTN.

Prema podacima iz tablice 5., uspoređujući ukupan broj prodanih vozila i broj prodanih vozila u prodajnim akcijama tijekom godine pojedinog distributera, evidentno je da je većina vozila kod pojedinog distributera prodana u okviru prodajnih akcija.

Isto su potvrdili i sami distributeri u svojim pisanim očitovanjima, navodeći da su vozila koja su prodavana izvan prodajnih akcija, u većini slučajeva prodana kao tzv. flotna prodaja, odnosno veći broj vozila prodan je jednom kupcu, najčešće pravnoj osobi, gdje zbog količine kupnje ne postoji interes za pogodnostima prodajnih akcija, zatim prodaja salonskih ili testnih vozila, dok se mali dio odnosi na prodaju vozila posebno naručenih u proizvodnju.

### 6.3.2. Mjerodavno tržište

U provođenju ekonomske analize, mjerodavno tržište je, sukladno članku 4., 5. i 6. Uredbe o mjerodavnom tržištu, te u smislu članka 7., 8., 9. i 10. Uredbe o mjerodavnom tržištu, utvrđeno:

- u proizvodnom smislu:
  - tržište distribucije novih motornih vozila, te usko povezano
  - tržište distribucije novih motornih vozila marke Citroën,
- u zemljopisnom smislu:
  - cjelokupan teritorij Republike Hrvatske.

Agencija je u ovom predmetu utvrdila mjerodavno tržište distribucije novih motornih vozila, u proizvodnom smislu, i tržište Republike Hrvatske, u zemljopisnom smislu, zbog specifičnosti koje obilježavaju predmetni proizvodi, motorna vozila. Naime, polazište pri utvrđivanju širine mjerodavnog tržišta je uzimanje u obzir svih karakteristika proizvoda te ispitivanje postojećih i

potencijalnih proizvoda koji su sa stajališta potrošača zamjenjivi, te u tom slučaju i pripadaju istom mjerodavnom tržištu.

Motorna vozila su proizvodi za koje je uobičajeno grupiranje u određene kategorije, odnosno klase, a s obzirom na svoje osnovne proizvodne karakteristike te cjenovnu kategoriju. Isti princip primjenjuje se u europskoj praksi, odnosno u odlukama Europske komisije prilikom utvrđivanja mjerodavnog tržišta u predmetima vezanim uz motorna vozila.

U predmetnom slučaju riječ je distribuciji novih motornih vozila marke Citroën, koji su prisutni u Republici Hrvatskoj putem ovlaštenog uvoznika, poduzetnika Citroën d.o.o. Unatoč tomu, mjerodavno tržište nije moguće utvrditi u tako uskom segmentu, odnosno zanemariti zamjenjivost Citroën vozila s vozilima drugih marki, a s obzirom na gore navedene klase motornih vozila. Budući da je karakteristika novih motornih vozila kao proizvoda pripadnost određenoj klasi, te se vozila određene klase neovisno o marki od strane potrošača smatraju zamjenjivima, mjerodavno tržište u proizvodnom smislu u predmetnom slučaju utvrđeno je kao tržište distribucije novih motornih vozila. Agencija je utvrdila cjelokupan teritorij Republike Hrvatske kao zemljopisno mjerodavno tržište jer ne postoje elementi koji bi ograničavali distribuciju niti nametali ograničenja, s obzirom na pojedine regije Republike Hrvatske u distribuciji novih motornih vozila.

No, kako je u predmetnom slučaju riječ o odnosu između generalnog uvoznika Citroën vozila i njegovih distributera u sustavu selektivne distribucijske mreže, promatrano je i uže utvrđeno tržište, tržište distribucije novih motornih vozila marke Citroën.

Budući da je zahtjev poduzetnika Basic d.o.o. podnesen u 2006. godini, mjerodavnom godinom utvrđena je 2005., kao godina koja prethodi godini podnošenja zahtjeva, no prilikom provođenja analize obuhvaćena je 2006. i 2007. godina, a u odnosu na prodajne akcije i razdoblje do lipnja 2008. godine.

### 6.3.3. Tržište distribucije novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj

Struktura mjerodavnog tržišta distribucije novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj prikazana je niže tablicom 6. Iz danog prikaza za razdoblje od tri godine, evidentan je kako broj, tako i tržišni udjel, odnosno tržišni položaj pojedinog poduzetnika, takmaca na mjerodavnom tržištu.

Korišteni su podaci agencije Promocija Plus d.o.o., kao specijalizirane agencije za provođenje istraživanja tržišta, osobito u sektoru automobilske industrije, prema podacima Ministarstva unutarnjih poslova. Istraživanje je izvršeno primjenom kriterija novoregistriranih vozila u pojedinoj godini u Republici Hrvatskoj.

Tablica 6. Struktura tržišta novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj prema pojedinoj marki u 2005., 2006. i 2007. godini

		2005.				2006.				2007.	
		jedini ca	%			jedini ca	%			jedini ca	%
1	Opel	10.763	15,26	1	Opel	11.407	14,48	1	Opel	12.112	14,65
2	Renault	9.094	12,89	2	Renault	9.499	12,06	2	Renault	8.705	10,53
3	Volkswagen	7.477	10,60	3	Volkswagen	7.727	9,81	3	Volkswagen	8.196	9,91
4	Peugeot	5.576	7,90	4	Peugeot	6.273	7,96	4	Peugeot	6.719	8,13
5	<b>Citroën</b>	5.275	<b>7,48</b>	5	Škoda	5.644	7,16	5	Škoda	5.519	6,68
6	Škoda	5.064	7,18	6	<b>Citroën</b>	5.284	<b>6,71</b>	6	<b>Citroën</b>	4.729	<b>5,72</b>
7	Toyota	3.412	4,84	7	Toyota	4.081	5,18	7	Toyota	4.627	5,60
8	Fiat	2.837	4,02	8	Fiat	3.945	5,01	8	Ford	3.534	4,28
9	Hyundai	2.822	4,00	9	Ford	3.185	4,04	9	Hyundai	2.994	3,62
10	Chevrolet	2.618	3,71	10	Hyundai	3.079	3,91	10	Fiat	2.877	3,48
	ukupno	54.938	77,88		ukupno	60.124	76,32		ukupno	60.012	72,60
	ostali (34)	15.603	22,12		ostali (41)	18.651	23,66		ostali (37)	22.652	27,43
	Sveukupno	70.541	100,00		Sveukupno	78.775	100,00		Sveukupno	82.664	100,00

Izvor: podaci agencije Promocija Plus d.o.o. sa Internet stranice [www.autonet.hr](http://www.autonet.hr), posjećene 26. veljače 2008.

Obrada: AZTN, Sektor za zaštitu tržišnog natjecanja.

Prema podacima prikazanim u tablici 6. proizlazi da vozila marke Citroën, pa tako i sam poduzetnik Citroën d.o.o., u Republici Hrvatskoj nemaju značajan položaj. Na mjerodavnom tržištu u 2005. godini tržišni udjel Citroën vozila iznosio je 7,48 posto, dok se u naredne dvije godine njegov tržišni udio smanjio. Tako je u 2006. godini njegov udio na tržištu iznosio 6,71 posto, a u 2007. godini samo 5,72 posto.

Promatrajući cjelokupnu strukturu, zamjetno je da mjerodavno tržište nije visoko koncentrirano tržište, a što ima uporište u prisutnom trendu globalizacije te u samim karakteristikama tržišta Republike Hrvatske, kao tržišta koje se nalazi u fazi rasta i razvoja. Nadalje, u sve tri promatrane godine prisutne su marke vozila sa znatno većim tržišnim udjelima. Tako su Opel i Renault marke vozila sa evidentno najznačajnijim tržišnim udjelima, gotovo trostrukim u odnosu na vozila marke Citroën, a slijede ih Volkswagen i Peugeot. Vozila marke Citroën u promatranim godinama nalaze se na petom mjestu u 2005. godini, odnosno na šestom mjestu u 2006. i 2007. godini.

Iz navedenih podataka utvrđeno je da poduzetnik Citroën d.o.o. nema značajan tržišni udjel na tržištu distribucije novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj, odnosno njegov položaj na tržištu Republike Hrvatske je takav da on nije u mogućnosti u značajnoj mjeri utjecati niti na tržišno natjecanje niti na tržišne uvjete na istome.

#### 6.3.4. Tržište distribucije novih motornih vozila marke Citroën u Republici Hrvatskoj

U predmetnoj ekonomskoj analizi Agencija je promatrala i uže definirano tržište, odnosno tržište distribucije novih motornih vozila marke Citroën. Riječ je o selektivnoj distribucijskoj mreži vozila marke Citroën, ustanovljenoj od strane generalnog uvoznika, poduzetnika Citroën d.o.o., koja se sastoji od 22 ovlaštena distributera, dok je u vrijeme podnošenja zahtjeva broj ovlaštenih distributera iznosio 19.

Tablicom 7. prikazana je struktura tržišta distribucije novih motornih vozila marke Citroën, odnosno takmaci na mjerodavnom tržištu te su prema kriteriju ukupno ostvarenih prihoda u 2005. godini izvedeni njihovi tržišni udjeli.

Ovako prikazani tržišni udjeli poduzetnika prikazuju samo okvirno položaj pojedinog distributera na promatranom tržištu, odnosno prikazuju ukupnu snagu pojedinog distributera u odnosu na druge distributere u sustavu selektivne distribucije poduzetnika Citroën d.o.o., jer obuhvaćaju prihode ostvarene od svih djelatnosti koje obavljaju na tržištu (prihode od prodaje vozila, prihode od prodaje rezervnih dijelova, servisiranja vozila i drugo).

Tablica 7.: Struktura tržišta distribucije novih motornih vozila marke Citroën u Republici Hrvatskoj u 2005. godini

Distributer	Sjedište	Ukupan prihod	Tržišni udjel (u %)
AUTOMEHANIKA D.D.	ZAGREB	***	10-20
METEOR GRUPA D.O.O.	VARAŽDIN	***	10-20
CIB COMMERCE D. O. O.	BUZET	***	10-20
ARK-MIHELIĆ D.O.O.	VIŠKOVO	***	0-10
AUTO CENTAR CERIĆ D.O.O.	NUŠTAR	***	0-10
AUTO-PEBA D.O.O.	RAKITJE	***	0-10
AUTO CENTAR IVANČIĆ D.O.O.	SPLIT	***	0-10
MEHANIKA SERVIS D.O.O.	PULA	***	0-10
AUTO LUKA D.O.O.	ZAGREB	***	0-10
M & CO DUBROVNIK D.O.O.	DUBROVNIK	***	0-10
MOTOTEHNA D.O.O.	SISAK	***	0-10
AUTOCENTAR KRIVAK D.O.O.	KOPRIVNICA	***	0-10
M.T.A. THOMAS, D.O.O.	ZADAR	***	0-10
TAVERS D.O.O.	OZALJ	***	0-10
PANDA D.O.O.	ČAKOVEC	***	0-10
AUTO CENTAR PERKOVIĆ D.O.O	OSIJEK	***	0-10
BASIC D.O.O.	ŠIBENIK	***	0-10
MUSTAČ COMMERCE D.O.O.	VIROVITICA	***	0-10
<b>Ukupno</b>		<b>***</b>	<b>100,00</b>

Izvor: Baza poduzetnika Financijske agencije za 2005. godinu  
 Obrada: AZTN, Sektor za zaštitu tržišnog natjecanja.

Prema podacima iz tablice 7. evidentno je da su u 2005. godini prema visini ukupno ostvarenog prihoda prva tri poduzetnika ostvarivala najznačajnije prihode. Zajedno su prema visini tržišnog udjela ostvarivala udio koji je neznatno prelazio 40 posto, dok su pojedinačno svaki ostvarivali tržišni udio od oko 10 - 20 posto. Ostali distributeri Citroën vozila ostvarivali su pojedinačno niže udjele, od 0 - 10 posto.

## 7. Usmena rasprava održana 21. studenoga 2008.

U svrhu pružanja mogućnosti strankama da se izjasne o činjenicama i okolnostima koje su od važnosti za donošenje rješenja, Agencija je 21. studenoga 2008., sukladno članku 54. ZZTN, održala usmenu raspravu na kojoj je bio nazočan predstavnik poduzetnika Sanabilis d.o.o. te predstavnici i punomoćnik poduzetnika Citroën d.o.o.

Direktor poduzetnika Sanabilis d.o.o. u bitnome je naveo da ostaje kod podnesenog zahtjeva i svih dopuna danih tijekom postupka.

Punomoćnik poduzetnika Citroën d.o.o. u bitnome je naveo da ostaje kod svih očitovanja dostavljenih Agenciji tijekom postupka.

Posebno upitan, punomoćnik poduzetnika Citroën d.o.o. je izjavio da je odluka o provođenju prodajnih akcija samostalna odluka poduzetnika Citroën d.o.o. te da se slične prodajne akcije vozila marke Citroën koje se provode u Republici Hrvatskoj provode i u drugim europskim zemljama, ali su uvjeti prodajnih akcija prilagođeni specifičnim uvjetima tržišta na kojima se provode.

## 8. Odluka Vijeća

Temeljem detaljno provedene ekonomske i pravne analize u ovom predmetu Vijeće je na 4. sjednici, održanoj 17. prosinca 2008., sukladno ovlastima iz članka 34. i 35. stavka 1. točke 2. ZZTN, donijelo odluku da poduzetnik Citroën d.o.o. nije spriječio, ograničio ili narušio tržišno natjecanje sklapanjem zabranjenih sporazuma s poduzetnikom Basic d.o.o., odnosno Sanabilis d.o.o.. Naime, Ugovor o distribuciji, Ugovor o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda i Ugovor o ovlaštenom servisu za Citroën nema kao cilj ili posljedicu sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja, pa u konkretnom slučaju nije riječ o zabranjenim sporazumima, u smislu članka 9. ZZTN ili odredaba Uredbe o motornim vozilima.

U odnosu na Ugovor o distribuciji u predmetnom upravnom postupku utvrđeno je da poduzetnik Citroën d.o.o. ne ograničava tržišno natjecanje ograničavanjem prava ovlaštenih distributera da slobodno određuju prodajnu cijenu novih motornih vozila, odnosno da ne određuje fiksne prodajne cijene novih motornih vozila.

Svoju odluku Vijeće je osobito temeljilo na slijedećim činjenicama utvrđenim u predmetnom postupku:

Prodajne akcije organizirane od strane poduzetnika Citroën d.o.o. provode se svaki mjesec, sadržaj im se organizira na mjesečnoj osnovi, a kako je i naznačeno na samim akcijama (promidžbenom materijalu) iste su fakultativnog karaktera.

Iako poduzetnik Citroën d.o.o. organizira prodajne akcije svaki mjesec, one ne obuhvaćaju cjelokupnu gamu Citroën vozila. Većinom su isti modeli obuhvaćeni akcijama, ali premda su neke izvedbe modela obuhvaćene tijekom nekoliko uzastopnih mjeseci, prodajne akcije ne obuhvaćaju sve izvedbe svih modela vozila.

Iz dostavljenih podataka i očitovanja distributera proizlazi da je sudjelovanje u prodajnim akcijama svaki mjesec pravilo, odnosno da svi distributeri sudjeluju svaki mjesec u prodajnim akcijama organiziranim od strane poduzetnika Citroën d.o.o., odnosno da su distributeri tijekom promatranih godina većinu vozila prodali u okviru prodajnih akcija.

Vozila nisu prodavana u prodajnoj akciji u slučajevima kada je bila riječ o tzv. flotnoj prodaji, odnosno kada je veći broj vozila prodan jednom kupcu, najčešće pravnoj osobi, gdje zbog količine kupnje ne postoji interes za pogodnostima prodajnih akcija, zatim prodaje salonskih ili testnih vozila, dok se mali dio odnosi na prodaju vozila posebno naručenih u proizvodnji.

Prodaja vozila obuhvaćenih prodajnim akcijama odvija se način da poduzetnik Citroën d.o.o. distributerima za vozila uključena u prodajnu akciju određuje minimalni iznos popusta koji se treba odobriti krajnjem kupcu za određeno vozilo obuhvaćeno prodajnom akcijom. To ima za posljedicu da je nabavna cijena po kojoj je distributer kupio vozilo od poduzetnika Citroën d.o.o. veća od cijene po kojoj je distributer prodao vozilo krajnjem kupcu. Potonju cijenu čini razlika između preporučene cijene za krajnje kupce i popusta određenog od strane poduzetnika Citroën d.o.o. ili još većeg popusta odobrenog od ovlaštenog distributera. Nakon što je vozilo prodano krajnjem kupcu po toj, nižoj cijeni od nabavne cijene, distributer dobiva naknadu od strane poduzetnika Citroën d.o.o. koja se u dokumentaciji o prodajnim akcijama naziva participacija i koja pokriva razliku između cijene \*\*\*\* i cijene \*\*\* te \*\*\* koji predstavlja gornju granicu zarade distributera.

Popust određen prodajnom akcijom za određeno vozilo od strane poduzetnika Citroën d.o.o. je minimalan popust što znači da ovlašteni distributeri mogu krajnjim kupcima odobravati dodatne, odnosno još veće popuste od onih predviđenih prodajnom akcijom. Bez obzira na to, iznos participacije koji im poduzetnik Citroën d.o.o. nadoknađuje je isti neovisno o tome je li krajnjem kupcu odobren minimalni popust određen prodajnom akcijom od strane poduzetnika Citroën d.o.o. ili još veći popust kojeg odobrava ovlašteni distributer odričući se time dijela svoje marže.

Da bi distributeri ostvarili pravo na participaciju dužni su pridržavati se određenih pravila prodajne akcije koja su jednaka za sve distributere.

Pravila prodajne akcije sastoje se u tome da je vozilo prodano krajnjem kupcu obuhvaćeno prodajnom akcijom, zatim da je krajnji kupac naručio vozilo od distributera u razdoblju određenom prodajnom akcijom te da je na dotično vozilo odobren barem popust određen prodajnom akcijom. Nadalje distributer mora isporučiti vozilo krajnjem kupcu do krajnjeg datuma određenog akcijom te do određenog datuma dostaviti poduzetniku Citroën d.o.o. račun za participaciju.

Provođenje navedenog oblika poslovanja, odnosno prodajnih akcija, nije samo po sebi zabranjeno, niti se smatra oblikom ograničavanja, sprječavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja.

Ono što bi bilo zabranjeno, odnosno što bi predstavljalo teško ograničenje tržišnog natjecanja je ograničavanje prava distributera ili servisera da slobodno određuje prodajnu cijenu proizvoda, što ne isključuje dobavljača da odredi maksimalnu cijenu ili preporuči prodajnu cijenu, pod uvjetom da nije riječ o fiksnim ili minimalnim prodajnim cijenama, koje su rezultat izvršenog pritiska ili poticaja od bilo koje ugovorne strane, a što je propisano odredbom članka 10. stavka 1. točke a) Uredbe o motornim vozilima.

U ovom postupku nedvojbeno je utvrđeno da ovlašteni distributeri vozila marke Citroën d.o.o. prodaju, odnosno imaju mogućnost prodaje vozila u prodajnim akcijama po različitim cijenama.

Tvrdnja poduzetnika Citroën d.o.o. da je popust predviđen za određeno vozilo u prodajnoj akciji minimalni popust te da distributeri mogu prodavati vozila po nižim cijenama, odnosno odobravati kupcima veći popust od onog određeno od strane poduzetnika Citroën d.o.o., potvrđena je očitovanjima određenog broja distributera te očitovanjem i samog podnositelja zahtjeva od 10. listopada 2007. koji je u bitnome naveo da je radi rješavanja zaliha ili obveze podmirenja računa bilo slučajeva da je vozilo prodao ispod nabavne cijene, odnosno uz još veći popust i u tom slučaju je ostvario pravo na participaciju.

Činjenica da su neki od distributera prodavali vozila po nižim cijenama od onih predviđenih za nova vozila u prodajnim akcijama, odnosno da su krajnjim kupcima odobravali i veći popust od onog određenog od strane poduzetnika Citroën za vozila u prodajnoj akciji potvrđena je i materijalnim dokazima (računima i ponudama ) dostavljenih od nekolicine distributera.

Sijedom navedenog, nedvojbeno je utvrđeno da je unatoč prodajnim akcijama, prisutna mogućnost tržišnog natjecanja između ovlaštenih distributera vozila marke Citroën. Naime, odobravajući krajnjim kupcima dodatni popust, veći od onog predviđenog za određeno vozilo u prodajnoj akciji od strane poduzetnika Citroën d.o.o., distributeri imaju mogućnost međusobno se natjecati, pa tzv. *intra brand* natjecanje nije navedenim prodajnim akcijama spriječeno.

Budući među distributerima postoji mogućnost tržišnog natjecanja u odnosu na vozila u prodajnoj akciji ispod razine, moglo bi se reći, maksimalne cijene za vozila u prodajnoj akciji (preporučena cijena iz cjenika poduzetnika Citroën d.o.o. umanjena za iznos minimalnog popusta), nije moguće u konkretnom slučaju utvrditi da je riječ o narušavanju tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu distribucije novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj.

Nadalje, na mjerodavnom tržištu distribucije novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj položaj poduzetnika Citroën d.o.o. nije značajan, odnosno isti sudjeluje na tržištu distribucije novih motornih vozila sa tržišnim udjelima manjim od 10 posto u razdoblju od 2005. do 2007. godine, pokazujući daljnji trend pada kroz godine. Naime, na mjerodavnom tržištu distribucije motornih vozila u Republici Hrvatskoj u 2005. godini tržišni udjel vozila marke Citroën iznosio je 7,48 posto, dok se u naredne dvije godine njegov tržišni udio smanjio. Tako je u 2006. godini njegov udio na tržištu iznosio 6,71 posto, a u 2007. godini samo 5,72 posto.

Predmetno tržište nije koncentrirano, te se iz analizirane strukture takmaca i visine njihovih udjela zaključuje da je dobro strukturirano, te otvoreno za tržišno natjecanje.

Poduzetnik Citroën d.o.o., kao ovlaštenu uvoznika vozila marke Citroën u Republici Hrvatskoj, nije u mogućnosti značajno utjecati na kretanja i uvjete na istom tržištu.

S obzirom na neznatan tržišni udjel poduzetnika Citroën na tržištu novih motornih vozila u Republici Hrvatskoj i samu strukturu tog tržišta na koju poduzetnik Citroën d.o.o. ne može značajno utjecati, organiziranje prodajnih akcija od strane poduzetnika Citroën s ciljem povećanja postojećeg tržišnog udjela među takmacima različitih marka vozila moguće je opravdati upravo s aspekta tržišnog natjecanja.

Osim što prodaja vozila u prodajnim akcijama potiče tržišno natjecanje među distributerima različitih marki vozila, odnosno jača tzv. *inter brand* tržišno natjecanje te je zbog toga prihvatljiva upravo s aspekta tržišnog natjecanja, prodajne akcije su korisne i za same potrošače budući im se pruža mogućnost kupnje novih vozila po nižim cijenama.

Uvidom u preostali sadržaj odredbi Ugovora o distribuciji Vijeće je utvrdilo da iste ne sadrže odredbe kojima je cilj ili posljedica sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja, pa u konkretnom slučaju nije riječ o zabranjenom sporazumu u smislu članka 9. ZZTN i Uredbe o motornim vozilima. Kako je već navedeno u obrazloženju ovoga rješenja i to u točki 4. i točki 6.3. i odredbe članka IV., V., XV. i XVI. Ugovora o distribuciji na koje se posebno pozvao podnositelj zahtjeva, nisu zabranjene u smislu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja.

Nadalje, Vijeće je nakon uvida u sadržaj odredbi Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda i odredbi Ugovora o ovlaštenom servisu za Citroën utvrdilo da isti ne

sadrže ograničavajuće odredbe u smislu ZZTN i Uredbe o motornim vozilima. Tako odredba članka VII. Ugovora o ovlaštenom servisu za Citroën na koju se podnositelj zahtjeva posebno pozvao nije zabranjena zbog razloga koji su već detaljno obrazloženi u točki 6.2. obrazloženja ovoga rješenja, a odredbe članka XI. i XII. Ugovora o distribuciji rezervnih dijelova, opreme, pribora i drugih proizvoda zbog razloga detaljno obrazloženih u točki 4. i točki 6.1. obrazloženja ovoga rješenja.

Stoga je Agencija, temeljem odluke Vijeća, odlučila kao u točki 1. izreke ovoga rješenja.

#### 9. Upravna pristojba

Zahtjev za utvrđivanjem zabranjenog sporazuma podliježe naplati upravne pristojbe sukladno odredbi članka 2. stavka 1. Zakona o upravnim pristojbama («Narodne novine», broj 8/96, 77/96, 95/97, 131/97, 68/98, 66/99, 145/99, 116/00, 163/03, 17/04, 110/04; 141/04, 150/05, 129/06 i 60/08, dalje: Zakon o upravnim pristojbama), te članka 2. točka 1d. Uredbe o izmjenama Tarife upravnih pristojbi iz Zakona o upravnim pristojbama («Narodne novine», broj 141/04; dalje: Uredba o izmjeni tarife Zakona o upravnim pristojbama). Naime, u članku 2. točki 1d., odnosno tarifnom broju 106. točki 1d. Uredbe o izmjeni Tarife Zakona o upravnim pristojbama propisano je da se za pokretanje postupka u kojem sudjeluju stranke sa suprotnim interesima, u smislu članka 42. ZZTN, a naročito za zahtjeva za utvrđivanjem zabranjenog sporazuma naplaćuje upravna pristojba u iznosu od 5.000,00 kuna.

Sukladno članku 3. stavcima 2. i 3. Zakona o upravnim pristojbama te tarifnom broju 2, Tarife upravnih pristojbi, za predmetno rješenje plaća se upravna pristojba u iznosu od 50,00 kuna.

Navedeni iznos uplaćuje se u roku od osam (8) dana od dana dostave ovoga rješenja posebnom uplatnicom u korist Državnog proračuna Republike Hrvatske na račun broj: 1001005-1863000160, u "poziv na broj odobrenja" upisati u pretpolje model "24", a u polje podatak prvi: 5002-(navesti matični broj subjekta).

Također, sukladno odredbi članka 16. stavka 4. Zakona o upravnim pristojbama, nakon izvršene uplate obveznik uplate dužan je presliku posebne uplatnice, kao dokaza o obavljenoj uplati upravne pristojbe, žurno, a najkasnije u roku od osam (8) dana, dostaviti Agenciji s pozivom na klasu: UP/I 030-02/2006-01/80.

Ukoliko obveznik uplate upravne pristojbe ne izvrši uplatu upravne pristojbe Agencija će, protekom roka, od nadležne Porezne uprave, sukladno članku 10. stavku 2. Zakona o upravnim pristojbama, zatražiti prisilnu naplatu upravne pristojbe.

Stoga je Agencija odlučila kao u točki II. izreke ovoga rješenja.

#### 10. Objava rješenja u «Narodnim novinama»

Sukladno odredbi članka 59. stavka 1. ZZTN, a u svezi s člankom 57. točkom 1. ZZTN, ovo rješenje bit će objavljeno u «Narodnim novinama».

Stoga je Agencija odlučila kao u točki. III. izreke ovoga rješenja.

### Uputa o pravnom lijeku

Ovo rješenje je konačno u upravnom postupku. Protiv ovog rješenja nije dopuštena žalba, ali nezadovoljna stranka može, sukladno članku 58. ZZTN, pokrenuti upravni spor kod Upravnog suda Republike Hrvatske, u roku od trideset (30) dana od dana dostave ovoga rješenja.

Predsjednica Vijeća  
za zaštitu tržišnog natjecanja

Olgica Spevec

### **Napomena:**

*Budući da podaci označeni \*\*\* te podaci u rasponima predstavljaju službenu tajnu u smislu članka 51. ZZTN, isti su izuzeti od objavljivanja, pa su navedeni podaci izostavljeni iz teksta, odnosno koriste se skraćeni naziva i postoci u rasponu.*