



Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Број: 6/0-02-54/2015-8

Датум: 24. фебруар 2015. године
Београд

Председник Комисије за заштиту конкуренције на основу члана 37. став 2. Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС“, број 51/09 и 95/13) и члана 2. став 1. тачка 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције („Службени гласник РС“ број 49/11), одлучујући по пријави концентрације број 6/0-02-54/2015-1, коју је по приложеном пуномоћју 14. јануара 2015. године поднео адвокат Ненад Станковић из адвокатске канцеларије „Stanković & Patners“, ул. Његошева бр. 19, Београд, у име клијента Борислава Станојловића (ЈМБГ 2202974180862) из Београда, ул. Дринићка бр.8а, дана 24. фебруара 2015. године, доноси следеће

РЕШЕЊЕ

I ОДОБРАВА СЕ у скраћеном поступку концентрација учесника на тржишту до које долази оснивањем, у форми заједничког улагања, привредног друштва „Планета Спорт“ д.о.о. регистрованог у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 21019984, са седиштем на адреси Булевар Арсенија Чарнојевића бр. 69ђ, Нови Београд - Београд, чији су оснивачи физичка лица Борислав Станојловић (ЈМБГ 2202974180862) ул. Дринићка бр. 8а, Горан Лазовић (ЈМБГ 0109967721826) ул. Студентски трг бр. 17 и Зоран Бошковић (ЈМБГ 2808963721816), Бул. Арсенија Чарнојевића бр. 71, сви из Београда, а над којим ће искључиву контролу имати Борислав Станојловић као већински власник и деоничар оснивачког капитала овог друштва, са циљем да друштво „Планета Спорт“ д.о.о. стекне контролу на делом малопродајног пословања друштва „Нолу“ д.о.о., регистрованог у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 17198645, са седиштем на адреси ул. Милована Маринковића бр. 38, Београд, и да у свом будућем пословању функционише као независни учесник на тржишту у дугом року.

II УТВРЂУЈЕ СЕ да је у прописаном року, од стране подносиоца пријаве, извршена уплата износа од 3.062.225,00

(тримилионашеседесетдвехиљадедвестотинедвадесетпет и 00/100) динара на рачун Комисије за заштиту конкуренције отворен код Управе за трезор Министарства финансија Републике Србије, с позивом на број 6/0-02-54/2015-1, што представља одговарајућу динарску противвредност прописане висине износа за издавање решења о одобрењу концентрације у скраћеном поступку из чл. 2. став 1. тачка 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције.

Образложење

Адвокат Ненад Станковић из адвокатске канцеларије „Stanković & Patners“, ул. Његошева бр. 19, Београд, по приложеном пуномоћју клијента Борислава Станојловића (ЈМБГ 2202974180862) из Београда, ул. Дринићка бр.8а, (у даљем тексту: подносилац пријаве), поднео је Комисији за заштиту конкуренције (у даљем тексту: Комисија), дана 14. јануара 2015. године, пријаву концентрације, заведену под бројем 6/0-02-54/2015-1. Допунама пријаве, које су достављене Комисији 26. и 28. јануара о.г., иста је употпуњена и у свему усаглашена са прописом којим је уређен садржај и начин њеног подношења, чиме су испуњени услови за поступање и одлучивање Комисије у овој управној ствари. Саставни део достављене пријаве чини и доказ о извршеној уплати, којим се потврђује да је у целости уплаћен прописани износ за издавање акта Комисије, што је констатовано у ставу II диспозитива.

Предметна пријава, поднета је Комисији ради издавања одобрења за њену реализацију у складу са чланом 3. Закона, услед чињенице да њен подносилац, на територији Републике Србије, поседује оснивачка и власничка права у три привредна друштва. Наиме, у својству физичког лица, Борислав Станојловић је оснивач и власник 100% удела у два привредна друштва. Прво од њих је друштво „Sport Vision“ д.о.о., регистровано у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 17380516, са седиштем на адреси ул. Милентија Поповића бр. 5/в, Нови Београд - Београд. Претежну регистровану делатност овог друштва чини трговина на велико одећом и обућом (шифра делатности: 4642), док се његова суштинска делатност састоји у увозу, велепродаји и малопродаји спортске одеће, обуће и опреме. Набавку робе најпознатијих светских брендова и у области спортске обуће, одеће и опреме, ово друштво заснива на директној пословној сарадњи са произвођачима, односно увозницима ових производа, које затим даље пласира на велико свим заинтересованим купцима на територији Републике Србије. Реч је наиме о производима намењеним даљој велепродаји, продаји власницима малопродајних објеката спортске опреме, али и продаји кроз сопствену малопродајну мрежу. Са становишта оцене потенцијалних хоризонталних ефеката предметне концентрације, овде посебно треба имати у виду малопродајну активност овог друштва, коју оно обавља преко властите мреже од 63 малопродајна објекта, који су лоцирани у свим већим градовима у Републици Србији.

Статус јединог оснивача и власника, подносилац пријаве има и у друштву „Envio“ д.о.о. регистрованом у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 20663545, са седиштем на адреси ул. Милентија Поповића бр. 5/в, Нови Београд – Београд, чију претежну регистровану делатност представља трговина на мало спортском опремом у специјализованим продавницама (шифра делатности: 4764), док се његова стварна делатност базира на увозу и велепродаји одеће, обуће и спортске опреме.

Осим тога, подносилац пријаве је оснивач и сувласник са 50% учешћа у капиталу и у привредном друштву „Sport Time“ д.о.о. Београд. Седиште овог друштва, регистровано у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 08806128, са претежном делатношћу трговина на велико одећом и обућом (шифра делатности: 4642), што представља и стварну делатност овог друштва, налази се на адреси Омладинских Бригада бр. 88 Нови Београд – Београд. Заједничку контролу над овим друштвом, осим подносиоца пријаве, врши и његов други, по учешћу у капиталу овог друштва равноправни члан (50%), Драган Станојловић.

Реализацијом предметне концентрације, подносилац пријаве постаће и већински власник и деоничар са 70% удела у оснивачком капиталу и у новооснованом друштву „Планета Спорт“ д.о.о. Поред подносиоца пријаве, статус оснивача и сувласника са мањинским учешћем од по 15% у овом друштву основаном у форми заједничког улагања, имају и Горан Лазовић (ЈМБГ 0109967721826) ул. Студентски трг бр. 17 из Београда и Зоран Бошковић (ЈМБГ 2808963721816), Бул. Арсенија Чарнојевића бр. 71, Нови Београд – Београд. Према одредбама Уговора о оснивању овог друштва, подносилац пријаве имаће самосталну контролу над пословањем овог друштва, с обзиром на то, да ће се све пословне одлуке доносити на основу просте већине гласова чланова Скупштине друштва и Надзорног одбора, као установљених органа друштва. То значи да два мањинска власника, Горан Лазовић и Зоран Бошковић, неће имати могућност контроле над пословањем овог друштва, односно могућност стављања вета приликом доношења било које врсте пословних одлука у вези са даљим активностима овог друштва.

На територији Републике Србије, чланови друштва „Планета Спорт“ д.о.о., Горан Лазовић и Зоран Бошковић, су истовремено и чланови и оснивачи друштва „Нолу“ д.о.о., регистровано у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 17198645, са седиштем на адреси ул. Милована Маринковића бр. 38, Београд. Реч је најиме о друштву у коме заједничку контролу врше његови чланови и оснивачи, (у питању су четири физичка лица) и то: Горан Лазовић са 24%, Зоран Бошковић са 24,47%, Дарко Секулић са 27,53% и Живан Димитријевић са 24% удела у капиталу овог друштва. Претежну регистровану делатност овог друштва чини трговина на мало одећом у специјализованим продавницама (шифра делатности: 4771), док се његова стварна делатност огледа у обављању активности из области увоза, велепродаје и малопродаје спортске обуће, одеће и опреме. Када је реч о малопродајним активностима овог друштва треба истаћи да оно располаже и управља са нешто мање од 90 малопродајних објеката под заштитним знаком

„Планета Спорт“, географски размештеним по читавој територији Републике Србије. Осим тога, ово друштво је и уговором овлашћени дистрибутер за производе робне марке „New Balance“, и истовремено власник жига, имена и права интелектуалне својине за робну марку „Rang“.

Услед пословних и финансијских проблема у 2013. и 2014. години који су се првенствено огледали у повећању дуговања према кредиторима и добављачима, ово друштво је предузело одговарајуће мере у циљу консолидације свог пословања. Једну од предузетих мера представља и снижење трошкова пословања, и то првенствено оних у малопродајном сегменту активности. Из тог разлога, планирано је издвајање дела малопродајног пословања овог друштва. Реализацијом планираног, доћи ће до промене контроле над овако одређеним „циљним бизнисом“ у предметној концентрацији. Ради брже и лакше реализације ове трансакције, [...] ¹

Истовремено, ово друштво ће преузети сва права на име, жиг и друга права интелектуалне својине на робној марки „Rang“, а која права је до оснивања овог друштва, имало друштво „Нолу“ д.о.о. На крају треба истаћи да ће друштво „Нолу“ д.о.о. наставити да послује као независни учесник на тржишту и да ће, у свим својим другим пословним активностима попут увоза и велепродаје, па самим тим и у преосталим малопродајним објектима (у питању је нешто више од 30 објеката), чији ће коначан број бити познат тек након реализације ове концентрације, задржати своју управљачку и контролну функцију какву је имало и пре ове концентрације.

С обзиром на чињеницу да је предметна пријава концентрације поднета Комисији 14. јануара о.г., а да је рок за подношење завршних рачуна, па самим тим и финансијских извештаја правних лица за пословну 2014. годину, 28. фебруар 2015. године, те да из тог разлога у моменту подношења пријаве ови подаци нису били познати подносиоцу пријаве, Комисија је приликом оцене испуњености услова за постојање обавезе пријаве концентрације, са становишта остварених укупних прихода њених учесника, користила податке о оствареним приходима у календарској 2013. години. На бази тих података, Комисија је закључила да су учесници ове концентрације, односно друштва која се налазе под контролом подносиоца пријаве и „циљни бизнис“ који представља предмет преузимања у овој пословној трансакцији, остварили укупне приходе који надмашују прописане финансијске прагове, који сходно Закону, представљају услов за постојање обавезе пријаве концентрације.

Правни основ предметне концентрације представља Уговор о оснивању друштва „Планета Спорт“ д.о.о., који су његови оснивачи закључили дана 22. 05. 2014. године. Овим Уговором прецизно су дефинисана сва међусобна права и обавезе његових потписника, органи друштва, начин доношења одлука у новооснованом друштву итд. Копију овог Уговора овереног пред Трећим

¹ Акт садржи заштићене податке. Заштићени подаци приказани су ознаком [...] или у распону који Комисија сматра одговарајућим начином заштите.

основним судом у Београду ОВ I бр. 31353/2014, подносилац је као прилог предметне пријаве доставио Комисији, и исти се налази у списима предмета.

Предмет пословања новооснованог друштва „Планета Спорт“ д.о.о., огледа се пре свега у успостављању могућности управљања над 56 малопродајних објеката у којима је до сада закупац ових објеката било друштво „Нолу“ д.о.о. Предвиђено преузимање [...]

Тек закључењем нових уговора о закупу са власницима пословног простора, новоосновано друштво је могло да отпочне са својим малопродајним активностима у овим објектима, што управо и представља основни разлог и мотив његовог оснивања.

Имајући у виду да су оснивачи друштва „Планета Спорт“ д.о.о., предвидели континуиране активности и радње у периоду од [...] па до [...] о.г. у циљу остваривања услова за даље функционисање овог друштва на дугорочној основи, подносилац пријаве је исту Комисији поднео, након што се највећи број малопродајних објеката који представљају „циљни бизнис“ у овој концентрацији, на основу закључених уговора о закупу са власницима ових простора закључно са месецом јануаром 2015. године, нашао под стварном контролом друштва „Планета Спорт“ д.о.о. Истовремено преговори око [...] су и даље у току. Реч је о [...]. И поред тога, подносилац је Комисији поднео пријаву концентрације дана 14. јануара о.г., имајући у виду да су испуњени услови за њено подношење прописани Законом.

У достављеној пријави, подносилац предлаже да се релевантно тржиште производа, за потребе ове концентрације, дефинише као тржиште малопродаје одеће, обуће и спортске опреме. Образлажући овакав свој предлог, подносилац указује на савремене трендове у понашању потрошача, који тзв. „спортску обућу“ сматрају идеалним супститутом другим типовима обуће, који нису искључиво намењени бављењу спортским активностима. Сличан став, подносилац има и када је реч о спортској одећи, позивајући се на све присутније одевне предмете појединих произвођача (Zara, Benetton, Timberland, Lacoste итд.), који поседују властите „модне спортске линије“, које крајњи потрошачи сматрају идеалним супститутима са одевним предметима из категорије традиционалне спортске одеће попут спортских јакни, мајица, тренерки, дресова итд. Исти приступ по питању дефинисања релевантног тржишта производа за потребе ове концентрације, подносилац задржава и када је реч о спортској опреми, сматрајући да се највећи део ових производа попут лопти, качкета, торби, ранчева итд., пласира на тржишту преко различитих канала дистрибуције, па је из тог разлога, сегмент тржишта који се овим производима задовољава путем специјализованих малопродајних објеката спортске опреме изузетно мали.

Комисија није могла да прихвати овакав предлог дефинисања релевантног тржишта производа понуђен од стране подносиоца пријаве, јер је по њеном становишту исти исувише широко постављен. Ово из разлога што би се у том случају, на истом релевантном тржишту, као непосредни конкуренти учесника ове концентрације, истовремено нашли сви бутици, робне куће, малопродајни

објекти брендираних одевних предмета (мушка, женска, дечија и спортска одећа), малопродајни објекти свих врста обуће (мушка, женска, дечија и спортска обућа) и специјализовани малопродајни објекти намењени продаји искључиво спортске обуће, одеће и опреме. То би међутим, за последицу могло имати, не само нереално и необјективно сагледавање тржишне снаге и позиције учесника предметне концентрације и њихових конкурената, већ и оцену ефеката ове концентрације до којих би, на овако дефинисаном релевантном тржишту производа, могло доћи након њене реализације. Осим тога, овакав предлог није у складу са досадашњом изграђеном праксом у раду Комисије, јер исти не одражава суштинску и стварну делатност „циљног бизниса“, као предмета преузимања у овој концентрацији, а коју управо чини малопродаја спортске одеће, обуће и опреме у специјализованим продавницама.

Као алтернативу претходно описаном ширем приступу у дефинисању релевантног тржишта производа, подносилац је понудио и његово уже дефинисање као тржишта малопродаје спортске обуће, одеће и опреме у специјализованим малопродајним објектима. Комисија је, у складу са досадашњом изграђеном праксом у свом раду, прихватила на овај начин образложен предлог дефинисања релевантног тржишта производа од стране подносиоца пријаве, с обзиром да исти у потпуности одражава стварну активност „циљног бизниса“ као предмета преузимања у овој концентрацији.

Када је реч о дефинисању релевантног тржишта производа у географском смислу, подносилац пријаве је предложио да се оно дефинише на националном нивоу, односно као тржиште Републике Србије. Комисија није могла да прихвати овакав предлог дефинисања релевантног тржишта производа са становишта његове географске димензије. Ово из разлога, што је у својој досадашњој пракси у раду, увек када се радило о концентрацијама у области малопродајне активности, Комисија релевантно тржиште третираола као локално и дефинисала га на нивоу појединачних градова, односно општина у којима се дотична малопродајна делатност и обавља. Имајући у виду „спремност потрошача“ да своје поједине потребе задовоље на локалном нивоу кад год је то могуће, и у случају предметне концентрације, Комисија је географски дефинисала релевантно тржиште производа као ширу околину градова у којима се налазе малопродајни објекти из састава „циљног бизниса“. Оваква дефиниција географског релевантног тржишта, која се не ограничава на „административно одређене“ територије појединих градова, је нужна управо из разлога, што се савремени трговински центри изграђују на прометним местима у околини већих градова, чиме се привлачи већи број заинтересованих потрошача из ближих градских средина. Тако на пример, у недавно отвореном Outlet трговинском центру у Инђији, своје потребе за различитим врстама производа и услуга, задовољавају потрошачи не само из Инђије, Старе и Нове Пазове, већ и они из Новог Сада и Београда. Слична је ситуација и са потрошачима из Краљева и Крагујевца, односно Чачка и Ужица или Београда и Панчева, који су спремни да своје потребе за производима оне структуре која је релевантна у овом поступку, задовоље куповином и у неком од „суседних“ не исувише удаљених градова.

Процењујући евентуалне вертикалне ефекте ове концентрације, услед чињенице да се зависна друштва под контролом подносиоца пријаве баве како увозом, тако и велепродајом предметног асортимана роба, Комисија је сагледала све битне карактеристике овог тржишта. У том смислу, имајући у виду листу највећих добављача и купаца друштава под контролом подносиоца пријаве, Комисија је закључила да не постоји опасност од тзв. „затварања тржишта“ од стране подносиоца пријаве или евентуалног подизања цена на нивоу велепродаје након реализације предметне концентрације. Ово из разлога, што на нивоу увоза и велепродаје постоји велики број конкурената, укључујући и већи број брендираних произвођача спортске опреме, обуће и одеће активних и присутних на овом тржишту. Ту се првенствено мисли на компаније присутне на глобалном тржишту попут „Adidas“, „Reebok“, „Nike“, „Champion“ итд. Осим тога, треба истаћи и постојеће домаће компаније активне на овом тржишту као што су „Delta Sport“, „Djak“, па и друштво „Holy“ које ће наставити да послује као независни учесник на тржишту у својим увозним, велепродајним и малопродајним активностима. Најзад треба истаћи да не постоје битне баријере уласку нових играча на ово тржиште, што у великој мери опредељује и чињеницу да је снага купаца на нивоу велепродаје ограничена, имајући у виду једноставан поступак увоза без било каквих царинских дажбина, складиштења и дистрибуције ових производа.

Полазећи од овако географски детерминисаног релевантног тржишта производа, може се са разлогом претпоставити да ће предметна концентрација након своје реализације, на овом тржишту произвести одређене хоризонталне ефекте. До оваквог закључка Комисија је дошла имајући у виду чињеницу, да је подносилац пријаве на њему и до сада био присутан и активан. Његово присуство и активност првенствено се односе на трговину на мало спортском одећом, обућом и опремом преко властите малопродајне мреже од 63 специјализована малопродајна објекта, који су лоцирани у свим већим градовима у Републици Србији. Истовремено, „циљни бизнис“ који у овој концентрацији представља предмет преузимања, састоји се од 56 малопродајних објеката, такође географски размештених по свим већим градовима у Републици Србији. То даље значи да ће подносилац пријаве под својом контролом, након реализације предметне трансакције имати 119 малопродајних објеката специјализованих за продају предметног асортимана производа. Имајући у виду податке које је подносилац Комисији доставио у предметној пријави концентрације, а према којима на тржишту Републике Србије у овом моменту послује нешто више од 400 малопродајних објеката специјализованих у области промета спортске обуће, одеће и опреме, може се закључити, да ће подносилац пријаве, након реализације ове концентрације постати најјачи учесник на овом тржишту, према критеријуму броја малопродајних објеката, са тржишним уделом од око 29%. Од осталих конкурената треба истаћи друштва „Djak“ са око 70 малопродајних објеката (17,5%), „N Sport“ са 50 (12,5%), „Tref“ око 40 или 10%, „Holy“ са 34 објекта односно 8,5%, „Veosport“ 16 објеката (4%) „Carvel“ са 12, односно 3% и „Intersport“ са 11 малопродајних објеката (2,7%). Из претходно истакнутог се такође може видети да осам најјачих учесника на тржишту, који својим објектима покривају читаву, или највећи део територије Републике Србије, располажу са нешто више од 350 малопродајних објеката или 85% од

њиховог укупног броја, док престалих 60 објеката (или око 15%), намењених овој врсти малопродајне активности припадају друштвима активним у појединим локалним срединама или су намењени искључивој продаји појединачних брендова типа „Adidas“, „Puma“, „Converse“, Nike“, „Reebok“, „Champion“ итд.

Хоризонтални ефекат ове концентрације ће се према томе манифестовати кроз повећање тржишног удела подносиоца пријаве са постојећих 15,75% (63 малопродајна објекта) на 29%, односно 119 објеката. Оваква врста ефеката, још боље се може сагледати помоћу израчунатих вредности Herfindahl - Hirschman индекса (НИИ) пре и након спровођења концентрације, као и вредности прираста овог индекса (ΔH), као непосредног показатеља повећања тржишне снаге подносиоца пријаве до којег долази реализацијом предметне концентрације.

Вредност овог индекса израчунат пре спровођења ове концентрације, на бази тржишних удела осам најјачих учесника на релевантном тржишту производа, где се „циљни бизнис“ предметне концентрације посматра као тржишни удео друштва „Holy“, износи 1.333, што показује да се ради о тржишту са умереним степеном концентрисаности. Након реализације предметне концентрације, када се „циљни бизнис“ третира као тржишно учешће подносиоца пријаве, вредност овог индекса износи 1.536, док вредност прираста овог индекса (ΔH) износи 203. На основу претходно израчунатих показатеља, може се закључити, да ће се након реализације предметне концентрације, релевантно тржиште и даље сматрати умерено концентрисаним, ($1000 < \text{НИИ} < 2000$), ($\Delta H \leq 250$), као и то да предметна концентрација неће изазвати „забрињавајуће“ ефекте по питању конкуренције на овом тржишту. Сви претходно наведени показатељи индикативни су за сагледавање хоризонталних ефеката предметне концентрације на целокупном националном тржишту.

Посматрајући уже географски дефинисана релевантна тржишта производа за потребе решавања ове концентрације, као ширу околину градова у којима се налазе малопродајни објекти из састава „циљног бизниса“, Комисија је утврдила да ће до најизраженијег хоризонталног преклапања између учесника ове концентрације доћи на територији градова Београда, Новог Сада и Ниша. На широј територији града Београда пре спровођења ове концентрације, подносилац пријаве располаже са 23, док се „циљни бизнис“ састоји од 4 малопродајна објекта. Према подацима из пријаве концентрације, укупан број специјализованих малопродајних објеката намењених пласману спортске опреме, обуће и одеће на овако географски дефинисаном тржишту производа износи око 110. То даље значи, да ће након реализације ове концентрације на ширем тржишту града Београда, број објеката под контролом подносиоца пријаве износити 27, док ће се његово тржишно учешће повећати са 20,90% на 24,50%. И поред тога, највећи тржишни удео на овом тржишту задржаће друштво „Djak“ (25,5%), са 28 малопродајних објеката којима ово друштво располаже на широј територији Београда. Од осталих конкурената треба истаћи друштва „Holy“ са 11 објеката (10%), „Veosport“ са тржишним учешћем од око 9% (10 објеката), „N Sport“ и „Tref“ са по 9 објеката и тржишним уделом од по 8,2%, „Carvel“ 6 објеката (5,45%) и „Intersport“ са 3 објекта (2,73%). Ови подаци најбоље говоре о структури тржишта и указују да осам најјачих учесника на ширем тржишту града

Београда, располаже са око 100 малопродајних објеката или 90% од њиховог укупног броја на овом тржишту, док су преосталих десетак објеката (њих око 10%), намењени искључивој продаји појединачних брендова типа „Adidas“, „Puma“, „Converse“, Nike“, „Reebok“, „Champion“ итд.

Вредност ННІ индекса пре спровођења ове концентрације, на бази података о тржишном учешћу осам најјачих учесника на овом локалном тржишту (Београд са околином), где се „циљни бизнис“ предметне концентрације посматра као тржишни удео друштва „Holy“, износи 1.524. Након њене реализације, када се „циљни бизнис“ третира као тржишно учешће подносиоца пријаве, вредност овог индекса је 1.603, док прираст његове вредности (ΔH) износи свега 79, на основу чега се може закључити да ће и након реализације предметне концентрације, релевантно тржиште остати умерено концентрисано, ($1000 < HNI < 2000$), ($\Delta H \leq 250$), тако да предметна концентрација не изазива никакву забринутост са становишта њених ефеката на конкуренцију на овом анализираном географском тржишту.

Исти учесници на тржишту међусобно конкуришу и на ширем подручју града Новог Сада. Пре спровођења концентрације, подносилац пријаве на овом тржишту располаже са 7, док се „циљни бизнис“ састоји од 4 малопродајна објекта. Након њене реализације, тржишно учешће подносиоца пријаве повећаће се са 20,5% на 31,4%, имајући у виду број малопродајних објеката који ће бити под контролом подносиоца пријаве (11), у односу на њихов укупан број на овом тржишту који износи око 35. Тржишни удели највећих конкурената на овом тржишту, а то су друштва „Djak“ и „N Sport“ (свако од њих располаже са по пет малопродајних објеката), износе по 14,3%. Затим следе друштва „Holy“, „Tref“ и „Beosport“ са по две продавнице и тржишним учешћем од по 5,7%, док се као учесници на тржишту са најмањим бројем објеката појављују друштва „Carvel“ и „Intersport“ са по једним објектом, односно тржишним уделом од по свега 2,8%. Ситуација је слична и по питању структуре овог тржишта, као и када је реч о ширем градском подручју Београда, с обзиром да осам најјачих учесника контролише близу 83%, односно 29 од 35, колико износи укупан број малопродајних објеката у којима се обавља трговина на мало предметним асортиманом роба.

Вредност ННІ индекса на овом локалном тржишту пре спровођења ове концентрације, где се „циљни бизнис“ предметне концентрације посматра као тржишни удео друштва „Holy“, износи 1.205. Добијена вредност овог показатеља говори да је реч о тржишту умерене концентрисаности ($1000 < HNI < 2000$). Након њене реализације, када се „циљни бизнис“ третира као тржишно учешће подносиоца пријаве, вредност овог индекса је 1.508, док прираст његове вредности (ΔH) износи 303, на основу чега се може закључити да ће се након реализације предметне концентрације, релевантно тржиште моћи и убудуће карактерисати као умерено концентрисано ($1000 < HNI < 2000$). И овде се може закључити, да предметна концентрација, упркос повећаној вредности прираста тржишне снаге подносиоца пријаве ($\Delta H \geq 250$), неће изазвати битније промене у погледу степена концентрисаности овог тржишта, нити забринутост са становишта њених потенцијалних негативних ефеката на конкуренцију.

Од укупног броја ове врсте малопродајних објеката на широј територији града Ниша (око 20 објеката), подносилац пријаве пре спровођења концентрације располаже са 4 објекта, односно 20% тржишног удела на овом локалном географском тржишту, док „циљни бизнис“ чине 2 објекта или 10% тржишног учешћа. Конкретно, то значи да ће се тржишна снага подносиоца пријаве концентрације на овом тржишту након њене реализације, повећати са 20% на 30%. Од осталих учесника на тржишту присутних у граду Нишу, треба поменути друштва „Djak“ и „N Sport“ са по три малопродајна објекта и тржишним уделом од по 15%, док друштва „Holy“, „Tref“, „Carvel“ и „Intersport“ располажу са по једним објектом, и појединачним тржишним уделима од по 5%.

Вредност ННІ индекса израчуната пре спровођења ове концентрације, на бази тржишних удела седам најјачих учесника на релевантном тржишту производа (услед чињенице да друштво „Veosport“ није присутно на овом тржишту), и где се „циљни бизнис“ предметне концентрације посматра као тржишни удео друштва „Holy“, износи 1.150, што показује да се ради о тржишту са умереним степеном концентрисаности. Након њене реализације, када се „циљни бизнис“ третира као тржишно учешће подносиоца пријаве, вредност овог индекса је 1.450, док прираст његове вредности (ΔH) износи 300. На основу овако израчунатих вредности овог индекса, може се закључити да ће ово дефинисано релевантно тржиште и након реализације концентрације остати умерено концентрисано ($1000 < HNI < 2000$), односно да предметна концентрација, упркос повећаној вредности прираста тржишне снаге подносиоца пријаве ($\Delta H \geq 250$) на овом тржишту, када је конкуренција у питању, неће произвести битније забрињавајуће ефекте.

Идентичан закључак се може извући и када је реч о осталим градовима у којима послују објекти из састава „циљног бизниса“. Тако на пример, у граду Крагујевцу, од укупно 15 малопродајних објеката специјализованих за трговину спортском одећом, обућом и опремом, након реализовања предметне концентрације, подносилац пријаве ће контролисати 4 таква објекта (26,6%), уместо досадашња два (13,3%). Од осталих конкурената на тржишту овог града треба поменути друштва „Djak“, „Holy“ и „N Sport“ која имају по два објекта, односно по 13,3% тржишног удела. Сви остали учесници на овом тржишту („Tref“, „Carvel“, „Intersport“, „Veosport“ и „Adidas“) су присутни са по само једним малопродајним објектом и тржишним уделима од по 6,7%. Истовремено, у петнаестак градова и подносилац пријаве и „циљни бизнис“ присутни су само са по једним малопродајним објектом, какав је случај у Лесковцу, Крушевцу, Шапцу, Ужицу, Руми, Ваљево, Врању, Смедереву, Сомбору, Суботици, Кикинди, Краљеву, Лозници, Новом Пазару, Чачку и Јагодини. На крају треба истаћи и она места и градова у којима предметна концентрација неће изазвати никакве ефекте, из простог разлога што су у њима до сада били присутни и активни само малопродајни објекти који припадају „циљном бизнису“, и то по један објекат у сваком граду, док подносилац пријаве на ови локалним географским тржиштима није остваривао никакву активност (Аранђеловац, Бачка Паланка, Бечеј, Горњи Милановац, Инђија, Параћин, Пирот, Пожаревац, Пожега, Рашка, Сента, Сремска Митровица, Стара Пазова, Врбас и Врњачка бања).

Све претходно изнето потврђује закључак Комисије, да реализација предметне концентрације, неће изазвати негативне последице на претходно географски дефинисаним релевантним тржиштима производа. Наиме, битну карактеристику предметне концентрације, представља и чињеница да се након њене реализације, број учесника на тржишту који послују као међусобни конкуренти неће смањити већ ће остати исти. Ово из разлога што ће друштво „Нолу“ наставити да послује као активни конкурент не само подносиоца пријаве, већ и осталих учесника на релевантном тржишту производа. Услед ове чињенице може се закључити да ће предметна концентрације након своје реализације, довести само до „прерасподеле“ тржишне снаге између њених учесника и то на начин да ће, за разлику од друштва „Нолу“ чија ће тржишна снага бити умањена, подносилац пријаве „ојачати“ своју тржишну позицију на тржишту малопродаје спортске обуће, одеће и опреме.

У складу са свим претходно изнетим, оцењено је да спровођење пријављене концентрације не доводи до значајног спречавања, ограничавања или нарушавања конкуренције на нашем националном тржишту или његовом делу, а нарочито до стварања или јачања доминантног положаја, чиме су се стекли сви услови да Комисија донесе одлуку о одобравању предметне концентрације, па је стога одлучено као у диспозитиву.

Поука о правном леку:

Ово решење је коначно у управном поступку.

Против овог решења може се поднети тужба Управном суду у року од 30 дана од дана достављања решења.

ПРЕДСЕДНИК КОМИСИЈЕ
Доц. др Милоје Обрадовић