

Klasa: UP/I-030-02/2004-02/91
Urbroj: 580-02-05-41-63
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 BELJE d.d. Darda, sa sjedištem u Dardi, 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 dopuštenom koncentracija poduzetnika AGROKOR d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Trg Dražena Petrovića 3 i poduzetnika BELJE d.d. Darda, sa sjedištem u Dardi.
- II. 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.
- III. 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 BELJE d.d. Darda, sa sjedištem u Dardi (dalje: BELJE d.d.).

U istom se podnesku nadalje navodi da se poduzetnik AGROKOR d.d. obvezuje, sukladno propisima koji uređuju područje tržišnog natjecanja, u slučaju prihvaćanja njegove ponude od strane HFP-a, prema kojoj bi poduzetnik AGROKOR d.d. stekao većinski udjel, odnosno 52,21 posto udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika BELJE d.d., prijaviti namjeru predmetne koncentracije poduzetnika Agenciji.

Naime, Vlada Republike Hrvatske je na svojoj sjednici, održanoj 15. srpnja 2004., donijela Odluku o prodaji dionica poduzetnika BELJE d.d., klasa: 432-02/04-02/10, urbroj: 5030120-03-12, te je, nastavno, na svojoj sjednici, održanoj 18. studenoga 2004., donijela Odluku o izmjeni Odluke o prodaji dionica poduzetnika BELJE d.d., klasa: 432-02/04-02/10, urbroj: 5030120-04-16.

Stoga je poduzetnik AGROKOR d.d. 15. prosinca 2004., kako to i navodi u obavijesti upućenoj Agenciji 20. prosinca 2004., uputio HFP-u ponudu za kupnju dionica poduzetnika BELJE d.d.

Vlada Republike Hrvatske je na svojoj sjednici, održanoj 20. siječnja 2005., donijela Odluku o prodaji dionica poduzetnika BELJE d.d., klasa: 432-02/04-02/10, urbroj: 5030120-05-1, kojom se prihvaća ponuda poduzetnika AGROKOR d.d.

Temeljem navedene Odluke Vlade Republike Hrvatske, 7. ožujka 2005. sklopljen je Ugovor o prodaji i prijenosu dionica poduzetnika BELJE d.d., Darda, broj: 3307042/9000, između HFP-a, Ministarstva financija RH, Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva - Ravnateljstva za robne rezerve, Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva, Državne agencije za osiguranje štednih uloga i sanaciju banaka i Hrvatskih voda, svih zastupanih po HFP-u, temeljem javno ovjerenih suglasnosti za prodaju i prijenos dionica, te poduzetnika AGROKOR d.d., poslovni broj: OV-1493/05.

Slijedom navedenog, poduzetnik AGROKOR d.d. je 22. ožujka 2005. dostavio Agenciji prijavu namjere koncentracije poduzetnika AGROKOR d.d. i BELJE 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 dopisima od 30. ožujka 2005., 26. travnja 2005. i 9. svibnja 2005. zatražila njezinu dopunu.

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. te podneskom od 25. svibnja 2005., zaprimljenog u Agenciji 31. svibnja 2005., dopunio prijavu namjere koncentracije.

Posljednja dopuna prijave namjere koncentracije zaprimljena je 31. svibnja 2005., stoga se navedeni dan smatra danom podnošenja potpune prijave koncentracije, u smislu članka 45. stavka 3. ZZTN, o čemu je Agencija izdala pisanu potvrdu, klasa: UP/I-030-02/2004-02/91, urbroj: 580-02-05-12-17, od 1. 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), od 29. listopada 2001., koji je stupio na snagu 1. veljače 2005., 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. Kontaktirano je više europskih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja radi prikupljanja podataka o primjerima vertikalnih koncentracija poduzetnika sa horizontalnim učincima na mjerodavnom tržištu.

3. Pravni temelj koncentracije

Pravni temelj koncentracije je Ugovor o prodaji i prijenosu dionica poduzetnika BELJE d.d., Darda, broj: 3307042/9000, sklopljen 7. ožujka 2005. u Zagrebu, između HFP-a, Ministarstva financija RH, Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva - Ravnateljstva za robne rezerve, Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva, Državne agencije za osiguranje štednih uloga i sanaciju banaka i Hrvatskih voda, svih zastupanih po HFP-u, temeljem javno ovjerenih suglasnosti za prodaju i prijenos dionica, te poduzetnika AGROKOR d.d., poslovni broj: OV-1493/05 (dalje: Ugovor).

Navedenim Ugovorom prodavatelj prodaje i prenosi sveukupno 2.879.663 dionica poduzetnika BELJE d.d., od čega je HFP imatelj 8 posto temeljnog kapitala, Ministarstvo financija imatelj 16,29 posto temeljnog kapitala, Ministarstvo gospodarstva imatelj 10,39 posto temeljnog kapitala, Ministarstvo poljoprivrede imatelj 10,13 posto temeljnog kapitala, DAB imatelj 0,21 posto temeljnog kapitala i Hrvatske vode imatelj 7,19 posto temeljnog kapitala, što zajedno čini 52,21 posto temeljnog kapitala navedenog poduzetnika.

Struktura imatelja udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika BELJE d.d. nakon provedbe koncentracije je slijedeća:

AGROKOR d.d.	52,21 posto
HFP	36,44 posto
Slavonska banka d.d.	1,90 posto
ostali, mali dioničari	<u>9,45 posto</u>
ukupno:	100,00 posto

Ugovorom je poduzetnik AGROKOR d.d. preuzeo obvezu ukupnih ulaganja u iznosu od 425.000.000,00 kuna, u što je uključena i dokapitalizacija poduzetnika BELJE d.d. u razdoblju od pet godina, sukladno Programu ulaganja u navedenog poduzetnika. Uz ponudu za kupnju dostavljen je i Poslovni plan BELJA d.d. u sljedećih pet godina od preuzimanja.

4. Pravni oblik koncentracije

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

5. O poduzetnicima – sudionicima koncentracije

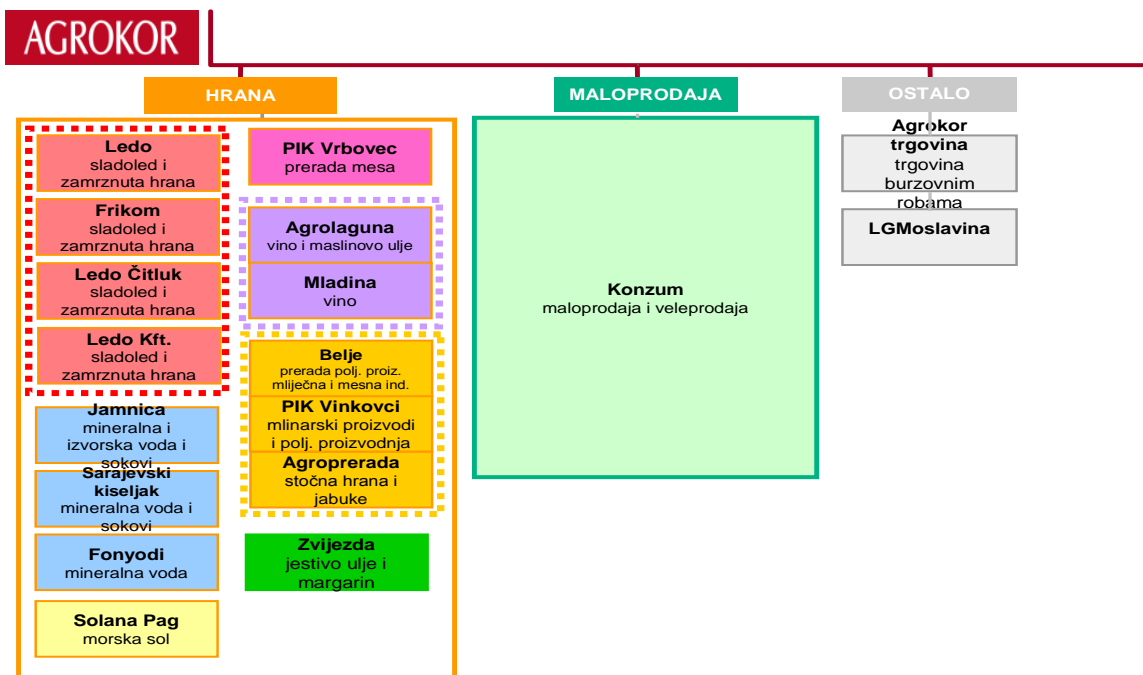
5. 1. AGROKOR d.d.

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 Agrokora 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

* ocjena koncentracije poduzetnika AGROKOR d.d. / PIK VRBOVEC-MESNA INDUSTRIJA d.d., provodi se u predmetu Klasa: UP/I 030-02/2004- 01/90.

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 s drugim poduzetnicima, 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 Poslovnom dnevniku 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 obustavljena 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 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 BELJE d.d.

Poduzetnik BELJE dioničko društvo za privređivanje u poljodjelstvu, prerađivačkoj industriji i prometu roba, Darda, upisan je u registar Trgovačkog suda u Osijeku s matičnim brojem subjekta upisa: 030023435. Sjedište poduzetnika je u Dardi. Belje d.d. registriran je za velik broj djelatnosti, i to: uzgoj žitarica i drugih usjeva, vinogradarstvo, uzgoj stoke, peradi i ostalih životinja, slatkovodni ribolov, proizvodnja hrane i pića, trgovina motornim vozilima, popravak mot. vozila, posredovanje u trgovini, trgovina na veliko hranom, pićima, duhanskim proizvodima, trgovina na malo živežnim namirnicama u specijaliziranim prodavaonicama, prijevoz putnika u cestovnom prometu, trgovina na veliko nepoljoprivrednim poluproizvodima, ostacima i otpacima, poslovanje nekretninama, uzgoj usjeva i uzgoj stoke, peradi i ostalih životinja (mješovita proizvodnja), trgovina na veliko ostalim proizvodima za kućanstvo, trgovina na malo živežnim namirnicama u nespecijaliziranim prodavaonicama.

Poduzetnik BELJE d.d. je organiziran na način da obavlja svoje poslovne djelatnosti putem poslovnih pogona. Poslovni pogoni poduzetnika BELJE d.d. nisu registrirane pravne osobe ali im je organizacijsko ustrojstvo kao kod samostalnih poduzetnika, odnosno, svaki pogon ima direktora, vodi vlastito knjigovodstvo, izdaje ulazne i izlazne račune, te s osnova realizacije prihoda i troškova iskazuje financijske rezultate poslovanja. Poslovne pogone čine:

- poljoprivredni pogoni: Kneževo, Širine, Mirkovac, Brestovac, Karanac. Poslovni prihodi ostvareni u poljoprivrednim pogonima su u strukturi ukupnih poslovnih prihoda Belja d.d. imali udjele od 33 posto u 2003. i 35 posto u 2004. godini,

- industrijski pogoni: tvornica stočne hrane, mesna industrija, tvornica šećera (trenutno ne obavlja djelatnost), mlinsko-pekarska industrija, tvornica mliječnih proizvoda. Poslovni prihodi industrijskih pogona udjele od 45 posto u 2003. i 46 posto u 2004. godini,

- uslužni pogoni: tvornica opreme i strojeva, Beljetrans, Remont. Poslovni prihodi uslužnih pogona činili su 6 posto u 2003. i 5 posto u 2004. godini u ukupnim poslovnim приходima BELJE d.d,

- ostali pogoni: Beljski vinogradi, svinjogojstvo, peradarstvo, poslovni centri koji obuhvaćaju skladišta veleprodaje proizvoda mesne industrije i trgovačke robe - sireva, vina i brašna u prodajnim centrima Zagreb, Rijeka, Zadar i Split i zajedničke službe. U strukturi ukupnih poslovnih prihoda BELJA d.d. poslovni prihodi ostalih pogona činili su 16 posto u 2003. i 14 posto u 2004. godini.

Prema zaprimljenoj dokumentaciji «Opće karakteristike proizvodnje i plasmana BELJA d.d.» proizlazi da je 41 posto proizvedenih poljoprivrednih proizvoda namijenjeno daljnjoj preradi i finalizaciji u okviru BELJA d.d. (tzv. interna realizacija, za stočarstvo i tvornicu stočne hrane), dok je preostalih 59 posto namijenjeno tržištu (eksterna realizacija). Stočarski proizvodi u cijelosti završavaju u internoj realizaciji kao sirovina za mesnu industriju, a finalni prehrambeni proizvodi u cijelosti su namijenjeni tržištu.

Poduzetnik BELJE d.d. za prodaju svojih proizvoda koristi vlastitu mrežu trgovine na malo i veliko, koja se sastoji od četiri poslovna centra u Zagrebu, Rijeci, Zadru i Splitu i 34 nespecijalizirane prodavaonice na malo mješovitom robom u Gradu Zagrebu, Zadarskoj županiji, Osječko-baranjskoj, Primorsko-goranskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji.

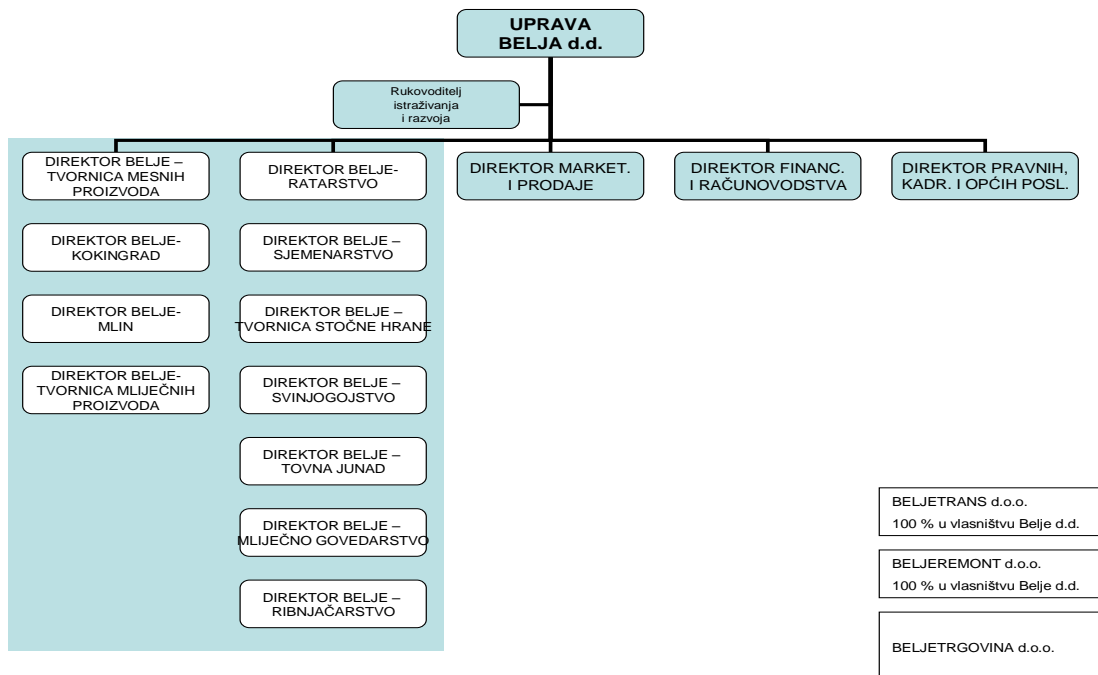
Poduzetnik BELJE d.d. je u 2003. godini ostvario ukupne prihode u iznosu od 447.232.074,00 kuna i ukupne rashode od 500.669.724,00 kuna, dok su u 2004. ostvareni ukupni prihodi u iznosu od 425.137.806,00 kuna i ukupni rashodi od 645.655.475,00 kuna, iz čega se može zaključiti da je ekonomičnost ukupnog poslovanja u 2004. nepovoljnija u odnosu na prethodnu godinu.

Prema strukturi djelatnosti i ostvarenih poslovnih prihoda BELJA d.d. u 2004. godini proizlazi da je najveći udjel u tim prihodima ostvaren od prodaje svinjskog, junećeg i pilećeg mesa i prerađevina od tih vrsta mesa, brašna, mliječnih proizvoda (svježih, topljenih i polu-tvrdih sireva), brašna i stočne hrane.

Belje grupu čine sljedeći poduzetnici:

- Beljetrgovina d.o.o. Darda, Darda-trgovina na malo mješovitom robom u nespecijaliziranim prodavaonicama,
- Vinski podrumi Belje d.d., Kneževi Vinogradi – proizvodnja vina,
- Beljetrans d.o.o., Darda - distribucija robe (poduzetnik osnovan 31. ožujka 2005.),
- Belje Kokingrad d.o.o., Darda- uzgoj peradi (poduzetnik osnovan 11. svibnja 2005.),
- Belje remont d.o.o., Beli Manastir- trgovina i popravci motornih vozila (poduzetnik osnovan 31. ožujka 2005.),
- Belje tvornica opreme i strojeva d.o.o., Kneževo - proizvodnja opreme i strojeva u prerađivačkoj industriji (poduzetnik osnovan 31. ožujka 2005.)

Slika 2. Prikaz organizacijske strukture poduzetnika BELJE d.d.



Izvor: prijava koncentracije poduzetnika
 Obrada: AGENCIJA ZA ZAŠTITU TRŽIŠNOG NATJECANJA

5.2.a Udjeli poduzetnika BELJE d.d. u drugim poduzetnicima

Poduzetnik BELJE d.d. ima 10 posto ili više udjela u temeljnom kapitalu u poduzetnicima registriranim izvan teritorija Republike Hrvatske, i to u: Belje-Ljubljana d.o.o., Ljubljana, Slovenija, te Belje BG d.o.o., Beograd, Srbija i Crna Gora.

5.3. Analiza financijskih i poslovnih rezultata poduzetnika BELJE d.d. koju je provela stručna služba Agencije

Agencija je izvršila opsežnu analizu financijskih i poslovnih rezultata tog poduzetnika u posljednje dvije financijske godine, temeljem podataka dostupnih iz bilanci, računa dobiti i gubitka i izvješća o obavljenoj reviziji temeljnih godišnjih financijskih izvješća poduzetnika za 2003. i 2004. godinu. U analizu nije uključena 2002. godina iz razloga što u toj godini nije izvršena konsolidacija, nego su u podacima prisutni međupogonski interni odnosi, te se kao takvi, ti podaci ne mogu uspoređivati u odnosu na 2003. i 2004. godinu. Međutim, radi stjecanja što potpunijeg uvida u rezultate poslovanja poduzetnika BELJE d.d., odnosno uvida u njegovu sve lošiju poziciju na tržištu korišteni su i podaci o poslovanju tog poduzetnika u 2002. godini.

Izdvojeni su određeni osnovni financijski pokazatelji, koje je prijavitelj koncentracije dostavio u dopuni prijave od 11. travnja 2005, kako slijedi:

Pokazatelji likvidnosti

	2002.	2003.	2004.
Koeficijent tekuće likvidnosti	1,40	1,22	0,64
Koeficijent financijske stabilnosti	0,90	0,94	1,33

Pokazatelji likvidnosti poslovanja su jedna od najvažnijih upravljačkih veličina, jer nam ukazuju na postojanost poslovanja poduzetnika. Ujedno nam ukazuju na sposobnost društva za pravodobno podmirenje obveza.

Pokazatelj tekuće likvidnosti treba iznositi 2,00 i više, a u konkretnom slučaju on u obje godine bilježi nižu vrijednost, a povrh toga i pad od 48 posto zbog znatnog rasta kratkoročnih obveza u odnosu na kratkotrajnu imovinu.

Koeficijent financijske stabilnosti treba uvijek iznositi manje od 1. Iz pokazatelja poslovanja Belja d.d. vidljivo je da je financijska stabilnost znatno narušena u 2004. u odnosu na prethodnu godinu.

Pokazatelji zaduženosti

	2002.	2003.	2004.
Koeficijent zaduženosti	0,39	0,42	0,62
Koeficijent financiranja	0,66	0,72	1,63

Koeficijent zaduženosti nam ukazuje da je poduzetnik Belje d.d. na 1 kunu uloženi sredstava koristio 0,62 kune tuđih sredstava u 2004. godini, odnosno govori nam o pogoršanju odnosa između ukupnih obveza i ukupne imovine. Zbog nepovoljnog novčanog tijeka, zaduženost poduzetnika je iznad prihvatljive razine (uobičajeno se smatra da je prihvatljivi stupanj zaduženosti 0,50) i bilježi rast od 48 posto.

Koeficijent financiranja nam ukazuje da je poduzetnik u 2004. godini na jedinicu vlastitog kapitala koristio 1,63 jedinica tuđeg kapitala, što predstavlja značajno povećanje obveza u odnosu na prethodnu godinu (rast od čak 126 posto). Rast zaduženosti objašnjava i rast nelikvidnosti poduzetnika.

Pokazatelji aktivnosti

	2002.	2003.	2004.
Koeficijent obrta ukupne imovine	0,67	0,45	0,46
Koeficijent obrta kratkotrajne imovine	2,31	1,67	1,55

Pokazatelji aktivnosti upućuju na brzinu cirkulacije imovine u poslovnom procesu. Važno je da i s aspekta sigurnosti i s aspekta uspješnosti koeficijent obrta bude što veći broj, odnosno da je vrijeme vezivanja ukupne i pojedinih vrsta imovine što kraće.

U slučaju poduzetnika Belje d.d. koeficijent obrta ukupne imovine bilježi gotovo jednaku vrijednost, ali nižu od 1, dok koeficijent obrta kratkotrajne imovine bilježi pad od 7 posto, što upućuje na produljenje vremena vezivanja kratkotrajne imovine.

Ekonomičnost ukupnog poslovanja

	2002.	2003.	2004.
Koeficijent obrta ukupne imovine	0,90	0,89	0,66

Pokazatelj ekonomičnosti ukupnog poslovanja, kao odnos između ukupnih prihoda i ukupnih rashoda, pokazuje koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda. Standardna vrijednost za koeficijent ekonomičnosti treba biti što veći broj, a u svakom slučaju veći od 1.

Iz podataka o poslovanju poduzetnika Belje d.d. vidljivo je da poslovanje ne zadovoljava kriterije ekonomičnog poslovanja. Pokazatelj u obje godine bilježi vrijednost nižu od 1 te, osim toga, pad od 26 posto u 2004. u odnosu na prethodnu godinu.

Iz svih raspoloživih podataka vidljivo je da je poduzetnik Belje d.d. ostvario znatno lošije poslovanje u 2004. godini u odnosu na 2003. Zaduženost i likvidnost rastu, a već ionako loša ekonomičnost još je dodatno narušena. Bez dodatnih ulaganja i podrške financijski jačeg poduzetnika, osnovna pretpostavka vremenski neograničenog poslovanja postaje neodrživa iz sljedećih razloga:

- i) navedeni poduzetnik iz godine u godinu posluje sve lošije,
- ii) višegodišnje loše poslovanje povezano je s gubitkom tržišne pozicije tog poduzetnika,
- iii) nastavkom poslovanja na dosadašnji način nastavit će se pogoršavanje poslovnih rezultata,
- iv) izvjesno je da se bez značajnih ulaganja poduzetnik neće biti u stanju održati na tržištu.

Naime, iz revizijskog izvješća o temeljnim financijskim izvješćima poduzetnika BELJE d.d. za 2003. godinu vidljivo je da, iako je u računu dobiti i gubitka navedenog poduzetnika za 2003. godinu, prikazan trend značajnog smanjenja gubitka u odnosu na gubitak u 2002. godini, odnosno smanjenje od 25 posto, takav trend smanjenja nije u svezi sa poslovnim aktivnostima tog poduzetnika, već posljedica izvanrednih aktivnosti, posebice prodaje postrojenja i opreme te druge rashodovane opreme i poljoprivrednih strojeva, zatim zaprimanja do tada neevidentiranih nekretnina i opreme u poslovnim knjigama i to putem inventurnih viškova po iznimno visoko procijenjenoj vrijednosti, te otpisa obveza prema državi.

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 BELJE d.d., Darda, broj: 3307042/9000 sklopljen 7. ožujka 2005., financijska godina koja je prethodila koncentraciji je 2004. godina. Podaci o ukupnim prihodima poduzetnika sudionika koncentracije, analiziranim u svrhu utvrđivanja je li u konkretnom slučaju riječ o koncentraciji koja podliježe obvezi podnošenja prijave Agenciji sukladno članku 22. stavak 4. ZZTN, 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. Belje d.d., Darda	[.....]*
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]*
Belje d.d., Darda	[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*

Podaci o ukupnom prihodu sudionika koncentracije pokazuju 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 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 masnoća (masti i loja)

7. pileće meso i prerađevine od pilećeg mesa

- 7.1. proizvodnja i uvoz pilećeg mesa;
- 7.2. proizvodnja i uvoz prerađevina od pilećeg mesa;

b) Tržište ostalih proizvoda

8. mliječni proizvodi - sirevi

- 8.1. proizvodnja i uvoz svježih sireva;
- 8.2. proizvodnja i uvoz topljenih sireva;
- 8.3. proizvodnja i uvoz polutvrdih sireva;

9. proizvodnja brašna

10. proizvodnja stočne hrane

c) Tržište trgovine na malo mješovitim proizvodima i trgovine na veliko svježim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa

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

Pri utvrđivanju mjerodavnih tržišta mesa i mesnih prerađevina te ostalih proizvoda, navedenih pod točkama od 1. do 10., Agencija je, pored iskustvenih kriterija i metoda, kao što su primjerice navike potrošača i struktura tržišta, uzela u obzir i posebna svojstva, karakteristike, sastav te način pripreme navedenih skupina proizvoda poduzetnika BELJE d.d., koji su uz proizvode mesa, mesnih prerađevina i sireva 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 podloščima 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 podloščima i u kartonskim kutijama.
Kobasice	Trajne kobasice (salame, kuleni, prima salame, suđuk, čajna, srijemska i bečka kobasica i zimsko salama) proizvode se od mesa i začina, a aromu dobivaju dugotrajnim zrenjem u kontroliranim uvjetima. 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.
Polutrajni suhomesnati proizvodi	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.
Trajni suhomesnati proizvodi	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. 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.
Mesne prerađevine u limenkama	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. 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.
Masnoće (mast i loj)	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.
Pileće meso	Pileće meso se proizvodi te do potrošača stiže kao svježe i duboko zamrznuto, cijelo u grill obradi te konfekcionirano kao pileći rasjek. Ovoj skupini proizvoda pripadaju i prerađevine od pilećeg mesa kao što su salame, hrenovke, paštete i konzerve.
Mliječni proizvodi – sirevi	Prema konzistenciji sirnog tijesta i sadržaju vode, sireve dijelimo u nekoliko skupina: svježi, meki, polutvrđi, tvrdi ili pak prerađeni topljeni sirevi. Meki sirevi sadrže manje od 50 posto suhe tvari i neki se na kratko vrijeme podvrgavaju zrenju, dok se neki uopće ne podvrgavaju zrenju. Polutvrđi sirevi imaju od 50 do 60 posto suhe tvari i podvrgavaju se zrenju na nekoliko tjedana. Tvrdi sirevi imaju 55 do 75 posto suhe tvari i podvrgavaju se zrenju na nekoliko mjeseci.

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 nespecializiranim prodavaonicama: prodavaonicama, samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima) u zemljopisnom smislu, pored teritorija Republike Hrvatske u cjelini, obuhvaća i dio teritorija, odnosno sljedeće županije: Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska, Grad Zagreb, Zadarska i Primorsko-goranska županija, s obzirom da je riječ o županijama u kojima djelatnost trgovine na malo mješovitom robom obavljaju oba

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

sudionika koncentracije, odnosno sa 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 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 značajno 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 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 BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	15 - 20	MI BRAČA 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			
	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			
	Gavrilović d.o.o., Petrinja	< 5	Kutjevački podrum d.d., Kutjevo	< 5
13	PPK Valpovo d.d., PC Valvita	< 5	Vupik d.d., klaonica Sotin	< 5
14	Sljeme d.d., Sesvete	< 5	VIR 1898 d.d., Rijeka	< 5
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 mesa i mesnih prerađevina na teritoriju Republike Hrvatske prisutan je poduzetnik BELJE d.d., a do kraja 2004. godine i poduzetnik AGROKOR d.d. putem poduzetnika BIM d.o.o. Međutim, proizvodnja mesa i mesnih prerađevina koju je obavljao poduzetnik BIM d.o.o. obustavljena je krajem 2004., kako je to već navedeno, te se danas u poslovnim prostorima bivšeg BIM -a obavlja isključivo pakiranje svježeg mesa, koje se kupuje od poduzetnika PIK VRBOVEC d.d., a koje je većim dijelom namijenjeno opskrbi poduzetnika Konzum d.d. Budući da je mjerodavna godina 2004., odnosno godina koja je prethodila koncentraciji analizirani su podaci o prihodima koje je do trenutka obustave proizvodnje ostvarivao poduzetnik 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 količinski (u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske

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

1.1. Mjerodavno tržište proizvodnje i uvoza svježeg junećeg mesa

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

Također, 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 koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika BIM d.o.o. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza svinjskog mesa s ...* posto povećava za tržišni udjel poduzetnika BELJE d.d. od ...* posto, na ukupno ...* 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 polutrajnih i trajnih kobasica (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	polutrajne kobasice rasponi tržišnih	poduzetnik	trajne kobasice rasponi tržišnih
	1	2	3	4
1	Gavrilović d.o.o., Petrinja	20 - 25	Gavrilović d.o.o., Petrinja	20 - 25
2	Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	10 - 15	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	10 - 20
3	PPK d.d., Karlovac	5 - 10	PPK d.d., Karlovac	10 - 20
4	MI Vajda d.d., Čakovec	5 - 10	Danica d.o.o., Koprivnica	5 - 10
5	VIR 1898 d.d., Rijeka	5 - 10	Industrija mesa Ivanec d.o.o., Ivanec	5 - 10
6	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 - 10	MI BRAČA PIVAC d.o.o., Vrgorac	< 5
8	Danica d.o.o., Koprivnica	5 - 10	Bjelovarska industrija mesa d.o.o., Bjelovar	< 5
9	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	< 5	Impom d.o.o., Križevci	< 5
10	ACCRA d.o.o., Zagreb	< 5	MI Vajda d.d., Čakovec	< 5
11	Dalmesso d.o.o., Klis	< 5	Belje d.d., Darda	< 5
12	Belje d.d., Darda	< 5	Sljeme d.d., Sesvete	< 5
13	Sljeme d.d., Sesvete	< 5	Dalmesso d.o.o., Klis	< 5
14	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	Impom 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

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

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

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

* ispušteno kao poslovna tajna

Iz prikazanih podataka iz tablice 4. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

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

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

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 4. proizlazi da je to tržište po broju takmaca relativno dobro strukturirano.

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 Fiolić d.o.o., Zagreb	
11	Mesnice Fiolić 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

* ispušteno kao poslovna tajna

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. i BELJE 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 povezanog poduzetnika BIM d.o.o. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza polutrajnih suhomesnatih proizvoda s ...* posto povećava za tržišni udjel poduzetnika BELJE d.d. od ...* posto, na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, 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 koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza trajnih suhomesnatih proizvoda, ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku BELJE d.d. i «stupanjem u čizme tog poduzetnika» stječe tržišni udjel tog poduzetnika od ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004. godini, dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika, kao i njihova brojnost, 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 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 udjela. Mijenja se samo imatelj većinskog udjela u temeljnom kapitalu preuzetog poduzetnika.

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

* ispušteno kao poslovna tajna

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
	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

Mjerodavno tržište 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 BELJE d.d. i ostali poduzetnici koji djeluju na ovom tržištu.

Nakon provedbe koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza suhe slanine, ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku BELJE d.d. i time stječe tržišni udjel tog poduzetnika od ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika, kao i njihova brojnost, ostaju nepromijenjeni. I ovdje je riječ o situaciji «stupanja u čizme».

* ispušteno kao poslovna tajna

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 tržište 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

Navedeno 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 ostali poduzetnici koji djeluju na ovim tržištima odnosno njihovi glavni tržišni takmaci.

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

Nakon provedbe koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza polutrajnih i trajnih proizvoda u limenkama od mesa ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku BELJE d.d. («stupanje u čizme») i time stječe tržišni udjel tog poduzetnika od ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika, kao i njihova brojnost, ostaju nepromijenjeni.

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

* ispušteno kao poslovna tajna

6. Proizvodnja masnoća (masti i loja)

Tablica 8.

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 analizirano je prema kriteriju proizvodnje masnoća (masti i loja) količinski (u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske u 2004. godini te su izračunati tržišni udjeli koje su ostvarili BELJE d.d. i ostali poduzetnici. Prema podacima uvoznika zaprimljenih u predmetu isti nisu ostvarili uvoz masti i loja u 2004. godini.

Nakon provedbe koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje masnoća (masti i loja), ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku BELJE d.d. («stapanje u čizme») i time stječe tržišni udjel tog poduzetnika od ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika, kao i njihova brojnost, ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 8. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano.

* ispušteno kao poslovna tajna

7. pileće meso i prerađevine od pilećeg mesa

Tablica 9.

Struktura tržišta proizvodnje i uvoza pilećeg mesa i prerađevina od pilećeg mesa (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	poduzetnik	pileće meso	poduzetnik	prerađevine od
	1	2	3	4
1	Koka d.d., Varaždin	60 - 65	Koka d.d., Varaždin	60 - 65
2	Perutnina Ptuj-PIPO d.o.o., Čakovec	25 - 30	Perutnina Ptuj-PIPO d.o.o., Čakovec	20 - 25
3	Belje d.d., Darda	< 5	Danica m.ind. d.o.o., Koprivnica	5 - 10
4	Pivka d.o.o., Rijeka	< 5	Gavrilović d.o.o., Petrinja	5 - 10
5	Puris d.d., Pazin	< 5	Stanić d.o.o., Zagreb	< 5
6	EURO-ALFA d.o.o., Zagreb	< 5	Pivka d.o.o., Rijeka	< 5
7	Stanić d.o.o., Zagreb	< 5	Belje d.d., Darda	< 5
	ukupno:	100,00	ukupno:	100,00

Izvor: dopisi poduzetnika, Carinske Uprave i HGK
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Metodologija izračuna tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na ovim mjerodavnim tržištima temelji se na podacima o proizvodnji i uvozu pilećeg mesa i prerađevina od pilećeg mesa (kao što su salame, hrenovke, paštete i konzerve), izraženim količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004. godini, koje su ostvarili poduzetnici BELJE d.d. te ostali poduzetnici, tržišni takmaci poduzetnika BELJE d.d. na ovim mjerodavnim tržištima.

7.1. proizvodnja i uvoz pilećeg mesa

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza pilećeg mesa, ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku BELJE d.d. («stapanje u čizme») i time stječe tržišni udjel tog poduzetnika od ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika, kao i njihova brojnost, ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 9. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano te je ostvaren nizak poslijekonzentracijski udjel.

7.2. proizvodnja i uvoz prerađevina od pilećeg mesa

Nakon provedbe koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza prerađevina od pilećeg mesa, ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku BELJE d.d. («stapanje u čizme») i

* ispušteno kao poslovna tajna

time stječe tržišni udjel tog poduzetnika koji je iznosio ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Na tom tržištu i nadalje djeluje isti broj takmaca kao i prije provedene koncentracije, ostvaren je nizak poslije-koncentracijski udjel te se zbog toga i radi ekonomičnosti postupka nije provela analiza tržišta pojedinih vrsta prerađevina od pilećeg mesa, već su ona promatrana kao jedno tržište.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 9. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano te je ostvaren nizak poslijekoncentracijski udjel.

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. koncern Agrokor 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 proizvesti trgovačkog znaka Sljeme proizvoditi PIK VRBOVEC d.d., s time da se, cit: „zasad neće podizati količinska proizvodnja PIK-a VRBOVEC 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“. Nadalje, u razdoblju od preuzimanja AGROKOR d.d. navodi da je u BELJE d.d. uložio oko 200 milijuna kuna te da je ostvario planirano organizacijsko restrukturiranje s ustrojem deset profitnih i tri neprofitna centra, dok su svim stalno zaposlenim radnicima ponuđeni novi ugovori o radu. Najveća ulaganja slijede u stočarskoj proizvodnji, posebno peradi. BELJE d.d. nastavlja s proizvodnjom trajnih mesnih i mliječnih finalnih proizvoda, s time da će se naglasak staviti na poljoprivrednu proizvodnju u ratarstvu, sjemenarstvu te u tvornici stočne hrane, kao i na tov junadi, svinja i mliječnih krava te na peradarsku proizvodnju.

Iz razloga racionalizacije proizvodnje ostala mesna proizvodnja će se obustaviti, odnosno obavljat će se jedino u okviru PIK-a VRBOVEC d.d. Prema navodima AGROKORA d.d., tržište za perad, mesne i mliječne finalne proizvode ostat će zajamčeno kroz Konzumovu mrežu.

Prihodi koncerna Agrokor, ostvareni u segmentu proizvodnje hrane i distribucije, 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.

* ispušteno kao poslovna tajna

b) ostali proizvodi

8. mliječni proizvodi - sirevi

Tablica 10.

Struktura tržišta proizvodnje i uvoza svježih, topljenih i polutvrđih sireva (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

	svježi		topljeni sirevi rasponi tržišnih		polutvrđi sirevi rasponi tržišnih
poduzetnik		poduzetnik		poduzetnik	
1	2	3	4	5	6
1 KIM d.d., Karlovac	35 - 40	Zdenka d.d., V.Zdenci	50 - 55	LURA d.d., Zagreb	35 - 40
2 LURA d.d., Zagreb	25 - 30	LURA d.d., Zagreb	15 - 20	Stanić d.o.o., Zagreb	10 - 15
3 BELJE d.d., Darda	5 - 10	BELJE d.d., Darda	10 - 15	VINDIJA d.d., Varaždin	5 - 10
4 Mils Mljekara Split	5 - 10	Konzum d.d., Zagreb	5 - 10	Konzum d.d., Zagreb	5 - 10
5 PZ Đurđevac	< 5	Novi Domil, Županja	5 - 10	C.A.K. d.o.o., Rijeka	5 - 10
6 Mljekara Rijeka	< 5	Stanić d.o.o., Zagreb	< 5	Zdenka d.d., V.Zdenci	5 - 10
7 Megle d.d., Osijek	< 5	A.Bohneć, Ludbreg	< 5	BELJE d.d., Darda	5 - 10
8 Sirko, Čakovec	< 5	C.A.K. d.o.o., Rijeka	< 5	Paška sirana, Pag	< 5
9 Novi Domil, Županja	< 5	Getro d.d., Sesvete	< 5	A.Bohneć, Ludbreg	< 5
10 Stanić d.o.o., Zagreb	< 5			Getro d.d., Sesvete	< 5
11 A.Bohneć, Ludbreg	< 5			Sirko, Čakovec	< 5
12 BIZ, Pleternica	< 5			PZ Đurđevac	< 5
13 Šimun milk, Luka	< 5			Slavija, Staro Petrovo selo	< 5
14 Zdenka d.d., V.Zdenci	< 5			Novi Domil, Županja	< 5
15 Getro d.d., Sesvete	< 5			BIZ, Pleternica	< 5
16 Zvečevo, Požega	< 5				
ukupno	100,00	ukupno	100,00	ukupno	100,00

Izvor: Croatiastočar GIU, Zagreb, podaci za 2004. godinu i dopis poduzetnika Lura d.d. od 27.

svibnja 2005. te ostalih poduzetnika, uvoznika

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Metodologija izračuna tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na ovim mjerodavnim tržištima temelji se na podacima o proizvodnji i uvozu svježih, topljenih i polutvrđih sireva, izraženim količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004. godini, koje su ostvarili poduzetnici BELJE d.d. te ostali poduzetnici, tržišni takmaci poduzetnika BELJE d.d.

8.1. proizvodnja i uvoz svježih sireva

Nakon provedbe koncentracije poduzetnik AGROKOR d.d., koji nije bio prisutan na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza svježih sireva, ulazi na ovo tržište stjecanjem većinskog udjela u poduzetniku BELJE d.d. («stupanje u čizme») i time stječe tržišni udjel tog poduzetnika od ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika, kao i njihova brojnost, ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 10. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano, ostvaren je nizak poslije-koncentracijski udjel.

8.2. proizvodnja i uvoz topljenih sireva

Nakon provedbe koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d., se putem poduzetnika Konzum d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza topljenih sireva od ...* posto povećava za tržišni udjel BELJA d.d. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 10. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano, ostvaren je nizak poslije-koncentracijski udjel.

8.3. proizvodnja i uvoz polutvrdih sireva

Nakon provedbe koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika Konzum d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza polutvrdih sireva od ...* posto povećava za tržišni udjel poduzetnika BELJE d.d. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, iz prikazanih podataka iz tablice 10. proizlazi da je to tržište po broju tržišnih takmaca relativno dobro strukturirano i ostvaren je nizak poslije-koncentracijski udjel.

* ispušteno kao poslovna tajna

9. proizvodnja brašna

Tablica 11.

Struktura tržišta proizvodnje brašna (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

poduzetnik		brašno rasponi tržišnih
1		2
1	Čakovečki mlinovi d.d., Čakovec	
	Belje d.d., Darda	5 - 10
5	Mlinar d.d., Križevci	5 - 10
6	ostali poduzetnici	55 - 60
	ukupno	100,00

Izvor: HGK, dopis od 16.5.2005. dopis Agrokora d.d. od 22. ožujka 2005.

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Metodologija izračuna tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na ovom mjerodavnom tržištu temelji se na podacima o proizvodnji brašna, izraženim količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004. godini, koju su ostvarili poduzetnici PIK Vinkovci d.d., BELJE d.d. te ostali poduzetnici, njihovi glavni tržišni takmaci.

Budući da na ovom tržištu nema značajnijeg učinka provedbe koncentracije poduzetnika uz ostvareni nizak poslije-koncentracijski udjel i radi ekonomičnosti postupka Agencija nije prikupljala podatke o uvozu brašna.

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika PIK Vinkovci d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje brašna od ...* posto povećava za tržišni udjel BELJA d.d. od ...* posto, na ukupno ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

* ispušteno kao poslovna tajna

10. proizvodnja stočne hrane

Tablica 12.

Struktura tržišta proizvodnje stočne hrane (količinski u tonama) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini)

poduzetnik		stočna hrana
1		2
1	Agroprerada d.d., Ivanić Grad	
	ostali poduzetnici	80 - 85
	ukupno	100,00

Izvor: prijava koncentracije poduzetnika, od 22. ožujka 2005. i HGK
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Metodologija izračuna tržišnih udjela poduzetnika koji djeluju na ovom mjerodavnom tržištu temelji se na podacima o proizvodnji stočne hrane, izraženim količinski (u tonama) na području Republike Hrvatske u 2004. godini, koju su ostvarili poduzetnici Agroprerada d.d., BELJE d.d. te ostali poduzetnici, njihovi glavni tržišni takmaci.

Budući da na ovom tržištu nema značajnijeg učinka provedbe koncentracije poduzetnika uz ostvareni nizak poslije-koncentracijski udjel i radi ekonomičnosti postupka stručna služba Agencije nije prikupljala podatke o uvozu stočne hrane.

Nakon provedbe predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d. se putem povezanog poduzetnika Agroprerada d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu proizvodnje stočne hrane od ...* posto povećava za udjel poduzetnika BELJE d.d. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok tržišni udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Analiza mjerodavnih tržišta navedenih pod točkama od 1. do 10. potvrdila je preliminarnu analizu, odnosno da provedba predmetne koncentracije neće proizvesti negativne učinke na tim tržištima.

Riječ je o relativno dobro strukturiranim tržištima, od kojih neka predstavljaju novu djelatnost za poduzetnika AGROKOR d.d., dok na ostalima preuzima tržišne udjele poduzetnika BELJE d.d., koji se kreću u rasponu od ...* posto (tržišni udjel BELJA d.d. na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza prerađevina od pilećeg mesa) do ...* posto (tržišni udjel BELJA d.d. na mjerodavnom tržištu proizvodnje i uvoza topljenih sireva). Osim toga, prepreke za ulazak na navedena mjerodavna tržišta (regulatorne prepreke, troškovi ulaganja) relativno su niske te je ulazak novih poduzetnika u razne segmente tržišta relativno lagan. Nadalje, AGROKOR d.d. je jasno dokazao namjeru ulaganja u daljnji razvoj i modernizaciju proizvodnje i povećanje opsega poslovanja poduzetnika BELJE d.d. te mu time osigurao nastavak poslovanja.

* ispušteno kao poslovna tajna

Naime, ekonomska je analiza pokazala kako je sasvim izvjesno da bi poduzetnik BELJE d.d. zbog izraženih financijskih poteškoća, odnosno poslovanja sa gubicima iz godine u godinu, bez preuzimanja od strane poduzetnika AGROKOR d.d., u kratkom vremenu nestao sa tržišta.

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

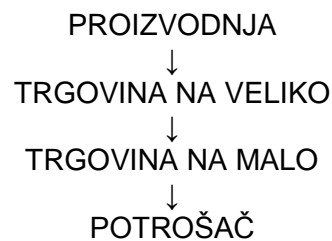
c) Tržište trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevina od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa

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

Za tipičnog krajnjeg potrošača možemo reći da je u odnosu na trgovca u nepovoljnijem položaju jer je:

- 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 vlastitog trgovačkog znaka)
 - 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 danas njihov udjel prelazi 50 posto. Istovremeno, svoju su vodeću poziciju zadržali jedino poduzetnici Konzum i Getro. Za praćene kategorije proizvoda svakodnevne potrošnje u 2004. godini poduzetnik Konzum je obuhvatio 20 posto tržišta trgovine na malo, čime značajno odskače od ostalih kao vodeći lanac. U pogledu tipa prodavaonica u kojima se obavlja kupnja, mali trgovci svakako gube na tržišnom udjelu s obzirom da se sve više kupnje odvija u supermarketima koji bilježe najveći rast.

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 sa njime povezani poduzetnici-Centropromet d.d., Japetić d.d. i Mediator d.o.o.-poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, poduzetnik Beljetrgovina d.o.o. 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. Međutim, 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 tržištu trgovine na malo mješovitom robom 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 je nepovoljna. Poduzetnici Konzum d.d., Centropromet d.d., Japetić d.d. i Mediator d.o.o., koji obavljaju djelatnost trgovine na malo mješovitom robom u koncernu Agrokor, imali su ...* posto udjela, što je više nego dvostruko od prvog sljedećeg takmaca na mjerodavnom tržištu, poduzetnika Getro d.d., dok su pojedinačni tržišni udjeli svih drugih poduzetnika bili manji od 10 posto.

* ispušteno kao poslovna tajna

Tablica 14.a Struktura tržišta trgovine na malo mješovitom robom, na temelju prihoda iz maloprodaje (bez PDV-a) na teritoriju Republike Hrvatske (u 2004. godini), prije koncentracije poduzetnika

	poduzetnik	Ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a) rasponi tržišnih
1	KONZUM d.d., Zagreb	25 - 30
2	Beljetgovina d.o.o., Darda	< 1
3	PIK VRBOVEC d.d., Vrbovec	< 1
4	GETRO d.d., Sesvete	10 - 15
5	BILLA d.o.o., Zagreb + MINACO d.o.o., Našice (REWE GRUPA)	5 - 10
6	KAUFLAND HRVATSKA k.d., Zagreb	5 - 10
7	KTC d.o.o., Križevci	
8	KERUM d.o.o., Split	< 5
9	MERCATOR - H d.o.o., Velika Gorica	< 5
10	PLODINE d.o.o. Rijeka	< 5
11	TOMMY d.o.o., Split	< 5
12	HIPERMARKETI COOP d.o.o., Zagreb	< 5
13	ERA TORNADO d.o.o., Samobor + TRGOHIT d.d., Čakovec	
14	STUDENAC d.o.o., Duće	
16	PRESOFLEX d.o.o., Požega	
18	BOSO d.o.o., Vinkovci	< 5
19	JOLLY J.B.S. d.o.o., Dmiš	< 5
20	ŽITNJAK d.d., Žitnjak	
22	TRGOCENTAR d.d. Virovitica	< 1
23	PREHRANA TRGOVINA d.d., Zagreb	< 1
24	VRUTAK d.o.o., Zagreb	< 1
25	SONIK d.o.o., Zadar	< 1
26	LONIA d.d., Kutina	< 1
27	TRGONOM d.o.o., Novi Marof	< 1
28	ISTRACOMMERCE d.o.o., Pazin	< 1
29	TRGOCENTAR d.o.o., Zabok	< 1
30	JADRAN TRGOVINA d.o.o., Rovinj	< 1
31	PULJANKA d.d., Pula	< 1
32	TRGOSTIL d.d., Donja Stubica	< 1
33	METSS d.o.o., Čakovec	
34	GAVRANOVIĆ d.o.o., Zagreb	
36	JADRANKA d.o.o., Mali Lošinj	< 1
37	UNION d.d., Zagreb	< 1
38	PPK d.d., Bjelovar	< 1
39	ROTO - PROMET d.o.o., Zagreb	< 1
40	PEMO TRADE d.o.o., Dubrovnik	< 1
41	BAKMAZ d.o.o., Zadar	< 1
42	ALFADINAMIC d.o.o., Zagreb	< 1
43	TUŠ d.o.o., Rijeka	< 1
44	VICTA d.o.o., Split	< 1
45	VALALTA d.o.o. Rovinj	< 1
46	KVARNER d.o.o., Punat	< 1
47	SISAČKI ROBNI CENTAR d.o.o., Sisak	
48	DURAVIT d.o.o., Pula	< 1
49	LA-VOR TRADE d.o.o., Buzet	< 1
UKUPNO:		100,00

Izvor: podaci iz predmeta klasa: 031-02/2005-01/11 i dopis Agrokora d.d. od 11. travnja 2005.

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Uvidom u podatke o tržišnim udjelima poduzetnika na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom za 2004. godinu na nacionalnoj razini, utvrđeno je da su poduzetnik Konzum d.d. i sa njime povezani poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor prije provedbe koncentracije ostvarili tržišni udjel od ...* posto, dok je poduzetnik Beljetrgovina d.o.o. u istoj godini ostvario udjel od ...* posto, što u usporedbi sa 2003. godinom pokazuje pad udjela navedenog poduzetnika za ...* posto na navedenom mjerodavnom tržištu.

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 području Republike Hrvatske u 2004. godini, od ...* posto povećava za udjel poduzetnika Beljetrgovina d.o.o. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na navedenom mjerodavnom tržištu.

Vrijednost HH indeksa nakon provedbe koncentracije iznosi 1013 bodova. Međutim, kao i u 2003. postoji loša strukturiranost tržišta, s obzirom na to da prvi sljedeći Konzumov konkurent, Getro d.d. ima više nego dvostruko manji tržišni udjel na nacionalnoj razini, dok svi sljedeći takmaci ostvaruju udjel manji od 10 posto.

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 mješovitom robom, otvaranje novih prodajnih mjesta i organski rast koncerna Agrokor stjecanjem poduzetnika BELJE d.d. i PIK VRBOVEC d.d.

c.1.2. Županije

Dio teritorija Republike Hrvatske posebno je analiziran u ekonomskoj i pravnoj analizi budući da je preliminarna analiza pokazala da bi provedbom koncentracije vertikalno integriranje moglo dovesti do horizontalnih učinaka na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, posebice na području županija 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), zatim njihovoj površini te ostvarenom prihodu u 2004. i 2003. godini. Promatrane su sve županije Republike Hrvatske.

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, 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, u razdoblju od 2002. godine do 2004. godine, stjecanjem većinskih udjela u temeljnom kapitalu poduzetnika koji obavljaju djelatnost trgovine na malo mješovitom robom u nespecijaliziranim prodavaonicama, kao i temeljem ugovora o zakupu prodajnih mjesta takvih poduzetnika, značajno proširio svoju mrežu trgovine na malo mješovitom robom 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 BELJE d.d. za prodaju svojih proizvoda koristi vlastitu mrežu trgovine na malo i veliko, koja se sastoji od četiri poslovna centra u Zagrebu, Rijeci, Zadru i Splitu te 34 prodavaonice na malo mješovitom robom u Gradu Zagrebu, Zadarskoj županiji, Osječko-baranjskoj, Primorsko-goranskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji.

Djelatnost trgovine na malo mješovitom robom poduzetnika BELJE d.d. koncentrirana je tek u nekoliko hrvatskih županija. Konkretno, navedeni poduzetnik, putem povezanog poduzetnika Beljetrgovina d.o.o., za prodaju svojih proizvoda koristi mrežu trgovine na malo i veliko koja se sastoji od četiri poslovna centra u Zagrebu, Rijeci, Zadru i Splitu i 34 prodavaonice na malo u Gradu Zagrebu, Zadarskoj županiji, Osječko-baranjskoj, Primorsko-goranskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji.

U Tablicama 15. daje se prikaz strukture ovog mjerodavnog tržišta u 2004. godini na razini županija u kojima djelatnost trgovine na malo mješovitom robom obavljaju poduzetnici povezani sa sudionicima koncentracije

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	Biljemarkant 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 Vukovarsko-srijemske županije

	poduzetnik	ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a), rasponi tržišnih
1	Boso d.o.o.	50 - 55
2	Konzum d.d.	30 - 35
3	Kaufland Hrvatska k.d.	5 - 10
4	DINOVA-DIONA d.o.o.	< 5
5	Presoflex d.o.o.	< 5
6	Biljemarkant d.o.o.	< 1
7	Beljetrgovina d.o.o.	< 1
	ukupno:	100,00

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.	

na području Primorsko - goranske županije

	poduzetnik	ukupni prihodi (iz maloprodaje, bez PDV-a), rasponi tržišnih
1	Konzum d.d.	20 - 25
2	Brodokomerc Nova d.o.o.	15 - 20
3	Plodine d.o.o.	15 - 20
4	Getro d.o.o.	15 - 20
5	Billa d.o.o.	5 - 10
6	Kaufland Hrvatska k.d.	5 - 10
7	Trgovina Krk d.d.	5 - 10
8	Jadranka d.d.	< 5
9	TUŠ d.o.o.	< 5
10	Kvarner d.o.o.	< 5
11	Kerum d.o.o.	< 1
12	Gavranović d.o.o.	

Tablica 15a.

Županija	Ostvareni tržišni udjel u 2003.godini (%)		Ostvareni tržišni udjel u 2004.godini (%)	
Osječko-baranjska	Konzum + Alastor	35-40	Konzum	25-30
	Beljetrgovina	0-5	Beljetrgovina	0-5
		-	Ukupno:	35-40
Vukovarsko-srijemska	Konzum + Alastor	40-45	Konzum	30-35
	Beljetrgovina	0-5	Beljetrgovina	0-5
		-	Ukupno:	30-35
Grad Zagreb	Konzum	30-35	Konzum	30-35
	Beljetrgovina	0-5	Beljetrgovina	0-5
		-	Ukupno:	30-35
Zadarska	Konzum	10-15	Konzum	15-20
	Beljetrgovina	0-5	Beljetrgovina	0-5
		-	Ukupno:	15-20
Primorsko-goranska	Konzum	15-20	Konzum	20-25
	Beljetrgovina	0-5	Beljetrgovina	0-5
		-	Ukupno:	20-25

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

U tablici 15a. prikazana je usporedna struktura tržišnih udjela poduzetnika Konzum d.d. i poduzetnika Beljetrgovina d.o.o. na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom na teritoriju onih županija na kojima su, u 2003. i 2004. godini, bila prisutna oba poduzetnika.

U 2004. godini u Osječko-baranjskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji vidljiv je, u odnosu na prethodnu godinu, značajan pad udjela poduzetnika Konzum d.d., prvenstveno zbog povećanja udjela poduzetnika Billa d.o.o. i Boso d.o.o. Međutim u Gradu Zagrebu, Zadarskoj i Primorsko-goranskoj županiji povećao se udjel poduzetnika Konzum d.d., dok Beljetrgovina d.o.o. bilježi pad udjela.

Istraživanje trgovine za 2004. godinu obuhvatilo je sve hrvatske županije, te su za potrebe postupka ocjene predmetne koncentracije analizirani i tržišni udjeli poduzetnika Konzum d.d. i s njime povezanih poduzetnika u ostalim županijama, u kojima nije prisutan poduzetnik Beljetrgovina d.o.o. Naime, iako na tim područjima poduzetnik AGROKOR d.d. putem Konzum mreže, ovom koncentracijom ne stječe dodatne maloprodajne prostore, on će, provedbom koncentracije biti u mogućnosti svoja postojeća maloprodajna mjesta veleprodajnim kanalima opskrbljivati proizvodima iz novostečenih proizvodnih kapaciteta BELJA d.d.

Slijedom rečenog, pozornost je potrebno obratiti i županijama u kojima poduzetnik AGROKOR d.d. putem Konzum mreže bilježi vladajući položaj u smislu odredbe članka 15. stavak 3. ZZTN, a to su Zagrebačka i Varaždinska županija.

Dakle, glavna obilježja mjerodavnog tržišta na malo mješovitom robom, kako je i potvrdila provedena ekonomska i pravna analiza u konkretnom predmetu, su otvorenost, odnosno niske zapreke za ulazak na mjerodavno tržište te izrazita dinamičnost navedenog tržišta, koja se odlikuje stalnim promjenama u odnosu na tržišne udjele sudionika na navedenom mjerodavnom tržištu. No, i unatoč navedenim karakteristikama mjerodavnog tržišta na malo mješovitom robom, provedena ekonomska i pravna analiza dokazala je da je poduzetnik AGROKOR d.d. i sa njime povezani poduzetnici, uvjerljivo najjači poduzetnik na navedenom mjerodavnom tržištu, bez obzira je li riječ o cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske ili je pak riječ o lokalnoj razini, odnosno razini izdvojenih županija u Republici Hrvatskoj, dok svi ostali konkurenti na navedenom mjerodavnom tržištu, s obzirom na svoj tržišni udjel i zastupljenost putem maloprodajnih objekata, nisu u mogućnosti ozbiljnije konkurirati poduzetniku AGROKOR d.d. i sa njime povezanim poduzetnicima.

2.b Mjerodavno tržište trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg 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 gledano sa navedenog aspekta, 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, u pravilu, 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 teritoriju 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, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg 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. i BELJE d.d. te

poduzetnici PIK VRBOVEC d.d., Metro Cash & Carry d.o.o., Getro d.d. i poduzetnici koji su, prema podacima Registra godišnjih financijskih izvještaja za 2004. Financijske agencije, obavljali djelatnost trgovine na veliko.

Tablica 16. a.

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

poduzetnik		ukupni prihodi od trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama
	
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 16. b.

Struktura tržišta trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg 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
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. ima tržišni udjel od ...* posto, dok poduzetnik BELJE d.d. ima tržišni udjel od ...* posto na navedenom mjerodavnom tržištu.

Namjera je poduzetnika AGROKOR d.d. da mesne prerađevine koje proizvodi poduzetnik BELJE d.d. distribuira u svim veleprodajnim centrima Konzuma d.d. Svježe meso namjerava distribuirati u veleprodajnim centrima Dubrovnik, Pula i Osijek.

Nakon provedbe koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d., se putem poduzetnika Konzum d.d. tržišni udjel na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa od ...* posto povećava za tržišni udjel poduzetnika BELJE d.d. od ...* posto, na ukupnih ...* posto na području Republike Hrvatske u 2004., dok udjeli ostalih poduzetnika ostaju nepromijenjeni.

Također, podaci o strukturi mjerodavnog tržišta trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa na teritoriju Republike Hrvatske za 2003. i 2004. godinu prikazani u tablicama 16.a. i 16.b pokazuju da je navedeno mjerodavno tržište u promatranim godinama nepovoljno strukturirano, da je na ovom mjerodavnom tržištu poduzetnik Konzum d.d. u 2004. godini imao ...* posto udjela, njegov prvi tržišni takmac, poduzetnik PIK VRBOVEC d.d. je ostvario udjel od ...* posto. Slijedi poduzetnik Metro 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, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa na teritoriju Republike Hrvatske u 2004. godini, povećao.

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 pojedinačni 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: ...*

* ispušteno kao poslovna tajna

Tablica 17.*

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	25-30

Izvor: dopis AGROKOR d.d. od 25. 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.

Najveći pojedinačni 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 18.*

Poduzetnik	Udjel u nabavi u 2003. godini, %	Udjel u nabavi u 2004. godini, %
AB	45-50	55-60
CD	15-20	5-10
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 25. svibnja 2005.
Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Podaci o najvećim dobavljačima svježeg junećeg mesa pokazuju 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 Konzuma d.d., u 2003. i 2004. godini utvrđeno je da su najveći dobavljači navedenog poduzetnika za 2003. najvećim dijelom poduzetnici povezani sa prijaviteljem

* ispušteno kao poslovna tajna

koncentracije, te da se udjel «vanjskih dobavljača» navedenih proizvoda u 2004. u odnosu na prethodnu godinu smanjuje u korist poduzetnika povezanih sa poduzetnikom AGROKOR d.d.

Najveći pojedinačni 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 19.*

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 25. svibnja 2005.

Obrada: Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

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 sa navedene liste koji nisu povezani sa prijaviteljem koncentracije.

Nadalje, uvidom u listu najvećih dobavljača svježeg pilećeg mesa i prerađevina od pilećeg mesa Konzuma d.d., utvrđeno je da su u 2003. i 2004. godini njegovi najveći dobavljači bili poduzetnici ...*. Među navedenim najvećim dobavljačima svježeg pilećeg mesa i prerađevina od pilećeg mesa značajni udjel ostvaruje poduzetnik ...*. Naime, njegov udio bio je u 2003. i 2004. godini 65-70 posto. Prvi sljedeći dobavljač je poduzetnik ...*, koji je ostvario udio od 15-20 posto. Od 2004. poduzetnik Konzum d.d. počinje dobavljati svježe pileće meso i prerađevine od pilećeg mesa od poduzetnika BELJE d.d. čiji udio u 2004. iznosi ...* posto.

Budući da poduzetnik AGROKOR d.d. namjerava, kako je i sam izjavio, provedbom koncentracije reorganizirati proizvodnju poduzetnika BELJE d.d. na način da će poduzetnik BELJE d.d. obavljati djelatnost proizvodnje svježeg pilećeg mesa i prerađevina od pilećeg mesa i ovdje se pojavljuje potencijalni problem «zatvaranja» poduzetnika Konzum d.d. za ostale poduzetnike koji nisu u sastavu koncerna Agrokor.

* ispušteno kao poslovna tajna

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 BELJE 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 BELJE 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 BELJE 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 sve moguće 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.

Mjerodavno tržište mesa i mesnih prerađevina na teritoriju Republike Hrvatske, odnosno svako od posebno utvrđenih mjerodavnih tržišta prema vrsti mesa, odnosno mesnih prerađevina, po broju tržišnih takmaca i njihovom tržišnom udjelu, relativno je dobro strukturirano. Neka od navedenih analiziranih mjerodavnih tržišta predstavljaju novu djelatnost za poduzetnika AGROKOR d.d., dok na ostalima preuzima tržišne udjele poduzetnika BELJE d.d., kojima ne stječe niti jača postojeći vladajući položaj. Prepreke za ulazak na navedena mjerodavna tržišta (regulatorne prepreke, troškovi ulaganja) relativno su niske, stoga je ulazak novih poduzetnika u razne segmente tog tržišta relativno lagan. Poduzetnik AGROKOR d.d. je jasno dokazao namjeru ulaganja u daljnji razvoj i modernizaciju proizvodnje i povećanje opsega poslovanja poduzetnika BELJE d.d. kako bi mu time osigurao nastavak poslovanja. Iz provedene ekonomske i pravne analize navedenih mjerodavnih tržišta proizlazi da provedba predmetne koncentracije neće proizvesti negativne učinke na tim tržištima.

Mjerodavno tržište ostalih proizvoda na teritoriju Republike Hrvatske je, također, prema broju tržišnih takmaca i njihovim tržišnim udjelima, relativno dobro strukturirano, a poduzetnik AGROKOR d.d. je ostvario niski poslijekoncentracijski udjel na navedenom tržištu, prepreke za ulazak na navedeno mjerodavno tržište su, također relativno niske, stoga je ulazak novih poduzetnika na isto relativno lagan.

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.

Analiza strukture navedenog mjerodavnog tržišta na nacionalnoj razini, odnosno na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, provedena zbog stjecanja uvida u tržišni položaj strateških grupacija koje na njemu djeluju, pokazala je da je ovdje riječ o asimetričnom, nepovoljno strukturiranom tržištu.

Iako su otvorenost, odnosno niske zapreke za pristup mjerodavnom tržištu, te izrazita dinamika tržišta kroz stalne promjene u odnosu na tržišne udjele sudionika na tom mjerodavnom tržištu, glavna obilježja mjerodavnog tržišta na malo mješovitom robom, provedena ekonomska i pravna analiza dokazala je da poduzetnik AGROKOR d.d., putem povezanog poduzetnika Konzum d.d., provedbom koncentracije ostvaruje tržišni udjel od ...* posto, te je apsolutno najjači poduzetnik na navedenom mjerodavnom tržištu. Istovremeno, svi ostali konkurenti na navedenom mjerodavnom tržištu, s obzirom na svoj tržišni udjel i zastupljenost putem maloprodajnih objekata na teritoriju Republike Hrvatske, nisu u mogućnosti ozbiljnije konkurirati poduzetniku AGROKOR d.d. i sa njime povezanim poduzetnicima.

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 u Republici Hrvatskoj, struktura navedenog mjerodavnog tržišta analizirana je na lokalnoj, odnosno županijskoj razini. Provedena je analiza tržišta na malo mješovitom robom u svim županijama. S obzirom da oba sudionika koncentracije, odnosno s njima povezani poduzetnici, djelatnost trgovine na malo mješovitom robom obavljaju na području Osječko-baranjske, Vukovarsko-srijemske, Zadarske i primorsko-goranske županije i Grada Zagreba, navedeni dio

* ispušteno kao poslovna tajna

teritorija Republike Hrvatske je izdvojen kao mjerodavno tržište trgovine na malo mješovitom robom u zemljopisnom smislu, budući je riječ o tzv. preklapajućim tržištima. Provedena je analiza pokazala da struktura navedenih županijskih tržišta prema broju tržišnih takmaca i njihovom tržišnom udjelu u 2004. oscilira od relativno dobro strukturiranih županijskih tržišta kao što su primjerice tržište Osječko-Baranjske, Zadarske i Primorsko-goranske županije, do nepovoljno strukturiranih tržišta i to prvenstveno tržišta Vukovarsko-srijemske županije gdje je vodeći poduzetnik Boso d.o.o., njegov prvi tržišni konkurent je poduzetni Konzum d.d., dok svi ostali konkurenti imaju manje od 10 posto udjela i tržišta grada Zagreba na kojem poduzetnik Konzum d.d. ostvaruje ...* posto tržišnog udjela, a prvi tržišni takmac ostvaruje dvostruko manji tržišni udjel, svi ostali konkurenti imaju manje od 10 posto udjela.

Analiza strukture tržišnih udjela u županijama u kojima su na tržištu djelatnosti trgovine na malo prisutni i poduzetnik AGROKOR d.d.- putem povezanog poduzetnika Konzum d.d. i poduzetnik BELJE d.d.- putem povezanog poduzetnika Beljetrgovina d.d., pokazala je da je u 2004. godini u odnosu na prethodnu godinu, na području Osječko-baranjske i Vukovarsko-srijemske županije, značajno pao tržišni udjel poduzetnika Konzum d.d., prvenstveno zahvaljujući jačanju udjela poduzetnika Billa d.o.o. i Boso d.o.o. Međutim, u Gradu Zagrebu, Zadarskoj i Primorsko-goranskoj županiji došlo je do rasta tržišnog udjela poduzetnika Konzum d.d., dok Beljetrgovina d.d. bilježi pad tržišnog udjela.

Na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa na teritoriju Republike Hrvatske poduzetnik AGROKOR d.d., putem poduzetnika Konzum d.d. i njegovog veleprodajnog lanca Velpro, povećava svoj relativno visoki prijekoncentracijski tržišni udjel, dok udjeli ostalih konkurenata ostaju nepromijenjeni. Struktura navedenog mjerodavnog tržišta je nepovoljna.

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

Analizom 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. Prema podacima iz liste najvećih dobavljača svježeg pilećeg mesa i mesnih prerađevina poduzetnika Konzum d.d. u 2003. i 2004. razvidno je da je uvjerljivo najveći dobavljač poduzetnik Vindija d.d. međutim, kako je sam poduzetnik AGROKOR d.d. izjavio, jedan od prioriteta nakon provedbe koncentracije je orijentacija poduzetnika BELJE d.d. na proizvodnju svježeg pilećeg mesa i mesnih prerađevina.

Sa stajališta krajnjeg potrošača stjecanjem većinskog udjela poduzetnika AGROKOR d.d. u poduzetniku BELJE d.d. dolazi do vertikalne integracije navedenih poduzetnika, što može proizvesti negativne učinke za krajnjeg potrošača.

* ispušteno kao poslovna tajna

Proizvodnja proizvoda BELJA d.d. bit će pod trgovačkim znakom «K plus» usmjerena za opskrbu maloprodajnog lanca Konzuma d.d., te na opskrbu ostalih trgovaca na malo putem veleprodajnog lanca «Velpro», što će rezultirati smanjenjem ponude i mogućnosti izbora za kupce u veleprodaji. Postoji opasnost da će se kroz manipuliranje ponudom odnosno asortimanom izravno utjecati na potrošnju i izbor krajnjeg potrošača, dok će se istovremeno stvoriti neravnopravni položaj ostalih proizvođača mesa, u odnosu na dostupnost njihovih proizvoda u trgovačkoj mreži Konzum. Podaci govore o već ostvarenom povećanju veleprodajnih cijena proizvoda poduzetnika BELJE d.d. od 10 do 15 posto, stoga ukoliko se smanji broj dobavljača navedenih proizvoda, to će povećanje prouzročiti povećanje maloprodajnih cijena za krajnje kupce, odnosno potrošače.

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

Međutim, unatoč uočenim mogućim negativnim učincima, valja voditi računa o specifičnosti predmetne koncentracije. Poduzetnik BELJE d.d. je poduzetnik u znatnim poteškoćama, kojem bi preuzimanje od strane jednog od najvećih hrvatskih poduzetnika značilo dugoročni nastavak poslovanja i očuvanje infrastrukture.

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 kontaktirala niz europskih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja, te je odgovore zaprimila 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 predmetne koncentracije na tržišno natjecanje.

Poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, uz iznimku poduzetnika BIM d.o.o., čija je djelatnost obustavljena krajem 2004. godine, u svojoj djelatnosti nemaju proizvodnju mesa i mesnih prerađevina. Predmetnom koncentracijom poduzetnik AGROKOR d.d. ulazi u djelatnost proizvodnje mesa, mesnih prerađevina i sireva. Stoga se na navedenim mjerodavnim tržištima 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 mesa i mesnih prerađevina dolazi do vertikalne integracije. Kako poduzetnik BELJE 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 mješovitom robom, može dovesti do ograničavanja ponude proizvoda drugih, konkurentnih proizvođača za krajnje potrošače.

Nadalje, budući da se poduzetnik BELJE d.d., između ostaloga bavi i trgovinom na malo, na lokalnim razinama (županijama) dolazi do preklapanja maloprodajnih aktivnosti poduzetnika Konzum d.d. i sa njime povezanih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor.

Poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, ali i poduzetnik BELJE d.d., obavljaju djelatnost veleprodaje svježeg junećeg, svinjskog i pilećeg mesa i mesnih prerađevina od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa, tako da i na tom području dolazi do preklapanja djelatnosti sudionika koncentracije. Negativni učinak na tržišno natjecanje, koji bi se mogao pojaviti u takvoj situaciji je usmjeravanje veleprodajnih tokova proizvođača BELJE d.d. isključivo na koncern Agrokor, na silaznom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, kao i smanjenje ponude prema drugim trgovcima mesom na veliko svježeg junećeg, svinjskog i pilećeg mesa i mesnih prerađevina od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa.

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 030-02/2004-02/91; Urbroj: 580-02-05-41-29, 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. razmatralo koncentraciju i odlučilo da je, budući je u predmetnom slučaju riječ o vertikalnoj koncentraciji poduzetnika sa značajnim horizontalnim učincima na utvrđenim mjerodavnim tržištima, u cilju sveobuhvatne ekonomske i pravne analize, potrebno izvršiti dopunske analize, odnosno prikupiti dodatne podatke i očitovanja. Stoga je Agencija, 1. rujna 2005. sukladno članku 56. stavku 5. ZZTN, donijela zaključak, klasa: UP/I 030-02/2004-02/91, Urbroj: 580-02-05-41-53, 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: 580-02-05-12-18, 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, u predmetu ocjene koncentracije poduzetnika AGROKOR d.d., Zagreb i PIK VRBOVEC – mesna industrija d.d., Vrbovec, koji je istovremeno sa predmetnom koncentracijom pokrenut pred Agencijom, klasa: UP/I 030-02/2004-02/90, Agencija je 22. srpnja 2004. izravno uputila dopise sa zahtjevom za dostavu mišljenja o tržišnim učincima provedbe obje spomenute 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 mesom i mesnim prerađevinama i koji su ostvarili najveće tržišne udjele na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg 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 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 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 junećeg, svinjskog i pilećeg mesa i mesnih prerađevina od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa 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, te mesa peradi očitovao se kako smatra da će predmetna koncentracija imati negativne posljedice na tržišna kretanja kako u segmentu veleprodaje, tako, još izraženije, u segmentu trgovine na malo mješovitom robom u većim gradovima, ali posebice u manjim i izoliranim sredinama u Republici Hrvatskoj, na način da će se izrazito smanjiti dostupnost proizvoda poduzetnika BELJE d.d. svim kupcima. Anketirani poduzetnici smatraju da bi svako preferiranje poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor, u segmentu opskrbe od strane poduzetnika BELJE 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 predmetnih koncentracija poduzetnika imati negativne učinke za potrošače i za trgovinu predmetnim proizvodima.

Anketirani poduzetnici nadalje su naveli da je poduzetnik BELJE d.d. neposredno nakon «preuzimanja» od strane AGROKORA 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 BELJE d.d. Mišljenje je većine anketiranih poduzetnika, da je provedba navedenih koncentracija poduzetnika imala za posljedicu uspostavu zatvorenog vertikalnog lanca na način da Konzum d.d. neće kupovati robu drugih proizvođača mesa te će time kratkoročno narušiti njihov položaj na tržištu. Uslijed toga je, smatraju isti, zastupljenost ostalih proizvođača mesa odnosno ponuda proizvoda različitog trgovačkog znaka raznih proizvođača za krajnjeg potrošača, 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 kupce u veleprodaji. Proizvodnja proizvoda poduzetnika BELJE d.d. biti 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, salama i mliječnih proizvoda koja će dovesti do povećanja maloprodajnih cijena istih proizvoda za krajnje kupce.

Anketirani poduzetnici upozoravaju da razvoj peradarske industrije u poduzetniku BELJE d.d. pogoduje proizvodnji pilića na podlošku trgovačkog znaka «K-plus», koji se proizvode isključivo za poduzetnika Konzum d.d., što je do sada rezultiralo izrazitim smanjenjem isporuke smrznutih i svježih pilića poduzetnika BELJE d.d. poduzetnicima-dosadašnjim kupcima poduzetnika BELJE d.d. u odnosu na razdoblje prije koncentracije.

Manja grupa anketiranih poduzetnika u svojim kratkim očitovanjima navodi da smatra da ne postoje osobito značajni negativni učinci provedbe predmetne 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 predmetnih koncentracija neće ugroziti i narušiti tržišno natjecanje kako na tržištu trgovine na malo mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo (u nespjecijaliziranim prodavaonicama, samoposluživanjima, supermarketima i hipermarketima) tako i na tržištu trgovine na veliko mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg 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, svinjskog i pilećeg mesa, te navodi da je na tržištu Republike Hrvatske prisutan veći broj domaćih proizvođača mesa i uvoznika. Navedena Udruga smatra da sinergijski tržišni učinci koncentracija 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 Agrokor, što je rezultiralo djelomičnim odustajanjem od poslovanja nekih poduzetnika s tim koncernom. Učinke koncentracije dodatno povećava činjenica da poduzetnik Konzum d.d. obavljanjem trgovine 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 većinskih udjela AGROKORA d.d. u temeljnom kapitalu poduzetnika BELJE d.d., uz poslovanje najjačeg maloprodajnog lanca Konzuma d.d., poduzetnik AGROKOR d.d. izravno može utjecati na širinu i dubinu ponude potrošačima (putem povećanja ponude proizvoda trgovačkog znaka K-plus i smanjivanja ponude 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 navedena Udruga radi nedovoljnih sredstava nije u mogućnosti provesti detaljnija istraživanja mjerodavnih tržišta.

12. 2. Obavijest Vijeća o utvrđenim učincima predmetne koncentracije poduzetniku AGROKOR d.d., podnosiocu 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. i BELJE d.d., 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 ukazuju na moguće negativne učinke predmetne koncentracije na tržišno natjecanje.

Razmatrajući moguće učinke koncentracije na tržišno natjecanje na mjerodavnim tržištima, Vijeće je ocijenilo da njeni sudionici do tada u postupku 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.

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, Agencija upozna je sudionike koncentracije s rezultatima do sada provedenog postupka i učincima koncentracije za koje je ocijenjeno da bi mogli biti protutržišni. S tim u vezi 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.

Stoga je Agencija podnositelju prijave, poduzetniku AGROKOR d.d., obaviješću klasa: gornja, urbroj: 580-02-05-41-56, 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 obavijest 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.

13. Usmena rasprava

Sukladno članku 54. stavku 2. ZZTN, dana 8. prosinca 2005. održana je usmena rasprava kojoj su prisustvovali sudionici koncentracije.

Na usmenoj su raspravi predstavnici sudionika koncentracije i Agencije dodatno pojasnili svoje stavove vezano uz obavijest Vijeća o utvrđenim učincima predmetne koncentracije.

Na navedenoj usmenoj raspravi poduzetnik AGROKOR d.d. je posebno istaknuo kao izuzetno važan socijalni moment proizašao iz predmetne koncentracije, budući da je poduzetnik BELJE d.d. do trenutka stjecanja od strane poduzetnika AGROKOR d.d. bio poduzetnik u izraženim financijskim teškoćama. Naime, poduzetnik BELJE d.d. je u trenutku stjecanja od strane poduzetnika AGROKOR d.d. bio u faktičnoj situaciji predstečajnog postupka, koji je bio rezultat, smatra poduzetnik AGROKOR d.d., nerestrukturiranja navedenog poduzetnika te ugovora koje je poduzetnik BELJE d.d. imao sklopljene sa dobavljačima i kupcima u veleprodaji pod lošim komercijalnim uvjetima.

Prvenstveni interes poduzetnika AGROKOR d.d. prilikom stjecanja poduzetnika BELJE d.d. bio je restrukturiranje stečenog poduzetnika radi ostvarivanja profitabilnosti poslovanja navedenog poduzetnika, koje će poduzetnik AGROKOR d.d. omogućiti kroz

sinergijske učinke na mjerodavnim tržištima. Nadalje, poduzetnik BELJE d.d. će provedenim restrukturiranjem postati konkurentni poduzetnik na tržištu i to posebice putem distributivnih kanala Konzum mreže odnosno kao partner široko rasprostranjene trgovačke mreže Konzum na teritoriju Republike Hrvatske ali i izvan njezinih granica.

Naime, poduzetnik AGROKOR d.d. je, prije provedbe predmetne koncentracije, u svojim prodavaonicama na malo mješovitom robom na području Republike Hrvatske, držao iznimno niski postotak proizvoda svježeg junećeg, svinjskog i pilećeg mesa i mesnih prerađevina od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa, odnosno samo ...* posto u odnosu na ukupnu ponudu navedenih proizvoda. U odnosu na mliječne proizvode, taj je postotak, prije provedbe koncentracije bio ipak nešto veći, odnosno ...* posto u odnosu na ukupnu ponudu mliječnih proizvoda na policama trgovačke mreže Konzum.

Poduzetnik BELJE d.d. je posebno istaknuo da je njegovo poslovanje, kako je već naveo poduzetnik AGROKOR d.d., prije provedbe predmetne koncentracije bilo u izrazitim financijskim teškoćama. U poduzetniku BELJE d.d. je danas je zaposleno 2100 zaposlenika od kojih je u današnjim uvjetima proizvodnje 700 zaposlenika viška.

Poduzetnik BELJE d.d. je, također posebno naglasio da je u istome prestala proizvodnja svinjskog mesa u ljeto 2005. godine, junećeg mesa u 6 mj. iste godine te da je 8. prosinca 2005. obavljeno posljednje klanje pilića. Kao razlog tome poduzetnik BELJE d.d. navodi zastarjelost proizvodnih pogona i neulaganje u proizvodnju svježeg mesa u navedenom poduzetniku, dok je prestanak proizvodnje pilećeg mesa posljedica ptičje gripe. BELJE d.d. će se restrukturirati na način preusmjerenja istoga na tov junadi, mliječno govedarstvo, tov svinja, reprocentar (uzgoj krmača i prasadi), ratarstvo, mlinarsku industriju, sjemenarstvo, tvornicu stočne hrane, povrća. Sve je to predviđeno planom restrukturiranja navedenog poduzetnika, koji je poduzetnik AGROKOR d.d. priložio prijavi predmetne koncentracije i predstavlja sastavni dio Ugovora o preuzimanju dionica poduzetnika BELJE d.d., koji je sklopljen sa HFP i koji predstavlja pravni temelj navedene koncentracije

Namjera je poduzetnika BELJE d.d. zadržati proizvodnju mliječnih proizvoda, iako su današnji kapaciteti proizvodnje mali, te stoga tržišno nekonkurentni, s obzirom na količinu proizvedenih mliječnih proizvoda. Plan BELJA d.d. je modernizirati proizvodnju mliječnih proizvoda usmjeravanjem na prepoznatljivost brenda.

Na kraju je poduzetnik BELJE d.d. istaknuo da je poduzetnik AGROKOR d.d. predmetnom koncentracijom pored osiguranja tržišnog opstanka BELJA d.d. osigurao i zadržavanje radnih mjesta velikog broja ljudi, zaposlenika poduzetnika BELJE d.d.

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.

* ispušteno kao poslovna tajna

Budući da poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, između ostalog, obavljaju i djelatnost trgovine na malo mješovitom robom, koja obuhvaća i trgovinu prehrambenim proizvodima, predmetnom koncentracijom s proizvođačem mesa i mesnih prerađevina dolazi do njihove vertikalne integracije.

Kako poduzetnik BELJE 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 tržišnom snagom koncerna Agrokor koja se, sukladno članku 15. stavak 1. točka 2. ZZTN, očituje kroz njegov tržišni udjel i položaj na mjerodavnom tržištu trgovine na malo mješovitom robom na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske, financijsku snagu, pristup izvorima nabave ili tržištu, povezanost s drugim poduzetnicima, zaprekama za ulaz drugih poduzetnika na tržište, sposobnost diktiranja tržišnih uvjeta s obzirom na njegovu ponudu i potražnju te sposobnost isključivanja ostalih konkurenata s tržišta, te širokom rasprostranjenošću Konzumove mreže trgovine na malo mješovitom robom na cjelokupnom teritoriju Republike Hrvatske, može dovesti do ograničavanja ponude proizvoda drugih, konkurentnih proizvođača za krajnje potrošače. Naime, budući da poduzetnik AGROKOR d.d., kao vodeći poduzetnik na navedenom mjerodavnom tržištu 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, isti se zbog svoje tržišne snage može ponašati u značajnoj mjeri neovisno od svojih konkurenata, potrošača, kupaca ili dobavljača na navedenom mjerodavnom tržištu.

Nadalje, budući da se poduzetnik BELJE d.d., između ostaloga bavi i trgovinom na malo, na taj način na lokalnim razinama (županijama) dolazi do preklapanja njegovih maloprodajnih aktivnosti sa maloprodajnom aktivnost poduzetnika Konzum d.d. i sa njime povezanih poduzetnika u sastavu koncerna Agrokor. Analiza strukture tržišnih udjela u županijama u kojima su na tržištu djelatnosti trgovine na malo prisutni i poduzetnik AGROKOR d.d.- putem povezanog poduzetnika Konzum d.d. i poduzetnik BELJE d.d.- putem povezanog poduzetnika Beljetrgovina d.d., pokazala je da je u 2004. godini u odnosu na prethodnu godinu, na području Osječko-baranjske i Vukovarsko-srijemske županije, značajno pao tržišni udjel poduzetnika Konzum d.d., prvenstveno zahvaljujući jačanju udjela poduzetnika Billa d.o.o. i Boso d.o.o. U Gradu Zagrebu gdje poduzetnik Konzum d.d. ostvaruje ...* posto tržišnog udjela, njegov prvi tržišni takmac ostvaruje dvostruko manji tržišni udjel, dok svi ostali konkurenti imaju manje od 10 posto udjela, zatim u Zadarskoj i Primorsko-goranskoj županiji, došlo je do rasta tržišnog udjela poduzetnika Konzum d.d., međutim Beljetrgovina d.d. bilježi pad tržišnog udjela.

Nadalje, poduzetnici u sastavu koncerna Agrokor, ali i poduzetnik BELJE d.d., obavljaju djelatnost veleprodaje svježeg junećeg, svinjskog i pilećeg mesa i mesnih prerađevina od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa na teritoriju Republike Hrvatske, tako da i na tom području dolazi do preklapanja djelatnosti sudionika koncentracije. Na mjerodavnom tržištu trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa na teritoriju Republike Hrvatske poduzetnik AGROKOR d.d., putem poduzetnika Konzum d.d. i njegovog veleprodajnog lanca Velpro, povećava svoj relativno visoki prijekoncentracijski tržišni udjel, dok udjeli ostalih konkurenata ostaju nepromijenjeni.

* ispušteno kao poslovna tajna

Struktura navedenog mjerodavnog tržišta je nepovoljna. Negativni učinak na tržišno natjecanje, koji bi se mogao pojaviti u takvoj situaciji je usmjeravanje veleprodajnih tokova proizvođača BELJE d.d. isključivo na koncern Agrokor, na silaznom tržištu trgovine na malo mješovitom robom, kao i smanjenje ponude prema drugim trgovcima mesom na veliko.

Međutim, Vijeće je ocijenilo da, iako je u predmetnom slučaju riječ o vertikalnoj koncentraciji sa horizontalnim učincima na mjerodavnim tržištima trgovine na malo mješovitom robom i trgovine na veliko svježim junećim, svinjskim i pilećim mesom i mesnim prerađevinama od junećeg, svinjskog i pilećeg mesa na teritoriju Republike Hrvatske, ista se ne može smatrati zabranjenom koncentracijom u smislu članka 18. ZZTN.

Naime, sudionici koncentracije su pravovremeno učinili dostupnima Agenciji dokaze da narušavanje strukture tržišnog natjecanja na navedenim mjerodavnim tržištima koje proizlazi iz predmetne koncentracije nije njome uzrokovano budući da bi struktura tržišnog natjecanja na navedenim mjerodavnim tržištima bila narušena do barem jednake razine i u odsutnosti predmetne koncentracije.

Naime, poduzetnik BELJE d.d. je poduzetnik s opadajućim poslovanjem koji bi, bez da ga preuzme drugi poduzetnik, u bliskoj budućnosti, bio prisiljen na izlazak sa tržišta zbog financijskih poteškoća, budući da isti kroz duže razdoblje (promatrane su 2002., 2003 i 2004. godina) bilježi sve lošije financijske rezultate te uslijed toga neprekidno i značajno tijekom 2003. i 2004. godine gubi tržišni udjel. Iz svih raspoloživih podataka vidljivo je da je poduzetnik Belje d.d. ostvario znatno lošije poslovanje u 2004. godini u odnosu na 2003., odnosno u 2003. u odnosu na 2002 godinu. Zaduženost i nelikvidnost navedenog poduzetnika rastu, a već ionako loša ekonomičnost poslovanja dodatno je narušena.

Bez dodatnih ulaganja i podrške financijski jačeg poduzetnika, osnovna pretpostavka vremenski neograničenog poslovanja postaje neodrživa iz sljedećih razloga:

- i) navedeni poduzetnik iz godine u godinu posluje sve lošije,
- ii) višegodišnje loše poslovanje povezano je s gubitkom tržišne pozicije tog poduzetnika,
- iii) nastavkom poslovanja na dosadašnji način nastavit će se pogoršavanje poslovnih rezultata,
- iv) bez značajnih ulaganja poduzetnik neće biti u stanju održati se na tržištu.

Nadalje, za stjecanje kontrole nad poduzetnikom BELJE d.d. nije bio zainteresiran niti jedan drugi poduzetnik, odnosno jedino je poduzetnik AGROKOR d.d. dao ponudu na javni poziv HFP-a za prodaju dionica poduzetnika BELJE d.d.

Kod donošenja odluke Vijeće je imalo na umu sve isprave, saznanja, dokaze, očitovanja i izjave sudionika koncentracije i njihovih tržišnih takmaca, kao i rezultate usmene rasprave, te pravno-ekonomske analize koja je provedena u Agenciji kao i sve činjenične, pravne i gospodarske okolnosti predmetne koncentracije.

Poslovanje poduzetnika BELJE d.d. je prije provedbe predmetne koncentracije bilo u izrazitim financijskim teškoćama. U poduzetniku BELJE d.d. je danas je zaposleno 2100 zaposlenika od kojih je u današnjim uvjetima proizvodnje 700 zaposlenika viška.

Vijeće je, također posebno cijeno situaciju da je u poduzetniku BELJE d.d. u ljeto 2005. godine prestala proizvodnja svinjskog mesa, junećeg mesa u 6 mj. iste godine te da je 8.

prosinca 2005. obavljeno posljednje klanje pilića. Razlog tome je zastarjelost proizvodnih pogona i neulaganje u proizvodnju svježeg mesa u navedenom poduzetniku, dok je prestanak pilećeg mesa posljedica ptičje gripe.

Nadalje, poduzetnik AGROKOR d.d. je Ugovorom o prijenosu dionica, koji je pravni temelj predmetne koncentracije i koji je isti sklopio sa HFP-om preuzeo obvezu restrukturirati stečenog poduzetnika. Plan je poduzetnika AGROKOR d.d. restrukturirati poduzetnika BELJE d.d. na način preusmjerenja istoga na tov junadi, mliječno govedarstvo, tov svinja, reprocentar (uzgoj krmača i prasadi), ratarstvo, mlinarsku industriju, sjemenarstvo, tvornica stočne hrane, povrća. Sve je to predviđeno planom restrukturiranja navedenog poduzetnika, koji je poduzetnik AGROKOR d.d. priložio prijavi predmetne koncentracije i predstavlja sastavni dio Ugovora o preuzimanju dionica poduzetnika BELJE d.d., koji je sklopljen sa HFP i koji predstavlja pravni temelj navedene koncentracije.

Na temelju svih utvrđenih činjenica Vijeće je zaključilo da provedbom predmetne koncentracije dolazi do rasta tržišnog udjela sudionika koncentracije, ali ne na način kojim bi se značajno narušavalo tržišno natjecanje. Ovo osobito s obzirom na činjenicu da je jedan od sudionika koncentracije, poduzetnik BELJE d.d., poduzetnik s opadajućim poslovanjem za kojeg je nedvojbeno utvrđeno da bi bez provedbe ove koncentracije nestao s tržišta u kratkom vremenu.

Kako su time ispunjeni uvjeti iz članka 18. ZZTN odlučeno je kao u točki I. izreke ovog rješenja.

II. 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 II. izreke ovoga rješenja.

III. 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 III. 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