



rujan 2017.

SADRŽAJ

Rastom prihoda i preuzimanjima lokalni trgovci znatno aktivniji od nacionalnih

Godišnje izvješće AZTN-a za 2016. u Hrvatskom saboru

AZTN: Poziv korisnicima usluga ovlaštenih servisera

Seminar AZTN-a i FTC-a o primjeni ekonomskih alata u pravu tržišnog natjecanja

Odobrena koncentracija na tržištu poslovanja s građevinskim materijalima

Presuda Suda EU-a u predmetu Intel

Britanski CMA kaznio proizvođače palica za golf

Sud potvrdio da je Aspen imao prekomjerne cijene

AZTN: ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA TRGOVINE NA MALO U 2016. U REPUBLICI HRVATSKOJ

Rastom prihoda i preuzimanjima lokalni trgovci znatno aktivniji od nacionalnih

Usporavanje rasta prihoda od maloprodaje u 2016., uz određeni rast broja prodajnih mesta i broja prodajnih kvadrata, ukazuju na jačanje tržišnog natjecanja te, posredno, na pad cijena u maloprodaji za krajnje potrošače

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja provela je istraživanje tržišta distributivne trgovine mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj u 2016.

Istraživanje je provedeno na uzorku od ukupno 51 poduzetnika, koji po ostvarenim prihodima predstavljaju najznačajnije poduzetnike koji djeluju na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom.

Istraživanjem nisu obuhvaćeni trgovci koji tu djelatnost obavljaju temeljem Zakona o obrtu. Također, istraživanjem nisu obuhvaćena prodajna mjesta čija primarna djelatnost nije prodaja prehrabnenih proizvoda, primjerice, benzinske postaje ili drogerije te prodajna mjesta koja su specijalizirana za prodaju pojedi-

ne grupe prehrabnenih proizvoda (pekarnice, mesnice itd.).

Poduzetnici obuhvaćeni istraživanjem u 2016. godini ostvarili su prihod od 33,9 milijardi kuna što znači da je tržište trgovine na malo obilježio slabije izražen trend rasta u odnosu na godinu ranije. Rast prihoda imao je 31 poduzetnik, dok ih je 19 zabilježilo pad.

“Žilavost” manjih trgovaca

Djelatnost trgovine na malo u 2016. je obilježilo tek jedno manje preuzimanje izravnog konkurenta na tržištu, kojim je Lonia iz Kutine preuzela dodatnih 20 prodajnih mjesta Dinove-Dione, a najveća dinamika na tržištu se očitovala u preuzimanjima na regionalnim razinama i to uglavnom manjih lokalnih trgovaca. Tako su



Istarski supermarketi iz Poreča u 2016. od drugih trgovaca preuzele 28 prodajnih mjesta, Trgostil iz Donje Stubice preuzeo je osam prodajnih mjesta od Zaprešićanke i jednu od Dinove-Dione, Prehrana Trgovina je uzela u najam jednu trgovinu, Puljanka je zakupila tri samoposluge u Istarskoj županiji, Mlin i pekare iz Siska su preuzele pet prodajnih mjesta Papuka iz Našica i 13 od drugih manjih lokalnih trgovaca, dok je NTL d.o.o. preuzeo 16 prodajnih mjesta (većinom od fizičkih osoba, i manjih trgovaca na malopravnih osoba) itd.

Upravo zbog tih promjena neki su lokalni i regionalni trgovci imali rast prihoda zamjetno veći nego što su to zabilježili najveći trgovci iz „Top 10 trgovaca“. Istarskim supermarketima, primjerice, prihod je rastao više od

70 posto, trgovac Bure je imao preko 35 posto rasta, Strahinjčica i Lonia preko 10 posto, a NTL, Ribola i Mlin i pekare do 10 posto.

Time je nastavljen pozitivan trend iz prethodnog razdoblja, jer manji trgovci pokazuju „životnost“ te uspjevaju bilježiti rast u konkurentskom okružju.

To proizlazi iz pokazatelja trenda koncentriranosti tržišta. U 2016. godini je prvi puta nakon sedam godina zabilježen blagi pad pokazatelja koncentriranosti tržišta.

Tržišni udjeli deset najvećih poduzetnika prema ostvarenom prihodu u trgovini na malo u RH u 2016. godini:

Poduzetnik	Tržišni udio u 2016. (u %)
1. Konzum	20-30
2. Lidl	10-20
3. Plodine	5-10
4. Kaufland	5-10
5. Tommy	5-10
6. Spar	5-10
7. Billa	<5
8. Studenac	<5
9. KTC	<5
10. NTL	<5
Prvih 10 trgovaca:	preko 80
Zbirno 41 trgovac:	manje od 20

Izvor: AZTN

žišta temeljem ostvarenih tržišnih udjela prvih deset trgovaca na malo.

Tako CR10 iznosi 82,1 u usporedbi s 82,4 u prethodnoj godini. Također, taj trend pada proizlazi i u slučaju pokazatelja koncentriranosti prvih pet trgovaca na malo, budući da je CR5 iznosi 65,1, u odnosu na 65,3 u 2015. godini. Konkretno, prvih pet poduzetnika drži nešto manje od dvije trećine, a prvih deset poduzetnika nešto više od četiri petine ukupnog tržišta. Pokaza-

telji o usporavanju rasta prihoda od maloprodaje ostvareni u 2016., uzimajući istovremeno u obzir određeni rast parametara poput broja prodajnih mjesta i broja prodajnih kvadrata, ukazuju na jačanje tržišnog natjecanja te posredno na pad cijena u maloprodaji za krajnje potrošače.

“Top 10” najvećih trgovaca

Prvih deset trgovaca na malo (Konzum, Lidl, Plodine, Kaufland, Tommy, Spar, Billa, Studenac, KTC, NTL) u 2016. je imalo zbirni prihod od 27,85 milijardi kuna što u odnosu na 2015. nominalno predstavlja rast od 584 milijuna kuna odnosno 2,1 posto.

Poredak najvećih trgovaca je u 2016. isti kao godinu ranije. Međutim, s obzirom na rezultate poslovanja, došlo je do promjena u visini tržišnih udjela pa su, primjerice, Konzum i Plodine neznatno smanjili tržišni udio, dok su ih poduzetnici poput NTL-a, Lida i Kauflanda povečali.

Uz NTL koji je u grupi 10 najvećih trgovaca imao i najveći, gotovo dvoznamenasti rast prihoda, značajan rast prihoda imali su Lidl i Kaufland te, nešto manji, Studenac i Tommy. Istodobno, Konzum i Plodine po prvi puta bilježe blagi pad prihoda. Nastavak pada prihoda imala je i Billa.

S obzirom na rast prihoda svojih članica Kauflanda i Lida, Schwarz Grupa je neznatno po-

većala ukupni tržišni udio. Najveći poduzetnik u maloprodaji u 2016. godini bio je Konzum koji je neznatno smanjio prihod, pri čemu je u 2016. imao 61 prodajno mjesto odnosno oko 7 tisuća kvadratnih metara manje neto prodajne površine u odnosu na godinu ranije, što je svakako imalo utjecaja na smanjenje njegovog tržišnog udjela.

Lidl Hrvatska bilježi nastavak sedmogodišnjeg neprekinitog rasta prihoda te je u 2016. imao najveći nominalni rast od svih poduzetnika obuhvaćenih istraživanjem, premda i on bilježi usporavanje rasta. U usporedbi s 2015., Lidl je imao dva prodajna mesta više (ukupno 91), a povećao je i neto prodajnu površinu postojećih prodajnih mesta.

Riječke Plodine prvi puta bilježe blagi pad prihoda te, poslijedno, i blagi pad tržišnog udjela. Uslijed toga, kao i visokog rasta prihoda u 2016. godini, četvrti poduzetnik po ostvarenom prihodu - Kaufland – smanjio je razliku u odnosu na Plodine.

Peti po ostvarenom prihodu na mjerodavnom tržištu trgovine na malo je Tommy, no i on bilježi usporavanje rasta. I rast prihoda Spar je stalan, ali je u 2016. godini usporen u odnosu na prethodnu.

Međutim, koncem 2016. Spar je preuzeo Billu. Budući da je stvarno preuzimanje realizirano u lipnju 2017., ono će tek poka-

zati učinke na poslovanje Spara te na njegovu poziciju na listi 10 najvećih trgovaca. Billa je, pak, u 2016. imala najveći pad prihoda među trgovcima.

Od preostalih značajnijih trgovca u „Top deset“, Studenac je također usporio rast u odnosu na 2015. godinu, a već je navedeno da je, uz Istarske supermarketete, najveći rast prihoda maloprodaje ostvario NTL d.o.o.

Zagreb i šest županija - dvije trećine trgovine u RH

Kao i godinu ranije, najveći su prihodi iz maloprodaje u 2016. godini ostvareni u Gradu Zagrebu, ukupno 19 posto. Visoke udjele u maloprodaji imaju još Splitsko-dalmatinska (13,2 posto) Primorsko-goranska (9,1 posto), Istarska (7 posto), Zagrebačka (6,4 posto), Zadarska (6,2 posto) i Osječko-baranjska županija (5,1 posto).

Drugim riječima, u Gradu Zagrebu i navedenih šest županija ostvareno je dvije trećine od ukupnog prihoda u maloprodaji u Hrvatskoj u 2016. dok je u preostalih 14 županija ostvarena tek jedna trećina ukupnog prometa.

U Gradu Zagrebu, najvažnijem maloprodajnom tržištu u Hrvatskoj, ukupno ostvareni prihod kretao se na razini od 6,4 milijardi kuna.

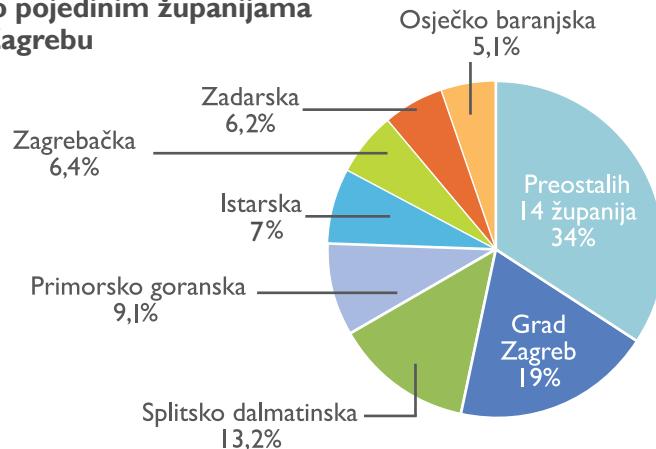
Nakon Zagreba, gradovi Rijeka, Split i Osijek su tri najznačajnija tržišta za maloprodaju u

Hrvatskoj. Zajedničko obilježje u sva tri grada je da su tržišni lideri Plodine, Tommy i Konzum, zadržali svoje pozicije, ali s nešto manjim tržišnim udjelom nego što su ga imali u 2015. godini, dok je najveće pomake na listi najznačajnijih trgovaca imao Lidl. U Rijeci je prestigao Brodokomer Novu na trećoj poziciji, a u Osijeku je prestigao Spar i Kaufland te s petog došao na treće mjesto. U Splitu je, međutim, Spar istisnuo Lidl s četvrte pozicije, dok je Ribola istisnula Kaufland s petog mjesto.

U Splitsko-dalmatinskoj županiji trgovci na malo su zajedno ostvarili ukupan prihod od 4,5 milijarde u odnosu na 4,3 milijarde kuna u 2015., a više od dvije milijarde prometa trgovci su još imali u četiri županije: Primorsko-goranskoj (nešto više od 3 milijardi kuna), Istarskoj (2,4 milijarde kuna), Zagrebačkoj (2,2 milijarde kuna) i Zadarskoj županiji (2,1 milijardi kuna).

U ukupno pet županija zabijeden je prihod između jedne i dvije milijarde kuna (Osječko-baranjska, Dubrovačko-neretvanska, Šibensko-kninska, Sisačko-moslavačka i Varaždinska županija), dok je u preostalih 10 županija prihod trgovaca bio manji od jedne milijarde kuna. I nadalje su Požeško-slavonska i Ličko-senjska županija jedine županije s ostvarenim prihodom manjim od 500 milijuna kuna. Kada je riječ o pozicijama

Struktura ukupno ostvarenog prihoda svih trgovaca na malo u 2016. po pojedinim županijama i Gradu Zagrebu



Izvor: podaci pribavljeni od sudionika mjerodavnog tržišta; obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

prva tri najveća trgovca u županijama, vrijedi istaknuti promjenu u Splitsko-dalmatinskoj županiji gdje je Tommy preuzeo drugu poziciju od Plodina, dok je u Si-

bensko-kninskoj na trećoj poziciji prestigao Lidl. Dok je Kaufland osnažio svoju poziciju te je i nadalje najveći trgovac na malo u Bjelovarsko-bilogorskoj i Brod-

! Istraživanje nije obuhvatilo obrtnike

Vezano za udjel malih prodavaonica i samoposluži u ukupno ostvarenom prihodu u maloprodaju, u obzir treba uzeti da je ova analiza izrađena temeljem uzorka u kojem nisu uključeni poduzetnici koji trgovinu na malo obavljaju temeljem Zakona o obrtu te maloprodajna mjesta u kojima prodaja hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo nije pretežita djelatnost (benzinske postaje, kiosci, drogerije, itd.). S obzirom da su prodajna mjesta trgovaca-obrtnika u pravilu male prodavaonice i samoposluži, u slučaju da su bili uključeni u istraživanje, zasigurno je da bi udjel malih prodavaonica i samoposluži bio veći u ukupno ostvarenom prihodu po pojedinom tipu prodajnog mjesata.

sko-posavskoj županiji, zanimljivo je da druga članica Schwarz grupe – Lidl, i dalje nije lider ni u jednoj županiji i Gradu Zagrebu, štoviše, nije čak niti na drugoj poziciji. No, u značajnijim županijama (Primorsko-goranska, Istarska i Zagrebačka) i Gradu Zagrebu drži poziciju trećeg tržišnog takmaka, dok je u nekoliko županija zabilježio pomak prestigavši, primjerice, Konzum na četvrtoj poziciji u Sisačko-moslavačkoj te K.T.C. na petom mjestu u Varaždinskoj županiji.

Zadarska županija je i dalje najizjednačenija u snazi poduzetnika jer nekoliko najjačih trgovaca u toj županiji ima vrlo slične tržišne udjele.

Raste promet u "trgovinama u susjedstvu"

Poduzetnici u uzorku su u odnosu na godinu ranije povečali broj maloprodajnih mjesta za dva posto (72 prodajna mjeseta više). Najviše je bilo novih malih prodavaonica (51), 16 supermarketata i četiri hipermarket. Izrazito dominira kupovina u prodajnim mjestima velikog formata u kojima je ostvareno 70 posto ukupnog prihoda. Tako je prodajom u supermarketima ostvareno 47 posto, a u hipermarketima 23 posto od ukupne prodaje. Uz manje oscilacije, riječ je o nastavku višegodišnjeg trenda.

Prihodi su rasli u sva četiri tipa prodajnog mjesata, a najviše –

pet posto - u malim prodavaonicama do 100 četvornih metara bez upotrebe potrošačkih košarica, kojih je i najviše u ukupnom broju prodajnih mjeseta. Supermarketi bilježe rast od tri posto, a hipermarketi dva posto u odnosu na prethodnu godinu.

Za razliku od 2015. godine u kojoj su najviše rasli prihodi hipermarketa, uočljiv je trend porasta prometa u prodavaonicama "u susjedstvu" koje su prvi izbor potrošača. U tom svijetu treba cijeniti i podatak da neto prodajna površina u 2016. godini bilježi trend rasta upravo u malim prodavaonicama i supermarketima, dok je pad zabilježen u samoposlužama i, nešto blaže, u hipermarketima.

Naime, u 2016. godini je ukupna neto prodajna površina za sva četiri tipa prodajnog mjesata povećana za 6.600 četvornih metara što predstavlja rast od 0,5 posto u odnosu na prethodnu. Od toga se 5.470 četvornih metara odnosi na supermarketete.

*Napomena: Agencija naglašava kako se podaci o ostvarenim prihodima odnose isključivo na prihode od prodaje mješovite robe, pretežno hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo, odnosno primarnih živežnih namirnica i higijenskih proizvoda za kućanstvo, a ne i na ostale proizvode (odjeća, obuća, bijela tehnika itd.) te da to utječe na interpretaciju trendova. a

Godišnje izvješće AZTN-a za 2016. u Hrvatskom saboru



Rok u kojem se uobičajeno ispunjava zakonska obveza ciljano je prolongiran jer Hrvatski sabor još nije raspravio Godišnje izvješće AZTN-a za 2015.

Agencija je podnijela Hrvatskom saboru Godišnje izvješće o radu Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja za 2016. godinu.

U radu Agencije u 2016., najviše je do izražaja došla njezina specifična zadaća proaktivnog promicanja prava i politike tržišnog natjecanja. Toj je aktivnosti Agencije cilj izgradnja kulture tržišnog natjecanja kod poduzetnika, potrošača, državne uprave i najšire javnosti te razvijanje svijesti o tome da svi hrvatski propisi moraju biti usklađeni s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja koji su prisilne naravi.

U tom kontekstu je i zakonska obveza Agencije da donosi mišljenja i očitovanja povodom upita državnih institucija, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te poduzetnika. AZTN je tako u 2016.

dono više od 100 mišljenja i očitovanja. Najveći rezultat i učinak u 2016. imala su ona mišljenja koje je Agencija donosila u prethodnim razdobljima temeljem analize postojećih propisa i preporuka za njihovo usklađivanje s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja.

Angažman u radnim skupinama za dva zakona

Tako su u 2016., nakon dugogodišnjeg angažmana Agencije u zagovaranju tržišnog natjecanja u tim područjima, najavljene aktivnosti u promjeni zakonskih propisa koje se odnose na tržište autoškola te promjene pro-

visa koje se odnose na regulaciju usluga auto taksi prijevoza. Kapacitete AZTN-a u 2016. u velikoj mjeri su okupirale i suradnje stručnjaka Agencije u radu na izradi dva zakonska prijedloga – Nacrta prijedloga Zakona o postupcima naknade štete zbog povrede prava tržišnog natjecanja i Nacrta prijedloga Zakona o zabrani nepoštenih trgovачkih praksi u lancu opskrbe hranom.

Oba su u javnom savjetovanju bila krajem 2016. Zakon o postupcima naknade štete zbog povrede prava tržišnog natjecanja usvojen je u Hrvatskom saboru u lipnju 2017., dok je Prijedlog Zakona o zabrani nepoštenih trgovачkih praksi u lancu opskrbe hranom u zakonodavnoj proceduri.

Angažman Agencije je bio osobito intenzivan i zahtjevan u postupku izrade Prijedloga

!

**U 2016. AZTN JE
DONIO VIŠE OD
100 MIŠLJENJA I
OČITOVARJA**

zakona o postupcima naknade štete zbog povreda prava tržišnog natjecanja, zato što je na temelju ovlasti koju mu je dalo Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta kao nositelj zakonskog prijedloga, AZTN formirao i vodio stručnu radnu skupinu za njegovu izradu.

U samoj završnici javnog savjetovanja, AZTN je u prosincu 2016., organizirao i Međunarodnu konferenciju „Prijenos Direktive o naknadi štete – kakva su očekivanja“, koja je okupila 100-tinjak domaćih i inozemnih stručnjaka (odvjetnika, sudaca, korporativnih pravnika i članova akademске zajednice).

Kada je riječ o angažmanu u izradi Nacrtu prijedloga Zakona o zabrani nepoštenih trgovačkih

**! STRUČNJACI AZTN-A
BILI SU ANGAŽIRANI
NA 2 ZAKONSKA
PRIJEDLOGA**

praksi u lancu opskrbe hranom, predstavnica Agencije je bila članica Povjerenstva za izradu toga zakona koje je osnovalo Ministarstvo poljoprivrede, a AZTN je u Nacrtu Zakona predložen kao institucija koja bi taj Zakon trebala provoditi.

U dijelu aktivnosti vezanih za promicanje tržišnog natjecanja, svakako je važno istaknuti kako je AZTN u prosincu 2016. godine priedio i tiskao te na svojim mrežnim stranicama

objavio Vodič za naručitelje u otkrivanju i prijavi kartela u javnoj nabavi.

Taj praktični priručnik naručiteljima u postupcima javne nabave na jednostavan način pomaže u prepoznavanju indica koje ukazuju na zabranjene dogovore (kartele) ponuditelja (bid-rigging) te ih upućuje kako o svojim sumnjama mogu obavijestiti AZTN.

AZTN ušao u Odbor OECD-a

U izvještajnoj godini je ostvaren i veliki iskorak u međunarodnoj suradnji, ne samo za Agenciju, nego i za Republiku Hrvatsku, jer je na poziv Organizacije za gospodarsku suradnju i razvitak (OECD), AZTN uključen u rad Odbora za tržišno natjecanje.

Postignuće je tim veće, ako se zna da je AZTN postao član spomenutog odbora na temelju rezultata rada i dugogodišnjih aktivnosti, iako Republika Hrvatska nije članica OECD-a, već je to kao cilj u budućem razdoblju potvrđio i predsjednik Vlade RH Andrej Plenković.

U međunarodne aktivnosti AZTN-a u 2016. godini također treba pribrojiti aktivno sudjelovanje u radu radnih skupina Europske mreže tijela za zaštitu tržišnog natjecanja (ECN) te Međunarodne mreže tijela nadležnih za zaštitu tržišnog natjecanja (ICN). a

! Statistika AZTN-a u 2016.
U 2016. godini Agencija je u provedbi Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (utvrđenja zabranjenih sporazuma između poduzetnika, zlouporabe vladajućeg položaja poduzetnika na tržištu i ocjene koncentracija poduzetnika) - riješila 641 predmet te je provela više od 60 ispitivanja stanja na različitim mjerodavnim tržištima. Taj obujam posla Agencija je u 2016. godini realizirala s 44 zaposlena. U 2016. Agencija je izrekla upravno-kaznenih

mjera u ukupnom iznosu od 1.592.000 kuna, što čini izravni prihod Državnog proračuna. Po prirodi svoje djelatnosti Agencija nema vlastitih prihoda već se financira isključivo iz Državnog proračuna. Planirana sredstva za obavljanje poslova iz djelokruga Agencije u Državnom proračunu za 2016. godinu iznosila su 10.343.072,00 kuna. Izvršenje rashoda iznosilo je 10.197.912,03 kuna što predstavlja 98,6 posto u odnosu na plan.

AZTN: Poziv korisnicima usluga ovlaštenih servisera

Popravci vozila koji nisu u jamstvu ne moraju se obavljati kod ovlaštenih servisera

**! DIJELOVI KOJI
NISU POKRIVENI
JAMSTVOM MOGU
SE SERVISIRATI I KOD
NEOVLAŠTENIH
SERVISERA BEZ
BOJAZNI DA ĆE SE
OSTATI BEZ VAŽEĆEG
JAMSTVA**

AZTN skreće pozornost na činjenicu da bi ugovori zaključeni između dobavljača/uvoznika i ovlaštenih servisera mogli biti u suprotnosti s člankom 8. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (ZZTN) koji uređuje zabranjene sporazume, ako se jamstvo proizvođača prema kupcu uvjetuje time da krajnji kupac popravke i održavanja koji nisu navedeni u jamstvu, mora obaviti unutar mreže ovlaštenih servisera.

Naime, obveza popravaka i održavanja dijelova motornih vozila koji su pokriveni jamstvom nije zabranjena, ali je zabranjeno uvjetovati da se popravci koji nisu obuhvaćeni jamstvom moraju obaviti u mreži ovlaštenih servisera.

Dakle, korisnici usluga servisiranja motornih vozila imaju mogućnost servisirati dijelove vozila koji nisu pokriveni jamstvom i kod neovlaštenih servisera bez bojazni da će ostati bez važećeg jamstva. To proizlazi iz kriterija iz pravne stečevine EU, odnosno točke 69. Obavijesti Komisije -

Dodatne smjernice o vertikalnim ograničenjima u sporazumima o prodaji i servisiranju motornih vozila i o distribuciji rezervnih dijelova za motorna vozila, koje Agencija primjenjuje u slučaju pravnih praznina ili dvojbi u tumačenju propisa.

Stoga Agencija poziva korisnike usluga servisiranja motornih vozila koji su se susreli s opisanim postupanjem da se obrate Agenciji ako su im ovlašteni serviseri uvjetovali da i popravke koji nisu obuhvaćeni jamstvom moraju obaviti kod ovlaštenih servisera kako bi zadržali jamstvo. a

Seminar AZTN-a i FTC-a o primjeni ekonomskih alata u pravu tržišnog natjecanja

Obrađeni su ekonomski aspekt definiranja mjerodavnog tržišta, utvrđivanja tržišne snage poduzetnika, pristupa tržištu i učinaka jednostranih postupanja, a analizirana je i sudska praksa kontrole odluka AZTN-a

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja i Savezna trgovinska komisije SAD-a (FTC) organizirali su u Zagrebu Deseti godišnji FTC seminar za jugoistočnu Europu o ekonomskim pitanjima u pravu tržišnog natjecanja. Seminar je održan 11. i 12. rujna 2017. u Ministarstvu gospodarstva, poduzetništva i obrta.

"Tema ovog dvodnevног seminara je izuzetno značajna - ekonomski aspekt i različita ekonomska pitanja koja se pojavljuju u pravu tržišnog natjecanja, naročito u kontroli koncentracija i utvrđivanja zlouporabe vladajućeg položaja koji traže detaljnije ekonomske analize. Takva, neposredna, interaktivna razmjena iskustava kroz izravne kontakte između stručnjaka neophodna je za stvaranje dobre i kredibilne prakse."

20 godina plodne suradnje
Želim naglasiti kako hrvatsku Agenciju i FTC povezuje gotovo dvadesetogodišnja plodna surad-



nja, još iz davne 1999., kada je Agencija tek započela svojim radom. U to smo vrijeme upravo od stručnjaka FTC-a stjecali prva znanja o pravu i politici tržišnog natjecanja. Na temelju bilateralne suradnje, FTC je Agenciji pružao dragocjenu tehničku i stručnu pomoć kroz sudjelovanje njihovih eksperata na seminarima i međunarodnim konferencijama u organizaciji Agencije, kroz edukaciju stručnjaka Agencije u sjedištu

FTC-a u Washingtonu i njegovom uredu u San Franciscu, ali i kroz pomoć u konkretnim predmetima. Iako to danas zvuči neverjetno, bilo je to vrijeme kada takvu pomoć nismo mogli dobiti od "Europske komisije" - istakao je u pozdravnom govoru Mladen Cerovac, predsjednik Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja te naglasio kako AZTN ove godine slavi 20 godina rada i danas ima uspostavljenu kredibilnu proved-

benu praksi potpuno usporedivu s tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja drugih članica Europske unije.

Kritički osvrt na sudsку praksu

Na seminaru su obrađeni ekonomski aspekt definiranja mjerodavnog tržišta, utvrđivanja tržišne snage poduzetnika koja se temelji na diskriminaciji u cijenama, pristupu tržištu, analize netipičnih tržišta i učinaka jednostranih postupanja, a analizirana je i sudska praksa u postupcima sudske kontrole odluka AZTN-a u predmetima kartela. Tom se temom u svojem izlaganju bavila prof. Jasminka Pecotić Kaufman, s Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Na temelju brojnih primjera odluka AZTN-a ona uspoređuje i kritički se osvrće na odluke nadležnog suda u vrijeme prije i nakon 1. listopada 2010., kada je Agencija konačno dobila ovlast izricanja upravno-kaznenih mjera. Prof. Pecotić Kaufman smatra da recentna sudska

Seminar za 40-tak stručnjaka

Predavanja na seminaru su održali ekonomisti FTC-ja Nathan Wilson, Ph.D., University of Michigan, i John Hilke, Ph.D., Cornell University. Oba govornika prezentirala su koncepte koji su se primjenjivali u analizi stvarnih predmeta u Sjedinjenim Američkim Državama. Seminaru je prisustvovalo 40-tak stručnjaka iz tijela za zaštitu tržišnog natjecanja.

praksa ne pokazuje razumijevanje odredaba prava tržišnog natjecanja i postupanja kojima se one krše, pa svojom analizom dovodi u pitanje učinkovitost provedbe ZZTN-a. Stoga poziva sud, uz svesrdnu pomoć AZTN-a, na modernizaciju tumačenja prava tržišnog natjecanja u svjetlu njegova razvoja na globalnoj razini. a

Odobrena koncentracija na tržištu poslovanja s građevinskim materijalima

Učinci koncentracije austrijskog Baumita i poduzetnika W&P poslovanje građevinskim materijalima u Hrvatskoj proizlaze iz preklapanja djelatnosti povezanih poduzetnika I.T.V., Baumit Croatia i Kema

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja odobrila je koncentraciju poduzetnika Baumit Beteiligungen, Austria (Baumit) i poduzetnika W&P poslovanje građevinskim materijalima, kojeg čini poduzetnik W&P Baustoffe, Austria (WOPB) te udjeli WOPB u drugim poduzetnicima, kao i pripadajuća prava na žigove i domene, osobito pravo na grupu žigova Baumit i Kema.

Koncentracija ima učinke na tržišta više europskih država. U Hrvatskoj, učinci koncentracije proizlaze iz preklapanja djelatnosti povezanih poduzetnika sudionika koncentracije sa sjedištem u Hrvatskoj. Konkretno je riječ o poduzetnicima I.T.V., Baumit Croatia i Kema.

Baumit jača tržišni položaj

Stoga će provedba koncentracije imati učinak na tržištu masa za ljepljenje i izravnavanje, tržištu pastoznih i suhih završnih prema-

za te na tržištu toplinskih izolacijskih cjelovitih sustava – ETICS. Na tim će tržištima koncentracija imati učinke na teritoriju cijele Hrvatske, dok će učinke na tržištu suhog građevinskog morta i žbuka za zidove i deke koncentracija imati učinak samo na području nekih hrvatskih regija.

Uz to, Baumit je u Hrvatskoj, putem povezanih poduzetnika Austroterm i Lovrenčić prisutan i na tržištu izolacijskih materijala i na tržištu maloprodaje građevinskih materijala.

Provđenom koncentracije, Baumit bi na tržištu suhog građevinskog morta neznatno ojačao svoj tržišni položaj, te bi na razini Hrvatske i na području pojedinih

hrvatskih regija ostvarivao tržišne udjele do 5 posto. Na tržištu žbuka za zidove i deke ojačao bi i ujednačio svoju tržišnu snagu, te bi na razini Hrvatske i na području pojedinih regija ostvarivao tržišne udjele od 10 do 20 posto. Nadalje, na tržištu masa za ljepljenje i izravnavanje, Baumit će nakon provedbe koncentracije biti vodeći tržišni takmac s tržišnim udjelom od 20 do 30 posto dok će na tržištu

pastoznih i suhih završnih prema-za, s tržišnim udjelom od 10 do 20 posto, zauzeti drugo mjesto u poretku tržišnih takmaka. Istu poziciju imat će i na tržištu toplinskih izolacijskih cjelovitih sustava – ETICS.

Veliiki broj konkurenata

Provđenom analizom AZTN je utvrđio da je na svim mjerodavnim tržištima prisutan veliki broj konku-

renata. Najznačajniji su ROFIX, Samoborka, Chromos, Svetlost i Beke-

ment. Nabrojani poduzetnici, ovisno o promatrano mjerodavnom tržištu, po-

jedinačno ostvaruju tržišne udjele od 10 do 20 posto. Sudionici koncentracije su vertikalno integrirani, ali razmjeri vertikalne integracije u

Hrvatskoj nisu značajni, čemu u prilog govori i činjenica da sudionici koncentracije značajan udio proizvoda nabavljaju i od neovisnih poduzetnika. Očekuje se da bi provedba koncentracije trebala imati pozitivne učinke na smanjenje troškova jer će ekonomija razmjera sudionicima omogućiti nabavu po povoljnijim uvjetima od onih koje su imali prije provedbe koncentracije. Imajući na umu činjenicu da je riječ o tržištu koje je dobro strukturirano s obzirom na broj konkurenata i njihovu tržišnu snagu, konkurentski pritisak bi u konačnici trebao dovesti do nižih cijena za krajnjeg kupca.

Na objavljeni javni poziv za podnošenje mišljenja i primjedbi na koncentraciju AZTN nije za-primio nijednu reakciju. Stoga je Agencija ocijenila da provedba koncentracija neće imati negativan učinak na tržišno natjecanje te je koncentraciju odobrila na prvoj razini. **a**



Presuda Suda EU-a u predmetu Intel

Presuda je donesena povodom žalbe američkog Intel-a koji je zahtijevao ukidanje presude Općeg suda EU-a iz 2014. Sud je tada odbio Intelovu tužbu za poništenje Odluke EK iz 2009. kojom su utvrđene dvije vrste Intelovih postupanja prema njegovim poslovnim partnerima: uvjetovani rabati i "neprikrivena ograničenja" s ciljem isključivanja konkurenta, s tržišta CPU-ova x86.

Prva su se sastojala od održavanja rabata proizvođačima informatičke opreme Dellu, Lenovu, HP-u, MSH-u i NEC-u, uz uvjet da od Intel-a kupuju sve ili gotovo sve svoje CPU-ove x86, a druga od održavanja plaćanja tim poduzetnicima kako bi oni odgodili, otkazali ili ograničili stavljanje na tržište određenih proizvoda opremljenih AMD-ovim CPU-ovima x86. EK je na temelju toga zaključila



Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
Savská cesta 41, 10000 Zagreb, Hrvatska,
tel.: +385 1 617 64 48, fax: +385 1 617 64 50,
www.aztn.hr, agencija.ztn@aztn.hr

da je između 2002. i 2007. godine postojala jedinstvena i trajna povreda članka 102. UFEU-a i Intelu izrekla novčanu kaznu od 1,06 milijardi eura. Intel je 2009. podnio tužbu Općem sudu koji je presudio da su odobreni rabati rabati za isključivost. Također, Opći je sud smatrao kako je EK u dovoljnoj mjeri dokazala mogućnost kojom se rabatima i plaćanjima za isključivost koje je Intel odobravao, ograničilo tržišno natjecanje.

Intel je protiv te presude podnio žalbu Sudu EU-a 2014., koji je u rujnu 2017. ukinuo pobijanu presudu, te je vratio Općem sudu na ponovno odlučivanje. Sav Suda EU je da je Opći sud u okviru ocjene mogućnosti spornih rabata da ograniče tržišno natjecanje pogriješio kad je propustio uzeti u obzir Intelovu argumentaciju kojom se nastojalo upozoriti na pogreške što ih je Komisija počinila u okviru testa AEC (mogućnost rabata da istisnu jednako učinkovitog konkurenta, eng. as efficient competitor test). **a**

Britanski CMA kaznio proizvođače palica za golf

Proizvođač golf palica Ping Europe kažnen je novčanom kaznom od 1,57 milijuna eura za postupanje kojim je sprječio dva trgovca na malo prodaji da on-line prodaju njegove palice za golf, usprkos tome što je zabранa on-line prodaje bila namijenjena promicanju njegovih usluga izrade opreme po narudžbi.

Britanski regulator započeo je istragu 2015., nakon prijave jednog prodavatelja na malo koji je tvrdio da ograničavajuće postupanje proizvođača Ping negativno utječe na njegov posao. U svojoj obrani Ping je istaknuo kako je ograničenje on-line trgovine imalo za cilj promicanje njegovih usluga izrade opreme po narudžbi u trgovinama.

Ovaj argument je britanska komisija donekle uvažila i izrekla nižu sankciju, međutim i napomenula kako je poduzetnik Ping ovaj cilj mogao ostvariti i manje otegotnim mjerama. **a**

Sud potvrdio da je Aspen imao prekomjerne cijene



Talijanski sud potvrdio je odluku talijanske agencije kojom je poduzetnik Aspen kažnen s pet milijuna eura zbog zlouporabe vladajućeg položaja te je podržao kriterije regulatora kojima je ocijenio da je poduzetnik nepravedno povisio cijene lijekova za liječenje raka.

Talijanska agencija smatra da je proizvođač lijekova povisio cijene određenih lijekova do 1500 posto i time prisilio talijanskog regulatora za lijekove da prihvati više cijene te zaprijetio da će povući lijekove iz Italije ukoliko regulator to odbije.

Sud je stava da bi time došlo do uskraćivanja liječenja i da Aspen nije trebao podizati cijene za lijekove nezaštićene patentima kako bi isplatio svoje ulaganje, te je potvrdio izračun kojim je utvrđeno da su cijene bile pretjerane. **a**

Odluke AZTN-a donesene u srpnju i kolovozu 2017.

- [HI Telekom i OT-Optima Telekom - ocjena koncentracije](#)

- [Hrvatski Telekom i OT-Optima Telekom - djelomično ukidanje rješenja AZTN-a](#)

- [Prijedlog Ugovora između Hrvatske radiotelevizije i Vlade Republike Hrvatske za razdoblje od 1.1.2018.- 31.12.2022. - Mišljenje](#)

- [Katian Knok, Zagreb i Uma FM d.o.o., Zagreb i Radio Croatia d.o.o., Zagreb - ocjena dopuštenosti koncentracije](#)

- [Baumit Beteiligungen GmbH \(BBG\), Austrija i dio udjela i imovine W&P Baustoffe GMBH,Austrija i Konoch, Kerm & Co. Kg.Austrija - ocjena dopuštenosti koncentracije](#)

- [Hrvoje Barišić / Antena FM d.o.o., Zagreb i Obiteljski radio d.o.o., Zagreb - ocjena dopuštenosti koncentracije](#)

Uredništvo:
Snježana Vujišić Sardelić, voditeljica
Odjela za komunikacije AZTN-a
snjezana.vujisic@aztn.hr

mr. sc. Branimira Kovačević, voditeljica
Odjela za međunarodnu i europsku suradnju
branimira.kovacevic@aztn.hr

Tatjana Jakovljević, samostalna savjetnica,
Odjel za komunikacije
tatjana.jakovljevic@aztn.hr

dr. sc. Mirta Kapural, dipl. iur, samostalna savjetnica,
Odjel za međunarodnu i europsku suradnju
mirta.kapural@aztn.hr

Mihovil Pavečić, struč. spec. oec., viši stručni referent,
Odjel za međunarodnu i europsku suradnju
mihovil.pavecic@aztn.hr