

Klasa: UP/I-030-02/2004-02/90
Urbroj: 580-02-05-41-109
Zagreb, 28. prosinca 2005.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja na temelju članka 34. i članka 57. stavak 4. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja («Narodne novine», broj 122/2003), u predmetu ocjene dopuštenosti koncentracije poduzetnika AGROKOR d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Trg Dražena Petrovića 3 i PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d., sa sjedištem u Vrbovcu, Zagrebačka 148, temeljem prijave namjere koncentracije koju je podnio poduzetnik AGROKOR d.d., zastupan po punomoćniku Tomislavu Lučiću, izvršnom potpredsjedniku za korporativne financije poduzetnika AGROKOR d.d., na temelju odluke Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja donesenoj na 52. sjednici, održanoj 28. prosinca 2005., donosi sljedeće

R J E Š E N J E

I. Ocjenjuje se uvjetno dopuštenom koncentracija poduzetnika AGROKOR d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Trg Dražena Petrovića 3 i PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d., sa sjedištem u Vrbovcu, Zagrebačka 148.

II. Utvrđuju se mjere i uvjeti koje su sudionici koncentracije dužni ispuniti kako bi se otklonili mogući učinci koncentracije koji mogu imati za posljedicu značajno sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja na mjerodavnim tržištima, te rokovi za njihovo ispunjenje, kako slijedi:

1. 1.) Nalaže se poduzetniku AGROKOR d.d. prodati, raskinuti ugovor o zakupu, odnosno prenijeti na drugog poduzetnika ili prenamijeniti maloprodajnu prodavaonicu mješovitom robom na području Zagrebačke županije, koju je provedbom predmetne koncentracije stekao od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.:

a) prodavaonica «Buban», Buban 10, Vrbovec.

Rok izvršenja: tri (3) mjeseca, računajući od 7. ožujka 2006. godine.

2.) Nalaže se poduzetniku AGROKOR d.d. prodati, raskinuti ugovore o zakupu, odnosno prenijeti na drugog poduzetnika ili prenamijeniti maloprodajne prodavaonice mješovitom robom na području Zagrebačke županije, koje koristi poduzetnik Konzum d.d., poduzetnik povezan s poduzetnikom AGROKOR d.d., i to:

- b) prodavaonica Lijevo Sredičko,
- c) prodavaonica Jastrebarsko, Kolodvorska 77a.

Rok izvršenja: tri (3) mjeseca, računajući od 7. ožujka 2006. godine.

3.) Nalaže se poduzetniku AGROKOR d.d. prodati, raskinuti ugovor o zakupu, odnosno prenijeti na drugog poduzetnika ili prenamijeniti maloprodajnu prodavaonicu mješovitom robom na području Varaždinske županije, koju je provedbom predmetne koncentracije stekao od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.:

- d) prodavaonica Varaždin, Miroslava Krleže b.b.

Rok izvršenja: tri (3) mjeseca, računajući od 7. ožujka 2006. godine.

2. Nalaže se poduzetniku AGROKOR d.d. prodati ili prenijeti prodavaonice iz točke II. stavak 1. podstavak 1. do 3. izreke ovog rješenja poduzetniku koji ima dovoljno financijskih sredstava i posjeduje odgovarajuće stručno znanje za održavanje postojeće djelatnosti, koji nije značajno kapitalno ili personalno povezan sa poduzetnikom AGROKOR d.d. kao i s njime povezanim poduzetnicima.

3. Nalaže se poduzetniku AGROKOR d.d. dostaviti Agenciji dokaz o ispunjenju mjere iz točke II. stavak 1. podstavak 1. do 3. izreke ovog rješenja.

Rok izvršenja: bez odgode, a najkasnije u roku od osam (8) dana od dana ispunjenja navedene mjere.

4. Nalaže se poduzetniku AGROKOR d.d. obveza ponude na policama u supermarketima i hipermarketima trgovačke mreže Konzum najmanje 25 posto proizvoda mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa, odnosno najmanje 20 posto proizvoda svježeg junećeg i svinjskog mesa drugih poduzetnika, tržišnih takmaca poduzetnika PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d. i drugih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor.

Navedeni postotak utvrđuje se u odnosu na ukupnu količinu navedenih vrsta proizvoda koje se prodaju u supermarketima i hipermarketima trgovačke mreže Konzum.

Trajanje mjere: tri (3) godine od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu.

5. Nalaže se sudionicima koncentracije obveza ponude u njihovoj veleprodaji najmanje 25 posto proizvoda mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa, odnosno najmanje 20 posto proizvoda svježeg junećeg i svinjskog mesa, tržišnih takmaca poduzetnika PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d. i drugih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor.

Navedeni postotak utvrđuje se u odnosu na ukupnu količinu navedenih vrsta proizvoda koje se prodaju u veleprodaji navedenih poduzetnika.

Trajanje mjere: tri (3) godine od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu.

6. Nalaže se poduzetniku Konzum d.d.- poduzetniku u sastavu koncerna Agrokor, obveza održavanja na snazi sporazuma koje je navedeni poduzetnik sklopio prije provedbe koncentracije sa kupcima u svojoj veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa proizvođača PIK VRBOVEC d.d.

Uvjeti prodaje, odnosno rokovi, uvjeti i način plaćanja iz predmetnih sporazuma, u bitnome moraju biti nediskriminirajući i transparentni za sve poduzetnike-kupce u veleprodaji.

U slučaju organizacijskih ili strukturnih promjena unutar koncerna Agrokor, ova obveza prelazi na pravnog sljednika poduzetnika Konzum d.d.

Trajanje mjere: jedna (1) godina od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu.

7. Nalaže se poduzetniku PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d. obveza održavanja na snazi sporazuma koje je navedeni poduzetnik sklopio prije provedbe koncentracije sa kupcima u njegovoj veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa.

Uvjeti prodaje, odnosno rokovi, uvjeti i način plaćanja iz predmetnih sporazuma, u bitnome moraju biti nediskriminirajući i transparentni za sve poduzetnike-kupce u veleprodaji.

U slučaju organizacijskih ili strukturnih promjena unutar koncerna Agrokor, ova obveza prelazi na pravnog sljednika poduzetnika PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d.

Trajanje mjere: jedna (1) godina od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu.

8. Nalaže se poduzetniku AGROKOR d.d. obveza imenovanja revizora, uz prethodnu suglasnost Agencije o odabiru istog, koji nije ni personalno niti kapitalno povezan sa poduzetnicima u sastavu koncerna Agrokor, koji će obavljati poslove izvještavanja o provedbi mjera za otklanjanje mogućih negativnih učinaka predmetne koncentracije, iz točke II. stavak 4. do 7. izreke ovog rješenja, te o tome izvještavati Agenciju.

Rok izvršenja: dva (2) mjeseca od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu. Troškove izbora i obavljanja navedenih poslova revizije snosi poduzetnik AGROKOR d.d.

III. Poduzetnik AGROKOR d.d. obveznik je plaćanja upravne pristojbe u iznosu od 160.000,00 kuna u korist Državnog proračuna Republike Hrvatske.

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

IV. Ovo rješenje bit će objavljeno u "Narodnim novinama".

O b r a z l o ž e n j e

1. Prijava namjere koncentracije poduzetnika

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Agencija) je 20. prosinca 2004. zaprimila podnesak poduzetnika AGROKOR d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Trg Dražena Petrovića 3 (dalje: AGROKOR d.d.), kojim se Agencija obavještava da je poduzetnik AGROKOR d.d. 15. prosinca 2004. uputio Hrvatskom fondu za privatizaciju (dalje: HFP) ponudu za kupnju dionica poduzetnika PIK VRBOVEC – MESNA INDUSTRIJA d.d., sa sjedištem u Vrbovcu, Zagrebačka 148 (dalje: PIK VRBOVEC d.d.).

U istom se podnesku nadalje navodi da se poduzetnik AGROKOR d.d. obvezuje, u slučaju prihvaćanja njegove ponude od strane HFP-a, prema kojoj bi poduzetnik AGROKOR d.d. stekao većinski udjel, odnosno 99,76 posto udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., prijaviti namjeru predmetne koncentracije poduzetnika Agenciji, sukladno propisima o zaštiti tržišnog natjecanja.

Naime, Vlada Republike Hrvatske je na svojoj sjednici, održanoj 22. srpnja 2004., donijela Odluku o privatizaciji poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., klasa: 432-02/03-03/35, urbroj: 5030120-04-1, te nastavno, na svojoj sjednici, održanoj 18. studenoga 2004., donijela Odluku o izmjeni Odluke o privatizaciji poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., klasa: 432-02/03-03/35, urbroj: 5030120-04-3.

Poduzetnik AGROKOR d.d. je 15. prosinca 2004. uputio HFP-u ponudu za kupnju dionica poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

Vlada Republike Hrvatske je na svojoj sjednici, održanoj 20. siječnja 2005., donijela Odluku o prodaji dionica poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., klasa: 432-02/03-03/35, urbroj: 5030120-05-1, kojom se prihvaća ponuda poduzetnika AGROKOR d.d.

Temeljem navedene Odluke Vlade Republike Hrvatske, 7. ožujka 2005. godine, sklopljen je Ugovor o prodaji i prijenosu dionica poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec, broj: 3100928/9000, između HFP-a, Zagreb, Ivana Lučića 6, Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje, Ministarstva financija RH, Ministarstva gospodarstva -

Ravnateljstva za robne rezerve, Ministarstva poljoprivrede i šumarstva, Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, Hrvatskih voda i Hrvatskih šuma, svih zastupanih po HFP-u, prema javno ovjerenim suglasnostima za prodaju i prijenos dionica i poduzetnika AGROKOR d.d., poslovni broj: OV-1494/05.

Slijedom navedenog, poduzetnik AGROKOR d.d. (podnositelj prijave) je 22. ožujka 2005. dostavio Agenciji prijavu namjere koncentracije poduzetnika AGROKOR d.d. i PIK VRBOVEC d.d.

Budući da je dostavljena prijava namjere koncentracije poduzetnika (dalje: prijava namjere koncentracije) bila nepotpuna, u smislu članka 11. i članka 13. Uredbe o načinu prijave i kriterijima za ocjenu koncentracija poduzetnika («Narodne novine», broj 51/04; dalje: Uredba o koncentracijama), Agencija je zatražila dopunu iste.

Poduzetnik AGROKOR d.d. je podnescima od 12. travnja 2005., zaprimljenog u Agenciji istog dana, od 19. travnja 2005., zaprimljenog u Agenciji 21. travnja 2005. i od 31. svibnja 2005., zaprimljenog u Agenciji 3. lipnja 2005. dopunio prijavu namjere koncentracije.

Posljednja dopuna prijave namjere koncentracije zaprimljena je 3. lipnja 2005., stoga se, u smislu članka 45. stavka 3. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja («Narodne novine» broj 122/2003), navedeni dan smatra danom podnošenja potpune prijave koncentracije, o čemu je Agencija izdala pisanu potvrdu, klasa: UP/I-030-02/2004-01/90, urbroj: 580-02-05-12-40, od 3. lipnja 2005., u obliku propisanom člankom 18. Uredbe o koncentracijama.

2. Pravni okvir ocjene koncentracije

2. 1. Zakonodavni okvir

Agencija je u provedbi postupka ocjene koncentracije primijenila odredbe Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja («Narodne novine», broj 122/03; dalje: ZZTN), Uredbu o načinu utvrđivanja mjerodavnog tržišta («Narodne novine», broj 51/2004; dalje: Uredba o mjerodavnom tržištu) i Uredbu o načinu prijave i kriterijima za ocjenu koncentracija poduzetnika («Narodne novine», broj 51/04; dalje: Uredba o koncentracijama). U dijelu upravnog postupka pred Agencijom, koji nije propisan odredbama ZZTN kao posebnog zakona, primijenjene su odredbe Zakona o općem upravnom postupku («Narodne novine», broj 53/91 i 103/96; dalje: ZoUP).

2. 2. Primjena kriterija i standarda Europske unije

Agencija je, sukladno odredbama ZZTN, pri ocjeni je li u konkretnom slučaju riječ o koncentraciji poduzetnika u smislu odredaba ZZTN, te u ocjeni učinaka koncentracije i odgovarajućih mjera za uklanjanje njenih protutržišnih učinaka, u dijelu u kojem to nije uređeno hrvatskim propisima, na odgovarajući način primjenjivala kriterije i standarde poredbenog prava Europske zajednice (dalje: EZ). Naime, člankom 35. stavkom 3. ZZTN utvrđeno je da Agencija u ocjeni svih oblika sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja koji mogu utjecati na trgovinu između Republike Hrvatske i Europskih zajednica, 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; dalje: SSP) primjenjuje na odgovarajući način kriterije koji proizlaze iz pravilne primjene pravila o tržišnom natjecanju u EZ.

Slijedom navedenoga, Agencija je u predmetnom slučaju naročito koristila standarde i kriterije iz sljedećih akata:

- i) Uredba Vijeća broj 139/2004 o kontroli koncentracija između poduzetnika (*EC Merger Regulation*, OJ 2004/L 24/1) i Uredba Komisije broj 802/2004 kojom se provodi Uredba Vijeća br. 139/2004 o kontroli koncentracija poduzetnika (OJ L 133, od 30. travnja 2004.),
- ii) Obavijest Komisije o konceptu koncentracije poduzetnika (*Commission Notice on the Concept of Concentration*; OJ C 66, od 2. ožujka 1998.),
- iii) Smjernice za ocjenu horizontalnih koncentracija (*Guidelines on the Assessment of Horizontal Mergers*; OJ 2004/C 31/03),
- iv) Obavijest o ograničenjima koja su neophodna i izravno se odnose na koncentracije (*Notice on Restrictions Directly Related and Necessary to Concentrations*; OJ 2001/C 188/03),
- v) Obavijest Komisije o prihvatljivim mjerama za restrukturiranje koncentracija poduzetnika (*Commission notice on remedies acceptable*; OJ C 68).

U svrhu provođenja sveobuhvatne ekonomske i pravne analize, te određivanja odgovarajućih mjera za uklanjanje mogućih negativnih učinaka nastalih provedbom koncentracije Agencija se, temeljem odredaba članka 35. stavak 3. ZZTN, vodila komparativnom praksom Europske komisije i zemalja članica EU. U tu svrhu Agencija je provela analizu relevantne prakse Europske komisije i odgovarajuće komparativne prakse europskih zemalja u provedbi prava i politike tržišnog natjecanja. Kontaktiran je veći broj europskih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja radi prikupljanja podataka o primjerima vertikalnih koncentracija poduzetnika sa horizontalnim učincima na mjerodavnom tržištu. Navedenu analizu Agencija je provela kako bi utvrdila prihvatljive mjere koje su navedena tijela primjenjivala u sličnim slučajevima uvjetno dopuštenih koncentracija. Agencija je zaprimila odgovore od sljedećih zemalja: Austrije, Bugarske, Republike Češke, Danske, Finske, Francuske, Litve, Mađarske, Nizozemske, Njemačke, Poljske, Slovenije, Švedske, Švicarske i Velike Britanije.

3. Pravni temelj koncentracije

Pravni temelj koncentracije predstavlja Ugovor o prodaji i prijenosu dionica poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec, broj: 3100928/9000, koji je sklopljen 7. ožujka 2005. godine, u Zagrebu, između HFP-a, Zagreb, Ivana Lučića 6, zastupanog po predsjedniku HFP-a, Damiru Ostoviću, Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje, Ministarstva financija RH, Ministarstva gospodarstva - Ravnateljstva za robne rezerve, Ministarstva poljoprivrede i šumarstva, Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, Hrvatskih voda i Hrvatskih šuma, svih zastupanih po HFP-u, prema javno ovjerenim suglasnostima za prodaju i prijenos dionica i poduzetnika AGROKOR d.d., poslovni broj: OV-1494/05 (dalje: Ugovor).

Navedenim Ugovorom prodavatelj prodaje i prenosi sveukupno 6.348.635 dionica imatelja: HFP, HZMO, Ministarstva financija RH, Ministarstva gospodarstva RH, Ministarstva poljoprivrede i šumarstva RH, Hrvatskog zavoda za zapošljavanje,

Hrvatskih voda, Hrvatskih šuma, što čini 99,76 posto vrijednosti temeljnog kapitala poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

Struktura imatelja udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika PIK VRBOVEC – MESNA INDUSTRIJA d.d. nakon provedbe koncentracije:

	AGROKOR d.d.	99,76 posto
	ostali, mali dioničari	0,24 posto
ukupno:		100,00 posto

Ugovorom je poduzetnik AGROKOR d.d. preuzeo obvezu ulaganja u iznosu od 60.000.000,00 kuna u razdoblju od pet (5) godina, sukladno Programu razvoja i ulaganja u poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. Stoga je, uz ponudu za kupnju dostavljen i Poslovni plan poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. u sljedećih pet (5) godina od preuzimanja.

4. Pravni oblik koncentracije

Pravni oblik koncentracije je stjecanje kontrole poduzetnika AGROKOR d.d. nad poduzetnikom PIK VRBOVEC d.d. i to stjecanjem većinskog udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., u smislu članka 19. stavak 1. točka 2. ZZTN.

5. O poduzetnicima – sudionicima koncentracije

Poduzetnik AGROKOR d.d. kao stjecatelj 99,76 posto udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. stječe kontrolu nad navedenim poduzetnikom.

5. 1. AGROKOR d.d.

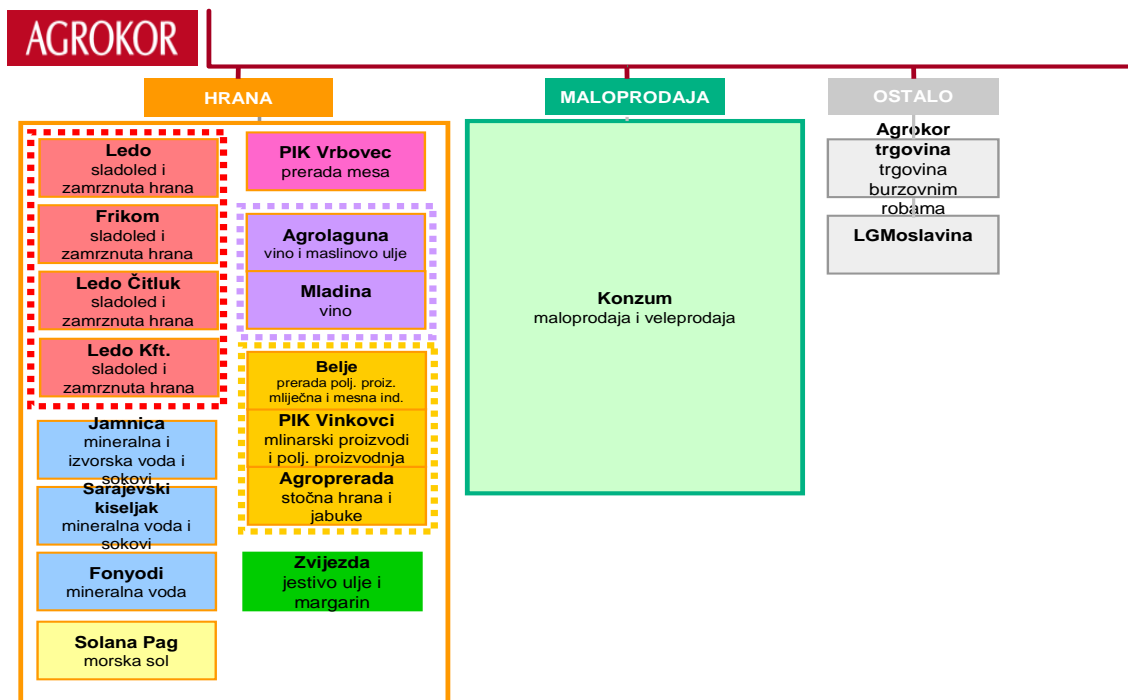
AGROKOR koncern za upravljanje društvima, proizvodnju i trgovinu poljoprivrednim proizvodima, dioničko društvo, koji je upisan u registar kod Trgovačkog suda u Zagrebu, temeljem rješenja pod poslovnim brojem: Tt-95/6748-2 od 8. prosinca 1995. godine s matičnim brojem subjekta upisa: 080020970, sa sjedištem poduzetnika u Zagrebu, Trg Dražena Petrovića 3, registriran je za velik broj djelatnosti, i to: uzgoj usjeva, vrtnog i ukrasnog bilja, uzgoj stoke, peradi i ostalih životinja, šumarstvo i šumarske usluge, proizvodnja hrane i pića, proizvodnja stočne hrane, trgovina motornim vozilima, popravak motornih vozila, trgovina na veliko i posredovanje u trgovini, trgovina na malo u nespecializiranim prodavaonicama, trgovina na malo medicinskim i ortopedskim proizvodima, trgovina na malo tekstilom, trgovina na malo namještajem, drugim proizvodima za kućanstvo, trgovina na malo električnim aparatima za kućanstvo, mjenjački poslovi, trgovina na malo knjigama i papirnatom robom, prijevoz robe (tereta) cestom, skladištenje robe, promidžba (reklama i propaganda) i upravljanje holding društvima.

Poduzetnik AGROKOR d.d. je 1996. godine djelatnost trgovine poljoprivrednim proizvodima prenio na poduzetnika Agrokor Trgovina d.d. Zagreb. Od 1998. godine

poduzetnik AGROKOR d.d. obavlja isključivo djelatnost upravljanja poduzetnicima u sastavu navedenog koncerna.

Poslovanje AGROKOR koncerna čine tri poslovne grupe: poslovna grupa hrana, poslovna grupa maloprodaja i ostale djelatnosti, kao što je prikazano na sljedećoj slici:

Slika 1. Prikaz organizacijske strukture AGROKOR d.d. koncerna:



Izvor: prijava koncentracije poduzetnika
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Koncern je jedan od oblika povezanih trgovačkih društava koji čine i društvo koje u drugom društvu ima većinski udjel, zatim vladajuće i ovisno društvo, društva sa uzajamnim udjelima ali i društva povezana poduzetničkim ugovorima. Koncern čini vladajuće društvo, a u predmetnoj koncentraciji to je poduzetnik AGROKOR d.d., te jedno ili više ovisnih društava objedinjenih jedinstvenim vođenjem od strane vladajućeg društva. Pojedinačna društva su društva u sastavu koncerna.

5.1.a. Udjeli poduzetnika AGROKOR d.d. u drugim poduzetnicima

U cilju sveobuhvatnosti i cjelovitosti analize Agencija je istražila kapitalnu povezanost sudionika predmetne koncentracije, kako na tržištima čija je djelatnost vezana uz djelatnost poduzetnika sudionika koncentracija, tako i na tržištima koja nisu srodna.

Utvrđeno je da poduzetnik AGROKOR d.d., na dan 31. prosinca 2004., ima 10 posto ili više udjela u temeljnom kapitalu sljedećih poduzetnika i to:

u Republici Hrvatskoj:

- Kreditna banka Zagreb d.d. – bankarska djelatnost,
- RTL Hrvatska d.o.o.– djelatnost televizije,
- Investco vrijednosnice d.o.o. – posredovanje u poslovanju na financijskim tržištima,

u inozemstvu:

- Agrokor-Zagreb d.o.o., Bosna i Hercegovina – zastupstvo, posredovanje u trgovini, uvoz-izvoz
- Agrokor AG, Švicarska – zastupstvo, posredovanje u trgovini, trgovina burzovnim robama.
- Trgovačko poduzeće Distributivni centar Sarajevo -veleprodaja

Uvidom u izjave koje je poduzetnik AGROKOR d.d. dao medijima, objavljene 1. rujna 2005. u Poslovnim novinama i 12. rujna 2005. u Večernjem listu, utvrđeno je da je poduzetnik AGROKOR d.d., slijedeći korporativnu strategiju prodora u ostale države regije, zainteresiran za gradnju velikog Konzumovog trgovačkog centra (megamarket) u Podgorici, Crna Gora, te da je stekao većinski udjel u najvećoj tvornici ulja na području Srbije i Crne Gore – Dijamant iz Zrenjanina, Vojvodina.

Poduzetnici članovi Agrokor koncerna na dan 31. prosinca 2004. imatelji su 10 posto ili više udjela u temeljnom kapitalu sljedećih poduzetnika (svi u Republici Hrvatskoj):

- Centropromet d.d. (većinski udjel drži Konzum d.d.) – trgovina na malo neprehrambenim proizvodima i poslovanje nekretninama,
- Irida d.o.o. (većinski udjel drži Ledo d.d.) – proizvodnja smrznute ribe,
- Japetić d.d. (većinski udjel drži Konzum d.d.) – trgovina na malo mješovitom robom u nespecijaliziranim prodavaonicama,
- Mediator d.o.o. (većinski udjel drži Konzum d.d.) – trgovina na malo mješovitom robom u nespecijaliziranim prodavaonicama,
- Riječka tvornica konopa d.d. (većinski udjel drži Konzum d.d.) – proizvodnja konopa,
- Sojara d.d. (većinski udjel drži Zvijezda d.d.) - prerada soje,
- Zvijezda - Distribucijski Centar d.o.o. (većinski udjel drži Konzum d.d.) – uzgoj žitarica, proizvodnja stočne hrane te kupnja i prodaja robe,
- Kreditna banka Zagreb d.d. (udjel drže Agroprerada d.d., Jamnica d.d., Konzum d.d., Ledo d.d., Lovno gospodarstvo Moslavina d.o.o., Solana Pag d.d. i Zvijezda d.d.) – bankarska djelatnost

5.1.b Posebno o poduzetnicima Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar i Konzum d.d., Zagreb-poduzetnicima u sastavu koncerna AGROKOR

Ugovorom o pripajanju od 7. listopada 2004. poduzetniku Centropromet d.d., u kojem je imatelj većinskog udjela u temeljnom kapitalu poduzetnik Konzum d.d., pripojen je poduzetnik Bjelovarska industrija mesa d.o.o., sa sjedištem u Bjelovaru, Male Sredice b.b. (dalje: BIM d.o.o.).

Proizvodnja mesa i mesnih prerađevina koju je obavljao poduzetnik BIM d.o.o. je ugašena krajem 2004., te se danas u poslovnim prostorima bivšeg BIM -a obavlja isključivo pakiranje svježeg mesa koje se kupuje od poduzetnika PIK Vrbovec d.d., a distribuira u maloprodajnim prostorima poduzetnika Konzum d.d. i s njime povezanih poduzetnika.

Glavnina distribucije proizvoda poduzetnika povezanih sa poduzetnikom AGROKOR d.d. u trgovini na malo odvija se putem poduzetnika Konzum d.d. koji je sastavni dio poslovne grupe Maloprodaja koncerna AGROKOR.

Poduzetnik Konzum d.d., upisan u registar Trgovačkog suda u Zagrebu, pod MBS 080000926, registriran je za velik broj djelatnosti, i to građevinarstvo, trgovina motornim vozilima; popravak motornih vozila, trgovina na veliko i posredovanje u trgovini, trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama, trgovina na malo živežnim namirnicama u specijaliziranim prodavaonicama, trgovina na malo medicinskim i ortopedskim proizvodima, ugostiteljstvo, prijevoz robe (tereta) cestom, djelatnost putničkih agencija i turoperatora, poslovanje nekretninama, iznajmljivanje automobila, promidžba (reklama i propaganda), uzgoj stoke, peradi i ostalih životinja, proizvodnja ostalih prehrambenih proizvoda.

Osnovna djelatnost poduzetnika Konzum d.d. je trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama, koju obavlja u 503 maloprodajna mjesta, u vlasništvu ili zakupu, te je, prema ukupnom prihodu u posljednje dvije godine najveći poduzetnik koji se bavi navedenom djelatnošću na području Republike Hrvatske.

Prodavaonice Konzuma d.d. razvrstane su u tri kategorije:

- male prodavaonice Konzum – prodavaonice za svakodnevnu kupnju,
- Konzum maxi - prodavaonice srednje veličine, te
- Super Konzum - prodavaonice čije su površine veće od 1000 m² i namijenjene su za velike tjedne obiteljske kupovine.

Podaci prikupljeni u srpnju 2004. pokazuju da je poduzetnik Konzum d.d. stjecanjem većinskih udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika koji obavljaju djelatnost trgovine na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama u Republici Hrvatskoj, kao i temeljem ugovora o zakupu prodajnih mjesta takvih poduzetnika, od 2002. značajno proširio svoju maloprodajnu mrežu na sve županije Republike Hrvatske, izuzev područja Požeško – slavonske, Virovitičko - podravske, Ličko - senjske i Karlovačke županije.

Međutim, poduzetnik AGROKOR d.d. je u dopisu od 21. lipnja 2005., koji je zaprimljen u Agenciji 28. lipnja 2005., između ostalog naveo da je poduzetnik Konzum d.d. u međuvremenu otvorio nove prodavaonice i to u Karlovačkoj, Požeško - slavonskoj i Ličko - senjskoj županiji, te da isti nema prodavaonica u Virovitičko - podravskoj županiji.

Nadalje, koncern Agrokor razvio je mrežu trgovine na veliko, rasprostranjenu na cijelom području Republike Hrvatske, koju prema podacima na dan 31. prosinca 2004. čine distributivni centri poduzetnika Konzum d.d. smještenih u Splitu, Zagrebu, Rijeci i Osijeku, kao i 11 veleprodajnih Velpro centara.

Proizvodi trgovačkog znaka Rial su Konzumovi proizvodi namijenjeni kupcima na veliko. Razvija se u protekle tri godine u cilju ponude kvalitetnih artikala po pristupačnim cijenama. Više od 150 proizvoda trgovačkog znaka Rial pokriva gotovo sve značajnije grupe prehrambenih proizvoda i to mliječne proizvode, zimnicu i konzervirano povrće, svježe meso, voće i povrće, suhomesnate proizvode, tjesteninu, rižu, voćne sirupe, kekse, kao i brojne neprehrambene proizvode i to papirne proizvode, deterdžente, sredstva za čišćenje, sredstva za osobnu higijenu i ostale kućne potrepštine.

Poduzetnik Konzum d.d. obavlja djelatnost trgovine na veliko mješovitom robom putem centara «VELPRO», koji su usmjereni prvenstveno na zadovoljavanje potreba maloprodajnih mjesta poduzetnika. Velpro u Hrvatskoj obuhvaća 11 veleprodajnih centara smještenih u Zagrebu, Varaždinu, Rijeci, Poreču, Zadru, Šibeniku, Splitu, Sinju, Osijeku, a uskoro i u Dubrovniku.

Velpro centri su namijenjeni pravnim osobama i obrtnicima koji na jednom mjestu mogu obaviti cjelokupnu opskrbu za potrebe vlastitog poslovanja. Izuzetak je VELPRO Osijek *cash & carry* centra koji, uz veleprodaju, djeluje i kao maloprodajno mjesto tj. omogućuje kupnju i fizičkim osobama odnosno krajnjim potrošačima.

Asortiman Velpro centara sastoji se od 14.000 prehrambenih i neprehrambenih artikala. U asortimanu, koji se svakodnevno nadopunjuje novim proizvodima na tržištu, nalazi se široka paleta domaćih proizvoda, proizvoda trgovačkog znaka Rial te proizvoda drugih, regionalnih i svjetskih proizvođača.

Uvidom u strukturu ukupnog prihoda poduzetnika Konzum d.d. u 2004. godini utvrđeno je da su ostvareni prihodi od trgovine na malo mješovitom robom u iznosu od 4.656.605.170,00 kuna, što čini 62 posto ukupnih prihoda, dok ostvareni prihodi od veleprodaje mješovite robe u iznosu od 2.262.290.090,00 kuna čine 31 posto ukupnog prihoda.

5.2. PIK VRBOVEC d.d.

Poduzetnik PIK VRBOVEC - MESNA INDUSTRIJA, dioničko društvo za proizvodnju i promet mesa i mesnih prerađevina upisan je u registar kod Trgovačkog suda u Zagrebu, s matičnim brojem subjekta upisa: 080025974. Sjedište navedenog poduzetnika je u Vrbovcu, Zagrebačka 148. Poduzetnik je registriran za velik broj djelatnosti, i to: uzgoj usjeva, vrtnog i ukrasnog bilja, uzgoj stoke, peradi i ostalih životinja, usluge u poljoprivredi, osim veterinarskih, ribarstvo, proizvodnju i preradu konz. mesa i mesnih proizvoda, preradu i konzerviranje voća i povrća, proizvodnju biljnih i životinjskih ulja i masti, proizvodnju hrane za životinje, proizvodnju pića, trgovinu motornim vozilima, prekrcaj tereta i skladištenje, financijsko davanje u zakup (*leasing*), poslovanje vlastitim nekretninama, obradu podataka, promidžbu (reklama i propaganda), veterinarske djelatnosti, sportske djelatnosti, pranje i kemijsko čišćenje tekstila i krznenih proizvoda, javni cestovni prijevoz putnika i tereta u unutarnjem i međunarodnom cestovnom prometu, usluge na parkiralištima ili javnim garažama.

Grupu PIK Vrbovec čine sljedeći poduzetnici:

- PIK Vrbovec – Svinjogojska farma d.o.o., Gradec – uzgoj svinja,
- PIK Vrbovec-Govedarska farma d.o.o., Vrbovec – uzgoj govoda za proizvodnju mesa te uzgoj žitarica.

Poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. ima vlastitu veleprodajnu mrežu koja se sastoji od devet (9) prodajnih centara na lokacijama u Vrbovcu, Zagrebu, Dubrovniku, Slavenskom Brodu, Varaždinu, Rijeci, Splitu, Zadru, Osijeku, te trinaest (13) nespecijaliziranih prodavaonica na malo mješovitom robom i 3 specijalizirane prodavaonice na malo s mesom i mesnim prerađevinama na teritoriju Republike Hrvatske, tako da, na taj način, osim obavljanja glavne djelatnosti proizvodnje i prodaje mesa i mesnih prerađevina, ostvaruje prihode od trgovine na malo mješovitom robom.

Navedeni je poduzetnik u 2003. godini ostvario ukupan prihod u iznosu od 293.816.659,00 kuna i ukupne rashode od 396.632.718,00 kuna, dok je u 2004. ostvario ukupan prihod u iznosu od 281.989.648,00 kuna i ukupne rashode od 417.470.259,00 kuna iz čega se može zaključiti da je ekonomičnost ukupnog poslovanja u 2004. godini nepovoljnija u odnosu na prethodnu godinu.

U Izvješću o obavljenoj reviziji financijskih izvještaja za 2003. i 2004. ovlaštenog revizora Audit d.o.o. navodi se da su Financijski izvještaji poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. sastavljeni temeljem pretpostavki neograničenog vremena poslovanja koje ovisi o daljnjoj financijskoj potpori, koju će poduzetnik dobiti od strane glavnih kreditora i dobavljača, te o nastavku financijske pomoći Vlade Republike Hrvatske. Poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. poslovao je s gubicima u 2003. i 2004. godini, uz odvijanje poslovanja u uvjetima blokade žiro računa.

5.2.a Udjeli poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. u drugim poduzetnicima

Poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. ima 10 posto ili više udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika Jadrankomerc d.d. u stečaju od 2001. godine, Crikvenica.

Izvan teritorija Republike Hrvatske isti ima udjel u: PIK VRBOVEC Komerc d.o.o., Makedonija, PIK Vrbovec Commerce d.o.o., Slovenija i Dora Foods Inc., SAD. Navedeni poduzetnici obavljaju djelatnost prodaje proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

6. Obveza prijave koncentracije

Obveza podnošenja prijave namjere provedbe koncentracije Agenciji nastaje ako su sudionici koncentracije prodajom roba i/ili usluga u financijskoj godini koja prethodi godini u kojoj se koncentracija namjerava provesti ostvarili ukupni prihod utvrđen u članku 22. stavka 4. ZZTN. Da bi postojala obveza prijave koncentracije prema navedenoj odredbi ZZTN, ukupni prihod svih poduzetnika sudionika koncentracije u financijskoj godini koja je prethodila koncentraciji, ostvaren prodajom robe i/ili usluga na svjetskom tržištu (konsolidirani ukupni prihod), mora iznositi najmanje jednu milijardu kuna, s time da ukupan prihod svakog od najmanje dva sudionika koncentracije, ostvaren u toj godini prodajom robe i/ili usluga u Republici Hrvatskoj iznosi najmanje 100.000.000 kuna.

U konkretnom slučaju, budući da je Ugovor o prodaji i prijenosu dionica poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec, broj: 3100928/9000, sklopljen 7. ožujka 2005. godine, financijska godina koja je prethodila koncentraciji je 2004. godina.

Podaci o ukupnim prihodima poduzetnika sudionika koncentracije, analiziranima u svrhu utvrđivanja je li u konkretnom slučaju riječ o koncentraciji koja podliježe obvezi podnošenja prijave Agenciji sukladno članku 22. stavak 4. ZZTN-a, prikazani su u Tablici 1. (prihodi na svjetskoj razini) i Tablici 2. (prihodi na tržištu Republike Hrvatske).

Tablica 1. Ukupni prihodi sudionika koncentracije u 2004. godini
(konsolidirani prihodi na svjetskom tržištu)

Poduzetnik	ukupni prihodi u 2004., u kunama
1. KONCERN AGROKOR - konsolidirano izvješće	[.....]*
2. PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	[.....]*
Ukupno:	[više od 1.000.000.000,00]*

Izvor: financijski izvještaji poduzetnika za 2004. (priloženi uz prijavu)

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

**ispušteno kao poslovna tajna*

Tablica 2. Ukupni prihodi sudionika koncentracije u 2004. godini
(na tržištu Republike Hrvatske)

Poduzetnik	ukupni prihodi u 2004., u kunama
KONCERN AGROKOR – konsolidirano izvješće	[više od 100.000.000,00]*
PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	[više od 100.000.000,00]*

Izvor: financijski izvještaji poduzetnika za 2004. (priloženi uz prijavu)

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

**ispušteno kao poslovna tajna*

Uvidom u podatke o ukupnom prihodu sudionika koncentracije utvrđeno je da su u konkretnom slučaju ispunjeni uvjeti iz članka 22. stavka 4. ZZTN, te da postoji obveza prijave namjere provedbe koncentracije poduzetnika Agenciji.

7. Mjerodavna tržišta

Agencija je mjerodavna tržišta u konkretnom slučaju utvrdila sukladno članku 7. ZZTN, na način i prema kriterijima utvrđenim Uredbom o mjerodavnom tržištu.

Mjerodavna su tržišta, sukladno članku 5. i članku 6. Uredbe o mjerodavnom tržištu, utvrđena u proizvodnom smislu i u zemljopisnom smislu.

U smislu članka 5., te članka 7., članka 8. i 9. te članka 10. Uredbe o mjerodavnom tržištu, utvrđeno je da bi provedba koncentracije imala učinke na mjerodavnim tržištima koja su u proizvodnom smislu utvrđena kao:

a) Tržište mesa i mesnih prerađevina

1. svježe meso

1.1. proizvodnja i uvoz svježeg junećeg mesa;

1.2. proizvodnja i uvoz svježeg svinjskog mesa;

2. kobasice od mesa, miješanog mesa ili iznutrica

- 2.1. proizvodnja i uvoz svježih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica;
- 2.2. proizvodnja i uvoz polutrajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica;
- 2.2. proizvodnja i uvoz trajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica;

3. suhomesnati proizvodi

- 3.1. proizvodnja i uvoz polutrajnih suhomesnatih proizvoda;
- 3. 2. proizvodnja i uvoz trajnih suhomesnatih proizvoda;

4. proizvodnja i uvoz suhe slanine

5. proizvodnja i uvoz polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa uz dodatke začina te drugih sastojaka (npr. paštete, naresci, šunka i dr.)

6. proizvodnja gotovih jela od mesa uz dodatke začina i drugih sastojaka

7. proizvodnja masnoća (masti i loja)

b) Tržište trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa

- 1. tržište trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (u nespecijaliziranim prodavaonicama, samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima);
- 2. tržište trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa.

Pri utvrđivanju mjerodavnih tržišta mesa i mesnih prerađevina te ostalih proizvoda, navedenih pod točkama od 1. do 7., Agencija je, pored iskustvenih kriterija i metoda, kao što su primjerice navike potrošača, te strukture tržišta, uzela u obzir i posebna svojstva, karakteristike, sastav te način pripreme navedenih skupina proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., koji su uz proizvode mesa, mesnih prerađevina drugih proizvođača dostupni potrošačima. Uzimajući u obzir cijenu, način uporabe, namjene i svojstva navedenih proizvoda određena su tržišta pojedinih kategorija proizvoda koje potrošači smatraju međusobno zamjenjivima, odnosno supstitutima.

Karakteristike proizvoda na utvrđenim mjerodavnim tržištima¹

Svježe svinjsko meso	Svinjsko meso dobiva se klanjem svinja uzgojenih na vlastitim farmama Belja d.d. ili nabavom od uzgajivača i klaonica svinja. Stroga veterinarska kontrola kao i vlastiti sustavi kontrole jamče zdravstvenu ispravnost mesa. Meso se upućuje na tržište ohlađeno ili smrznuto – u rinfuzi, pakirano u plastične folije s podlošcima i u kartonskim kutijama.
Svježe juneće meso	Juneće meso dobiva se klanjem junadi uzgojenih na vlastitim farmama ili, ukoliko se ukaže potreba, nabavom od uzgajivača i klaonica junadi. Stroga veterinarska kontrola kao i vlastiti sustavi kontrole jamče zdravstvenu ispravnost mesa. Meso se upućuje na tržište ohlađeno ili smrznuto – u rinfuzi, pakirano u plastične folije s podlošcima i u kartonskim kutijama.
Kobasice	Trajne kobasice (salame, kuleni, prima salame, suđuk, čajna, srijemska i

¹ podaci preuzeti s web-stranica www.pik-vrbovec.hr, www.gavrilovic.hr, www.lura.hr i www.puris.hr

	<p>bečka kobasica i zimsko salama) proizvode se od mesa i začina, a aromu dobivaju dugotrajnim zrenjem u kontroliranim uvjetima.</p> <p>Polutrajne kobasice (jeger, kranjske kobasice, mortadele, šunkarice, pariška, somerica, hrenovke, tirolske kobasice i kobasice za roštilj) proizvode se od kvalitetnog mesa, mesnog tijesta i začina, posebnim tehnološkim postupkom proizvodnje.</p> <p>Svježe kobasice (tlačenice, krvavice i slično) proizvode se posebnim tehnološkim postupkom, od mesa i začina.</p>
Polutrajni suhomesnati proizvodi	<p>Polutrajni suhomesnati proizvodi (dimljena rolana lopatica, dimljena rolana lopatica s kožom, šunka, slavonska šunka, dimljena vratina bez kostiju, svinjska koljenica, nogice i rebra i slično) dobivaju se kontroliranim procesima salamurenja i toplinske obrade, a proizvode se od kvalitetnih dijelova mesa.</p>
Trajni suhomesnati proizvodi	<p>Trajni suhomesnati proizvodi (pršut, pršut a la Parma, vratina i slično) dobivaju se posebnim tehnološkim postupkom. Proizvode se od točno određenih dijelova svinjskog i goveđeg mesa, a specifična aroma formira se dugotrajnim zrenjem u kontroliranim uvjetima.</p> <p>Slanine (hamburgeri, pancete, pečeni hamburgeri i papricirane slanine) se pakiraju u vakuumu ili rinfuzi s rokom trajanja do 90 dana pri čuvanju na temperaturi do + 8°C.</p>
Mesne prerađevine u limenkama	<p>Polutrajni proizvodi u limenkama (kuhana šunka u vlastitom soku, mini šunka i mini šunka za pizzu, šunka u crijevu i šunka za pizzu i slično) proizvode se od manjih komada mesa i začina, posebnim tehnološkim procesom proizvodnje. Velika pakiranja ovih proizvoda najčešće se koriste za pripremu pizza i drugih ugostiteljskih specijaliteta.</p> <p>Ovoj skupini proizvoda pripadaju i trajni proizvodi u limenkama: čajne paštete, jetrene paštete, juneće paštete, goveđi mesni obrok, naresci, sječena šunka u limenci i slično.</p>
Masnoće (mast i loj)	<p>Uključuju mast i loj za tržište široke potrošnje u pakiranjima u kanticama s rokom trajanja do 1 godine i čuvanju pri temperaturi do +15°C.</p>
Gotova jela	<p>Gotova jela (goveđi gulaši, grah s hamburgerom, grah s kobasicom i sl.) proizvode se od mesa, začina te dodatnih sastojaka. Gotova se jela prije konzumiranja zagrijavaju.</p>

U smislu članka 7., stavka 1. ZZTN-a, članka 3. i članka 6. Uredbe o mjerodavnom tržištu, sva navedena mjerodavna tržišta u zemljopisnom smislu obuhvaćaju cjelokupan teritorij Republike Hrvatske. Mjerodavno tržište trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (u nespecijaliziranim prodavaonicama: prodavaonicama, samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima) u zemljopisnom smislu, pored teritorija Republike Hrvatske u cjelini, obuhvaća i dio njezinog teritorija, odnosno sljedeće županije u Republici Hrvatskoj: Grad Zagreb, Zagrebačka, Brodsko-posavska, Osječko-baranjska, Zadarska, Požeško-slavonska, Šibensko-kninska, Bjelovarsko-bilogorska i Varaždinska županija, s obzirom da je riječ o županijama u kojima djelatnost trgovine na malo mješovitom robom obavljaju oba sudionika koncentracije, odnosno s njima povezani poduzetnici (tzv. preklapajuće djelatnosti).

Naime, preklapajuće djelatnosti su one djelatnosti sudionika koncentracije koje se u cijelosti ili u nekim dijelovima preklapaju, odnosno riječ je o istovrsnim ili bitno sličnim djelatnostima sudionika koncentracije.

Pri takvom utvrđivanju mjerodavnog tržišta u zemljopisnom smislu uzeto je u obzir i regionalno oglašavanje poduzetnika Konzum d.d. (na lokalnim radio postajama i lecima

u poštanskim sandučićima) i činjenica da Konzum d.d. provodi promotivne tjedne «HIT» akcije asortimana prehrane koje su svaki drugi tjedan različite za pet regija u njegovoj trgovini na malo: regija Zagreb, Central, Istok, Zapad i regija Jug, kao i «VIKEND» akciju za područje cijele Hrvatske koja se provodi na nacionalnoj televiziji i radio postajama te u dnevnim novinama.

7.1. Struktura utvrđenih mjerodavnih tržišta

S obzirom da je u proizvodnom smislu utvrđeno više mjerodavnih tržišta, Agencija je posebno utvrđivala i analizirala strukturu svakog pojedinog od navedenih tržišta, te izvršila ocjenu prijavljene koncentracije sa stajališta mogućih pozitivnih i negativnih učinaka predmetne koncentracije na tržišno natjecanje. Kod izračunavanja tržišnih udjela sudionika koncentracije prije i poslije provedbe predmetne koncentracije uzeti su u obzir ostvareni tržišni udjeli njezinih sudionika kao i poduzetnika koji su s njima kapitalno povezani.

Također, uzeto je u obzir da će provedbom koncentracije struktura koncerna Agrokor i djelatnosti koje obavljaju članice koncerna obuhvaćati sve faze proizvodnog ciklusa, i to od faze proizvodnje poljoprivrednih kultura, skladištenja i prerade žitarica te proizvodnje stočne hrane, farme (faza uzgoja i klanja stoke), proizvodnje mesa i mesnih prerađevina do plasiranja tih proizvoda putem trgovine na veliko drugim poduzetnicima, sve do faze trgovine na malo u vlastitim nespecijaliziranim prodavaonicama, odnosno Konzumove mreže trgovine na malo.

Agencija je za izračun tržišnih udjela na mjerodavnim tržištima pribavila podatke od:

- podnositelja prijave;
- gospodarsko interesnog udruženja Croatiastočar iz Zagreba (podaci se odnose na 17 najvećih poduzetnika, članova navedenog udruženja);
- poduzetnika kao što su Gavrilović, Sljeme i Jambo, koji nisu članovi udruženja Croatiastočar;
- od poduzetnika, koji su prema podacima Ministarstva financija, Carinske uprave ostvarili najveći uvoz mesa i mesnih proizvoda;
- HGK, Sektora za poljoprivredu, prehrambenu industriju i šumarstvo;
- Hrvatskog stočarskog centra (specijalizirane ustanove za poslove selekcije u stočarstvu i poljoprivredi);
- podatke o strukturi tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom i higijenskim proizvodima za domaćinstvo za 2003. iz predmeta praćenja navedenog tržišta, klasa: UP/I 031-02/2004-01/32, te za 2004., klasa: 031-02/2005-01/11.

a) Mjerodavno tržište svježeg mesa i mesnih prerađevina na teritoriju Republike Hrvatske

1. svježe meso

Tablica 3.

Struktura tržišta proizvodnje i uvoza svježeg junećeg i svinjskog mesa (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	juneće meso	poduzetnik	svinjsko meso rasponi tržišnih
	1	2	3	4
1	MI BRAĆA PIVAC d.o.o., Vrgorac	15 - 20	MI BRAĆA PIVAC d.o.o., Vrgorac	15 - 20
2	Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	15 - 20	Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	15 - 20
3	MI Vajda d.d., Čakovec			
4	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	5 - 10	PPK d.d., Karlovac	5 - 10
5	Danica d.o.o., Koprivnica	5 - 10	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	5 - 10
6	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	5 - 10	Danica d.o.o., Koprivnica	5 - 10
7	Belje d.d., Darda	5 - 10	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	5 - 10
8	PPK d.d., Karlovac	< 5	Belje d.d., Darda	< 5
9	Mesnice Fiolić d.o.o., Zagreb			
10				
11	Gavrilović d.o.o., Petrinja	< 5	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5
12	PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5	Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5
13	Sljeme d.d., Sesvete	< 5	VIR 1898 d.d., Rijeka	< 5
14				
15	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5	Imrpom d.o.o., Križevci	
16	Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5	Imes m.ind. d.d., Zagreb	< 5
17	VIR 1898 d.d., Rijeka	< 5	Sljeme d.d., Sesvete	< 5
18	Farma Šenkovec d.d., Slatina	< 5	Gavrilović d.o.o., Petrinja	< 5
	ukupno	100,00	ukupno	100,00

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu te dopisi poduzetnika

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Na mjerodavnom tržištu svježeg mesa i mesnih prerađevina na teritoriju Republike Hrvatske prisutni su poduzetnik PIK VRBOVEC d.d., kao i do kraja 2004. godine poduzetnik AGROKOR d.d. putem poduzetnika BIM d.o.o. Prema navodima podnositelja prijave koncentracije, namjera je poduzetnika AGROKOR d.d., budući da je trenutna iskorištenost kapaciteta poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. za proizvodnju svježeg mesa manja od 30 posto, utrostručiti postojeću proizvodnju mesa čime će u potpunosti postići iskorištenost proizvodnih kapaciteta PIK VRBOVCA te tako poboljšati ponudu svoga maloprodajnog lanca. Budući da je kao mjerodavna godina analizirana 2004., analizirani su podaci o prihodima koje je do trenutka obustave proizvodnje ostvarivao BIM d.o.o.

Metodologija izračuna tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na ovim mjerodavnim tržištima temelji se na podacima o proizvodnji svježeg junećeg i svinjskog mesa (iz domaćeg uzgoja i uvoza), izraženoj u količinama (u tonama) na području Republike

Hrvatske u 2004. godini, koju su ostvarili poduzetnici BIM d.o.o., BELJE d.d., PIK VRBOVEC d.d. te ostali poduzetnici, njihovi glavni tržišni takmaci.

1.1. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza svježeg junećeg mesa

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanih poduzetnika BIM d.o.o. i BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza junećeg mesa s ...* posto povećava za tržišni udjel poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. od ...* posto, na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. godini. Tržišni udjeli ostalih poduzetnika na navedenom mjerodavnom tržištu ostaju nepromijenjeni.

Iz prikazanih podataka iz tablice 3. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

1.2. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza svježeg svinjskog mesa

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanih poduzetnika BIM d.o.o. i BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza svinjskog mesa s ...* posto povećava za tržišni udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. godini, dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Tržište je po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

* ispušteno kao poslovna tajna

2. kobasice od mesa, miješanog mesa ili iznutrica

Tablica 4.

Struktura tržišta proizvodnje i uvoza svježih, polutrajnih i trajnih kobasica (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

poduzetnik	svježe kobasice	poduzetnik	polutrajne kobasice rasponi tržišnih	poduzetnik	trajne kobasice rasponi tržišnih
1	2	3	4	5	6
1 Danica d.o.o., Koprivnica	30 - 35	Gavrilović d.o.o., Petrinja	20 - 25	Gavrilović d.o.o., Petrinja	20 - 25
2 PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	15 - 20	Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	10 - 15	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	10 - 20
3 Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	15 - 20	PPK d.d., Karlovac	5 - 10	PPK d.d., Karlovac	10 - 20
4 Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	5 - 10	MI Vajda d.d., Čakovec	5 - 10	Danica d.o.o., Koprivnica	5 - 10
5 Mesnice Fiolić d.o.o., Zagreb	5 - 10	VIR 1898 d.d., Rijeka	5 - 10	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	5 - 10
6 Lijanovići d.o.o., Zagreb	< 5	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	5 - 10	ACCRA d.o.o., Zagreb	5 - 10
7 MI BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	< 5	MI BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	5 - 10	MI BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	< 5
8 MI Vajda d.d., Čakovec	< 5	Danica d.o.o., Koprivnica	5 - 10	Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	< 5
9 Sijeme d.d., Sesvete	< 5	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	< 5	Imrpom d.o.o., Križevci	< 5
10 PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5	ACCRA d.o.o., Zagreb	< 5	MI Vajda d.d., Čakovec	< 5
11 Imes m.ind. d.d., Zagreb	< 5	Dalmesso d.o.o., Klis	< 5	Belje d.d., Darda	< 5
12 Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5	Belje d.d., Darda	< 5	Sijeme d.d., Sesvete	< 5
13 Farma Šenkovec d.d., Slatina	< 5	Sijeme d.d., Sesvete	< 5	Dalmesso d.o.o., Klis	< 5
14 Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5	Imes m.ind. d.d., Zagreb	< 5	Mesnice Fiolić d.o.o., Zagreb	< 5
15		Palesium d.o.o., Novaki	< 5	Farma Šenkovec d.d., Slatina	< 5
16		Mesnice Fiolić d.o.o., Zagreb	< 5	MIP-Zagreb d.o.o., Zagreb	< 5
17		PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5	PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5
18		MIP-Zagreb d.o.o., Zagreb	< 5	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5
19		Imrpom d.o.o., Križevci	< 5	Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5
20		Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5	Palesium d.o.o., Novaki	< 5
21		Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5		
22		Lijanovići d.o.o., Zagreb	< 5		
23		Stanić d.o.o., Zagreb	< 5		
24		Farma Šenkovec d.d., Slatina	< 5		
25		Kras Istra d.o.o., Buje	< 5		
ukupno	100,00	ukupno	100,00	ukupno	100,00

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu te dopisi poduzetnika i Carinske uprave

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Mjerodavna tržišta analizirana su prema kriteriju proizvodnje i uvoza svježih, polutrajnih i trajnih kobasica, izraženih količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004. godini te su izračunati tržišni udjeli koje su ostvarili poduzetnici BIM d.o.o., BELJE d.d., PIK VRBOVEC d.d., te ostali poduzetnici koji djeluju na ovim tržištima odnosno njihovi glavni tržišni takmaci.

2.1. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza svježih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica

Provedbom predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanih poduzetnika BIM d.o.o. i BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i

uvoza svježih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica s ...* posto povećava za tržišni udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto na ukupnih ...* posto, na području Republike Hrvatske u 2004. godini, dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Podaci o strukturi navedenog mjerodavnog tržišta u 2004. godini pokazuju da je isto nepovoljno strukturirano. Naime, vodeći poduzetnik na navedenom tržištu je poduzetnik Danica d.o.o., dok njegov prvi tržišni takmac, provedbom predmetne koncentracije postaje poduzetnik AGROKOR d.d., sa tržišnim udjelom od ...* posto. Ostali sudionici na navedenom mjerodavnom tržištu ostvaruju udjel manji od 10 posto.

2.2. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza polutrajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanih poduzetnika BIM d.o.o. i BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza polutrajnih kobasica s ...* posto povećava za tržišni udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto, na ukupno ...* posto, na području Republike Hrvatske u 2004. Tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Iz prikazanih podataka o strukturi mjerodavnog tržišta proizvodnje i uvoza polutrajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

2.3. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza trajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanih poduzetnika BIM d.o.o. i BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza trajnih kobasica s ...* posto povećava za udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Podaci o strukturi mjerodavnog tržišta proizvodnje i uvoza trajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica u 2004. godini na području Republike Hrvatske pokazuju da je to tržište nepovoljno strukturirano budući da provedbom koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d. putem povezanih poduzetnika postaje vodeći tržišni takmac na navedenom mjerodavnom tržištu i ostvaruje tržišni udjel od ...* posto. Prvi sljedeći konkurent je poduzetnik Gavrilović d.o.o., zatim slijedi poduzetnik PPK d.d., dok svi ostali konkurenti ostvaruju manje od 10 posto na navedenom mjerodavnom tržištu.

* ispušteno kao poslovna tajna

3. suhomesnati proizvodi

Tablica 5.

Struktura tržišta proizvodnje i uvoza polutrajnih i trajnih suhomesnatih proizvoda (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	polutrajni suhom. proizvodi rasponi tržišnih udjela, u %	poduzetnik	trajni suhom. proizvodi rasponi tržišnih udjela,
	1	2	3	4
1	Dalmesso d.o.o., Klis	20 - 25	MI BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	20 - 30
2	MI BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	20 - 25	Dalmesso d.o.o., Klis	20 - 30
3	Imrpom d.o.o., Križevci			
			Lijanovići d.o.o., Zagreb	5 - 10
7	PPK d.d., Karlovac	< 5	Kras Istra d.o.o., Buje	< 5
8	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	< 5	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	< 5
9	Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	< 5	Sljeme d.d., Sesvete	< 5
10	Sljeme d.d., Sesvete	< 5	Mesnice Fiolič d.o.o., Zagreb	
11	Mesnice Fiolič d.o.o., Zagreb			
			MIP-Zagreb d.o.o., Zagreb	< 5
14	Belje d.d., Darda	< 5	Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5
15	Imes m.ind. d.d., Zagreb	< 5	PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5
16	Kras Istra d.o.o., Buje	< 5	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	< 5
17	Lijanovići d.o.o., Zagreb	< 5	Palesium d.o.o., Novaki	< 5
18	PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5
19	Palesium d.o.o., Novaki	< 5		
20	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5		
21	MIP-Zagreb d.o.o., Zagreb	< 5		
	ukupno	100,00	ukupno	100,00

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu te dopisi poduzetnika i Carinske uprave
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Mjerodavna tržišta analizirana su prema kriteriju proizvodnje i uvoza suhomesnatih proizvoda, izraženih količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004. te su izračunati tržišni udjeli koje su ostvarili poduzetnici BIM d.o.o., BELJE d.d. i PIK VRBOVEC d.d. te ostali poduzetnici koji djeluju na ovim tržištima, odnosno njihovi glavni tržišni takmaci.

3.1. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza polutrajnih suhomesnatih proizvoda

Nakon provedbe koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanih poduzetnika BIM d.o.o. i BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza polutrajnih suhomesnatih proizvoda s ...* postotno povećava za tržišni udjel PIK

* ispušteno kao poslovna tajna

VRBOVCA d.d. od ...* posto na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Iz prikazanih podataka iz tablice 5. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

3.2. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza trajnih suhomesnatih proizvoda

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza trajnih suhomesnatih proizvoda od ...* posto povećava za tržišni udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. godini, dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 5. proizlazi da je to tržište po broju takmaca relativno dobro strukturirano.

4. Proizvodnja i uvoz suhe slanine

Tablica 6.

Struktura tržišta proizvodnje i uvoza suhe slanine (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	suha slanina rasponi tržišnih
	1	2
1	PPK d.d., Karlovac	15 - 20
2	Mesnice Fiolić d.o.o., Zagreb	
	Sljeme d.d., Sesvete	< 5
10	MI BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	< 5
11	Imes m.ind. d.d., Zagreb	< 5
12	Kras Istra d.o.o., Buje	< 5
13	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5
14	PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5
15	VIR 1898 d.d., Rijeka	< 5
16	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	< 5
17	Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5
18	Farma Šenkovec d.d., Slatina	< 5
19	MIP-Zagreb d.o.o., Zagreb	< 5
20	Palesium d.o.o., Novaki	< 5
21	Stanić d.o.o., Zagreb	

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu te dopisi poduzetnika i Carinske uprave
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

* ispušteno kao poslovna tajna

Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza suhe slanine analizirano je prema kriteriju proizvodnje i uvoza suhe slanine izraženih količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004., te su izračunati tržišni udjeli koje su ostvarili poduzetnici BELJE d.d. i PIK VRBOVEC d.d. te ostali poduzetnici koji djeluju na ovom tržištu.

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza suhe slanine s ...* posto povećava za udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. godini, dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 6. proizlazi da je to tržište po broju takmaca relativno dobro strukturirano.

5. Proizvodnja i uvoz polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa uz dodatke začina te drugih sastojaka (npr. paštete, naresci, šunka i dr.)

Tablica 7.

Struktura tržišta proizvodnje i uvoza polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	mesni proizv. u limenkama (trajne i polutrajne) rasponi tržišnih
	1	2
1	Danica d.o.o., Koprivnica	30 - 35
2	Gavrilović d.o.o., Petrinja	25 - 30
3	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	20 - 25
4	Sljeme d.d., Sesvete	5 - 10
5	PPK d.d., Karlovac	5 - 10
6	Belje d.d., Darda	< 5
7	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	< 5
	ukupno	100,00

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu te dopisi poduzetnika i Carinske uprave
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Mjerodavno tržište analizirano je prema kriteriju proizvodnje i uvoza polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa uz dodatke začina te drugih sastojaka (npr. paštete, naresci, šunka i dr.), izraženih količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004., te su izračunati tržišni udjeli koje su ostvarili BELJE d.d. i PIK VRBOVEC d.d. te ostali poduzetnici koji djeluju na ovim tržištima odnosno njihovi glavni tržišni takmaci.

* ispušteno kao poslovna tajna

Uslijed sličnih karakteristika polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa Agencija je te proizvode analizirala kao jedno tržište.

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa s ...* posto povećava za tržišni udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto, na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. godini. Tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 7. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

6. Proizvodnja gotovih jela od mesa uz dodatke začina i drugih sastojaka

Tablica 8.

Struktura tržišta proizvodnje gotovih jela od mesa količinski (u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	gotova jela od mesa rasponi tržišnih
	1	3
1	Danica d.o.o., Koprivnica	65 - 70
2	Gavrilović d.o.o., Petrinja	25 - 30
3	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	< 5
4	Sljeme d.d., Sesvete	< 5
	ukupno	100,00

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu te dopisi poduzetnika i Carinske uprave
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza gotovih jela od mesa ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku PIK VRBOVEC d.d. i time stječe tržišni udjel od ...* posto, odnosno «stupa u čizme» tog poduzetnika, na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli poduzetnika Danice d.o.o., Koprivnica, Gavrilovića d.o.o., Petrinja te Sljemena d.d., Sesvete ostaju nepromijenjeni.

Naime, «stupanje u čizme» tehnički je izraz u pravu tržišnog natjecanja koji se koristi u postupku ocjene dopuštenosti koncentracije poduzetnika. Navedeni izraz odnosi se na situaciju kada poduzetnik koji stječe prevladavajući utjecaj nad drugim poduzetnikom u konkretnoj koncentraciji do tada nije bio prisutan na onom mjerodavnom tržištu na kojem je djelovao preuzeti poduzetnik tako da preuzimatelj time automatski stječe tržišni udjel preuzetog poduzetnika. Međutim, time se ne mijenja struktura tržišta, kako s obzirom na broj poduzetnika koji na njemu djeluju, tako i s obzirom na veličinu njihovih tržišnih

* ispušteno kao poslovna tajna

udjela. Mijenja se samo imatelj većinskog udjela u temeljnom kapitalu preuzetog poduzetnika.

Na tom tržištu i nadalje djeluje isti broj takmaca kao i prije provedene koncentracije.

7. Proizvodnja masnoće i loja

Tablica 9.

Struktura tržišta proizvodnje masnoća (masti i loja) (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	masnoće-mast i loj
	1	2
1	MI Vajda d.d., Čakovec	
	Sljeme d.d., Sesvete	5 - 10
6	Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5
7	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5
8	PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5
9	Farma Šenkovec d.d., Slatina	< 5
	ukupno	100,00

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu te dopisi poduzetnika i Carinske uprave
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Mjerodavno tržište proizvodnje masnoće i loja analizirano je prema kriteriju proizvodnje masnoća (masti i loja) u količinama (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004. godini te su izračunati tržišni udjeli koje su ostvarili BELJE d.d., PIK VRBOVEC d.d. i ostali poduzetnici. Prema podacima uvoznika isti nisu ostvarili uvoz masti i loja u 2004. godini.

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje masnoća (masti i loja) s ...* posto povećava za udjel PIK VRBOVCA d.d. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. godini. Tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Iz prikazanih podataka proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

Zaključno o tržištima vezanima uz svježe juneće i svinjsko meso i mesne prerađevine od junećeg i svinjskog mesa

Analiza mjerodavnih tržišta navedenih pod točkama od 1. do 7., potvrdila je preliminarnu analizu, odnosno da provedba predmetne koncentracije neće proizvesti negativne

* ispušteno kao poslovna tajna

učinke na tržištima vezanima uz svježe juneće i svinjsko meso i mesne prerađevine od junećeg i svinjskog mesa. Uz izuzetak nekoliko tržišta, uglavnom je riječ o relativno dobro strukturiranim tržištima, od kojih neka predstavljaju novu djelatnost za poduzetnika AGROKOR d.d., dok na ostalima preuzima tržišne udjele poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., koji se kreću u rasponu od 0-5 posto (udjel PIK VRBOVCA d.d. na tržištu proizvodnje i uvoza trajnih suhomesnatih proizvoda) do 20-25 posto (udjel PIK VRBOVCA d.d. na tržištu proizvodnje i uvoza polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa). Ni na jednom od navedenih tržišta njihov zajednički tržišni udjel ne prelazi 35 posto. Osim toga, prepreke ulaska na tržište (regulatorne prepreke, troškovi ulaganja) relativno su niske te je ulazak novih poduzetnika u razne segmente tržišta relativno lagan.

Nadalje, poduzetnik AGROKOR d.d. je jasno dokazao namjeru ulaganja u daljnji razvoj i modernizaciju proizvodnje i povećanja opsega poslovanja poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. te mu time osigurao nastavak poslovanja.

Slijedom rečenog, provedba koncentracije na ovim tržištima neće dovesti do narušavanja tržišnog natjecanja.

Trend ulaganja poduzetnika AGROKOR d.d. u mesnu proizvodnju

Iako je Agencija analizirala 2004. kao mjerodavnu godinu, radi sveobuhvatnog prikaza mjerodavnih tržišta promatrani su i raspoloživi podaci za 2005. godinu. Prema saznanju iz medija, tijekom 2005. poduzetnik AGROKOR d.d. je, za 7,5 milijuna kuna od Sljemena d.d. iz Sesveta kupio brand, recepturu i tehnologiju izrade Sljemenovih proizvoda. Stjecanjem još jednog jakog branda koncern Agrokor će zasigurno pojačati svoj tržišni položaj u mesnoj industriji. Poduzetnik AGROKOR d.d. u Poslovnom dnevniku od 9. i 10. rujna 2005. ističe da će proizvode trgovačkog znaka Sljeme proizvoditi PIK VRBOVEC d.d., s time da se, cit: „zasad neće podizati količinska proizvodnja PIK VRBOVCA d.d., nego će se na dio postojećeg asortimana primijeniti nove recepture. No s vremenom će se ići i na podizanje proizvedenih količina mesnih prerađevina“.

Prihodi koncerna Agrokor, ostvareni u segmentu proizvodnje i distribucije hrane, koji iznose 23,14 posto od ukupno ostvarenih prihoda od prodaje i ostalih operativnih prihoda, u prvoj polovici 2005. godine povećani su za 7,8 posto u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

b) Tržište trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa

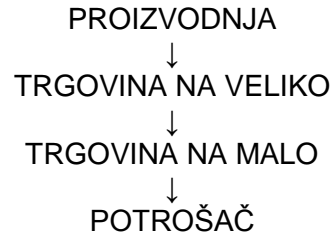
1. Mjerodavno tržište trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (u nespecializiranim prodavaonicama: prodavaonicama, samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima; dalje: trgovina na malo mješovitom robom);
2. Mjerodavno tržište trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa.

Oba mjerodavna tržišta vezana uz djelatnost trgovine detaljno su analizirana zbog mogućih učinaka koncentracije utvrđenih u preliminarnoj analizi, s obzirom da je

utvrđeno da je u predmetnom slučaju riječ o vertikalnoj integraciji poduzetnika s mogućim horizontalnim učincima na navedenim tržištima.

c.1. Mjerodavno tržište trgovine na malo mješovitom robom

Trgovinu na malo mješovitom robom možemo definirati kao završnu fazu u vertikalnom lancu između proizvodnje nekog proizvoda i krajnjeg potrošača, ili pojednostavljeno:



Stoga su karakteristike ponašanja krajnjeg potrošača, kao i obilježja tržišnog natjecanja među poduzetnicima koji obavljaju djelatnost trgovine na malo mješovitom robom od ključnog značaja za određivanje mogućih učinaka predmetne koncentracije. U tom smislu, navedeno mjerodavno tržište analizirano je uzimajući u obzir sljedeće aspekte:

i) Obilježja ponašanja krajnjeg potrošača

Naime, za tipičnog krajnjeg potrošača možemo reći da je u odnosu na trgovca u nepovoljnijem položaju jer je isti:

- malen (njegova pojedinačna kupnja u trgovini na malo predstavlja mali dio ukupnih potrošačevih izdataka, kao i mali dio ukupne prodaje poduzetnika)
- nepokretan (često nije voljan ili nije u mogućnosti putovati na duge relacije kako bi obavio pojedinačnu kupnju u trgovini na malo)
- neinformiran (često ne zna koji su proizvodi gdje raspoloživi i po kojoj cijeni; jednako tako, ne mora biti svjestan kvalitete proizvoda prije nego što ga konzumira).

Krajnjem je potrošaču bitno da pri kupnji u trgovini na malo mješovitom robom postoji mogućnost prelaska na drugi proizvod unutar iste prodavaonice, odnosno da ne mora pretrpjeti značajne troškove prelaska na isti proizvod ali kod drugog prodavača.

ii) Obilježja tržišnog natjecanja

Horizontalno natjecanje među poduzetnicima promatrano je imajući u vidu sljedeće dimenzije natjecanja:

- cijenu
- i necjenovnu konkurenciju u vidu:
 - zemljopisne lokacije
 - odabira proizvoda (npr. proizvodi vlastite robne marke)
 - dodane vrijednosti usluge

Uzimajući navedeno u obzir, analizirano je nacionalno tržište, prvenstveno zbog uvida u tržišne položaje strateških grupacija koje djeluju u hrvatskoj trgovini na malo, dok su

učinci provedbe koncentracije promatrani na lokalnim (županijskim) razinama, odnosno tržištima.

c.1.1. Republika Hrvatska

U Republici Hrvatskoj kretanja u trgovini na malo kontinuirano se prate istraživanjem o potrošnji hrvatskih kućanstava (na promatranom uzorku od tisuću kućanstava), kojim je obuhvaćeno šezdeset kategorija proizvoda s područja prehrane i drugih proizvoda svakodnevne potrošnje u kućanstvu. Posljednji rezultati istraživanja pokazuju određene trendove u hrvatskoj trgovini na malo, prvenstveno trend jačanja vodećih trgovaca. Tako je tržišni udjel deset najvećih trgovaca prije pet godina bio tek oko 17 posto, dok je danas njihov udjel preko 50 posto. Istovremeno, svoju su vodeću poziciju zadržali jedino poduzetnici Konzum i Getro. Za praćene kategorije proizvoda svakodnevne potrošnje u 2004. godini poduzetnik Konzum d.d. je obuhvatio 20 posto tržišta trgovine na malo, čime značajno odskake od ostalih kao vodeći lanac. U pogledu tipa prodavaonica u kojima se odvija kupnja, mali trgovci svakako gube na tržišnom udjelu s obzirom da se sve više kupnje odvija u supermarketima koji bilježe najveći rast.

Tablica 10.

Struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo na temelju prihoda iz maloprodaje (bez PDV-a) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2003. godini)

poduzetnik		Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih
1	"KONZUM Grupa"	25 - 30
	KONZUM d.d., Zagreb	
	ALASTOR d.o.o., Osijek	
	MEDIATOR d.o.o., Dubrovnik	
	JAPETIĆ d.d., Jastrebarsko	
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18	ERA TORNADO d.o.o., Samobor + TRGOHIT d.o.o., Čakovec	< 5
19	BOSO d.o.o., Vinkovci	< 5
20	PREHRANA TRGOVINA d.d., Zagreb	< 1
21	TRGOCENTAR d.d. Virovitica	< 1
22	LONIA d.d., Kutina	< 1
23	ŽITNJAK d.d., Zagreb	
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		
32		
33		
34		
35		
36		
37		
38		
39		
40		
41		
42		
43		
44		
45		
46		
47		
48		
49		
50		

Izvor: podaci iz predmeta klasa: 031-02/2004-01/32 i dopis Agrokor d.d. od 11. travnja 2005.
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Metodologija kojom Agencija prati kretanje tržišne snage sudionika koncentracije temelji se na izračunu tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, konkretno na podacima o ukupnim prihodima od trgovine na malo mješovitom robom koje su ostvarili poduzetnik Konzum d.d. i s njime povezani poduzetnici-Centropromet d.d., Japetić d.d. i Mediator d.o.o., Beljetrgovina d.o.o., poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. te ostali poduzetnici, tržišni takmaci na navedenom mjerodavnom tržištu, u kunama, bez PDV-a, na području Republike Hrvatske u 2003. i 2004. godini.

Analizom strukture mjerodavnog tržišta trgovine na malo mješovitom robom u 2003. godini utvrđeno je da su poduzetnik Konzum d.d. i sa njime povezani poduzetnici, u 2003. godini na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske, ostvarili tržišni udjel od ...* posto. Poduzetnik Konzum d.d. i sa njime povezani poduzetnici na teritoriju Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske i Varaždinske županije imaju tržišni udjel veći od 40 posto, dok na području Grada Zagreba imaju tržišni udjel od ...* posto. Prvi sljedeći tržišni takmac na navedenom tržištu ima upola manji tržišni udjel, bez obzira je li riječ o teritoriju Republike Hrvatske ili o teritoriju navedenih županija.

Herfindahl-Hirschmanov indeks, odnosno HH indeks je pokazatelj koncentriranosti mjerodavnog tržišta, a izračunava se zbrajanjem kvadrata tržišnih udjela svih poduzetnika na utvrđenom mjerodavnom tržištu. HH indeks u vrijednosti nižoj od 1,000 bodova upućuje na relativno slabo koncentrirano tržište, u vrijednosti između 1,000 i 1,800 bodova na umjereno koncentrirano tržište, dok se tržišta s vrijednošću HH indeksa višom od 1,800 smatraju vrlo koncentriranima.

Iako HH indeks, koji je u tom razdoblju iznosio 1,118 bodova, pokazuje da je riječ o umjereno koncentriranom tržištu, struktura tržišnih udjela na navedenom mjerodavnom tržištu je nepovoljna. Naime, činjenica da su poduzetnici Konzum d.d., Centropromet d.d., Japetić d.d. i Mediator d.o.o., koji obavljaju djelatnost trgovine na malo mješovitom robom u sastavu koncerna Agrokor, u 2003. imali ...* posto udjela, što je više nego dvostruko više od prvog sljedećeg takmaca na navedenom mjerodavnom tržištu, poduzetnika Getro d.d., dok su pojedinačni tržišni udjeli svih drugih poduzetnika bili manji od 10 posto dokazuje da je ovdje riječ o izrazito asimetričnom tržištu.

* ispušteno kao poslovna tajna

Uvidom u podatke o tržišnim udjelima poduzetnika na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom za 2004. godinu, utvrđeno je da su poduzetnik Konzum d.d. i s njime povezani poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor prije provedbe koncentracije ostvarili tržišni udjel od ...* posto, dok je poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. u istoj godini ostvario udjel od ...* posto na nacionalnoj razini.

Nakon provedbe koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d., se putem poduzetnika Konzum d.d., Centropromet d.d., Japetić d.d. i Mediator d.o.o., tržišni udjel na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom na području Republike Hrvatske u 2004. godini od ...* posto povećava za udjel poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na navedenom mjerodavnom tržištu.

Vrijednost HH indeksa nakon provedbe koncentracije iznosi 1023 bodova. Međutim, kao i u 2003. godini i u 2004. postoji nepovoljna strukturiranost tržišta, s obzirom na to da prvi sljedeći Konzumov konkurent, poduzetnik Getro d.d. ima više nego dvostruko manji tržišni udjel na nacionalnoj razini, dok svi sljedeći takmaci na navedenom mjerodavnom tržištu ostvaruju udjel manji od 10 posto. Asimetrija tržišta je izražena i u 2004. budući da je tržišna snaga poduzetnika AGROKOR d.d. na navedenom tržištu takva da mu ostali tržišni takmaci realno ne predstavljaju ozbiljnu konkurenciju.

Iako 2005. godina nije mjerodavna godina u ocjeni ove koncentracije, radi cjelovitosti analize uzeti su u obzir i podaci kojima Agencija raspolaže za 2005. godinu. Tako je utvrđeno da je u prvih šest mjeseci 2005. godine koncern Agrokor ostvario konsolidirane prihode koji su za 15 posto veći od prihoda ostvarenih u istom razdoblju prošle godine, ponajviše kao posljedica povećanja prodaje u sektoru Maloprodaje, koja je predstavljala gotovo 70 posto ukupnih prihoda od prodaje i ostalih operativnih prihoda. Na takav rast prihoda ponajprije je utjecao snažan rast Konzumove mreže trgovine na malo mješovitim proizvodima, otvaranje novih prodajnih mjesta i organski rast koncerna stjecanjem poduzetnika BELJE d.d. i PIK VRBOVEC d.d.

c.1.2. Županije

Dio teritorija Republike Hrvatske analiziran je posebno u ekonomskoj i pravnoj analizi budući da je preliminarna analiza pokazala da bi koncentracijom vertikalno integriranje moglo dovesti do horizontalnih učinaka na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, posebice na području županije na kojima Konzum mreža ima značajan tržišni udjel.

Uvidom u komparativnu praksu EU utvrđeno je da se u ekonomskoj i pravnoj analizi konkretne koncentracije, uobičajeno tržište trgovine na malo promatra na lokalnoj razini, odnosno na području na kojem se trgovina na malo konkretno odvija. Razlog tome su kupovne navike potrošača (na strani potražnje), te prodajna i marketinška strategija prodavatelja (na strani ponude).

* ispušteno kao poslovna tajna

Maloprodajna mjesta na kojima potrošači obavljaju svoju kupnju uobičajeno se dijele prema kriteriju veličine odnosno površine, pa prema tome i tip kupnje koja se tamo provodi. Tako su podaci o tržišnim udjelima sudionika predmetne koncentracije analizirani prema broju prodavaonica (malih prodavaonica bez upotrebe potrošačkih košarica, samoposluga, supermarketa i hipermarketa), njihovoj površini, te ostvarenom prihodu u 2004. i 2003. godini. Promatrane su sve županije u Republici Hrvatskoj.

Osnovna djelatnost poduzetnika Konzum d.d. je trgovina na malo mješovitom robom u nespécializiranim prodavaonicama, koju obavlja u 503 maloprodajna mjesta u vlasništvu ili zakupu, te je isti, prema ukupnom prihodu, najveći poduzetnik koji se bavi navedenom djelatnošću na području Republike Hrvatske. Prodavaonice poduzetnika Konzum d.d. razvrstane su u tri kategorije, i to na: male prodavaonice- za svakodnevnu kupnju, Konzum maxi, prodavaonice srednje veličine, te Super Konzum prodavaonice čije su površine veće od 1000 m² i namijenjene su za velike tjedne obiteljske kupovine.

Poduzetnik Konzum d.d. je od 2002. godine do 2004. godine, stjecanjem većinskih udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika koji obavljaju djelatnost trgovine na malo u nespécializiranim prodavaonicama, kao i temeljem ugovora o zakupu prodajnih mjesta takvih poduzetnika, značajno proširio svoju mrežu trgovine na malo na sve županije Republike Hrvatske izuzevši područja Požeško – slavonske, Virovitičko - podravske, Ličko - senjske i Karlovačke županije. Međutim, poduzetnik AGROKOR d.d. je, u dopisu od 21. lipnja 2005., koji je zaprimljen u Agenciji 28. lipnja 2005., između ostalog naveo da je u međuvremenu poduzetnik Konzum d.d. otvorio nove prodavaonice u Karlovačkoj, Požeško - slavonskoj i Ličko - senjskoj županiji te da isti nema prodavaonica u Virovitičko - podravskoj županiji.

Poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. obavlja djelatnost trgovine na malo mješovitom robom na 16 maloprodajnih mjesta na području Grada Zagreba, Zagrebačke županije, Brodsko-posavske, Osječko-baranjske, Zadarske županije, Požeško-slavonske, Šibensko-kninske, Bjelovarsko- bilogorske, te na području Varaždinske županije.

U tablicama 12. prikazana je struktura mjerodavnog tržišta trgovine na malo mješovitom robom na temelju prihoda iz maloprodaje (bez PDV-a) u 2004. godini na razini županija u kojima djelatnost trgovine na malo mješovitom robom obavljaju sudionici koncentracije, odnosno poduzetnici povezani sa sudionicima koncentracije:

Tablica 12.

na području Osječko - baranjske županije

	poduzetnik	ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a), rasponi tržišnih
1	Konzum d.d.	25 - 30
2	Billa d.o.o. + Minaco d.o.o.	20 - 25
3	Biljmerkant d.o.o.	15 - 20
4	Getro d.o.o.	10 - 15
5	Kaufland Hrvatska k.d.	5 - 10
6	Hipermarketi Coop d.o.o.	5 - 10
7	Beljetrgovina d.o.o.	< 5
8	Presoflex d.o.o.	< 5
9	Mercator - H d.o.o.	< 1
10	PIK VRBOVEC d.d.	< 1
	ukupno:	100,00

na području Zagrebačke županije

	poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih udjela, u%
1	Konzum d.d.	40 - 45
2	Mercator - H d.o.o.	15 - 20
3	Kaufland Hrvatska k.d.	10 - 15
4	Ēra Tornado d.o.o.	5 - 10
5	K.T.C. d.o.o.	5 - 10
6	Trgostil d.d.	< 5
7	Trgocentar d.o.o. Zabok	< 5
8	PIK VRBOVEC d.d.	< 5
9	DINOVA-DIONA d.o.o.	< 1
10	Prehrana trgovina d.d.	< 1
11	Lonia d.d.	< 1
12	Gavranović d.o.o.	

na području Brodsko - posavske županije

poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih udjela, u%
1 Getro d.o.o.	25 - 30
2 Billa d.o.o. + Minaco d.o.o.	20 - 25
3 Kaufland Hrvatska k.d.	20 - 25
4 Presoflex d.o.o.	10 - 15
5 Konzum d.d.	10 - 15
6 Lonia d.d.	< 5
7 Biljemarkant d.o.o.	< 5
8 PIK VRBOVEC d.d.	< 1
9 Boso d.o.o.	< 1
ukupno:	100,00

na području Požeško - slavonske županije

poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih udjela, u%
1 Presoflex d.o.o.	40 - 45
2 K.T.C. d.o.o.	25 - 30
3 Billa d.o.o. + Minaco d.o.o.	20 - 25
4 Konzum d.d.	< 5
5 Trgocentar d.d., Virovitica	< 5
6 PIK VRBOVEC d.d.	< 1
ukupno:	100,00

na području Šibensko - kninske županije

	poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih udjela,
1	Jolly J.B.S. d.o.o.	45 - 50
2	Konzum d.d.	30 - 35
3	Plodine d.o.o. Rijeka	5 - 10
4	Studenac d.o.o.	5 - 10
5	Kerum d.o.o.	< 5
6	PIK VRBOVEC d.d.	< 5
7	Sonik d.o.o.	< 1
	ukupno:	100,00

na području Bjelovarsko - bilogorske županije

	poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih udjela, u%
1	K.T.C. d.o.o.	20 - 25
2	Billa d.o.o. + Minaco d.o.o.	20 - 25
3	Kaufland Hrvatska k.d.	15 - 20
4	PPK d.d.	10 - 15
5	Konzum d.d.	5 - 10
6	Presoflex d.o.o.	5 - 10
7	Trgocentar d.d., Virovitica	5 - 10
8	GETRO d.d.	< 5
9	PIK VRBOVEC d.d.	< 1
	ukupno:	100,00

na području Varaždinske županije

	poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih udjela, u%
1	Konzum d.d.	40 - 45
2	Trgonom d.o.o.	15 - 20
3	Getro d.o.o.	15 - 20
4	Kaufland Hrvatska k.d.	10 - 15
5	Presoflex d.o.o.	5 - 10
6	RM TRGOHIT d.o.o.	< 5
7	Billa d.o.o.	< 5
8	PIK VRBOVEC d.d.	< 1
	ukupno:	100,00

na području Grada Zagreba

	poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih udjela, u%
1	Konzum d.d.	30 - 35
2	Getro d.o.o.	15 - 20
3	Billa d.o.o. (REWE Grupa)	5 - 10
4	Hipermarketi Coop d.o.o.	5 - 10
5	DINOVA-DIONA d.o.o.	5 - 10
6	Mercator - H d.o.o.	5 - 10
7	Žitnjak d.d.	

na području Zadarske županije

	poduzetnik	ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a), rasponi tržišnih udjela, u %
1	Getro d.o.o.	15 - 20
2	Konzum d.d.	15 - 20
3	Plodine d.o.o.	15 - 20
4	Kaufland Hrvatska k.d.	15 - 20
5	Sonik d.o.o.	10 - 15
6	Billa d.o.o. + Minaco d.o.o.	5 - 10
7	Bakmaz d.o.o.	5 - 10
8	Kerum d.o.o.	< 5
9	Gavranović d.o.o.	

U tablici 12.a. komparativno je prikazan udjel sudionika koncentracije na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, na razini županija u kojima djelatnost trgovine na malo obavljaju oba poduzetnika, u 2003. i 2004. godini.

Tablica 12.a.

Županija	Ostvareni tržišni udjel u 2003.godini (%)		Ostvareni tržišni udjel u 2004.godini (%)	
Osječko-baranjska	Konzum + Alastor	35-40	Konzum + Beljetrgovina	30-35
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	30-35
Zagrebačka	Konzum + Japetić	40-45	Konzum	40-45
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	45-50
Brodsko-posavska	Konzum	0-5	Konzum	10-15
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	10-15
Požeško-slavonska	Konzum	0,00	Konzum	0-5
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	0-5

Šibensko-kninska	Konzum	35-40	Konzum	30-35
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	30-35
Bjelovarsko-bilogorska	Konzum	15-20	Konzum	5-10
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	5-10
Varaždinska	Konzum	40-45	Konzum	40-45
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	40-45
Grad Zagreb	Konzum	30-35	Konzum + Beljetrgovina	30-35
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	30-35
Zadarska	Konzum	10-15	Konzum + Beljetrgovina	15-20
	PIK Vrbovec	0-5	PIK Vrbovec	0-5
		-	Ukupno:	15-20

Izvor: Istraživanje tržišta trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u 2004. godini, klasa: 031-02/2005-01/11 i dopis Agrokora d.d. od 19. travnja 2005.

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

U 2004. godini razvidan je i pad i rast udjela poduzetnika Konzum d.d., ovisno o tržišnom položaju i jačanju drugih poduzetnika u određenim županijama, primjerice položaju poduzetnika Billa d.o.o. u Osječko-baranjskoj županiji.

Međutim, u Zagrebačkoj i Varaždinskoj županiji poduzetnik Konzum d.d. ostvaruje vladajući položaj u smislu članka 15. stavak 3. ZZTN. Iako nizak, tržišni udjel poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. dodatno jača vladajući položaj poduzetnika Konzum d.d. u tim županijama.

2.b Mjerodavno tržište trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na teritoriju Republike Hrvatske

Pojam trgovine na veliko (kupnja i prodaja robe), u smislu Zakona o trgovini (»Narodne novine«, broj 101/98., 75/99., 76/99., 61/01., 109/01., 49/03. – pročišćeni tekst i 103/03. i 170/03., dalje: ZoT). Tako članak 9. ZoT-a definira trgovinu na veliko kao kupnju robe radi daljnje prodaje trgovcima na malo, industrijskim, trgovačkim i profesionalnim korisnicima i ustanovama te drugim trgovcima na veliko kao i posredovanje u kupnji, odnosno prodaji robe za treće osobe.

Pojam distribucije definiran kao trgovina na veliko bitno se razlikuje od pojma distribucije u užem smislu, pod kojim se podrazumijeva isključivo fizičko manipuliranje robom, kao što je primjerice prijevoz odnosno proces preuzimanja, prijevoza, skladištenja i otpreme robe.

Za razliku od djelatnosti trgovine na malo, gdje je u svakom trenutku moguće saznati broj prodavaonica na određenom području i koju se, uvjetno rečeno može nazvati statičnom, djelatnost trgovine na veliko karakterizira izražena dinamičnost. Naime, tokove veleprodaje teže je ili nemoguće pratiti s obzirom na nebrojene mogućnosti daljnje distribucije od trenutka u kojem se veletrgovac opskrbi robom.

Veletrgovac je obično poduzetnik koji se bavi uvozom određene robe ili pak djeluje kao distributer određenog domaćeg proizvođača. Veletrgovac ne djeluje samo na području određenog grada ili županije, već na način da nakon opskrbe u određenom opskrbnom centru on sam, ili poduzetnik kojeg je opskrbio, robu distribuira na cjelokupnom području Republike Hrvatske. Takav je način poslovanja moguć zahvaljujući raznim tehničkim mogućnostima prijevoza uz istovremeno čuvanje robe, primjerice u hladnjačama. Iz tog razloga veletrgovci svoju prodaju klasificiraju prema vrsti kupaca koje opskrbljuju, a ne na temelju zemljopisnog smještaja. Stoga je uobičajeno da se tržište trgovine na veliko promatra na nacionalnoj razini.

Metodologija izračuna tržišnih udjela na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na teritoriju Republike Hrvatske temelji se na podacima o ukupnim prihodima od trgovine na veliko mesom i mesnim proizvodima na području Republike Hrvatske u 2004. godini, koje su ostvarili poduzetnici Konzum d.d., BELJE d.d. i PIK VRBOVEC d.d., te poduzetnici Metro Cash & Carry d.o.o., Getro d.d. i ostali poduzetnici koji su, prema podacima Registra godišnjih financijskih izvještaja za 2004. Financijske agencije, obavljali djelatnost trgovine na veliko.

Tablica 13. a.

Struktura tržišta trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na temelju prihoda poduzetnika (u HRK) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2003. godini)

		ukupni prihodi od trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama
poduzetnik		
1	2	
1	Konzum d.d., Zagreb	20 - 25
2	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	10 - 15
3	Metro Cash & Carry d.o.o., Zagreb	10 - 15
4	PRIDAL, d.o.o., Zagreb	5 - 10
5	PIVKA d.o.o., Rijeka	< 5
6	Getro d.d., Sesvete	< 5
7	VUGRINEC d.o.o., Kraj Gornji	< 5
8	PURI d.o.o., Rijeka	< 5
9	Belje d.d., Darda	< 5
10	ostali poduzetnici	30 - 35
ukupno		100,00

Izvor: dopis Agrokor d.d. od 7. lipnja 2005. i FINA, registar god. financij. izvj. poduzetnika za 2004. te dopisi poduzetnika; Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Tablica 13. b.

Struktura tržišta trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na temelju prihoda poduzetnika (u HRK) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

poduzetnik		ukupni prihodi od trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama
1	2	3
1	Konzum d.d., Zagreb	20 - 25
2	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	15 - 20
3	Metro Cash & Carry d.o.o., Zagreb	10 - 15
4	Kecur d.o.o., Sesvete	5 - 10
5	Pivka d.o.o., Rijeka	< 5
6	Getro d.d., Sesvete	< 5
7	Belje d.d., Darda	< 5
8	Vugrinec d.o.o., Kraj Gornji	< 5
9	13 M d.o.o., Zagreb	< 5
10	ostali poduzetnici	25 - 30
ukupno		100,00

Izvor: dopis Agrokor d.d. od 7. lipnja 2005. i FINA, registar god. financij. izvj. poduzetnika za 2004. te dopisi poduzetnika

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Temeljem prikupljenih podataka za 2004. godinu utvrđeno je da poduzetnik AGROKOR d.d. putem poduzetnika Konzum d.d. i BELJE d.d. ostvaruje tržišni udjel od ...* posto, dok poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. ima tržišni udjel od ...* posto na navedenom mjerodavnom tržištu.

Nakon provedbe koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d., se putem poduzetnika Konzum d.d. i BELJE d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa od ...* posto povećava za tržišni udjel poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. od ...* posto, na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. čime poduzetnik Konzum d.d. stječe vladajući položaj na navedenom mjerodavnom tržištu, u smislu članka 15. stavak 3. ZZTN, dok udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, podaci o strukturi mjerodavnog tržišta trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na teritoriju Republike Hrvatske za 2003. i 2004. godinu prikazani u tablicama 13.a. i 13.b pokazuju da je navedeno mjerodavno tržište u promatranim godinama nepovoljno strukturirano, da je na ovom mjerodavnom tržištu poduzetnik Konzum d.d. s povezanim poduzetnikom BELJE d.d. u sastavu koncerna Agrokor u 2004. godini ostvario ...* posto udjela, što je znatno više od njegovog prvog sljedećeg takmaca, poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. koji je u istoj godini ostvario udjel od ...* posto. Štoviše, provedbom koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d. stječe svog najvećeg tržišnog takmaca, tako da mu je, nakon provedbe koncentracije, prvi konkurent na navedenom mjerodavnom tržištu je poduzetnik Metro

* ispušteno kao poslovna tajna

Cash & Carry d.o.o., dok svi ostali poduzetnici na navedenom mjerodavnom tržištu imaju manje od 10 posto.

U odnosu na 2003. godinu tržišni se udjel poduzetnika Konzum d.d., na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na teritoriju Republike Hrvatske u 2004. godini, povećao, dok su se tržišni udjel njegovih najvećih takmaca smanjili. Navedene činjenice dodatno potkrjepljuju tezu o vladajućem položaju poduzetnika AGROKOR d.d. na navedenom mjerodavnom tržištu, budući da isti stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku PIK VRBOVEC d.d. stječe tržišni udjel veći od 40 posto.

Analiza najvećih dobavljača poduzetnika Konzum d.d. u 2003. i 2004. godini

Uvidom u listu pet najvećih dobavljača poduzetnika Konzum d.d. utvrđeno je da su najveći udjel prema vrijednosti nabave («najprodavaniji dobavljači») u 2003. i 2004. imali poduzetnici: ...*.

Prema listi pet najvećih dobavljača svježeg mesa i mesnih proizvoda (prerađevina) navedenog poduzetnika u 2003. i 2004. godini najveći udjel prema vrijednosti nabave imali su: ...*

Najveći dobavljači svježeg svinjskog mesa Konzuma d.d. (sa izraženim relativnim iznosima-udjelima vrijednosti nabave u ukupnom prihodu u 2003. i 2004.) bili su sljedeći poduzetnici:

Tablica 14*.

Poduzetnik	Udjel u nabavi u 2003. godini, %	Udjel u nabavi u 2004. godini, %
AB	40-45	40-45
CD	10-15	5-10
EF	5-10	5-10
GH	0-5	-
IJ	0-5	-
KL	-	5-10
MN	-	5-10
Ostali poduzetnici (s udjelom < 5%)	30-35	20-25

Izvor: dopis AGROKOR d.d. od 31. svibnja 2005.

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Analiza podataka najvećih dobavljača svježeg svinjskog mesa pokazala je povećanje nabave svježeg svinjskog mesa Konzuma d.d. u 2004., u odnosu na prethodnu godinu, od poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor. Istovremeno se javlja trend smanjenja nabave svježeg svinjskog mesa u 2004., u odnosu na prethodnu godinu, od poduzetnika koji nisu u sastavu koncerna Agrokor.

* ispušteno kao poslovna tajna

Najveći dobavljači svježeg junećeg mesa Konzuma d.d. (sa izraženim relativnim iznosima-udjelima vrijednosti nabave u ukupnom prihodu u 2003. i 2004. godini) bili su sljedeći poduzetnici:

Tablica 15.*

Poduzetnik	Udjel u nabavi u 2003. godini, %	Udjel u nabavi u 2004. godini, %
AB	45-50	55-60
CD	15-20	10-15
EF	0-5	-
GH	0-5	-
IJ	0-5	-
KL	-	5-10
MN	-	0-5
OP	-	0-5
Ostali poduzetnici (s udjelom < 5%)	20-25	20-25

Izvor: dopis poduzetnika AGROKOR d.d. od 31. svibnja 2005.

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Podaci o najvećim dobavljačima svježeg junećeg mesa pokazuju značajno povećanje nabave svježeg junećeg mesa u 2004. u odnosu na prethodnu godinu od poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor. Dakle, uvidom u listu najvećih dobavljača svježeg svinjskog i junećeg mesa poduzetnika Konzum d.d., u 2003. i 2004. godini utvrđeno je da su najveći dobavljači navedenog poduzetnika za 2003. najvećim dijelom poduzetnici povezani sa prijaviteljem koncentracije, te da se udjel «vanjskih dobavljača» navedenih proizvoda u 2004. u odnosu na prethodnu godinu smanjuje u korist poduzetnika povezanih s poduzetnikom AGROKOR d.d.

Najveći dobavljači mesnih proizvoda (prerađevina) od svinjskog i junećeg mesa Konzuma d.d. (sa izraženim relativnim iznosima - udjelima vrijednosti nabave u ukupnom prihodu u 2003. i 2004.) bili su sljedeći poduzetnici:

Tablica 16.*

Poduzetnik	Udjel u nabavi u 2003. godini, %	Udjel u nabavi u 2004. godini, %
AB	5-10	10-15
CD	5-10	5-10
EF	0-5	0-5
GH	0-5	-
IJ	0-5	0-5
KL	-	0-5
Ostali poduzetnici (s udjelom < 5%)	70-75	65-70

Izvor: dopis poduzetnika AGROKOR d.d. od 31. svibnja 2005.

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

* ispušteno kao poslovna tajna

Podaci o najvećim dobavljačima mesnih proizvoda (prerađevina) od svinjskog i junećeg mesa pokazuju da niti jedan od dobavljača sa navedene liste nema znatniji udjel u ukupnoj nabavi navedene vrste proizvoda, u 2003., niti u 2004. godini. Analizom ovih podataka proizlazi povećanje nabave mesnih proizvoda (prerađevina) od junećeg i svinjskog mesa Konzuma d.d. u 2004., u odnosu na prethodnu godinu, od poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor, dok u isto vrijeme Konzum d.d. smanjuje nabavu tih proizvoda u 2004. u odnosu na 2003., od ostalih poduzetnika koji nisu povezani sa prijaviteljem koncentracije.

Poduzetnik AGROKOR d.d. je u prijavi koncentracije istaknuo da namjerava povećati proizvodnju i prodaju svježeg junećeg i svinjskog mesa poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. uz plasman tog mesa u razgranatoj maloprodajnoj mreži Konzuma s obzirom da trenutne potrebe Konzumove mreže nadilaze proizvodne kapacitete koncerna Agrokor. Za očekivati je da će takvo postupanje poduzetnika AGROKOR d.d. rezultirati daljnjim povećanjem udjela nabave Konzuma d.d. od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. uz smanjenje nabave svježeg junećeg i svinjskog mesa od drugih poduzetnika, konkurenata na navedenom mjerodavnom tržištu.

Dakle, uvidom u listu najvećih dobavljača svježeg svinjskog i junećeg mesa poduzetnika Konzum d.d., u 2003. i 2004. godini utvrđeno je da su najveći dobavljači navedenog poduzetnika najvećim dijelom poduzetnici povezani sa prijaviteljem koncentracije, te da se u 2004. godini udjel «vanjskih dobavljača» navedenih proizvoda smanjuje u korist poduzetnika povezanih sa poduzetnikom AGROKOR d.d.

Analiza dokumentacije «Ekonomsko-financijska ocjena projekta PIK VRBOVEC d.d.»

Poduzetnik AGROKOR d.d. je, u privitku dopisa od 19. travnja 2005. dostavio, između ostaloga, «Ekonomsko-financijsku ocjenu projekta PIK VRBOVEC d.d.» iz veljače 2005. godine, iz koje proizlazi da će proizvođač PIK VRBOVCA d.d. zadovoljavati potrebe Konzumove maloprodajne mreže, hrvatskog tržišta te izvoza.

Naime, AGROKOR d.d. će kroz PIK VRBOVEC d.d. i kroz formiranje novog sustava biti u mogućnosti dostići potrebnu razinu ekonomije obujma koja mu osigurava proizvodnju cjenovno konkurentnih mesnih proizvoda, koja bi nadomjestila trenutne potrebe za uvozom mesnih proizvoda. Nadalje, navodi se da trenutne potrebe Konzumove maloprodajne mreže nadilaze proizvodne kapacitete vlastite prerađivačke i pakirne industrije mesa te da će povećanje iskorištenosti kapaciteta PIK VRBOVCA d.d. poboljšati ponudu u maloprodaji.

Ovim se navodima potvrđuje da Konzum d.d. ima veću potrebu za svježim mesom i mesnim prerađevinama od ponude istog u svojoj maloprodajnoj mreži, a istodobno nije iskoristio mogućnost nabave tih proizvoda iz drugih izvora, odnosno domaćih dobavljača ili uvoznika, konkurenata na mjerodavnom tržištu svježeg mesa i mesnih prerađevina. Navedenu potrebu za mesom i mesnim prerađevinama Konzum mreža će, tek provedbom koncentracije, početi zadovoljavati nabavkom proizvoda upravo od PIK VRBOVCA d.d.

8. Gospodarske prednosti i prednosti za potrošače

Podnositelj prijave, poduzetnik AGROKOR d.d., sukladno odredbi članka 18. ZZTN, te članka 11. točke 17. i točke 18. Uredbe o koncentracijama, u prijavi namjere koncentracije navodi gospodarske prednosti te prednosti za potrošače koje će proizaći iz provedbe navedene koncentracije i kojima dokazuje da će provedba predmetne koncentracije proizvesti učinke koji će dovesti do takvog jačanja tržišnog natjecanja, koje će biti značajnije od negativnih učinaka stvaranja ili jačanja vladajućeg položaja sudionika koncentracije.

8. 1. Gospodarske prednosti koncentracije

Prema obrazloženju podnositelja prijave, stjecanjem poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. očekuje se povećanje proizvodnje i prodaje proizvoda tog poduzetnika kojima će se kroz razgranatu maloprodajnu mrežu poduzetnika Konzum d.d. omogućiti dostupnost potrošačima na cijelom teritoriju Republike Hrvatske. Također, poduzetnik AGROKOR d.d. očekuje da će, povećanjem i modernizacijom proizvodnje navedeni proizvodi postati cjenovno prihvatljivi, te će na taj način postati konkurentniji sve jačoj i brojnijoj inozemnoj konkurenciji. Sve navedeno omogućit će profitabilno poslovanje poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. što će u konačnici rezultirati očuvanjem radnih mjesta a što je, smatra podnositelj prijave, u gospodarskom interesu Republike Hrvatske.

8. 2. Prednosti za potrošače

U svom obrazloženju podnositelj prijave navodi da će, sa stajališta interesa potrošača, provedba koncentracije utjecati na povoljnije cijene proizvoda koje proizvodi poduzetnik PIK VRBOVEC d.d., njihovu distribuciju na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske te na povećanje kvalitete navedenih proizvoda.

9. Analiza učinaka koncentracije

Pri ocjeni dopuštenosti koncentracije, Agencija je, sukladno članku 25., stavku 2. ZZTN, odnosno članku 19. Uredbe o koncentracijama, razmatrala prednosti i učinke koji bi nastupili provedbom koncentracije, kao i moguće zapreke za pristup utvrđenim mjerodavnim tržištima.

Budući da je pri ocjeni predmetne koncentracije, s obzirom na njezine specifičnosti, utvrđeno više mjerodavnih tržišta u proizvodnom smislu, analizirana je struktura svakog pojedinog od utvrđenih mjerodavnih tržišta. Pri tome se vodilo računa o tome da će provedbom koncentracije struktura koncerna Agrokor i djelatnosti koje obavljaju članice koncerna obuhvaćati sve faze proizvodnog ciklusa:

- od faze proizvodnje poljoprivrednih kultura, skladištenja i prerade žitarica te proizvodnje stočne hrane,
- farme (faza uzgoja i klanja stoke),
- proizvodnje mesa i mesnih prerađevina,
- plasiranja tih proizvoda putem trgovine na veliko drugim poduzetnicima,

- sve do faze trgovine na malo u vlastitim nespecijaliziranim prodavaonicama, odnosno putem Konzumove mreže trgovine na malo.

Slijedom navedenog, utvrđeno je da je mjerodavno tržište svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa na teritoriju Republike Hrvatske, odnosno svako od posebno utvrđenih mjerodavnih tržišta prema vrsti mesa, odnosno mesnih prerađevina, unutar mjerodavnog tržišta mesa i mesnih prerađevina, po broju tržišnih takmaca i njihovom tržišnom udjelu, relativno dobro strukturirano.

Izuzetak je mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza svježih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica budući da podaci o strukturi navedenog mjerodavnog tržišta u 2004. godini na području Republike Hrvatske pokazuju da je isto nepovoljno strukturirano te ima značajke oligopola. Naime, vodeći poduzetnik na navedenom tržištu u 2004. godini je poduzetnik Danica d.o.o., dok njegov prvi tržišni takmac, provedbom koncentracije postaje poduzetnik AGROKOR d.d., sa tržišnim udjelom od ...* posto. Ostali sudionici na navedenom mjerodavnom tržištu ostvaruju udjel manji od 10 posto.

Također, podaci o strukturi mjerodavnog tržišta proizvodnje i uvoza trajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica u 2004. godini na području Republike Hrvatske pokazuju da je i to tržište na sličan način kao i prethodno nepovoljno strukturirano budući da provedbom koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., putem povezanih poduzetnika, postaje vodeći tržišni takmac na navedenom mjerodavnom tržištu i ostvaruje tržišni udjel od ...* posto. Prvi sljedeći konkurent je poduzetnik Gavrilović d.o.o., zatim slijedi poduzetnik PPK d.d., dok svi ostali konkurenti ostvaruju manje od 10 posto na navedenom mjerodavnom tržištu.

Na mjerodavnim tržištima proizvodnje svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa u Republici Hrvatskoj, predmetna koncentracija neće proizvesti negativne učinke sa stajališta tržišnog natjecanja. S tim u svezi, vezani su i navodi podnositelja prijave pod točkom 17., te pod točkom 18. prijave da će, provedbom predmetne koncentracije: cit: «povećati proizvodnju i prodaju proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. kroz svoju razgranatu maloprodajnu i distributivnu mrežu, te time omogućiti dostupnost istih potrošačima na cjelokupnom području Republike Hrvatske i da bi, uz spomenuto povećanje proizvodnje i efikasnosti, navedeni proizvodi trebali postati i cjenovno prihvatljiviji, da bi se, na taj način, poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. lakše nosio sa sve jačom i brojnijom domaćom i stranom konkurencijom. Ovime će se zadovoljiti potrebe Konzumove maloprodajne mreže te će uz sinergijske učinke poduzetnik AGROKOR d.d. biti u mogućnosti dosegnuti potrebni nivo ekonomije obujma koji mu osigurava proizvodnju cjenovno konkurentnog proizvoda (svježeg mesa i mesnih prerađevina)».

Struktura mjerodavnog tržišta trgovine na malo mješovitom robom analizirana je na nacionalnoj razini, kao cjelokupni teritorij Republike Hrvatske, ali i na lokalnoj razini, odnosno na razini županija u Republici Hrvatskoj.

* ispušteno kao poslovna tajna

Analiza strukture navedenog mjerodavnog tržišta na nacionalnoj razini, odnosno na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, provedena zbog stjecanja uvida u tržišni položaj strateških grupacija koje djeluju na navedenom mjerodavnom tržištu, pokazala je da je riječ o asimetričnom, nepovoljno strukturiranom tržištu zbog činjenice da je poduzetnik AGROKOR d.d. putem povezanog poduzetnika Konzum d.d., koji provedbom koncentracije ostvaruje tržišni udjel od ...* posto, apsolutno najjači poduzetnik na mjerodavnom tržištu, odnosno da njegov prvi konkurent na navedenom mjerodavnom tržištu ima više nego dvostruko manji tržišni udjel, dok svi ostali tržišni takmaci ostvaruju tržišni udjel manji od 10 posto.

Budući da su rezultati preliminarne analize koncentracije pokazali da će vertikalno integriranje dovesti do horizontalnih učinaka na lokalnim odnosno županijskim razinama trgovine na malo mješovitom robom, struktura navedenog mjerodavnog tržišta analizirana je na lokalnoj, odnosno županijskoj razini. Provedena je analiza tržišta na malo mješovitom robom u svim županijama, međutim izdvojene su one županije u kojima su oba sudionika koncentracije, odnosno s njima povezani poduzetnici, obavljali djelatnost trgovine na malo mješovitom robom u 2004. godini.

Provedena je analiza pokazala da struktura županijskog tržišta trgovine na malo mješovitom robom prema broju tržišnih takmaca i njihovom tržišnom udjelu oscilira, i to od relativno dobro strukturiranih županijskih tržišta, kao što su primjerice tržište Osječko-Baranjske, Brodsko-posavske, Bjelovarsko-bilogorske i Zadarske županije, do nepovoljno strukturiranih tržišta. Nepovoljno su strukturirana i tržišta Požeško-slavonske županije gdje je vodeći poduzetnik Presoflex d.o.o. a njegovi tržišni takmaci su K.T.C. d.o.o. i Billa d.o.o. putem povezanog poduzetnika Minaco d.o.o., dok svi ostali konkurenti imaju manje od 5 posto udjela, zatim tržište Šibensko-kninske županije, na kojem je vodeći poduzetnik Joly J.B.S. d.o.o., njegov prvi tržišni takmac Konzum d.d. ima udjel od ...* posto a ostali konkurenti ostvaruju manje od 10 posto udjela.

Nepovoljno strukturirano je i tržište Varaždinske županije, na kojem je poduzetnik Konzum d.d. u vladajućem položaju sa tržišnim udjelom većim od 40 posto, dok je prvi slijedeći tržišni takmac, poduzetnik Trgonom d.o.o., koji ostvaruje više nego dvostruko manji tržišni udjel, zatim tržište Zagrebačke županije, na kojem je u vladajućem položaju poduzetnik Konzum d.d. sa više od 40 posto tržišnog udjela, dok njegov prvi tržišni takmac Mercator-H d.o.o. ostvaruje više nego dvostruko manji tržišni udjel.

Na tržištu grada Zagreba poduzetnik Konzum d.d. ostvaruje ...* posto tržišnog udjela a prvi tržišni takmac Getro d.o.o. ostvaruje dvostruko manji tržišni udjel, a svi ostali konkurenti imaju manje od 10 posto udjela.

Struktura mjerodavnog tržišta trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na teritoriju Republike Hrvatske u promatranim godinama je nepovoljna. Naime, poduzetnik AGROKOR d.d., putem poduzetnika Konzum d.d. i njegovog veleprodajnog lanca Velpro te sa njim povezanog poduzetnika BELJE d.d., svoj visoki prijekoncentracijski tržišni udjel, odnosno vladajući položaj u smislu članka 15. stavak 1. točka 2. ZZTN, provedbom koncentracije jača stjecanjem tržišnog udjela svog prvog tržišnog takmaca, poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

* ispušteno kao poslovna tajna

Na taj način poduzetnik AGROKOR d.d. ostvaruje tržišni udjel veći od 40 posto, čime dolazi u vladajući položaj na navedenom mjerodavnom tržištu u 2004. godini u smislu članka 15. stavak 3. ZZTN. Provedbom koncentracije prvi konkurent na navedenom mjerodavnom tržištu u 2004. postaje poduzetnik Metro Cash & Carry d.o.o., dok svi ostali poduzetnici na navedenom mjerodavnom tržištu imaju manje od 10 posto.

Analiza liste najvećih dobavljača svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa poduzetnika Konzum d.d. potvrdila je problem koji proizlazi iz vertikalne integracije koncerna Agrokor sa proizvođačem mesa i mesnih prerađevina, odnosno sa poduzetnikom PIK VRBOVEC d.d. Naime, takva potpuna vertikalna integracija može prouzročiti ozbiljne negativne učinke na tržišno natjecanje na utvrđenim mjerodavnim tržištima.

Analiza zaprimljenih podataka iz liste najvećih dobavljača svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa poduzetnika Konzum d.d. u 2003. i 2004. godini pokazuje, u 2004. u odnosu na prethodnu godinu, trend smanjivanja nabave navedenih proizvoda poduzetnika Konzum d.d. od poduzetnika izvan sastava koncerna Agrokor, u korist poduzetnika u sastavu navedenog koncerna.

Sa stajališta krajnjeg potrošača stjecanjem većinskog udjela poduzetnika AGROKOR d.d. u poduzetniku PIK VRBOVEC d.d. dolazi do vertikalne integracije navedenih poduzetnika, što može proizvesti negativne učinke za kupce u veleprodaji a u konačnici i za krajnje potrošače. Proizvodnja proizvoda PIK VRBOVEC d.d. bit će pod vlastitim trgovačkim znakom usmjerena za opskrbu maloprodajnog lanca Konzuma d.d., te na opskrbu ostalih trgovaca na malo putem veleprodajnog lanca «Velpro», što može rezultirati smanjenjem ponude i mogućnosti izbora za potrošače. Postoji opasnost da će se kroz manipuliranje ponudom odnosno asortimanom izravno utjecati na potrošnju i izbor krajnjeg potrošača, dok će se s druge strane stvoriti neravnopravni položaj ostalih proizvođača mesa, u odnosu na dostupnost njihovih proizvoda u trgovačkom lancu koncerna Agrokor. Podaci o već ostvarenom povećanju veleprodajnih cijena proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. od 10 do 15 posto, ukoliko se smanji broj dobavljača navedenih proizvoda, može prouzročiti povećanje maloprodajnih cijena za krajnje kupce, odnosno potrošače.

U pogledu mogućnosti opskrbe tržišta proizvodima poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. vjerojatno je, kao što i navodi podnositelj prijave koncentracije, da će doći do racionalizacije odnosno ekonomičnije organizacije poslovanja.

10. Komparativna praksa Europske komisije i zemalja članica Europske unije:

Kako je to propisano člankom 35. stavak 3. ZZTN, Agencija se, u interesu provođenja sveobuhvatne ekonomske i pravne analize, radi prikupljanja podataka o primjerima vertikalnih koncentracija poduzetnika sa horizontalnim učincima na mjerodavnom tržištu, te određivanja odgovarajućih mjera za otklanjanje negativni učinaka koncentracije, vodila komparativnom praksom Europske komisije i zemalja članica EU. U tu svrhu Agencija je provela analizu relevantne prakse Europske komisije i odgovarajuće komparativne prakse europskih zemalja. Agencija je zaprimila odgovore od slijedećih zemalja: Austrije, Bugarske, Republike Češke, Danske, Finske, Francuske, Litve, Mađarske, Nizozemske, Njemačke, Poljske, Slovenije, Švedske, Švicarske i Velike Britanije.

Uvidom u komparativnu praksu Europske komisije, te europskih zemalja utvrđeno je da se u primjerima koncentracija koje imaju negativan učinak na tržišno natjecanje kao najučinkovitije primjenjuju strukturne mjere, i to: prodaja dijela podružnica, trgovina poduzetnika ili prodaja proizvoda određenog trgovačkog znaka (branda) sa svim pripadajućim pravima kao što su: licenca, prava intelektualnog vlasništva, uz imenovanje neovisnog povjerenika koji će pratiti provedbu restrukturiranja.

11. Ocjena dopuštenosti koncentracije u postupku na drugoj razini

Prikupljeni dokazi, podaci i obavijesti, te na tome utemeljeni rezultati postupka, s obzirom na djelatnosti poduzetnika- sudionika koncentracije i kapitalnu povezanost poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor, ukazali su na moguće negativne učinke koncentracije na tržišno natjecanje.

Poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, odnosno poduzetnik BIM d.o.o., čija je djelatnost obustavljena krajem 2004. godine i poduzetnik BELJE d.d., obavljaju djelatnost proizvodnje svježeg mesa i mesnih prerađevina. Provedbom predmetne koncentracije, odnosno stjecanjem poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., dolazi do povećanja tržišnog udjela poduzetnika AGROKOR d.d. u navedenoj djelatnosti. Međutim, zbog relativno lošeg tržišnog položaja tih poduzetnika i njihovog niskog tržišnog udjela u toj se djelatnosti ne predviđaju negativni učinci na tržišno natjecanje.

S obzirom da se poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, između ostalog, bave trgovinom na malo mješovitom robom, koja obuhvaća i trgovinu prehrambenim proizvodima, koncentracijom s proizvođačem svježeg mesa i mesnih prerađevina dolazi do vertikalne integracije. Kako poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. u svojoj djelatnosti ima i uzgoj i klanje stoke riječ je o potpunom vertikalnom zatvaranju, od početne sirovine do krajnjeg potrošača. Vertikalna integracija i ponuda isključivo proizvoda poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor u kombinaciji sa širokom rasprostranjenošću Konzumove mreže trgovine na malo može dovesti do ograničavanja ponude proizvoda drugih, konkurentnih proizvođača za krajnje potrošače.

Nadalje, budući da se poduzetnik PIK VRBOVEC d.d., između ostaloga bavi i trgovinom na malo mješovitom robom, moguće je da na lokalnim razinama (županijama) dođe do preklapanja maloprodajnih aktivnosti i stvaranja ili jačanja vladajućeg položaja poduzetnika Konzum d.d., poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor.

Poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, ali i poduzetnik PIK VRBOVEC d.d., obavljaju djelatnost veleprodaje svježeg mesa i mesnih prerađevina, tako da i na tom području dolazi do preklapanja djelatnosti sudionika koncentracije. Štoviše, na tom su tržištu navedeni poduzetnici vodeći tržišni takmaci. Mogući negativni učinak na tržišno natjecanje, koji bi se mogao pojaviti u takvoj situaciji, je usmjeravanje veleprodajnih tokova proizvođača PIK VRBOVEC d.d. isključivo na maloprodaju koncerna Agrokor na silaznom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, kao i smanjenje ponude prema drugim trgovcima mesom na veliko.

Iz svega rečenog proizlazi kako je riječ o koncentraciji koja stvara vertikalnu integraciju s mogućim horizontalnim učincima na razini djelatnosti trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama

od junećeg i svinjskog mesa. Međutim, istovremeno treba imati na umu specifičnosti predmetne koncentracije. Poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. je u znatnim poteškoćama, kojem je preuzimanje od strane jedne od najvećih hrvatskih kompanija značilo dugoročni nastavak poslovanja i očuvanje infrastrukture i radnih mjesta.

Vijeće je, na 41. sjednici, održanoj 29. lipnja 2005., ocijenilo da prikupljeni dokazi, podaci i obavijesti, te na tome utemeljeni rezultati prethodnog postupka, ukazuju da bi, u konkretnom slučaju, provedba koncentracije mogla imati za posljedicu značajno sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja na utvrđenim mjerodavnim tržištima. Slijedom navedenog, Agencija je 29. lipnja 2005., sukladno članku 26. stavku 3. ZZTN, donijela zaključak, klasa: UP/I 030-02/2004-02/90; Urbroj: 580-02-05-41-56, kojim se pokreće postupak ocjene koncentracije poduzetnika (tzv. postupak ocjene koncentracije na drugoj razini).

U nastavku postupka, Vijeće je na 44. sjednici, održanoj 1. rujna 2005. zaključilo da je u predmetnom slučaju riječ o vertikalnoj koncentraciji poduzetnika sa značajnim horizontalnim učincima na utvrđenim mjerodavnim tržištima, te da je radi sveobuhvatne ekonomske i pravne analize navedene koncentracije, za utvrđivanje činjeničnog stanja i ocjenu dokaza, potrebno izvršiti dopunske analize, odnosno prikupiti dodatne podatke i očitovanja. Stoga je Agencija, 1. rujna 2005. sukladno članku 56. stavku 5. ZZTN-a, donijela zaključak, klasa UP/I 030-02/2004-02/90, Urbroj: 580-02-05-41-94, kojim se rok za donošenje rješenja produžuje za tri mjeseca.

12. Javni poziv poduzetnicima za dostavljanjem primjedaba i mišljenja o učincima predmetne koncentracije

U cilju prikupljanja podataka potrebnih za izradu ekonomske i pravne analize, Agencija je, sukladno članku 37. točka 8. i točka 9. ZZTN i članku 94. ZoUP-a objavila Javni poziv poduzetnicima za dostavljanjem primjedaba i mišljenja. Javni poziv, klasa: gornja, urbroj: 580-02-05-12-43, objavljen je 1. lipnja 2005. na službenim web stranicama Agencije (www.crocompet.hr).

Agencija je navedenim javnim pozivom pozvala sve poduzetnike koji djeluju na preliminarnom analizom utvrđenim mjerodavnim tržištima u Republici Hrvatskoj:

1. proizvodnja i obrada svježeg junećeg i svinjskog mesa, u cijelim komadima i sječenoga na komade,
2. proizvodnja svježih, polutrajnih i trajnih kobasica od mesa, miješanog mesa ili iznutrica,
3. proizvodnja polutrajnih i trajnih suhomesnatih proizvoda,
4. proizvodnja suhe slanine,
5. proizvodnja polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa uz dodatke odabranih začina te drugih sastojaka, npr. paštete, naresci, šunka i dr.,
6. proizvodnja masnoća (masti i loja),
7. proizvodnja brašna,
8. proizvodnja stočne hrane,
9. proizvodnja (klanje) i obrada mesa peradi (tovni pilići),
10. proizvodnja svježih sireva, topljenih sireva i polutvrdih sireva,
11. trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (u nespecijaliziranim prodavaonicama,

samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima),
12.trgovina na veliko mesom i mesnim proizvodima od junećeg i svinjskog mesa, te
mesa peradi.

Pozvani su i svi poduzetnici koji djeluju na drugim tržištima na kojima bi navedena koncentracija mogla imati učinke na tržišno natjecanje (uzlazna, silazna, susjedna tržišta), strukovne udruge, udruge poslodavaca, udruge za zaštitu potrošača, te ostale osobe koje nisu stranke u postupku odnosno njihovi tržišni takmaci, ali za koje se može razumno pretpostaviti da imaju saznanja o odnosima na spomenutim mjerodavnim tržištima, da dostave svoje primjedbe, stavove i mišljenja o mogućim konkretnim značajnim učincima koncentracije na njihovo poslovanje, kao i na moguće značajne učinke iste na tržišno natjecanje na navedenim tržištima u cjelini.

Utvrđen je rok za dostavu primjedbi i mišljenja Agenciji u pisanom obliku do 11. lipnja 2005.

Do isteka roka utvrđenog javnim pozivom za dostavu pisanih primjedbi i mišljenja Agencija nije zaprimila niti jedan odgovor.

Također, Agencija je 22. srpnja 2004. izravno uputila dopise sa zahtjevom za dostavu mišljenja o tržišnim učincima provedbe predmetne koncentracije poduzetnicima koji obavljaju djelatnost trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj i koji su najveći tržišni takmaci poduzetnika Konzum d.d., poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor, na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo u Republici Hrvatskoj, te poduzetnicima koji obavljaju trgovinu na veliko svježim mesom i mesnim prerađevinama i koji su ostvarili najveće tržišne udjele na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa u Republici Hrvatskoj.

Navedeni dopisi su također upućeni udrugama za zaštitu potrošača i to: Hrvatskoj udruzi za zaštitu potrošača, Zagreb; udrugama «Potrošač», Zagreb; «Potrošač», Osijek i «Potrošač», Varaždin te Hrvatskoj udruzi poslodavaca, Udruzi prehrambene industrije i poljoprivrede i Udruzi trgovine, Zagreb.

Agencija je, imajući u vidu djelatnost prethodno spomenutih poduzetnika koji djeluju na jednom ili na oba navedena tržišta, te imajući u vidu interese i položaj potrošača čije interese zastupaju spomenute udruge, zatražila dostavu mišljenja o mogućim tržišnim učincima navedenih koncentracija, posebice s obzirom na:

- mogućnost nabave proizvoda od svježeg mesa i mesnih prerađevina od dobavljača u veleprodaji u slučaju uspostave zatvorenog vertikalnog lanca kao posljedice provedbe navedene koncentracije,
- ponudu proizvoda različitog trgovačkog znaka od svježeg mesa i mesnih prerađevina kupcima u maloprodaji u slučaju uspostave zatvorenog vertikalnog lanca kao posljedice provedbe navedene koncentracije,
- mogućnost povećane koncentriranosti sudionika koncentracije nakon njezine provedbe na tržištima trgovine na malo mješovitom robom, odnosno veleprodaje proizvoda od svježeg mesa i mesnih prerađevina na razini županija.

Sukladno obvezi Agencije, temeljem članka 19. Uredbe o koncentracijama, kojim je propisano da je Agencija, prilikom ocjene dopuštenosti koncentracije, dužna razmotriti sve moguće prednosti i učinke koji bi nastupili provedbom prijavljene koncentracije, namjera navedenih dopisa bila je da tako prikupljeni podaci pridonese pojašnjenju odnosno boljem razumijevanju odnosa i stanja na navedenim mjerodavnim tržištima.

12. 1. Mišljenja anketiranih poduzetnika-tržišnih takmaca poduzetnika AGROKOR d.d. o učincima koncentracije na utvrđenim mjerodavnim tržištima

Najveći broj poduzetnika od kojih je zatraženo mišljenje prema kriterijima tržišne snage na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (u nespecializiranim prodavaonicama, samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima) i mjerodavnom tržištu trgovine na veliko mesom i mesnim proizvodima od junećeg i svinjskog mesa, očitovao se kako smatra da će predmetna koncentracija imati negativne posljedice na tržišna kretanja kako u segmentu veleprodaje, tako i u segmentu trgovine na malo mješovitom robom, na način da će se izrazito smanjiti dostupnost proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. svim kupcima. Anketirani poduzetnici smatraju da bi svako preferiranje poduzetnika u sastavu koncerna Agrokora, u segmentu opskrbe od strane poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., dovelo do poremećaja u distributivnom lancu proizvoda predmetnih poduzetnika do krajnjih potrošača. Naime, za očekivati je da će zbog vertikalne koncentracije proizvođača mesa i najjačeg trgovačkog lanca u zemlji, kroz kanale nabave i distribucije, neminovno doći do kontrole tržišta mesa, kako cjenovno tako i količinski, te da će stoga provedba predmetne koncentracije poduzetnika imati negativne učinke za potrošače i za trgovinu predmetnim proizvodima.

Anketirani poduzetnici nadalje navode da je poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. neposredno nakon «preuzimanja» od strane poduzetnika AGROKOR d.d. promijenio uvjete poslovanja, odnosno značajno povisio cijene svojih proizvoda što je nužno dovelo do prestanka njihove suradnje i nabave tih proizvoda od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. Mišljenje je većine anketiranih poduzetnika, da je provedba koncentracije imala za posljedicu uspostavu zatvorenog vertikalnog lanca na način da Konzum d.d., poduzetnik u sastavu koncerna Agrokora neće kupovati robu drugih proizvođača mesa te će time kratkoročno narušiti njihov položaj na tržištu. Usljed toga je, smatraju isti, zastupljenost ostalih proizvođača mesa odnosno ponuda proizvoda različitog trgovačkog znaka raznih proizvođača za krajnjeg potrošača uvelike smanjena.

Preuzimanjem poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., koji s obzirom na proizvodne kapacitete zauzima najznačajnije mjesto u industriji mesa i mesnih prerađevina, od strane poduzetnika AGROKOR d.d., koji pak ima najveći maloprodajni lanac trgovina mješovitom robom (sa njihovom dobrom zemljopisnom rasprostranjenosti) kao i veleprodajni lanac «Velpro», te s obzirom na kretanja u hrvatskoj industriji mesa i mesnih prerađevina, dovesti će nužno do ograničavanja mogućnosti nabave proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. za trgovce na malo. Usljed navedenog, smatraju anketirani poduzetnici, doći će do povećanja nabavnih cijena proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. Zbog uspostave vertikalne integracije zastupljenost ostalih proizvođača mesa, odnosno ponuda proizvoda različitog trgovačkog znaka raznih proizvođača za krajnjeg potrošača biti će uvelike smanjena.

Na ponudu proizvoda različitih proizvođača, smatra najveći broj anketiranih poduzetnika, utječe značajan tržišni udjel poduzetnika Konzum d.d., koji putem svog veleprodajnog lanca «Velpro» utječe na dostupnost različitog asortimana za krajnjeg potrošača. Proizvodnja proizvoda poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. bit će usmjerena na opskrbu maloprodajnog lanca Konzuma d.d. i to pod vlastitim trgovačkim znakom, te na opskrbu ostalih trgovaca na malo putem veleprodajnog lanca «Velpro», što će rezultirati smanjenjem ponude za potrošače. Isti nadalje navode da će provedba koncentracije, ukoliko se smanji broj dobavljača, povisiti nabavnu cijenu svježeg mesa i salama koja će dovesti do povećanja maloprodajnih cijena istih proizvoda za krajnje kupce. Naime, proizvodi PIK VRBOVCA d.d. su u veleprodaji već danas skuplji za 10 do 15 posto.

Dio anketiranih poduzetnika u svojim kratkim očitovanjima navode da smatraju da ne postoje osobito značajni negativni učinci provedbe predmetnih koncentracije na tržištu.

Nadalje, Hrvatska udruga poslodavaca - Udruga prehrambene industrije i poljoprivrede, u mišljenju od 26. srpnja 2005., polazeći od očitovanja svojih članica, smatra da učinci predmetne koncentracije neće ugroziti i narušiti tržišno natjecanje kako na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (u nespecijaliziranim prodavaonicama, samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima) tako i na tržištu trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa.

Sličnog je mišljenja i Hrvatska udruga poslodavaca - Udruga trgovine, koja u dopisu od 11. kolovoza 2005. ističe da neće biti negativnih učinka koncentracije na tržišno natjecanje, kako na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo, tako i na tržištu trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa, te navodi da je na tržištu Republike Hrvatske prisutan veći broj domaćih proizvođača mesa i uvoznika. Navedena Udruga smatra da sinergijski tržišni učinci koncentracije neće djelovati negativno niti ograničiti tržišno natjecanje na utvrđenim mjerodavnim tržištima.

Nadalje, Hrvatska udruga za zaštitu potrošača, Zagreb, u mišljenju od 1. listopada 2005. ističe da koncentracija poduzetnika, kako horizontalna tako i vertikalna, ukoliko ima za posljedicu vladajući položaj na tržištu, neminovno dovodi do nametanja poslovnih ciljeva najjačeg poduzetnika. Posljedice su uglavnom dugoročno loše za stanje na tržištu. Na strani ponude uvjetuju se duži rokovi plaćanja, minimiziranje nabavne cijene do razine na kojoj proizvođači gotovo da ne mogu pokrivati troškove poslovanja, pa dolazi do smanjivanja kvalitete proizvoda. Na strani ponude se zbog nametanja poslovnih ciljeva najjačeg poduzetnika asortiman roba kreira u skladu s njegovim ciljevima pa dolazi do suženja asortimana i smanjenja mogućnosti izbora za potrošače.

Udruga smatra da su učinci na odvijanje nabave zbog postojeće koncentracije u sektoru maloprodaje mješovitom robom (i značajnog tržišnog položaja Konzuma d.d.) nametanje dugih rokova plaćanja i snažni cjenovni pritisak na dobavljače izvan koncerna Agrokora, što je rezultiralo djelomičnim odustajanjem od poslovanja nekih poduzetnika s tim koncernom. Učinke koncentracije dodatno povećava činjenica da poduzetnik Konzum d.d. obavljajući trgovinu na veliko mješovitom robom putem centara „Velpro“ znatno sudjeluje u opskrbi malih prodavaonica „u susjedstvu“ te se struktura asortimana roba prenosi i na te prodavaonice i dijelom diktira struktura ponude potrošačima. Stjecanjem većinskog udjela AGROKORA d.d. u temeljnom kapitalu poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., uz odvijanje poslovanja najjačeg maloprodajnog lanca Konzuma d.d., poduzetnik AGROKOR d.d. direktno može utjecati na širinu i dubinu ponude potrošačima (putem

povećanja proizvoda trgovačkog znaka K-plus i smanjivanja proizvoda drugih proizvođača, a tijekom vremena i povećanja maloprodajnih cijena). Navedeni učinci su, prema mišljenju Udruge, još izraženiji na lokalnim razinama (područjima županija).

Međutim, Hrvatska udruga za zaštitu potrošača se, dopisom od 10. listopada 2005., očitovala da svoje mišljenje dostavljeno Agenciji 1. listopada 2005. stavlja izvan snage, budući da ista radi nedovoljnih sredstava nije u mogućnosti provesti detaljnija istraživanja mjerodavnih tržišta.

12.2. Obavijest Vijeća o utvrđenim učincima predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d., podnositelju prijave

Na 48. sjednici održanoj 2. studenoga 2005., Vijeće je, razmatrajući rezultate provedene ekonomske i pravne analize vezane uz prijavu namjere koncentracije poduzetnika AGROKOR d.d., Zagreb / PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec, ocijenilo da prikupljeni dokazi, podaci i obavijesti, uključujući i podatke koje su sudionici koncentracije iznijeli u prijavi koncentracije, te na tome utemeljeni rezultati do sada provedenog postupka, ne ukazuju da bi u konkretnom slučaju bila riječ o dopuštenoj koncentraciji.

Razmatrajući moguće učinke koncentracije na tržišno natjecanje na mjerodavnim tržištima, Vijeće je ocijenilo da njeni sudionici nisu dokazali da će koncentracija, sukladno članku 18. ZZTN, dovesti do takvog jačanja tržišnog natjecanja na mjerodavnim tržištima, koje će biti značajnije od njezinih negativnih učinaka.

Stoga Agencija, prije donošenja konačne odluke u predmetu ocjene dopuštenosti koncentracije, sukladno članku 135. stavku 1. i članku 143. stavku 3., u vezi sa člankom 8. ZoUP-a, upoznaje sudionike koncentracije s rezultatima do sada provedenog postupka i učincima koncentracije za koje je ocijenjeno da bi mogli biti protutržišni. Stoga je Vijeće, sukladno članku 26. stavku 4. ZZTN, odlučilo da se sudionicima koncentracije omogući da u pisanom očitovanju predlože mjere, uvjete i rokove koje smatraju prikladnima da se njihovim provođenjem učinkovito otklone negativni učinci koncentracije koji proizlaze iz mogućeg značajnog sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja na mjerodavnim tržištima.

U tom smislu Agencija podnositelju prijave koncentracije obavijest o utvrđenim učincima koncentracije, odnosno prikaz tijeka postupka i činjenica utvrđenih u postupku ocjene koncentracije i zaključaka koje je to tijelo, uzimajući u obzir sve činjenične i pravne okolnosti, izvelo na temelju svih činjenica, isprava i dokaza, uključujući i podatke koje su sudionici koncentracije dostavili u prijavi. Agencija na taj način postupa, u pravilu, kada ocjeni da sudionici neke koncentracije nisu dokazali da će ona dovesti do takvog jačanja tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu koje će biti značajnije od negativnih učinaka proizašlih iz koncentracijom stvorenog ili ojačanog vladajućeg položaja njenih sudionika, kako je to utvrđeno člankom 18. ZZTN.

Na taj način Agencija sudionicima koncentracije omogućuje da se upoznaju sa tijekom postupka i očituju na zaključke Agencije, te da sami predlože mjere koje su za njih najmanje otegotne ali prikladne za potpuno uklanjanje utvrđenih mogućih negativnih učinaka koncentracije na tržišno natjecanje, te uvjete i rokove za njihovo provođenje. Međutim, mjere koje predlože sudionici koncentracije moraju biti takve da se njima učinkovito uklanjaju negativni učinci koncentracije na tržišno natjecanje. Osim toga one

moraju biti provedive, te lako izvršive u relativno kratkim rokovima. Mjere koje predlože sudionici koncentracije, Agencija može ne prihvatiti, prihvatiti u cijelosti ili djelomično, ili kombinirati mjere predložene od sudionika koncentracije s mjerama koje je sama utvrdila.

Agencija u navedenoj obavijesti o utvrđenim učincima predmetne koncentracije daje opis mjera i očekivane učinke koji se njihovim provođenjem želi postići. Tako je navedenom obavijesti utvrđeno da mjere za uklanjanje negativnih učinaka predmetne koncentracije na tržišno natjecanje u svakom slučaju moraju ići u pravcu da se, unatoč vertikalnoj integraciji nastaloj kao posljedica provedbe koncentracije, osigura učinkovito tržišno natjecanje na izrazito asimetričnom mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom kako na teritoriju Republike Hrvatske tako i na lokalnoj, odnosno županijskoj razini, te na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske. Drugim riječima, navedenim mjerama potrebno je osigurati otvorenost trgovačke mreže Konzum za proizvode svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa tržišnih takmaca poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i drugih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor, odnosno proizvoda koji s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike potrošača mogu zamijeniti mjerodavni proizvod.

U tom je smislu Agencija podnositelju prijave, poduzetniku AGROKOR d.d., obaviješću klasa: gornja, urbroj: 580-02-05-41-102, od 2. studenoga 2005., dostavila prikaz tijeka postupka i činjenica utvrđenih u postupku ocjene predmetne koncentracije kao i zaključaka koje je to tijelo, uzimajući u obzir sve činjenične i pravne okolnosti, izvelo na temelju svih činjenica, isprava i dokaza, uključujući i podatke koje su sudionici koncentracije dostavili u prijavi, odnosno obavijest o utvrđenim učincima predmetne koncentracije.

U navedenoj obavijesti se sudionici koncentracije pozivaju da u roku od petnaest (15) dana u pisanom obliku očituju na navode Agencije.

12. 3. Očitovanje poduzetnika AGROKOR d.d. na obavijest Agencije o utvrđenim učincima predmetne koncentracije

Podnositelj prijave, poduzetnik AGROKOR d.d. je 23. studenoga 2005. dostavio Agenciji pisano očitovanje na navedenu obavijest o utvrđenim učincima predmetne koncentracije i prijedlog mjera, uvjeta i rokova za uklanjanje protutržišnih učinaka predmetne koncentracije na tržišno natjecanje.

U navedenom očitovanju poduzetnik AGROKOR d.d., u bitnome navodi kako su neke od predloženih mjera Agencije za njega prihvatljive, ali i predlaže određene modifikacije radi prilagodbe istih konkretnim tržišnim prilikama.

Tako za predloženu mjeru prodaje svih 13 maloprodajnih prodavaonica mješovitom robom od stečenog poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. u Republici Hrvatskoj, kupcu koji ima dovoljno financijskih sredstava i posjeduje odgovarajuće stručno znanje kako bi održao postojeće djelatnosti, odnosno kupcu koji nije značajno kapitalno ili personalno povezan sa poduzetnikom AGROKOR d.d. kao i sa njime povezanim poduzetnicima ili ukoliko navedene prodavaonice nisu u vlasništvu poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

raskida ugovora temeljem kojih se iste koristi (primjerice ugovore o zakupu), odnosno prenamjene istih (primjerice kozmetika ili slično) u roku od šest (6) mjeseci od dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu, poduzetnik AGROKOR d.d. navodi kako se, Ugovorom o prijenosu dionica koji je 7. ožujka 2005. sklopio sa HFP-om, obvezao da, u roku od godine dana od dana sklapanja navedenog Ugovora, neće otuđivati ili opterećivati nekretnine poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. Nadalje, poduzetnik AGROKOR d.d. je u navedenom očitovanju istakao kako, prema podacima o tržišnom udjelu poduzetnika Konzum d.d. na mjerodavnom tržištu trgovine na malo iz obavijesti Agencije o utvrđenim učincima predmetne koncentracije, navedeni poduzetnik sukladno članku 15., stavak 1. točka 2. ZZTN, stvara ili dodatno ojačava svoj vladajući položaj na teritoriju Zagrebačke i Varaždinske županije, te stoga predlaže Agenciji razmotriti njegov prijedlog da proda neke druge prodavaonice u svom vlasništvu na području navedenih dviju županija, koje su po karakteristikama slične prodavaonicama čiju će prodaju naložiti Agencija.

Vezano uz prijedlog mjere koja se odnosi na obvezu osiguravanja ponude od najmanje 25 posto proizvoda mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa na policama u supermarketima i hipermarketima trgovačke mreže Konzum poduzetnik AGROKOR d.d. smatra kako navedena mjera nije u cijelosti primjenjiva. Naime, kako na domaćem tržištu ne postoji odgovarajuća ponuda svježeg junećeg i svinjskog mesa koja bi u kvalitativnom i u kvantitativnom smislu mogla pratiti potrebe trgovačke mreže Konzum, poduzetnik AGROKOR d.d. je, i prije provedbe predmetne koncentracije, navedenu problematiku bio prisiljen rješavati putem svog povezanog poduzetnika BIM d.d., koji je do kraja 2004. godine, za potrebe trgovačke mreže Konzum bio najveći dobavljač svježeg junećeg i svinjskog mesa.

Prijedlog mjere Agencije koja se odnosi na obvezu zadržavanja ugovora koje su poduzetnik Konzum d.d. i PIK VRBOVEC d.d. imali zaključene s dobavljačima svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa radi prodaje u svojoj veleprodaji i/ili maloprodaji te kupcima u veleprodaji navedenih proizvoda, u trajanju od tri (3) godine od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu, pod uvjetima poslovanja, primjerice rokovi i uvjeti plaćanja, koji u bitnome moraju biti jednaki ili povoljniji od dosadašnjih iz važećih sporazuma, ali istovremeno nediskriminirajući i transparentni za sve dobavljače, je za poduzetnika AGROKOR d.d. u potpunosti neprihvatljiv. Umjesto navedene predložene mjere poduzetnik AGROKOR d.d. je predložio da poduzetnici na koje se predložena mjera odnosi, preuzmu obvezu pravodobnog i argumentiranog obavještanja Agencije o svim eventualnim relevantnim promjenama u međusobnim odnosima poduzetnika Konzum d.d. i PIK VRBOVEC d.d. i njegovih dosadašnjih dobavljača svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa te kupaca u veleprodaji navedenih proizvoda.

U odnosu na predloženu mjeru imenovanja nezavisnog revizora, uz prethodnu suglasnost Agencije o odabiru istog, koji nije personalno ni kapitalno povezan sa poduzetnicima u sastavu koncerna Agrokor i koji bi temeljem neopozivog mandata i bez ikakvog utjecaja od strane podnositelja prijave koncentracije, odnosno poduzetnika AGROKOR d.d., o trošku poduzetnika AGROKOR d.d., obavljao poslove praćenja provedbe mjera za otklanjanje negativnih učinaka predmetne koncentracije, u trajanju od tri (3) godine od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu, te redovito šestomjesečno dostavljao izvješće Agenciji o provedbi mjera praćenja poslovanja poduzetnika, poduzetnik AGROKOR d.d. je predložio osnivanje zajedničkog tijela za

praćenje provedbe mjera praćenja ponašanja poduzetnika, u kojem bi bili zastupljeni stručnjaci Agencije i poduzetnika AGROKOR d.d.

13. Usmena rasprava

Nakon analize prijedloga mjera za uklanjanje protutržišnih učinaka koncentracije koji je dostavio poduzetnik AGROKOR d.d. i njihovim uspoređivanjem s mjerama koje je predložila Agencija, imajući pritom na umu svrhu koja se provođenjem mjera želi postići, sukladno članku 54. stavku 2. ZZTN, dana 10. siječnja 2005. održana je usmena rasprava kojoj su prisustvovali sudionici koncentracije.

Na usmenoj su raspravi predstavnici sudionika koncentracije i Agencije dodatno pojasnili svoje stavove i dali dodatna pojašnjenja glede mjera i uvjeta za uklanjanje mogućih protutržišnih učinaka predmetne koncentracije.

U odnosu na predložene mjere Agencije koje se odnose na obvezu zadržavanja ugovora koje su poduzetnik Konzum d.d. i PIK VRBOVEC d.d. imali zaključene s dobavljačima svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa radi prodaje u svojoj veleprodaji i/ili maloprodaji te kupcima u veleprodaji navedenih proizvoda, u trajanju od tri (3) godine poduzetnik AGROKOR d.d. je pojasnio kako su im predložene mjere prihvatljive pod uvjetom da dobavljači i kupci u veleprodaji zadovoljavaju komercijalne uvjete uobičajene za navedeno tržište te da su isti u mogućnosti u odnosu na kvalitetu i kvantitetu svojih proizvoda zadovoljavajuće opskrbljivati poduzetnike u sastavu trgovačke mreže Konzum.

Do provedbe predmetne koncentracije, poduzetnik Konzum d.d. je, u svojim maloprodajnim objektima, u ukupnoj ponudi proizvoda mesnih prerađevina junećeg i svinjskog mesa, prodavao približno ...* posto proizvoda mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

Nadalje, poduzetnik AGROKOR d.d. je posebno naglasio da mu je osnovni cilj i namjera kod provedbe predmetne koncentracije bio restrukturiranje navedenog poduzetnika u cilju učiniti ga konkurentnim današnjim uvjetima na tržištu te da ukoliko PIK VRBOVEC d.d. želi izaći iz poteškoća u kojima se nalazi mora podići svoju konkurentnost kroz postizanje boljih uvjeta nabave od svojih dobavljača. Poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. je dodao da je povećanje njegove konkurentnosti poduzetnika primarna zadaća procesa restrukturiranja tog poduzetnika.

Nadalje, poduzetnik AGROKOR d.d. je dodatno istakao kako mu je iz komercijalnih razloga, odnosno zbog visokih troškova izrade revizijskog izvješća potrebnog radi praćenja mjera koje će naložiti Agencija u svojem rješenju, prihvatljivije takvo izvješće dostavljati jednom godišnje budući je zakonska obveza koncerna dostava godišnjeg financijskog izvješća državnim tijelima najkasnije do 30. travnja tekuće godine.

Poduzetnik AGROKOR d.d. je naveo da je bio prisiljen postaviti novu upravu navedenom poduzetniku budući da sa postojećom upravom poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. nije bilo moguće nastaviti poslovanje navedenog poduzetnika štoviše postojao je i zahtjev dotadašnjih članova uprave i nadzornog odbora za smjenu.

* ispušteno kao poslovna tajna

Poduzetnik AGROKOR d.d. je naveo da kroz prodavaonice na malo mješovitom robom u sastavu koncerna količinski plasira 10 do 12 posto vlastitih proizvoda, odnosno proizvoda proizvođača u sastavu koncerna Agrokor, dok je preostalih 80-tak posto namijenjeno daljnjoj distribuciji u veleprodaji.

Poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. je naveo da su njegovi proizvodi namijenjeni internoj distribuciji u iznosu od 60 posto dok je za daljnju veleprodaju namijenjeno preostalih 40 posto te dodao da je u odnosu na pojedine vrste proizvoda, primjerice konzervirane proizvode 80 posto namijenjeno veleprodaji dok je 20 posto namijenjeno internoj opskrbi poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor. Za proizvode svježeg mesa «tzv. meso na pladnju» omjer je 55 posto za internu opskrbu, dok preostali dio od 45 posto je namijenjen veleprodaji. Kobasičarski proizvodi namijenjeni internoj opskrbi su u omjeru 30 posto, odnosno 70 posto navedenih proizvoda namijenjenih veleprodaji.

Poduzetnik AGROKOR d.d. je istakao kako mu je cilj da po okončanju postupka restrukturiranja poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. u veleprodaji distribuira 75 posto svojih proizvoda, dok će preostalih 25 posto biti namijenjeno internoj distribuciji.

Na navode poduzetnika-najvećih tržišnih takmaca poduzetnika AGROKOR d.d. i PIK VRBOVEC d.d. na utvrđenim mjerodavnim tržištima za potrebe predmetne koncentracije da je poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. već povećao cijene svojih proizvoda namijenjenih kupcima u veleprodaji poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. je naveo da je zaključno sa 2004. godinom isti provodio politiku rasprodaje svojih proizvoda na način da je odobravao visoke rabate svojim kupcima, pri tom ulazeći u samu supstancu proizvoda te da je njegov gubitak i proizašao iz gubitka iz supstance njegovih proizvoda. Nakon preuzimanja, poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. je djelovao u smjeru pozicioniranja svojih proizvoda na način da ih je kvalitativno unaprijedio, smještajući ih u rang njegovih najvećih konkurenata, odnosno proizvođača Gavrilović i Danica. U provođenju takve politike izjednačena je i rabatna politika, kako prema poduzetnicima u sastavu koncerna Agrokor, tako i prema vanjskim kupcima u veleprodaji gotovih proizvoda.

14. Ocjena dopuštenosti koncentracije poduzetnika

Vijeće je, na 52. sjednici održanoj 28. prosinca 2005., sukladno ovlastima iz članka 34. i članka 35. stavak 1. točke 2. i točke 5. ZZTN, razmatralo predmetnu koncentraciju. Pri ocjeni koncentracije, sukladno članku 25. stavku 2. ZZTN, Vijeće je razmatralo moguće prednosti i učinke koji bi nastupili provedbom koncentracije, te moguće zapreke pristupu tržištu, primjenjujući kriterije utvrđene u članku 19. Uredbe o koncentracijama.

Pri donošenju odluke Vijeće je ocijenilo sve isprave, saznanja, dokaze, očitovanja i izjave sudionika koncentracije i njihovih tržišnih takmaca, kao i rezultate usmene rasprave, te pravno-ekonomske analize koje je proveo Sektor za zaštitu tržišnog natjecanja.

I. Na temelju provedene ekonomske i pravne analize predmetne koncentracije, činjenica i dokaza utvrđenih temeljem održane usmene rasprave sa sudionicima koncentracije, uzimajući u obzir sve činjenične, pravne i gospodarske okolnosti, Vijeće je odlučilo da je u konkretnom slučaju riječ o vertikalnoj koncentraciji s mogućim značajnim horizontalnim učincima na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom i na

mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa u Republici Hrvatskoj.

Vijeće je, sukladno članku 25. ZZTN, ocijenilo da je mjerodavno tržište trgovine na malo mješovitom robom na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske izrazito asimetrično tržište, budući da se poduzetnik AGROKOR d.d., s obzirom na svoju tržišnu snagu koja se očituje kroz njegov tržišni udjel i položaj na mjerodavnom tržištu, financijsku snagu, pristup izvorima nabave ili tržištu, povezanost s drugim poduzetnicima, sposobnost diktiranja tržišnih uvjeta s obzirom na njegovu ponudu i potražnju te sposobnost isključivanja ostalih konkurenata s tržišta, može ponašati u značajnoj mjeri neovisno od svojih konkurenata, potrošača, kupaca ili dobavljača na navedenom mjerodavnom tržištu, budući da isti ima više nego dvostruko veći tržišni udjel od svog prvog tržišnog takmaka, dok ostali tržišni takmaci ostvaruju udjele manje od 10 posto i stoga pojedinačno nisu u mogućnosti znatnije utjecati na tržišno natjecanje.

Na navedenom mjerodavnom tržištu u 2004. godini poduzetnik AGROKOR d.d. u Zagrebačkoj i Varaždinskoj županiji, putem povezanog poduzetnika Konzum d.d., ostvaruje vladajući položaj, u smislu članka 15. stavak 1. točka 2. i stavak 3. ZZTN, koji dodatno jača stjecanjem tržišnog udjela poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

Mjerodavno tržište trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na području Republike Hrvatske u 2004. godini je, također, nepovoljno strukturirano i asimetrično. Provedbom predmetne koncentracije nepovoljna struktura navedenog mjerodavnog tržišta se dodatno pogoršava. Naime, i na tom mjerodavnom tržištu poduzetnik AGROKOR d.d. provedbom predmetne koncentracije, odnosno stjecanjem dosadašnjeg prvog tržišnog takmaka na navedenom mjerodavnom tržištu-poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., ostvaruje vladajući položaj u smislu odredbe članka 15. stavak 3. ZZTN. Provedbom koncentracije njegov prvi tržišni takmac na navedenom mjerodavnom tržištu ima više nego dvostruko manji tržišni udjel, dok svi ostali konkurenti ostvaruju manje od 10 posto tržišnog udjela.

Nadalje, koncentracijom dolazi do vertikalne integracije djelatnosti proizvodnje, trgovine na veliko i trgovine na malo, koje će, kako je dokazano, nužno proizvesti horizontalne učinke u djelatnosti trgovine na malo i trgovine na veliko. U ovim se djelatnostima, s obzirom na neophodnu suradnju između proizvođača, distributera i prodavača, uobičajeno javlja sklonost vertikalnim ograničenjima.

Iz provedene ekonomske i pravne analize broja poduzetnika na navedenim tržištima, dimenzije i prirode njihova natjecanja, vodeći računa o ponašanju potrošača, te uzimajući u obzir obrazloženje podnositelja prijave u svezi s pogodnostima za potrošače, koje će proizaći iz predmetne koncentracije (točka 18. Prijave), proizlazi da je tržišna snaga poduzetnika AGROKOR d.d. putem povezanog poduzetnika Konzum d.d., kao i strukturiranost mjerodavnih tržišta trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa, takva da bi mogla dovesti do ograničavanja ponude u trgovini na malo proizvoda poduzetnika koji nisu u sastavu koncerna Agrokor, posebice na području Zagrebačke i Varaždinske županije, u kojima poduzetnik Konzum d.d. ima vladajući položaj, u smislu članka 15. stavak 3. ZZTN, koji dodatno jača provedbom predmetne koncentracije, kao i do smanjenja tokova veleprodaje na razini Republike Hrvatske.

Vijeće je zaključilo da bi promjena poslovne politike poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., nakon stjecanja od strane poduzetnika AGROKOR d.d., mogla utjecati na stvaranje neujednačenih uvjeta i smanjenje dostupnosti (plasmana) na policama Konzumove mreže trgovine na malo za ostale poduzetnike koji proizvode meso i mesne prerađevine. Ranije ponašanje poduzetnika AGROKOR d.d. ukazuje na praksu «vršenja pritiska» na dobavljače proizvoda u maloprodaji. Naime, navedeni poduzetnik je u više navrata odbijao prodavati u Konzumovoj mreži trgovine na malo mješovitom robom, proizvode pojedinih proizvođača. Primjerice takav je slučaj bio sa proizvodima poduzetnika Lura d.d. i poduzetnika Podravka d.d. (voda Studenac), čije se proizvode određeno vrijeme nije moglo kupiti na policama Konzumove mreže trgovine na malo mješovitom robom. Da bi predmetna koncentracija uistinu dovela do povećane dobrobiti za potrošače, potrebno je osigurati raznovrsnu ponudu junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. ali i njegovih tržišnih takmaca, odnosno drugih proizvođača i uvoznika u široko razgranatoj Konzumovoj mreži trgovine na malo na području Republike Hrvatske, a posebno u županijama gdje je ta mreža najprisutnija.

Slijedom navedenog, Vijeće je ocijenilo da provedbom predmetne koncentracije dolazi do jačanja vladajućeg položaja sudionika koncentracije i s njima povezanih poduzetnika na mjerodavnim tržištima trgovine na malo mješovitom robom, te trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na način kojim bi se moglo značajno narušiti tržišno natjecanje. Međutim, Vijeće je ocijenilo da bi se utvrđeni mogući negativni učinci predmetne koncentracije na tržišno natjecanje na navedenim mjerodavnim tržištima mogli otkloniti utvrđivanjem određenih mjera i uvjeta koje sudionici koncentracije moraju ispuniti, te da bi se u tom smislu koncentracija mogla uvjetno dopustiti u smislu članka 26. stavka 3. točka 3., stavka 4. i stavka 5. ZZTN.

Stoga je Vijeće odlučilo da se predmetna koncentracija ocjeni kao uvjetno dopuštena, u smislu članka 26. stavka 3. točke 3. ZZTN, kao što je to riješeno u točki I. izreke ovoga rješenja.

II. Vijeće je, u točki II. izreke ovog rješenja, utvrdilo mjere i uvjete koje su sudionici koncentracije obvezni ispuniti kako bi se uklonili mogući negativni učinci predmetne koncentracije koji bi mogli uzrokovati značajno sprječavanje, ograničavanje odnosno narušavanje tržišnog natjecanja, te rokove za njihovo ispunjavanje.

Pri tome je Vijeće posebno vodilo računa o činjenici da je svrha koju Agencija želi postići mjerama prvenstveno da se, unatoč vertikalnoj integraciji nastaloj kao posljedica provedbe koncentracije, osigura učinkovito tržišno natjecanje na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, kako na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske, tako i na lokalnoj, odnosno županijskoj razini u Republici Hrvatskoj, te na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske, te da se spriječi dodatno jačanje vladajućeg položaja poduzetnika Konzum d.d. koji je u sastavu koncerna Agrokora, na području Zagrebačke i Varaždinske županije, u kojima poduzetnik Konzum d.d. ima vladajući položaj, u smislu članka 15. stavak 1. točka 2 i stavak 3. ZZTN, a koji dodatno jača provedbom predmetne koncentracije.

Međutim, u isto vrijeme Vijeće je vodilo računa o razlozima koje su iznijeli sudionici koncentracije, a kojima obrazlažu otegotnost odnosno nemogućnost ispunjenja pojedinih dijelova predloženih mjera iz obavijesti Agencije o utvrđenim učincima predmetne

koncentracije na tržišno natjecanje, te o prijedlozima navedenih sudionika koncentracije vezanim uz ostvarivanje svrhe predloženih mjera Agencije, klasa: gornja, urbroj: 580-02-05-41-102, od 2. studenoga 2005.

Slijedom navedenog, Vijeće je u točki II. stavak 1. podstavak 1. izreke ovog rješenja naložilo poduzetniku AGROKOR d.d. prodati, raskinuti ugovor o zakupu, odnosno prenijeti na drugog poduzetnika ili prenamijeniti maloprodajnu prodavaonicu mješovitom robom na području Zagrebačke županije, koju je provedbom predmetne koncentracije stekao od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.:

a) prodavaonica «Buban», Buban 10, Vrbovec.

Nadalje, Vijeće je prihvatilo razloge poduzetnika AGROKOR d.d. iz njegovog očitovanja na obavijest Agencije o utvrđenim učincima predmetne koncentracije, klasa: gornja, urbroj: 371-02-05-41-103, od 23. studenoga 2005, te je u točki II. stavak 1. podstavak 2. izreke ovog rješenja riješilo da je poduzetnik AGROKOR d.d., umjesto dviju prodavaonica poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., obvezan prodati, raskinuti ugovore o zakupu, odnosno prenijeti na drugog poduzetnika ili prenamijeniti slijedeće maloprodajne prodavaonice mješovitom robom na području Zagrebačke županije, koje koristi poduzetnik Konzum d.d.:

b) prodavaonica Lijevo Sredičko,

c) prodavaonica Jastrebarsko, Kolodvorska 77a.

Nastavno, Vijeće je u točki II. stavak 1. podstavak 3. izreke ovog rješenja naložilo poduzetniku AGROKOR d.d. prodati, raskinuti ugovor o zakupu, odnosno prenijeti na drugog poduzetnika ili prenamijeniti maloprodajnu prodavaonicu mješovitom robom na području Varaždinske županije, koju je provedbom predmetne koncentracije stekao od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.:

d) prodavaonica Varaždin, Miroslava Krleže b.b.

Pri tome je bitno da se prodaja izvrši poduzetniku koji ima dovoljno financijskih sredstava i posjeduje odgovarajuće stručno znanje kako bi održao postojeće djelatnosti. Taj poduzetnik ne smije biti značajno kapitalno ili personalno povezan s poduzetnikom AGROKOR d.d. i s njime povezanim poduzetnicima. U svezi s navedenim odlučeno je kao u točki II. stavku 2. izreke ovog rješenja.

Rok za ispunjenje naloga iz točke II. stavak 1. podstavak 1. do 3. izreke ovog rješenja je tri (3) mjeseca, računajući od 7. ožujka 2006. godine, budući je Vijeće usvojilo argument poduzetnika AGROKOR d.d. o tome da se isti Ugovorom sa HFP-om od 7. ožujka 2005. obvezao da neće otuđiti nekretnine u vlasništvu poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. u roku od godine dana od dana stupanja na snagu navedenog Ugovora, odnosno do 7. ožujka 2006. godine.

Poduzetnik AGROKOR d.d. mora dostaviti Agenciji dokaz o ispunjenju mjere iz točke II. stavak 1. izreke ovog rješenja bez odgode, a najkasnije u roku od osam (8) dana od

dana ispunjenja navedene mjere, kao što je odlučeno u točki II. stavku 3. izreke ovog rješenja.

Naime, Vijeće je ocijenilo da je za otklanjanje negativnih učinaka koncentracije na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom u Republici Hrvatskoj potrebno provesti mjeru restrukturiranja poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. Naime, prodajom, raskidom ugovora o zakupu, odnosno prenošenjem na drugog poduzetnika ili prenamijenom navedenih maloprodajnih mjesta na području Zagrebačke i Varaždinske županije spriječiti će se daljnje jačanje vladajućeg položaja poduzetnika AGROKOR d.d. na navedenom mjerodavnom tržištu. Poduzetnik AGROKOR d.d. ni u kojem slučaju navedene prodavaonice ne smije držati zatvorenima budući da se na taj način poduzetnicima-tržišnim takmacima onemogućava pristup na mjerodavno tržište.

Poduzetnik AGROKOR d.d. se, s obzirom na svoj vladajući položaj, mora posebno odgovorno ponašati, kako u odnosu na izravne tržišne takmace manje tržišne snage, tako i u odnosu na svoje dobavljače i kupce u najširem smislu te riječi. Istovremeno, s obzirom na njegove visoke tržišne udjele, svaki poremećaj u njegovu poslovanju može izravno dovesti do značajnog poremećaja u opskrbi tržišta ili dijela tržišta. U slučaju da takav poduzetnik iz bilo kojeg razloga dođe u poslovne poteškoće, nepostojanje dovoljno razgranate alternativne mreže imalo bi za izravnu posljedicu nemogućnost opskrbe dijela tržišta. Ovo iz razloga što je potrebno određeno, relativno dugo razdoblje, da se tržište restrukturira na način da opskrbu preuzmu drugi prodavatelji i drugi dobavljači, pogotovu oni s kojima poduzetnik u vladajućem položaju do tada nije poslovao. Posebnu pozornost treba posvetiti procjeni u kolikoj je mjeri rast tržišnih udjela poduzetnika u vladajućem položaju (u relativno dužem razdoblju) izravna posljedica preuzimanja drugih poduzetnika i njihovih tržišnih udjela, a koliko je to posljedica njegovog organskog rasta.

Također, poduzetnik Agrokor, s obzirom na svoju tržišnu snagu i položaj na tržištu, mora voditi računa o odredbama propisa o tržišnom natjecanju, posebice iz članka 9. i članka 16. ZZTN, da kupnju svježeg junećeg i svinjskog mesa i/ili mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa u veleprodaji ne uvjetuje kupnjom bilo kojeg drugog proizvoda kojeg proizvode ili prodaju poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor. Isto tako, poduzetnik Agrokor treba voditi računa o tome da uvjeti prodaje pa tako i cijene svježeg mesa i/ili mesnih prerađevina koje proizvode ili prodaju poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor u veleprodaji trebaju biti jednake za sve kupce, neovisno o tome kupuju li uz spomenute proizvode i neke druge proizvode koje proizvode ili prodaju poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor.

Nadalje, Vijeće je u točki II. stavak 4. i 5. izreke ovog rješenja naložilo sudionicima koncentracije obvezu ponude najmanje 25 posto proizvoda mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa, te obvezu ponude najmanje 20 posto proizvoda svježeg junećeg i svinjskog mesa drugih poduzetnika, tržišnih takmaca poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i drugih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor, na policama u supermarketima i hipermarketima trgovačke mreže Konzum te u njihovoj veleprodaji.

Sudionici koncentracije dužni su navedenu mjeru izvršavati u razdoblju od tri (3) godine, računajući od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu. Rečeni postotak konkurentskih proizvoda tržišnih takmaca poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i drugih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor utvrđuje se u odnosu na ukupnu količinu navedenih vrsta proizvoda koje se prodaju u supermarketima i hipermarketima

trgovačke mreže Konzum, odnosno u veleprodaji navedenih poduzetnika, budući da je Vijeće ocijenilo da mjere za otklanjanje negativnih učinaka koncentracije nastalih vertikalnom integracijom njezinih sudionika, trebaju ići u pravcu zadržavanja pristupa tržištu proizvoda od svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa drugih poduzetnika, konkurenata poduzetnika PIK VRBOVEC d.d.

Time će se ujedno krajnjem potrošaču u supermarketima i hipermarketima Konzum mreže, odnosno kupcima u veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa, mora se omogućiti izbor od najmanje 25 posto asortimana proizvoda mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa te izbor od najmanje 20 posto asortimana proizvoda svježeg junećeg i svinjskog mesa drugih poduzetnika, tržišnih takmaca poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. Ovako određen postotak mora biti izražen u količini proizvoda a ne u jedinici vrijednosti jer se na ovaj način omogućuje tržišnim takmacima poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. pristup tržištu veleprodaje i maloprodaje u Konzum mreži.

Vijeće je ocijenilo da se na navedeni način poduzetnika Konzum d.d. sprječava u isključivanju s tržišta značajnijeg dijela poduzetnika-tržišnih takmaca poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., koji je predmetnom koncentracijom postao član koncerna Agrokor. Vijeće je pri tome djelomično uvažilo argumentaciju poduzetnika AGROKOR d.d., kako na domaćem tržištu ne postoji odgovarajuća ponuda svježeg junećeg i svinjskog mesa koja bi u kvalitativnom i u kvantitativnom smislu mogla pratiti potrebe trgovačke mreže Konzum uslijed čega je poduzetnik AGROKOR d.d. i prije provedbe predmetne koncentracije, navedenu problematiku bio prisiljen rješavati putem svog povezanog poduzetnika BIM d.d., koji je do kraja 2004. godine, za potrebe trgovačke mreže Konzum bio najveći dobavljač svježeg junećeg i svinjskog mesa.

Nadalje, Vijeće je u točki II. stavak 6. i 7. izreke ovog rješenja naložilo poduzetnicima Konzum d.d.-poduzetniku u sastavu koncerna Agrokor i PIK VRBOVEC d.d. obvezu održavanja na snazi sporazuma koje su sklopili prije provedbe koncentracije, odnosno do 3. lipnja 2005. godine, sa kupcima u njihovoj veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa proizvođača PIK VRBOVEC d.d. Uvjeti prodaje, odnosno rokovi, uvjeti i načini plaćanja, u bitnome moraju biti nediskriminirajući i transparentni za sve poduzetnike-kupce u veleprodaji. U slučaju organizacijskih ili strukturnih promjena unutar koncerna Agrokor, ova obveza prelazi na pravnog sljednika navedenih poduzetnika. Trajanje mjere je jedna (1) godina od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu.

Vijeće je, pri određivanju mjera iz točke II. stavak 6. i 7. izreke ovog rješenja, naročito imalo na umu da se, na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa u Republici Hrvatskoj, mjere usmjere na sprječavanje vertikalnog zatvaranja poduzetnika AGROKOR d.d. (proizvodnja-veleprodaja-maloprodaja).

Zbog vladajućeg položaja poduzetnika AGROKOR d.d. na navedenim mjerodavnim tržištima u smislu članka 15. stavak 1. točka 2, vezano uz članak 15. stavak 3. ZZTN, bitno je da su rokovi, uvjeti i način plaćanja iz predmetnih sporazuma sa kupcima u veleprodaji, nediskriminirajući i transparentni za sve kupce u veleprodaji.

Budući da su tržište trgovine na veliko svježim junećim i svinjskim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg i svinjskog mesa, a posebice trgovine na malo mješovitom robom, izuzetno dinamična tržišta, odnosno tržišta na kojima se tržišni udjeli konkurenata dinamično povećavaju i smanjuju, razdoblje od jedne (1) godine je dovoljno razdoblje, u kojem će se konkurentima poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., odnosno dosadašnjim kupcima u veleprodaji poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i Konzum d.d. na navedenim mjerodavnim tržištima, omogućiti prilagodba i pristup mjerodavnom tržištu putem novih poduzetnika novonastalim tržišnim okolnostima.

Naime, Vijeće je, pri određivanju navedenih mjera, uzelo u obzir argumentaciju poduzetnika AGROKOR d.d. da je na navedenim tržištima uobičajeno da se svake godine obnavljaju ugovori sa dobavljačima u maloprodaji i veleprodaji i kupcima u veleprodaji, stoga smatra da je period od jedne (1) godine dovoljan da se navedenim kupcima u veleprodaji poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i KONZUM d.d. omogući, u odnosu na uobičajeno trajanje takvih ugovora, preusmjeravanje tokova nabave u odnosu na proizvode iz ugovora sa poduzetnicima PIK VRBOVEC d.d. i KONZUM d.d. i prilagodba novim tržišnim uvjetima na navedenim mjerodavnim tržištima.

Iznimno, poduzetnik Konzum d.d.- poduzetnik u sastavu koncerna Agrokor i poduzetnik PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d. mogu raskinuti ugovore iz točke 6. i 7. izreke ovog rješenja. Stav je Vijeća da je navedeni raskid ugovora moguć iz osobito važnih razloga ili zbog bitno promijenjenih gospodarskih okolnosti pod kojima je konkretan ugovor sklopljen ili ako zbog bitne promjene ukupnih gospodarskih prilika postoji potreba za promjenom uvjeta poslovanja poduzetnika Konzum d.d. i PIK VRBOVEC d.d. a temeljem toga potreba za raskidom svih ugovora koji se odnose na uređenje odnosa sa kupcima u veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa.

Obavijest o namjeri raskida navedenih ugovora poduzetnik AGROKOR d.d. dužan je dostaviti Agenciji u pisanom obliku, uz obrazloženje svih gospodarskih, pravnih, činjeničnih i drugih okolnosti koje su razlog za raskid ugovora, i to najkasnije mjesec dana prije namjeravanog raskida. Trajanje mjere je jedna (1) godina računajući od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu.

U točki II. stavak 8. izreke ovog rješenja Vijeće je poduzetniku AGROKOR d.d. odredilo obvezu imenovanja revizora, uz prethodnu suglasnost Agencije o odabiru istog, koji nije personalno ni kapitalno povezan sa poduzetnicima u sastavu koncerna Agrokor i koji će obavljati poslove izvještavanja o provedbi mjera za otklanjanje negativnih učinaka predmetne koncentracije, iz točke II. stavak 4. do 7. izreke ovog rješenja, i o tome izvještavati Agenciju. Rok za imenovanje revizora je dva (2) mjeseca od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu. Troškove izbora i obavljanja navedenih poslova snosi poduzetnik AGROKOR d.d.

Obveza revizora je redovito godišnje dostavljanje revizijskog izvješća Agenciji o provedbi mjera praćenja poslovanja poduzetnika, određenih u točki II. stavak 4. do 7. izreke ovog rješenja, u trajanju od tri (3) godine od dana dostave konačnog rješenja Agencije u ovom predmetu.

Prvo izvješće potrebno je dostaviti Agenciji najkasnije na dan 30. svibnja 2006. godine i ono mora sadržavati podatke koji se odnose na stanje zatečeno u poduzetnicima prije

provedbe predmetne koncentracije u odnosu na mjere iz izreke ovog rješenja. Ostala izvješća potrebno je dostavljati najkasnije na dan 30. travnja tekuće godine.

Navedeno izvješće mora sadržavati podatke koji Agenciji omogućuju praćenje provedbe naloženih mjera iz točke II. stavak 4. do 7. izreke ovog rješenja, a osobito:

- analizu iz koje je vidljivo da poduzetnik Konzum d.d. nabavlja i prodaje navedene proizvode konkurenata poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i drugih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor. Izvješće mora sadržavati posebno podatke za maloprodaju, a posebno podatke za veleprodaju poduzetnika Konzum d.d. i PIK VRBOVEC d.d.;
- pregled uvjeta iz sporazuma poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i KONZUM d.d. s dobavljačima u maloprodaji i/ili veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina, posebice u odnosu na rokove, uvjete i način plaćanja, količinu i kvalitetu proizvoda koji su predmet sporazuma, zatim odobrene rabate i osnove za njihovo određivanje, odnosno sve eventualne promjene uvjeta iz navedenih sporazuma;
- popis kupaca u veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. s kojima su poduzetnici Konzum d.d. i PIK VRBOVEC d.d. sklopili sporazume prije provedbe koncentracije, odnosno prije 3. lipnja 2005. godine;
- analizu navedenih sporazuma s kupcima u veleprodaji iz kojih je moguće utvrditi poštuju li poduzetnici Konzum d.d. i PIK VRBOVEC d.d. obvezu održavanja na snazi tih sporazuma;
- pregled uvjeta iz sporazuma poduzetnika PIK VRBOVEC d.d. i KONZUM d.d. s kupcima u veleprodaji svježeg junećeg i svinjskog mesa i mesnih prerađevina od junećeg i svinjskog mesa, posebice u odnosu na rokove, uvjete i način plaćanja, količinu i kvalitetu proizvoda koji su predmet sporazuma, zatim odobrene rabate i osnovu za njihovo određivanje, odnosno sve eventualne promjene navedenih uvjeta iz sporazuma.

Slijedom navedenog, odlučeno je kao u točki II. stavak 1. do 8. izreke ovog rješenja.

III. Rješenje Agencije o ocjeni dopuštenosti koncentracije podliježe naplati upravnih pristojbi, sukladno odredbi članka 2. stavak 1. Zakona o upravnim pristojbama ("Narodne novine", broj 8/96, 77/96, 95/97, 131/97, 68/98, 145/99, 116/00, 163/03, 17/04 i 110/04; dalje: Zakon o upravnim pristojbama), te članka 2. točka 2. i članka 3. točka 5. Uredbe o izmjeni tarife upravnih pristojbi iz zakona o upravnim pristojbama («Narodne novine», broj 141/04; dalje: Uredba o izmjeni tarife Zakona o upravnim pristojbama).

Upravna pristojba u iznosu od 10.000,00 kuna za prijavu za ocjenu dopuštenosti koncentracije poduzetnika iz članka 22. stavka 1. ZZTN, naplaćuje se sukladno članku 2. točka 2., odnosno tarifnom broju 106. točka 2. Uredbe o izmjeni tarife Zakona o upravnim pristojbama.

Upravna pristojba u iznosu od 150.000,00 kuna za rješenje o ocjeni dopuštenosti koncentracije poduzetnika iz članka 26. stavak 3. ZZTN (druga razina), naplaćuje se sukladno članku 3. točka 5., odnosno tarifnom broju 107. točka 5. Uredbe o izmjeni tarife Zakona o upravnim pristojbama.

Navedeni iznos uplaćuje se u roku od osam (8) dana od dana dostave ovog rješenja posebnom uplatnicom u korist Državnog proračuna Republike Hrvatske u roku od osam (8) dana od dana dostave ovog rješenja 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). Ukoliko se navedeni iznos uplaćuje u devizama, isti se uplaćuje na devizni račun Ministarstva financija Republike Hrvatske broj: 702000-val-9182800-132344-091, kod Privredne banke Zagreb d.d. Zagreb (napomena: val- oznaka valute npr. 978 za EUR) prema srednjem tečaju Hrvatske narodne banke za valutu kojom se vrši plaćanje.

Također, sukladno odredbi članka 16. stavka 4. Zakona o upravnim pristojbama, nakon izvršene uplate obveznik uplate je dužan presliku posebne uplatnice, kao dokaz o obavljenoj uplati upravne pristojbe, žurno, a najkasnije u roku od osam (8) dana, dostaviti Agenciji s pozivom na klasu: gornju.

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

Slijedom iznijetoga, odlučeno je kao u točki III. izreke ovoga rješenja.

IV. Sukladno članku 59. stavku 1. ZZTN, a u svezi s člankom 57. točkom 4. toga zakona, rješenje Agencije kojim se ocjenjuje dopuštenost koncentracija na temelju članka 26. ZZTN, objavljuje se u «Narodnim novinama».

Stoga je odlučeno kao u točki IV. izreke ovoga rješenja.

Uputa o pravnom lijeku

Ovo je rješenje konačno u upravnom postupku. Protiv ovoga rješenja nije dopuštena žalba, ali nezadovoljna stranka može 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