



AZTN ODLUČIO

Agrokora smije preuzeti Roto Dynamics

Agencija je zaključila da će provedbom koncentracije na tržištu distribucije alkoholnih i bezalkoholnih pića putem HoReCa kanala prodaje porasti tržišni udjel sudionika, ali to neće negativno utjecati na tržišno natjecanje

Vijeće Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) dopustilo je koncentraciju kojom Agrokora stječe kontrolu nad Roto Dynamicom, priopćeno je u srijedu iz te agencije. AZTN je zaključio da će provedbom koncentracije na tržištu distribucije alkoholnih i bezalkoholnih pića putem HoReCa kanala prodaje (hoteli, restorani, kafići), na području Republike Hrvatske porasti tržišni udjel sudionika koncentracije, ali da to neće negativno utjecati

na tržišno natjecanje.

Provedbom koncentracije neće ojačati postojeći ni biti stvoren novi vladajući položaj sudionika koncentracije na hrvatskom HoReCa tržištu jer će tržišni udjel Agrokora u HoReCa kanalu iznositi između 20 i 30 posto, navodi AZTN.

Zapreke ne postoje

Vodeći poduzetnik na tom tržištu i dalje ostaje Gastro grupa s udjelom između 30 i 40 posto, a između dva vodeća takmaca - Gastro grupe i Agrokora - jaki je konkurentski pritisak, ističe AZTN u svom priopćenju. AZTN je ustanovio i da zapreke pristupu tržištu ne postoje, da je tržište dobro strukturirano i da na njemu djeluje znatan broj konkurenata različite tržišne snage.

Riječ je o desetak većih poduzetnika s tržišnim udjelima koji se kreću od 1 do 10 posto te između 100 i 150 malih veletrgovaca, čiji je zajednički tržišni udjel gotovo osam posto. Agencija je posebno analizirala i moguće vertikalne učinke koncentracije na tržištima prodaje vode u bocama i vina budući da u sastavu Agrokora djeluje Jamnica, odnosno povezano poduzeće Agrokora vina.

U oba slučaja analiza je pokazala da koncentracija neće imati značajne vertikalne učinke.

Strukturirano tržište

Naime, kako se navodi u priopćenju, komercijalni uvjeti veleprodaje vode distributerima za HoReCa kanal jednaki su prema kupcima vode iz koncerna Agrokora i ostalim neovisnim kupcima. Također, pokazalo se da na potražnju za vodom utječu marketing i promocija proizvođača/uvoznika, kao i lojalnost potrošača/konzumenta određenoj proizvodnoj marki.

Kada je riječ o tržištu vina, vrijednosni udjel sudionika koncentracije kreće se između 15 i 25 posto, a tržište je dobro strukturirano, osobito po broju proizvođača i uvoznika vina. Koncentracija neće ugroziti opskrbu tržišta niti će imati značajnije učinke na tržištu prodaje vina, navodi se u priopćenju AZTN-a. H



TRŽIŠNI UDJEL Agrokora u HoReCa kanalu iznositi će između 20 i 30 posto

FOTOLIA