



Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Број: 1/0-08-138/2010-02
Датум: 19.3.2010. године
Београд

CORNER SHOP DOO
Добановци
Маршала Тита бр. 206

Предмет: Захтев за мишљење о примени прописа о заштити конкуренције

Захтевом бр. 54 од 3.3.2010. године, тражили сте уопштено мишљење о томе да ли је у складу са чланом 10. Закона о заштити конкуренције споразум који регулише питање позиционирања робе на приоритетним и потрошачу видљивим позицијама у малопродајним објектима уз одређену накнаду, односно да ли је потребно поднети захтев за изузеће тог споразума. Поред тога поставили сте и конкретно питање да ли **CORNER SHOP DOO** као трговац на мало, регистрован за обављање делатности трговине на мало у неспецијализованим продавницама, претежно хране, пића и дувана (шифра делатности 52110) може са дистрибутерима дуванских производа да закључује уговоре према којима би се обавезао да њихове производе држи тачно у одређеном проценту заступљености (нпр. 19%, 40%...) и на тачно одређеном месту (нпр. пети ред, шести ред...), уз одређену накнаду.

На основу члана 21. став 1. тачка 8) Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС” бр. 51/09) а поводом поднетог захтева, Савет Комисије за заштиту конкуренције на 145. седници одржаној 19.3.2010. године издао је следеће

МИШЉЕЊЕ

У складу са чланом 10. Закона о заштити конкуренције рестриктивни споразуми су споразуми између учесника на тржишту који имају за циљ или последицу значајно ограничавање, нарушавање или спречавање конкуренције на територији Републике Србије. Између осталих, рестриктивни споразуми који су нарочито набројани као такви у наведеном члану јесу и споразуми којима се примењују неједнаки услови пословања на исте послове у односу на различите учеснике на тржишту, чиме се учесници на тржишту доводе у неповољнији положај у односу на конкуренте.

Природа споразума за који тражите мишљење на први поглед не указује на то да би се њиме могли поједини учесници на тржишту довести у неповољнији положај у односу на конкуренте, као и да би за последицу могао имати значајно ограничавање, нарушавање или спречавање конкуренције на релевантном тржишту. Такође, предмет споразума није набавка производа, већ начин излагања набављених производа а имајући у виду да се ради о дуванским производима чије оглашавање и рекламирање није дозвољено, споразум на неки начин представља могућност добављача да уз накнаду уговори што бољу изложеност свог производа. Избор потрошача тиме није умањен. **Стога се закључује да уговарање обавезе по којој је купац, у конкретном случају трговац на мало, у обавези да на одређено место и у одређеној количини позиционира производ продавца/добављача уз одређену накнаду начелно посматрано спада у пословне односе које уговорне стране могу слободно да уговарају у складу са својом пословном политиком. Међутим, уколико је купац/трговац на мало у доминантном положају, према члану 16. Закона у обавези је да примени једнаке услове пословања на исте послове са различитим учесницима на тржишту, како поједине учеснике на тржишту не би доводио у неповољнији положај у односу на конкуренте, јер би могао одговорати за злоупотребу доминантног положаја уколико би се доказало да је на тај начин ограничена, нарушена или спречена конкуренција на релевантном тржишту.**

ПРЕДСЕДНИЦА КОМИСИЈЕ

Проф. др Дијана Марковић Бајаловић