

# O pravu tržišnog natjecanja u Hrvatskoj i Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja

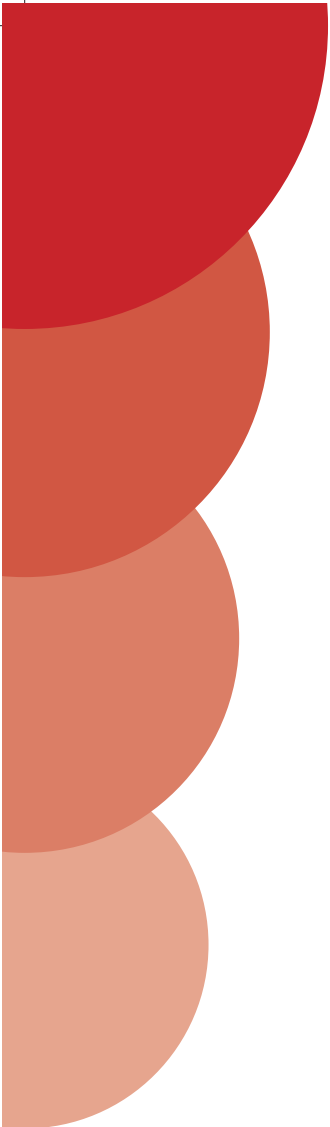
kratki vodič za poduzetnike



Ovaj kratki vodič osmišljen je samo kao uvod u hrvatsko pravo i politiku tržišnog natjecanja, Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja i djelokrug rada Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja, a ni pod kojim uvjetima ne može zamijeniti Zakon.

Stoga vas molimo da u slučaju dodatnih pitanja i nedoumica potražite pravni savjet.

Ovu publikaciju financirala je Europska unija.



**O pravu tržišnog  
natjecanja u Hrvatskoj i  
Agenciji za zaštitu  
tržišnog natjecanja**

kratki vodič za poduzetnike

## **Kontakt**

Agenciju za zaštitu tržišnog natjecanja možete kontaktirati na sljedećoj adresi u Zagrebu:

**Agencija za zaštitu  
tržišnog natjecanja**

Savska cesta 41

10 000 Zagreb

Tel.: 01 617 64 48

Fax: 01 617 64 50

E-mail: [agencija.ztn@aztn.hr](mailto:agencija.ztn@aztn.hr)

Dodatne informacije možete naći i na web stranici Agencije: [www.aztn.hr](http://www.aztn.hr)

© Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, 2006  
Umnožavanje je dopušteno uz obvezu navođenja izvora.

Ova brošura je financirana u sklopu projekta CARDS 2003 «Daljnje jačanje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja i provedba prava i politike tržišnog natjecanja».

Projekt namijenjen Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja je započeo u listopadu 2005, a provodi ga Gruppo Soges Spa.

# Sadržaj

Predgovor .....	4
Uvod .....	5
Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja .....	5
<b>Područja zaštite tržišnog natjecanja .....</b>	<b>8</b>
Ograničavajući sporazumi .....	8
Zlouporaba vladajućeg položaja .....	10
Koncentracije .....	12
<b>Pokretanje postupka i provedba propisa .....</b>	<b>15</b>
<b>Promicanje politike zaštite tržišnog natjecanja .....</b>	<b>17</b>
<b>Međunarodna suradnja .....</b>	<b>18</b>
<b>Nekoliko zlatnih pravila za poduzetnike .....</b>	<b>19</b>
Glosar .....	20
Zakonodavstvo na području tržišnog natjecanja .....	23

# Predgovor

Tržišno natjecanje između poduzetnika pokretačka je snaga tržišnog gospodarstva. Ono ima za posljedicu brojne pogodnosti - niže cijene, bolje proizvode, veću mogućnost izbora za potrošače, inovacije i učinkovitije poduzetnike.

Ovo se ne odnosi samo na Hrvatsku, već i na svaki dio svijeta u današnjem globalnom gospodarskom okruženju. Kako bi se osiguralo održavanje uvjeta tržišnog natjecanja moraju postojati i određeni mehanizmi koji temeljem propisa uređuju njegovu zaštitu.

Stoga Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja predstavlja pravni temelj kojim se utvrđuju pravila zaštite tržišnog natjecanja u Republici Hrvatskoj i čija provedba osigurava da se uvjeti tržišnog natjecanja ne narušavaju.

Tijelo nadležno za provedbu i nadzor nad pridržavanjem tih pravila u Hrvatskoj je Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, čija je zadaća da u okviru pokrenutih postupaka ispituje ponašanja na tržištu koja imaju negativne učinke na tržišno natjecanje.

Pravo i pravila tržišnog natjecanja odnose se na sve poduzetnike bez izuzetka. Zato ih niti jedan poduzetnik ne smije zanemariti ili podcijeniti, u suprotnom postaje žrtva vlastitog ponašanja i djeluje protivno zakonu. U želji da se to ne dogodi, preporučam poduzetnicima da se upoznaju sa sadržajem ove knjižice i osnovnim odredbama Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja, kao i ulogom i djelokrugom rada Agencije.

*Olgica Spevec,  
predsjednica Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja*

# Uvod

## Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

### Kratko o Agenciji

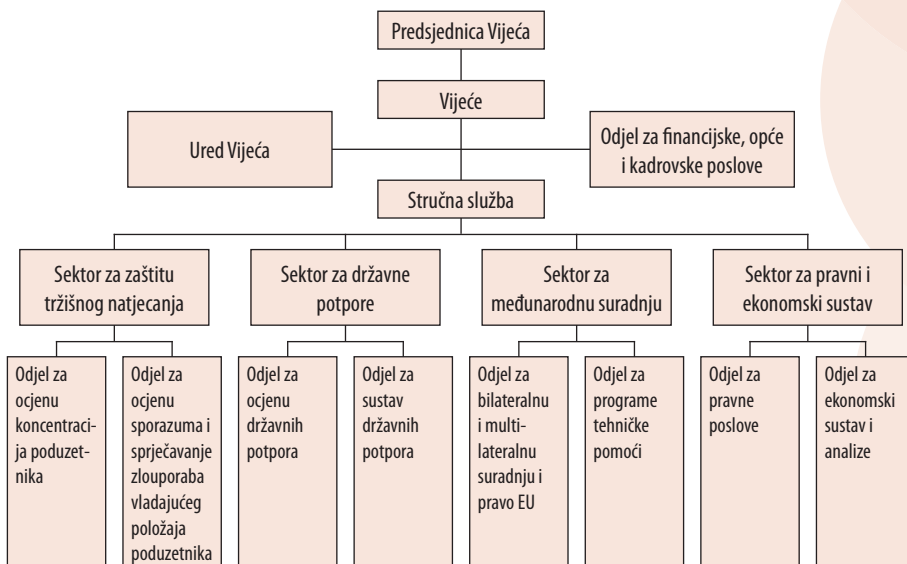
Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja (dalje: Zakon), zaštita tržišnog natjecanja u Republici Hrvatskoj povjerena je Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Agencija). Nadalje, Statutom Agencije detaljno su definirane aktivnosti i djelokrug rada Agencije, dok se u dijelu koji se odnosi na postupak, a nije uređen Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja, supsidijarno primjenjuje Zakon o općem upravnom postupku. Ovdje treba naglasiti da u nadležnost Agencije spada i provedba pravila o državnim potporama u Republici Hrvatskoj, no državne potpore nisu predmet ove knjižice.

Agencija je osnovana odlukom Hrvatskog Sabora i počela je s radom sredinom 1997. godine. U djelokrug rada Agencije ulaze glavna područja sprječavanja, ograničavanja i narušavanja tržišnog natjecanja, kao što su to ograničavajući sporazumi i zlouporaba vladajućeg položaja, a nadležna je i za kontrolu koncentracija. Agencija u vođenju postupka te ispitivanju i analizi tržišta koristi posebne ovlasti koje su joj dane Zakonom. Nadalje, uloga Agencije je provoditi aktivnu politiku promicanja tržišnog natjecanja koja se prije svega sastoji od stručnih mišljenja koja izdaje na zahtjev ministarstava i drugih državnih tijela o zakonima i drugim propisima koji mogu utjecati na tržišno natjecanje, i koje upućuje Vladi Republike Hrvatske. Agencija također provodi aktivnu međunarodnu suradnju s ostalim zemljama i nadležnim tijelima, kao što su to primjerice Europska komisija i OECD.

Tijelo koje upravlja Agencijom je Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Vijeće). Vijeće se sastoji od pet članova koje imenuje Hrvatski sabor, a od koji je jedan predsjednik Vijeća. Predsjednik i članovi Vijeća imenuju se na razdoblje od pet godina. Vijeće na svojim sjednicama donosi pravno obvezujuće odluke u pokrenutim postupcima.

Svakodnevne upravne i stručne poslove obavlja stručna služba Agencije. Čine ju diplomirani pravnici i ekonomisti, stručnjaci u području prava, politike i prakse tržišnog natjecanja.

## Organizacijska struktura Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja



### Pravo tržišnog natjecanja u Hrvatskoj

Pravo tržišnog natjecanja u Hrvatskoj regulirano je Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja i nizom podzakonskih akata (uredbi). Ti propisi uređuju kako materijalno-pravna tako i postupovna pravila, odnosno ovlašćuju Agenciju za vođenje postupaka, donošenje odluka te izricanje mjera kad je to potrebno radi otklanjanja daljnjih negativnih učinaka na tržišno natjecanje. Nadalje, u svrhu kažnjavanja prekršitelja navedenih propisa, Agencija nije ovlaštena za izricanje kazni, već je obvezna podnijeti prekršajnom sudu zahtjev za pokretanje prekršajnog postupka jer je izricanje kazni u isključivoj nadležnosti prekršajnih sudova.

Važeći Zakon stupio je na snagu 7. kolovoza 2003., a primjenjuje se od 1. listopada 2003.

Pravo tržišnog natjecanja u Hrvatskoj primjenjuje se na sve oblike sprječavanja, ograničavanja i narušavanja tržišnog natjecanja od strane poduzetnika u gotovo svim gospodarskim sektorima. Općenito govoreći, sukladno tim pravilima, zabranjeno je svako antikompetitivno ponašanje poduzetnika, iako u određenim, jasno definiranim slučajevima, ograničavajući sporazumi mogu biti obuhvaćeni izuzećem od zabrane (međutim, to se nikako ne odnosi na zlouporabu vladajućeg položaja). Nadalje, zabranjene su koncentracije poduzetnika kada imaju značajan negativan učinak na tržišno natjecanje.

Pravilna primjena propisa o tržišnom natjecanju u izravnoj je vezi s pravilnim utvrđivanjem mjerodavnog tržišta. Određivanje mjerodavnog tržišta ključno je u svim predmetima koji se odnose na tržišno natjecanje, pa Agencija u svakom takvom predmetu provodi detaljnu analizu tržišta kako bi utvrdila tržišnu snagu poduzetnika na predmetnom tržištu i utvrdila kako pozitivne tako i negativne učinke na tržišno natjecanje.

U svrhu detaljne provedbe specifičnih odredbi Zakona, doneseni su podzakonski akti kojima se uređuju pitanja tržišnog natjecanja. Važno je da hrvatski poduzetnici budu svjesni činjenice da se ti podzakonski akti koji se odnose na tržišno natjecanje primjenjuju na njihove poslovne aktivnosti. Ovisno o poslovnim aktivnostima kojima se bave, to će se primjerice odnositi na spajanja ili pripajanja s drugim poduzetnicima, ili pak stjecanje kontrole (koncentracije), ili na različite vrste ugovora.

Tekst Zakona i ostalih hrvatskih podzakonskih akata koji se odnose na tržišno natjecanje objavljeni su u „Narodnim novinama“ i na web stranici Agencije [www.aztn.hr](http://www.aztn.hr). Na kraju, treba naglasiti da su i Zakon i ostali podzakonski akti o kojima je riječ usklađeni s relevantnim zakonodavstvom Europske unije u tom području.

# Područja zaštite tržišnog natjecanja

## Ograničavajući sporazumi

### Što je ograničavajući sporazum?

Vrlo je često ograničavajući sporazum ono što uobičajeno zovemo kartel. Najjednostavnije rečeno, kartel je sporazum između poduzetnika kojim se oni obvezuju da međusobno neće konkurirati na tržištu. Takav je sporazum najčešće tajan, usmen i često neformalan.

Uobičajeno je da se članovi kartela dogovaraju o:

- cijenama,
- količini proizvodnje,
- rabatima,
- izboru kupaca koje će opskrbljivati robom, i
- izboru područja koje će opskrbljivati.

Temeljem prava tržišnog natjecanja u Hrvatskoj, svaki se od gore navedenih sporazuma smatra zabranjenim (kao što su zabranjene i ostale vrste sporazuma kojima se ograničava tržišno natjecanje).

### Pojavljuju li se karteli samo u određenim sektorima?

Karteli se mogu pojaviti u gotovo svakom sektoru i mogu uključivati robu ili usluge na svim razinama – proizvodnje, distribucije ili maloprodaje.

No, neki su sektori gospodarstva podložniji sklapanju kartelnih sporazuma nego drugi, i to zbog strukture ili načina na koji obavljaju svoju djelatnost. Primjerice, na tržištima:

- koje obilježava mali broj konkurenata, ili
- u slučaju proizvoda koji imaju slična obilježja i time ostavljaju malo prostora za konkuriranje u kvaliteti ili pružanju usluga, ili
- kada su odnosi suradnje između konkurenata već uspostavljeni, primjerice putem udruženja poduzetnika, ili
- u slučaju sektora koje obilježava višak kapaciteta ili kada je riječ o općoj gospodarskoj krizi,

## **P.Z. Auto – Kolnoa – Zabranjeni sporazum**

Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja odlučilo je da je ugovor sklopljen između poduzetnika P.Z. Auto i Kolnoa d.o.o. o prodaji mehaničkih blokada mjenjača na području Hrvatske zabranjen, pa time i ništavan.

Poduzetnik P.Z. Auto, ovlašteni uvoznik i distributer automobila u Republici Hrvatskoj, obvezao se kupovati proizvod Construct/Mul-t-lock Cylinder Inside i Mul-t-lock i ostale proizvode istog proizvođača od Kolnoe. Kolnoa, ovlašteni uvoznik navedenih mehaničkih blokada mjenjača, obvezala se na financiranje obuke stručnog osoblja P.Z. Auta i stručnog osoblja njegovih kupaca, tj. na davanje dodatnih financijskih pogodnosti kupcima P.Z. Auta, što je jedno od obilježja ugovora o isključivoj kupnji. Takvi sporazumi nisu zabranjeni ako ih sklapaju poduzetnici koji nemaju vladajući položaj na tržištu i kada ne sadrže ograničenja propisana posebnim propisima. No, kako je u konkretnom slučaju Kolnoa imala značajan vladajući položaj, s 80% - 90% tržišnog udjela, a P.Z. Auto mrežom svojih ovlaštenih distributera i servisera vozila značajno sudjeluje u strukturi njegovih prihoda, takav ugovor nije mogao biti izuzet od odredbi o zabranjenim sporazumima sukladno Zakonu o zaštiti tržišnog natjecanja.

Ugovor je osim toga bio temelj za nametanje posrednih obveza ovlaštenim distributerima i servisima P.Z. Auta da ne distribuiraju supstitute mehaničkih blokada mjenjača vozila od tržišnih takmaca, ako žele ostvariti financijske pogodnosti. U ovom konkretnom slučaju od tvrtke Magnat d.o.o., ovlaštenog uvoznika za Hrvatsku mehaničkih blokada Defend-lock, jedinog konkurenta prisutnog na tržištu, koji je Agenciji podnio zahtjev za ocjenu navedenog sporazuma o isključivoj kupnji između P.Z. Auta i Kolnoe i koji je na taj način bio isključen s predmetnog tržišta. Osim toga, ekonomska analiza Agencije pokazala je negativne učinke ugovora suprotne tržišnom natjecanju, kao izravnu posljedicu nuđenja financijskih pogodnosti pod uvjetom da se proizvodi ne nabavljaju od konkurencije. Nadalje, Agencija ne ulazi u pravo ovlaštenih distributera i servisera P.Z. Auta da i nadalje kupuju mehaničke blokade mjenjača vozila kod Kolnoe, tj. ostalu opremu od dobavljača koje oni odaberu, pod uvjetom da sporazumi između tih poduzetnika i pojedinih distributera i servisera P.Z. Auta ne sadržavaju ograničenja tržišnog natjecanja propisana Uredbom o vertikalnim sporazumima. Takva odluka mora biti rezultat isključivo slobodne volje ovlaštenih distributera i servisera, a ne posljedica neposredno ili posredno nametnutih obveza P.Z. Auta.

poduzetnici će ponekad biti skloni sklapanju takvih sporazuma i usklađivanju svojih aktivnosti na tržištu. To se primjerice događa kada poduzetnici zajednički utvrđuju cijene ili dijele tržišta i osnivanjem kartela ograničavaju ili potpuno isključuju tržišno natjecanje između sudionika sporazuma.

Sporazumi gore opisanih obilježja u suprotnosti su s načelima slobodnog tržišnog natjecanja i ne potiču učinkovito poslovanje poduzetnika te stvaranje proizvoda i usluga koji bi po svojim cijenama i obilježjima na optimalan način zadovoljili potrebe potrošača.

Sporazumi koje sklapaju poduzetnici koji ne djeluju na istoj razini proizvodnje odnosno distribucije, primjerice isključivi sporazumi o kupnji, opskrbi ili pak distribuciji, između proizvođača i distributera proizvoda ili između dobavljača sirovine i proizvođača, također mogu dovesti do ograničavanja tržišnog natjecanja, posebno u slučaju kada ti sporazumi sadrže ograničenja koja dovode do stvaranja prepreka ulasku na tržište novih sudionika odnosno konkurenata.

Kada sporazumi između poduzetnika, premda samo i potencijalno sprječavaju, ograničavaju ili narušavaju tržišno natjecanje na hrvatskom tržištu, smatrat će se zabranjenima.

### **Može li ograničavajući sporazum biti obuhvaćen izuzećem?**

Ispunjava li određeni sporazum koji sadrži ograničenja tržišnog natjecanja određene propisane uvjete, može biti obuhvaćen izuzećem od primjene zabrane temeljem podzakonskih akata kojima se u okviru hrvatskog prava tržišnog natjecanja reguliraju skupna izuzeća ili temeljem pojedinačnog izuzeća koje može odobriti Agencija u okviru svojih ovlasti. No, pritom treba naglasiti da gotovo nikada nije moguće izuzeti od zabrane kartelne sporazume kojima se primjerice određuje prodajna cijena, dok je izuzećem moguće obuhvatiti druge ograničavajuće sporazume između poduzetnika, kao što su to primjerice neke vrste sporazuma o suradnji na području istraživanja i razvoja.

Kako bi bili obuhvaćeni izuzećem, predmetni poduzetnici moraju dokazati da njihovi sporazumi pridonose unaprjeđenju, primjerice, uvjeta opskrbe na tržištu, te da su ograničenja tržišnog natjecanja apsolutno neophodna u svrhu postizanja tih ciljeva, te da će u navedenom slučaju, poboljšani uvjeti opskrbe za posljedicu imati značajnu korist za potrošače, primjerice snižavanjem cijene proizvoda ili usluga ili ponudom robe ili usluga koju na drugi način ne bi bilo moguće ostvariti. Drugim riječima, kako bi ograničavajući sporazumi ispunili uvjete za skupno ili pojedinačno izuzeće i bili izuzeti od zabrane i time dopušteni, pozitivni učinci tih sporazuma moraju jasno prevladati nad negativnim učincima na tržišno natjecanje.

## **Zlouporaba vladajućeg položaja**

### **Što je vladajući položaj?**

Poduzetnici u vladajućem položaju na tržištu mogu se ponašati i djelovati na način koji je suprotan pravilima tržišnog natjecanja. No, treba naglasiti da sama činjenica da je riječ o velikom poduzetniku neće uzrokovati narušavanje tržišnog natjecanja.

Istina je da, ponekad, poduzetnik u cilju postizanja učinkovitosti mora dostići širok obujam proizvodnje ili biti prisutan na nekoliko tržišta.

Nadalje, poduzetnik može značajno rasti upravo zbog svoje tržišne strategije koja uključuje poboljšanja i ulaganja u nove tehnologije, čime ujedno stvara i jeftinije proizvode koji bolje zadovoljavaju potrebe kupaca nego proizvodi nekog drugog poduzetnika.

## **Ponikve d.o.o. Krk – Zlouporaba vladajućeg položaja**

Temeljem zahtjeva Hrvatske udruge za zaštitu potrošača Vijeće je odlučilo da je poduzetnik Ponikve d.o.o., Krk, nametanjem nepravednih cijena komunalnih usluga narušavao tržišno natjecanje zlouporabom vladajućeg položaja na tržištu opskrbe vodom kućanstava te odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda kućanstava na otoku Krku.

Analizom Agencije ustanovljeno je da Ponikve diskriminiraju potrošače izravnim nametanjem nepravednih prodajnih cijena vode i potiču veću potrošnju vode budući da oni koji godišnje troše više plaćaju niži iznos naknade. Cijene ne upućuju potrošače, razvrstane u 32 kategorije ovisno o godišnjoj potrošnji, na racionalnu potrošnju ili potrošnju po njihovim potrebama. Potrošači postižu veću financijsku korist kada vodu troše neracionalno ili bespotrebno, jer trošeći više plaćaju niži iznos naknade. Cjenik dovodi pojedine potrošače u različitim kategorijama, ali i potrošače unutar pojedinih kategorija, u neravnopravan položaj u odnosu na druge.

Ponikvama je naloženo da u roku od tri mjeseca izradi novi cjenik kojim će odrediti cijenu svojih usluga slobodnim odabirom modela tarifiranja. Uvjet je da odabrani model tarifiranja ne nameće nepravedne prodajne cijene kojima diskriminira potrošače, da osigura učinkovito funkcioniranje sustava opskrbe vodom kućanstava i odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda, te čuva vodu kao vrlo važan prirodni resurs za Republiku Hrvatsku. Usporedna analiza tržišta vode u Hrvatskoj i EU neosporno je dokazala da je unatoč oskudnosti vode i njezinog posebnog značaja moguće urediti sustav cijena koji ne dovodi potrošače u nejednak položaj određivanjem nepravednih cijena vode.

Kako bismo razumjeli na što se mogu odnositi eventualni antikompetitivni učinci nekog velikog poduzetnika, potrebno je prije svega znati što se sukladno hrvatskom pravu tržišnog natjecanja točno podrazumijeva pod pojmom vladajućeg položaja.

Poduzetnik je u vladajućem položaju:

- kada ostvaruje najveći tržišni udjel na predmetnom tržištu, i
- kada su uzimajući u obzir ekonomska obilježja tog tržišta ograničene mogućnosti drugih stvarnih ili potencijalnih konkurenata da pravom mjerom odgovore na ponašanje predmetnog poduzetnika, i
- kada se poduzetnik u praksi stvarno može ponašati u značajnoj mjeri neovisno od svojih konkurenata i potrošača.

Ovdje treba naglasiti da, iako je velik tržišni udjel često mjerodavan kriterij za utvrđivanje vladajućeg položaja poduzetnika, on nikako ne predstavlja i jedini kriterij koji je potreban za njegovo utvrđivanje. Ključni čimbenik koji također može poslužiti za utvrđivanje vladajućeg položaja poduzetnika je procjena zapreke pristupa predmetnom tržištu, kao što je to primjerice slučaj kada nositelj prava intelektualnog vlasništva priječi pristup predmetnom tržištu.

Kao što je to već gore navedeno, važno je shvatiti da hrvatsko pravo tržišnog natjecanja ne zabranjuje vladajući položaj sam po sebi, no propisuje ograničenja mogućeg ponašanja poduzetnika koji se u tom položaju nalazi.

Nalaze li se dva ili više poduzetnika u vladajućem položaju na hrvatskom tržištu ili na njegovom značajnom dijelu (tzv. zajednički vladajući položaj poduzetnika na tržištu), njima je također zabranjena zlouporaba vladajućeg položaja.

### **Što znači zlouporaba vladajućeg položaja?**

Zlouporaba vladajućeg položaja može se odvijati na više načina. Očituje se najčešće kao:

- nametanje nepravednih cijena odnosno drugih nepravednih trgovinskih uvjeta, ili
- ograničavanje drugim poduzetnicima - konkurentima pristupa tržištu ili istiskivanje postojećih poduzetnika s tržišta.

### **Je li moguće izuzeće?**

I ovdje treba naglasiti da za poduzetnike kojima se utvrdi zlouporaba vladajućeg položaja na hrvatskom tržištu nije predviđeno izuzeće od zabrane kao što je to slučaj s ograničavajućim sporazumima.

## **Koncentracije**

### **Zašto je potrebna kontrola koncentracija?**

Poduzetnik može rasti ne samo, primjerice, povećanjem obujma i prodaje svojih proizvoda na hrvatskom tržištu, već i udruživanjem snaga s drugim poduzetnikom ili poduzetnicima.

“Koncentracija” može nastati spajanjem dvaju ili više poduzetnika na način da poduzetnici nastave poslovati pod imenom jednog od njih, ili tako da osnuju novo društvo, no može nastati i stjecanjem kontrole odnosno prevladavajućeg utjecaja nad poslovanjem, na način da jedan poduzetnik stekne većinski udjel u temeljenom kapitalu ili većinsko pravo glasa u drugom odnosno drugim poduzetnicima.

Koncentracija nastaje i u slučajevima kada se dva poduzetnika ugovorno udružuju u nekom zajedničkom poslovnom pothvatu, pri čemu ostaju neovisni pravni subjekti, a udružuju se samo na poslu u kojem imaju zajednički cilj i interes (*eng. joint venture*) i koji kontroliraju obje strane. Na primjer, zajednički pothvat nastaje kada se dva poduzetnika odluče ugovorno udružiti u poslovima zajedničke nabave robe ili usluga.

Takvo udruživanje može koristiti hrvatskom tržištu u vidu povećanja konkurentnosti, poboljšanja uvjeta rasta i povećanja životnog standarda.

### **Agrokor – PIK Vrbovec: Koncentracija poduzetnika**

Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja je ocijenilo koncentraciju poduzetnika Agrokor d.d. i PIK Vrbovec d.d. uvjetno dopuštenom, odnosno odredilo mjere i uvjete koje su sudionici koncentracije dužni ispuniti kako bi se otklonili mogući negativni učinci ove koncentracije koji bi mogli imati za posljedicu značajno sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja na mjerodavnim tržištima trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko svježim junečim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa. Pri određivanju mjera, Vijeće je vodilo računa o specifičnosti ove koncentracije, budući da je Agrokor d.d. stekao PIK Vrbovec d.d. u postupku privatizacije.

Vijeće je poduzetniku Agrokor d.d. naložilo da proda, raskine ugovor o zakupu, odnosno prenese na drugog poduzetnika ili prenamijeni nekoliko maloprodajnih prodavaonica na području Zagrebačke i Varaždinske županije, u kojima su njegovi tržišni udjeli iznad 40%.

Agrokor d.d. obavezan je kroz sljedeće tri godine, kako u svojoj maloprodaji tako i u veleprodaji, osigurati ponudu mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa te svježeg juneće i svinjsko meso i drugih poduzetnika koji su tržišni takmaci poduzetniku PIK Vrbovec d.d. i drugim poduzetnicima u sastavu koncerna Agrokor. Pritom ponuda prerađevina tih konkurenata mora iznositi najmanje 25%, dok ponuda svježeg mesa mora biti najmanje 20% količinske prodaje.

Nadalje, Vijeće je naložilo poduzetnicima Konzum d.d. i PIK Vrbovec d.d., koji su u sastavu koncerna Agrokor, da s kupcima u veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa u razdoblju od jedne godine održe na snazi sporazume koje su sklopili prije provedbe koncentracije. Cilj ove odluke je da se u tom razdoblju omogući prilagodba tih poduzetnika novonastalim tržišnim okolnostima.

Međutim, problem se može pojaviti kada pripajanje ili spajanje i stjecanje kontrole ili prevladavajućeg utjecaja poduzetnika koji je prethodno funkcionirao kao samostalni poslovni subjekt, ima za posljedicu smanjenje tržišnog natjecanja na hrvatskom tržištu na dugoročnoj osnovi, i stoga sudionike predmetne koncentracije stavlja u položaj da dižu cijene ili nameću trgovinske uvjete koji negativno utječu na tržišno natjecanje i na štetu su hrvatskih potrošača.

Iz gore je navedenih razloga razvidno da je koncentracije i zajedničke pothvate poduzetnika potrebno prijaviti i ocijeniti prije njihove provedbe, a kako bi se izbjegli i spriječili negativni učinci na tržišno natjecanje na predmetnom tržištu.

### **Koje koncentracije ispituje i ocjenjuje Agencija?**

Kako bi se spriječili antikompetitivni učinci, u slučajevima koje smo prethodno opisali, hrvatsko pravo tržišnog natjecanja predviđa obvezu prijave Agenciji svake namjere provedbe koncentracije poduzetnika (pripajanje ili spajanje i stjecanje kontrole poduzetnika) kada ukupan prihod svih poduzetnika sudionika koncentracije iznosi najmanje jednu milijardu kuna, u financijskoj godini koja je prethodila koncentraciji, i kada ukupan prihod svakog od najmanje dva sudionika koncentracije, iznosi najmanje 100.000.000 kuna u financijskoj godini koja je prethodila koncentraciji.

## **Kada je koncentracija dopuštena, a kada zabranjena?**

Agencija će na osnovu prijave namjere koncentracije detaljno ispitati planirano pripajanje ili spajanje ili stjecanje kontrole poduzetnika u smislu njezinog učinka na tržišno natjecanje.

Ako Agencija ocijeni da se provedbom određene koncentracije stvara ili jača vladajući položaj poduzetnika u mjeri u kojoj to značajno utječe na sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja, tu će koncentraciju zabraniti.

Međutim, ako se u postupku ocjene dokaže da će provedbom koncentracije ojačati tržišno natjecanje na predmetnom tržištu te da će se ostvariti prednosti i pogodnosti koje će prevladati nad negativnim učincima koji nastaju kao posljedica stvaranja ili jačanja vladajućeg položaja poduzetnika, Agencija će tu koncentraciju moći proglasiti dopuštenom.

Koncentracija može biti ocijenjena i kao uvjetno dopuštena, pri čemu je Agencija prije nego što je proglasi dopuštenom, nadležna za izricanje mjera i uvjeta te rokova njihovog ispunjenja, kako provedba koncentracije ne bi imala za posljedicu moguće sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja. Primjerice, Agencija može narediti poduzetnicima – sudionicima koncentracije da prodaju dio zajedničke djelatnosti, ili da licencom ustupe tehnologiju nekom drugom sudioniku na hrvatskom tržištu, a sve u cilju zaštite interesa i dobrobiti potrošača. Nakon što su mjere izrečene, Agencija prati ispunjavanje mjera i uvjeta od strane poduzetnika – sudionika koncentracije i može intervenirati ukoliko poduzetnici ne postupe sukladno njezinoj odluci.

# Pokretanje postupka i provedba propisa

Agencija pokreće postupak na temelju zahtjeva stranke, koji osim podataka o podnositelju zahtjeva sadrži podatke pomoću kojih se može odrediti protiv koga se zahtjev podnosi i opis stanja ili antikompetitivne prakse koja je razlog podnošenja zahtjeva. Postupak Agencija može pokrenuti i po službenoj dužnosti.

U provedbi postupka, Agencija je ovlaštena zahtijevati sve potrebne podatke i informacije koje smatra potrebnima radi utvrđivanja svih relevantnih činjenica u postupku, i to od poduzetnika na hrvatskom tržištu koji su stranke u postupku, ali i od drugih poduzetnika i osoba koje po ocjeni Agencije mogu pridonijeti rješavanju pitanja o sprječavanju, ograničavanju ili narušavanju tržišnog natjecanja.

Ponovno treba naglasiti da Agencija može pokrenuti postupak i po službenoj dužnosti, dakle neovisno o postojanju zahtjeva stranke, ako ocijeni da određeno postupanje na tržištu negativno utječe na tržišno natjecanje u Hrvatskoj.

U slučaju pripajanja ili spajanja i stjecanja kontrole ili prevladavajućeg utjecaja, poduzetnik koji ima namjeru provedbe koncentracije mora Agenciji, sukladno Zakonu, podnijeti prijavu namjere koncentracije, na temelju koje Agencija ocjenjuje dopuštenost predmetne koncentracije.

Donese li Agencija zaključak o pokretanju postupka utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja, o tome će obavijestiti stranke u postupku. Stranke u postupku mogu se očitovati na navode iz zahtjeva Agencije te imaju pravo uvida u spis i druge isprave koje se ne smatraju službenom tajnom. Prije okončanja postupka, stranke u postupku od Agencije dobivaju obavijest o utvrđenim činjenicama, okolnostima i zaključcima u postupku (*eng. statement of objections*) koja se odnosi na utvrđene negativne učinke na tržišno natjecanje, a kako bi se stranke o istima mogle očitovati. Navode iz tog očitovanja Agencija može prihvatiti u cijelosti ili djelomično, ili ih uopće ne prihvatiti.

Stranke u postupku mogu se tijekom čitavog postupka pismeno očitovati Agenciji, a održavanje usmene rasprave na kojoj stručna služba Agencije – voditelji postupka, pozvanim strankama izlažu činjenično stanje uobičajena je u svim slučajevima kada je riječ o strankama sa suprotnim interesima, iako ne mora biti održana ako Agencija utvrdi da među strankama nije sporno činjenično stanje te da ne postoje druge smetnje za donošenje odluke Agencije.

U provedbi postupka Agencija je ovlaštena od poduzetnika zahtijevati sve potrebne podatke i obavijesti, a prikupljeni podaci podliježu odredbama o čuvanju službene tajne.

Nakon što se prikupe svi podaci za donošenje konačne odluke, bilo da se radi o ocjeni sukladnosti sporazuma, utvrđivanju izuzeća ili utvrđivanju zlouporabe vladajućeg položaja, Agencija donosi konačno rješenje u kojem se utvrđuje, primjerice, sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja, a ako se ponašanje poduzetnika na tržištu koje za posljedicu ima negativne učinke na tržišno natjecanje nastavi, Agencija može rješenjem odrediti i privremene mjere kojima se nalaže obustava postupanja na tržištu, ispunjenje posebnih uvjeta ili druge mjere koje su potrebne za uklanjanje štetnog učinka antikompetitivnog ponašanja poduzetnika. Na temelju rješenja kojim je utvrđena povreda Zakona, Agencija također podnosi prekršajnom sudu zahtjev za pokretanje prekršajnog postupka, na temelju kojeg isti izriče kazne.

U slučaju postupka ocjene dopuštenosti koncentracija, a nakon što se prikupe svi podaci za donošenje konačne odluke, Agencija donosi rješenje kojim utvrđuje koncentraciju dopuštenom, nedopuštenom ili pak uvjetno dopuštenom. U zadnje navedenom slučaju, Agencija određuje mjere, uvjete i rokove njihovog ispunjenja, kako provedba koncentracije ne bi imala za posljedicu sprečavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu.

Nezadovoljna stranka protiv rješenja Agencije može pokrenuti upravni spor pred Upravnim sudom Republike Hrvatske.

# Promicanje politike zaštite tržišnog natjecanja

Državni propisi kao i intervencije države mogu ugroziti slobodu tržišnog natjecanja u istoj značajnoj mjeri kao i netržišna postupanja pojedinih poduzetnika. Stoga je zadaća Agencije i pomno praćenje hrvatskog zakonodavstva koje bi svojim odredbama moglo ugroziti, ili je već u suprotnosti s načelima prava i politike tržišnog natjecanja, te kao takvo može proizvesti negativne učinke na hrvatsko gospodarstvo.

Dakle, nastavno na kontrolu netržišnog postupanja i aktivnosti poduzetnika koje su suprotne načelima slobodnog tržišnog natjecanja te kontrolu koncentracija, u djelokrug Agencije spada i izdavanje mišljenja o sukladnosti nacrtu prijedloga zakona i drugih propisa te ostalim pitanjima koja se odnose na tržišno natjecanje sa Zakonom o tržišnom natjecanju, te njihovo upućivanje Vladi Republike Hrvatske.

Jasno je da se, kada je riječ o donošenju zakona i propisa koji će regulirati funkcioniranje hrvatskog gospodarstva, Agencija ne može izjednačiti s Vladom Republike Hrvatske ili Saborom. No, ne smije se zaboraviti njezina savjetodavna uloga izdavanja stručnih mišljenja na zahtjev Vlade, Sabora, ministarstava i drugih državnih tijela, lokalne i područne uprave, drugih organizacija, ili po službenoj dužnosti, na nacрте prijedloga propisa, ako smatra da isti neopravdano mogu negativno utjecati na tržišno natjecanje i stoga su u suprotnosti s općim interesom.

Isto tako, Agencija može razmatrati postojeće hrvatsko zakonodavstvo i postupanja, te na propuste koji se odnose na eventualne odredbe koje su u suprotnosti s pravilima tržišnog natjecanja i posljedice takvih pravila i djelovanja ukazati hrvatskoj Vladi ili drugim tijelima javne vlasti.

Konačno, Agencija u okviru svojih aktivnosti prati i istražuje određena tržišta. Riječ je o tržištima ili određenim sektorima koji ukazuju na moguće sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja, a Agencija po službenoj dužnosti vrši ispitivanje tih tržišta ili sektora s ciljem rješavanja tržišnih nedostataka i netržišnog ponašanja poduzetnika.

# Međunarodna suradnja

Agencija istodobno razvija međunarodnu suradnju na području prava tržišnog natjecanja, a u okviru međunarodno preuzetih obveza Republike Hrvatske.

U praksi to znači da se uska suradnja odvija s međunarodnim organizacijama za zaštitu tržišnog natjecanja, a za Agenciju to posebno u kontekstu započetog procesa pridruživanja Hrvatske EU znači usku suradnju s Europskom komisijom u Bruxellesu, tijelom Europske unije koje ima izvršnu ulogu u provedbi politike tržišnog natjecanja, a u cilju usklađivanja hrvatskog zakonodavstva u području tržišnog natjecanja, politike i prakse, s pravnom stečevinom (*acquis communautaire*) Europske zajednice.

Agencija je također aktivna u okviru SEECAN-a i ostalih foruma za suradnju tijela za zaštitu tržišnog natjecanja pod okriljem OECD-a i EU, kao i Međunarodne mreže za tržišno natjecanje (ICN), a bogata suradnja odvija se i na bilateralnoj osnovi s nemalim brojem tijela za zaštitu tržišnog natjecanja iz drugih zemalja.

# Nekoliko zlatnih pravila za poduzetnike

U svjetlu pravila o tržišnom natjecanju koja su regulirana hrvatskim zakonodavstvom na tom području, poduzetnicima se općenito može savjetovati sljedeće:

- Nikada ne dijelite tržišno osjetljive informacije sa svojim konkurentima. To se posebno odnosi na informacije o cijenama.
- Ako ste poduzetnik velike tržišne snage na hrvatskom tržištu, vaša je obveza da ne dopustite postupanja na tržištu koja bi dovela do smanjenja tržišnog natjecanja na tom tržištu.
- Imate li namjeru pripajanja ili spajanja i stjecanja kontrole ili prevladavajućeg utjecaja nad drugim poduzetnikom, razmotrite treba li namjeravanu koncentraciju prijaviti Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja na ocjenu dopuštenosti. Ako su ispunjeni uvjeti za prijavu koncentracije, razmotrite i mogućnost da provedba planirane koncentracije za posljedicu može imati položaj na tržištu koji će negativno utjecati na tržišno natjecanje na predmetnom tržištu.
- Ako ste na bilo koji način uključeni u postupak koji provodi Agencija, pozivate se da u tom postupku odgovorno sudjelujete.
- U slučajevima pravne nesigurnosti u odnosu na primjenu hrvatskog prava tržišnog natjecanja na određena postupanja na tržištu, potražite pravni savjet neovisnog stručnjaka.

# Glosar

## **Zlouporaba vladajućeg položaja**

Smatra se da je poduzetnik u vladajućem položaju na tržištu ako mu njegova tržišna snaga dopušta da se na tržištu ponaša neovisno od svojih konkurenata, kupaca/dobavljača i potrošača, te time sprječava učinkovito tržišno natjecanje na predmetnom tržištu. Isto se može odnositi i na više poduzetnika te je u tom slučaju riječ o zajedničkom vladajućem položaju poduzetnika na tržištu. Zlouporaba vladajućeg položaja je protutržišno ponašanje odnosno djelovanje kojim poduzetnik odnosno poduzetnici u vladajućem položaju zajednički nastoje taj položaj zadržati ili ojačati primjenom nedopuštenih sredstava, iskorištavanjem tog vladajućeg položaja, isključivanjem ostalih poduzetnika i posljedično, smanjenjem tržišnog natjecanja na predmetnom tržištu.

## **Kartel**

Kartel je sporazum sklopljen između međusobno neovisnih poduzetnika koji su najčešće i konkurenti na tržištu (riječ je o tzv. horizontalnom sporazumu), čiji je cilj utvrđivanje cijena, ili podjela tržišta, ili pak ograničavanje proizvodnje.

## **Koncentracija**

Koncentracija poduzetnika je, krajnje pojednostavljeno, spajanje dvaju ili više do toga trenutka pravno samostalnih poduzetnika u cilju jedinstvenog upravljanja i vođenja poslova, ili pak stjecanje kontrole odnosno prevladavajućeg utjecaja na način da jedan poduzetnik stekne većinski udjel u temeljnom kapitalu ili većinsko pravo glasa u drugom poduzetniku ili poduzetnicima, te time ostvaruje jedinstvenu kontrolu nad poslovanjem poduzetnika.

## **Potrošači**

Sa stajališta prava i politike tržišnog natjecanja, potrošači su zaštićeni, budući da je cilj gospodarstva koje se temelji na načelima tržišnog natjecanja stvoriti prednosti za potrošače. Narušavanje tržišnog natjecanja za posljedicu ima štetu za potrošače i stoga se u takvim slučajevima poduzimaju odgovarajuće zakonom uređene mjere protiv poduzetnika koji su uključeni u postupanja i djelovanja na tržištu koja su za posljedicu imala narušavanje tržišnog natjecanja (kao što su to sklapanje ograničavajućih sporazuma ili zlouporaba vladajućeg položaja), ili čije planirane aktivnosti (primjerice koncentracija) mogu dovesti do narušavanja tržišnog natjecanja na štetu potrošača. I sami podu-

zetcnici mogu biti potrošači, u slučajevima kada su krajnji korisnici određenih proizvoda ili usluga.

### **Distribucija**

Za potrebe prava i politike tržišnog natjecanja, pojam distribucije odnosi se na vertikalni sporazum zaključen između poduzetnika koji određenom robom ili uslugama opskrbljuje drugog poduzetnika u svrhu daljnje prodaje. To mogu biti ugovori o isključivoj distribuciji ili ugovori o selektivnoj distribuciji. Ugovorom o isključivoj distribuciji jedna se ugovorna strana (proizvođač, trgovac na veliko) obvezuje da će isključivo drugoj ugovornoj strani (prodavatelj, trgovac na malo) isporučivati određene proizvode radi daljnje prodaje na ugovorom točno utvrđenom području. Ugovorom o selektivnoj distribuciji dobavljač se obvezuje svoje proizvode isporučivati ograničenom broju trgovaca na veliko ili malo – ovlaštenih distributera. U slučaju navedenih ugovora, poduzetnik dobavljač može poduzetniku trgovcu nametati određena ograničenja koja za posljedicu mogu imati narušavanje tržišnog natjecanja, pa se ti sporazumi ocjenjuju uzimajući u obzir okolnosti i činjenice svakog pojedinačnog slučaja.

### **Izuzeće**

Izuzecom se uređuje mogućnost da se pojedini ograničavajući sporazumi poduzetnika izuzmu od opće zabrane koja obuhvaća sve sporazume koje sadrže ograničenja tržišnog natjecanja, bilo da se radi o pojedinačnom izuzeću odnosno odluci regulatornog tijela na temelju pojedinačne procjene, ili pak usklađenosti s podzakonskim aktima kojima se regulira tzv. skupno izuzeće za sve sporazume koji ispunjavaju propisane kriterije. Pritom je potrebno dokazati da pogodnosti i mjerljivi pozitivni učinci na tržišno natjecanje koji proizlaze iz tih sporazuma prevladavaju nad negativnim ograničavajućim učincima.

### **Horizontalni sporazumi**

Horizontalni sporazum je sporazum između dva ili više poduzetnika koji djeluju na istoj razini proizvodnje odnosno distribucije.

### **Zajednički pothvat**

Zajednički pothvat (*eng. joint venture*) predstavlja ugovorno udruživanje dvaju ili više poduzetnika koji ostaju neovisni pravni subjekti, a udružuju se samo na poslu u kojem imaju zajednički cilj i interes, primjerice u cilju istraživanja i razvoja. Takva suradnja ne mora, ali može za posljedicu imati narušavanje tržišnog natjecanja, ovisno o obliku te suradnje odnosno zajedničkog pothvata. Kada se radi o zajedničkom pothvatu koji na trajnijoj osnovi djeluje kao neovisan gos-

podarski subjekt, uzimajući u obzir njegove učinke, smatra se koncentracijom poduzetnika (*eng. full-function joint venture*).

### **Mjerodavno tržište**

Za potrebe prava i politike tržišnog natjecanja utvrđivanje mjerodavnog tržišta polazna je točka u svim analizama tržišnog natjecanja. Ono omogućuje izračunavanje tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na nekom tržištu pa je na taj način moguće utvrditi njihovu tržišnu snagu, odnosno dobiti odgovor na pitanje narušava li se tržišno natjecanje ili ne. Pojednostavljeno rečeno, utvrđivanjem mjerodavnog tržišta utvrđuju se i određuju granice i ograničenja tržišnog natjecanja koja utječu na djelovanje poduzetnika na nekom tržištu i koja sprječavaju te poduzetnike da se na tom tržištu ponašaju neovisno od pritiska konkurencije. Pri utvrđivanju mjerodavnog tržišta važno je odrediti njegovu proizvodnu dimenziju, odnosno procijeniti postoje li na tržištu zamjenski proizvodi odnosno usluge.

### **Poduzetnik**

U pravu i politici tržišnog natjecanja pod tim se pojmom podrazumijevaju svi oni subjekti (pravne i fizičke osobe, udruženja, državna tijela i dr. bez obzira na način financiranja), koji obavljajući neku gospodarsku djelatnost, makar i jednokratno sudjeluju u razmjeni robe i usluga.

### **Vertikalni sporazumi**

Vertikalni sporazum je sporazum između dva ili više poduzetnika koji djeluju na različitim razinama proizvodnje odnosno distribucije.

# Zakonodavstvo na području tržišnog natjecanja u Republici Hrvatskoj obuhvaća:

- Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja ("Narodne novine", br. 122/2003),
- Uredbu o načinu utvrđivanja mjerodavnog tržišta ("Narodne novine", br. 51/04),
- Uredbu o načinu prijave i kriterijima za ocjenu koncentracija poduzetnika ("Narodne novine", br. 51/04),
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma između poduzetnika koji ne djeluju na istoj razini proizvodnje, odnosno distribucije ("Narodne novine", br. 51/04),
- Uredbu o sporazumima male vrijednosti ("Narodne novine", br. 51/04),
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila ("Narodne novine", br. 105/04),
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma između poduzetnika koji djeluju na istoj razini proizvodnje, odnosno distribucije ("Narodne novine", br. 158/04),
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o prijenosu tehnologije ("Narodne novine", br. 2/2005) i
- Uredbu o skupnom izuzeću sporazuma o osiguranju ("Narodne novine", br. 54/2005).



Ova publikacija objavljena je uz podršku Europske unije. Za sadržaj publikacije odgovoran je jedino njezin autor, a sadržaj se ni na koji način ne može uzimati kao odraz gledišta Europske unije.