



Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**
Број: 6/0-02-537/2015-6
Датум: 31. јул 2015. године
Београд

Председник Комисије за заштиту конкуренције на основу члана 37. став 2. Закона о заштити конкуренције ("Службени гласник РС", бр. 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" бр. 49/2011), одлучујући по Пријави концентрације заведеној под бр. 6/0-02-537/2015-1, коју је дана 08. јула 2015. године поднела пуномоћник адвокат Наташа Завишин, ул. Симића бр. 18, Београд, Република Србија, у име друштва "Delhaize Group NV/SA", основаног у Белгији, број регистрације 0402.206.045, са пословним седиштем у Rue Osseghem 53, 1080 Брисел, Белгија и друштва "Koninklijke Ahold N.V.", основаног у Холандији, број регистрације 35000363, са пословним седиштем у Provincialeweg 11, 1500 НА Zaandam, Холандија, дана 31. јула 2015. године, доноси следеће

РЕШЕЊЕ

I ОДОБРАВА СЕ у скраћеном поступку концентрација између друштва "Delhaize Group NV/SA" основаног у Белгији, број регистрације 0402.206.045, са пословним седиштем у Rue Osseghem 53, 1080 Брисел, Белгија и друштва "Koninklijke Ahold N.V." основаног у Холандији, број регистрације 35000363, са пословним седиштем у Provincialeweg 11, 1500 НА Zaandam, Холандија, до које долази на тај начин што ће се "Delhaize Group NV/SA" статусном променом спајања припојити друштву "Koninklijke Ahold N.V.", након чега ће "Koninklijke Ahold N.V." преузети појединачну контролу над свим друштвима у оквиру "Delhaize Group NV/SA".

II УТВРЂУЈЕ СЕ да су подносиоци пријаве концентрације извршили појединачне уплате од по 12.500,00 (дванаестхиљадапетстотина и 00/100) ЕУР на девизни рачун Комисије за заштиту конкуренције отворен код Народне Банке Србије, с позивом на број 6/0-02-537/2015-1, што укупно износи 25.000,00 (двадесетпетхиљада и 00/100) ЕУР, што је у складу са прописаном висином накнаде за издавање решења о одобрењу концентрације у скраћеном поступку из члана 2. став 1. тачка 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције.

Образложење

Белгијско друштво "Delhaize Group NV/SA" (у даљем тексту: Delhaize Group) и холандско друштво "Koninklijke Ahold N.V." (у даљем тексту: Ahold), која ће у даљем тексту заједнички бити означавана као учесници концентрације или подносиоци Пријаве, поднела су Комисији за заштиту конкуренције (у даљем тексту: Комисија), дана 08. јула 2015. године преко пуномоћника, адвоката Наташе Завишин, ул. Симића бр. 18, Београд, Република Србија, Пријаву концентрације (у даљем тексту: Пријава) бр. 6/0-02-537/2015-1. На основу Налога за доставу података бр. 6/0-02-537/2015-3 од 16. јула 2015. године, подносиоци Пријаве су 24. јула 2015. године исту допунили поднеском бр. 6/0-02-537/2015-4. На основу увида у предметну документацију, Комисија је констатовала да је достављена Пријава уређена у складу са Уредбом о садржини и начину подношења пријаве концентрације ("Сл. гласник РС" бр. 89/2009), чиме су испуњени услови за поступање и одлучивање Комисије у овом предмету у скраћеном поступку. Подносиоци Пријаве су извршили уплату накнаде за издавање акта Комисији, што је констатовано у ставу II диспозитива.

Подносиоци Пријаве су у складу са чланом 45. Закона о заштити конкуренције (у даљем тексту: Закон), дана 08. јула 2015. године поднели Комисији Захтев за заштиту података бр. 6/0-02-537/2015-1 и 24. јула 2015. године Допуну захтева за заштиту података бр. 6/0-02-537/2015-4, на основу којих је Председник Комисије 30. јула 2015. године, донео Закључак о заштити података бр. 6/0-02-537/2015-5.

Delhaize Group је компанија чија је основна делатност продаја прехранбених производа у малопродајним објектима. Поред малопродаје прехранбених производа, компанија је присутна на тржишту малопродаје робе широке потрошње и на тржишту велепродаје прехранбених производа. Активности компаније су лоциране на три континента, у САД-у, Европи и Азији. Крајем 2014. године, Delhaize Group је имала мрежу од око 3.400 продајних објеката и око 150 хиљада запослених радника. У 2014. години Delhaize Group је остварила консолидовани приход на светском нивоу у износу од око 21,3 милијарди ЕУР.

Delhaize Group је присутна на тржишту Републике Србије преко следећих повезаних друштава:

- "Delhaize Serbia" d.o.o. Београд (у даљем тексту: Delhaize Serbia), матични број 17569171, са пословним седиштем у ул. Јурија Гагарина 14, Београд, Србија, чији је једини члан друштво "Lion Retail Holding S.a.r.l." - привредно друштво основано у Великом Војводству Луксембург, број регистрације В 159.001, са пословним седиштем у Rue d'Olm 51, L-8281 Kehlen, Велико Војводство Луксембург, а које се налази под контролом Delhaize Group. Друштво Delhaize Serbia је у 2014. години остварило приход из пословних активности у износу од око [...] ¹ ЕУР и запошљавало је око 7400 радника;

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

- "Трговинско акционарско друштво Ц Маркет" Београд (у даљем тексту: Ц Маркет), матични број 07040628, са пословним седиштем у ул. Јурија Гагарина 14, Београд, Србија. Delhaize Serbia поседује 75,41% акција овог друштва. Ц Маркет је у 2014. години остварио приход из пословних активности у износу од око [...] ЕУР и запошљавао је око 3270 радника;
- "Звездара" а.д. Београд (у даљем тексту: Звездара), матични број 07028008, са пословним седиштем у ул. Живка Давидовића 64, Београд, Србија. Delhaize Serbia поседује 17,52%, а Ц Маркет 67,27% акција друштва Звездара. Звездара је у 2014. години остварила приход из пословних активности у износу од око [...] ЕУР и није имала запослених радника;
- "Трговинско предузеће Србија" а.д. Крагујевац (у даљем тексту: ТП Србија), матични број 07166095, са пословним седиштем у ул. Црвеног барјака бб, Крагујевац, Србија. 100% акцијског капитала у овом друштву поседује Delhaize Serbia. ТП Србија је у 2014. години остварила приход из пословних активности у износу од око [...] ЕУР и имало једног запосленог радника.

Други учесник у концентрацији - друштво Ahold, је мултинационална компанија која се бави малопродом у САД-у и Европи (Холандија, Белгија, Чешка и Немачка). Најпознатији продајни ланац Aholda у Европи је "Albert Heijn", док су у САД најјачи ланци под називом "Stop & Shop" и "Giant". Главни формат који компанија користи у малопродом је супермаркет. Малопродомни објекти (укупно око 3200 у САД-у и Европи) имају приступачне локације, при чему се значајан фокус поклања online продаји прехранбених производа ("Peapod" је водећи online сервис за куповину прехранбених производа у САД). Ahold нуди својим купцима широк и дубок асортиман производа, при чему свежи производи и трговинска марка привлаче највећи број потрошача. Трговинска марка има битну улогу у пословању компаније, при чему је реч о квалитетним производима којима се ствара лојалност код потрошача. Трговинске марке су генерално подељене на робне марке "ниског ранга", "средњег ранга" и "високог ранга". У Холандији и Белгији продавнице "Albert Heijn" имају приватну робну марку "АН Basic" као робну марку ниског ранга, "АН Huismerk" као робну марку средњег ранга и "АН Excellence" као робну марку високог ранга. Осим тога, продавнице "Albert Heijn" имају и приватну робну марку органских производа "АН Biologisch". [...]. Слична структура приватних робних марки постоји и у САД и у Чешкој. [...]. Ahold поседује 49% акција у малопродом ланцу "Jerónimo Martins" који је присутан на тржишту Португала, Пољске и Колумбије.

Ahold је у 2014. години остварио консолидовани приход на светском тржишту у износу од око 32,8 милијарди ЕУР, при чему је запошљавао 227 хиљада радника. Ahold нема регистрована повезана друштва у Републици Србији, нити је остваривао приходе на тржишту Републике Србије.

Као правни основ концентрације Комисији је достављен у оригиналном тексту и овереном преводу на српски језик Уговор о припајању који су 24. јуна 2015. године закључили учесници концентрације - друштва Delhaize Group и Ahold. Предложена трансакција ће довести до спајања уз припајање Delhaize Group компанији Ahold. Конкретно, према Уговору о припајању, учесници концентрације су се обавезали да удруже своје пословање путем припајања једнаких. Учесници концентрације намеравају да удруже своје пословање путем прекограничног статусног припајања, тако што ће се Delhaize Group припојити компанији Ahold, на начин и према условима

из Уговора о припајању. Након тога, и као последица припајања, Delhaize Group ће престати да постоји као засебно правно лице, а Ahold ће наставити да постоји као једино преостало друштво, при чему ће наследити и преузети сва права и обавезе, као и имовину и одговорности Delhaize Group. Оба привредна друштва су јавна друштва и не постоје акционари који појединачно или заједнички контролишу било коју од група. Након припајања, Ahold Delhaize N.V. (након спроведене концентрације друштво Ahold ће пословати под именом Ahold Delhaize) ће бити листиран на Амстердамској и Бриселској берзи. Ahold Delhaize ће имати седиште у Холандији, а европско седиште ће бити у Бриселу, Белгија. Комисија је наведени Уговор прихватила као валидан правни основ концентрације.

За потребе дефинисања релевантног тржишта производа/услуга у предметној трансакцији, подносиоци Пријаве су предложили тржиште трговине на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићем и дуваном, формата самопослуга, дискаунта, супермаркета и хипермаркета. Предложено релевантно тржиште од стране подносилаца Пријаве не обухвата специјализоване радње, као што су пекаре, зелене пијаце, месаре и самосталне трговачке радње (СТР), с обзиром да куповине у специјализованим радњама не представљају супститут куповини у неспецијализованим продавницама. У прилог предложеној дефиницији релевантног тржишта производа/услуга, подносиоци Пријаве констатују да је претежна делатност оба учесника концентрације трговина на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићем и дуваном. Delhaize Group обавља пословну делатност на глобалном нивоу и присутна је на српском тржишту [...]. Ahold такође обавља своју пословну делатност на светском нивоу и није присутан на српском тржишту на било који начин (било непосредно или посредно преко независног veleпродавца или малопродавца). Комисија је полазећи од пословних активности учесника концентрације, прихватила предложену дефиницију релевантног тржишта производа/услуга од стране подносилаца Пријаве, с тим да је за потребе предметне концентрације дефинисала као релевантно тржиште производа/услуга и тржиште трговине на велико храном, пићима и дуваном, имајући у виду чињеницу да је Delhaize Group преко својих повезаних друштава у Републици Србији активна на истом. Сходно наведеном, Комисија је од подносилаца Пријаве затражила додатне информације које се тичу активности Delhaize Group на тржишту veleпродаје хране, пића и дувана на тржишту Републике Србије, о чему ће бити више речи у наставку текста.

Подносиоци Пријаве су када је реч о трговини на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићем и дуваном као шире релевантно географско тржиште предложили територију Републике Србије и територију Града Београда као уже релевантно географско тржиште. Подносиоци Пријаве су алтернативно предложили да се као релевантна географска тржишта дефинишу територија Републике Србије која искључује територију Града Београда, и посебно територију Града Београда.

Комисија није прихватила предложену дефиницију релевантног географског тржишта од стране учесника концентрације, када је реч о трговини на мало у неспецијализованим продавницама претежно храном, пићем и дуваном. Комисија сматра да релевантно географско тржиште у предметном поступку треба уже дефинисати, односно као тржиште градова/општина. Комисија, констатује да је овакав приступ у одређивању релевантног географског тржишта када је реч о тржишту малопродаје у складу са праксом рада Комисије. У случају шире дефиниције

географског тржишта (каква је предложена од стране подносилаца Пријаве), изостаје правилна оцена ефеката концентрације, односно њени ефекти су мањи уколико се као релевантно географско тржиште посматра шире географско тржиште на који начин се добија необјективно стање релевантног тржишта како пре, тако и након спроведене концентрације. Наиме, што је већа упоредна основа, то је мањи појединачни и заједнички тржишни удео учесника концентрације. Комисија сматра да општине представљају географске целине у којима већина потрошача која у њима живи, и купује робу која спада у FMCG (Fast Moving Consumer Goods). То пре свега важи за мање градове, или за одређене четврти у већим градовима. Растојање које се између најудаљенијих тачака унутар таквог географског простора – општине, може аутомобилом прећи за око пола сата, чини да се овако дефинисана географска целина – општина, по правилу може сматрати једним посебним локалним географским тржиштем. Наиме, код великог броја општина, потрошач растојање између њених најудаљенијих тачака прелази и за 20 ауто минута, због чега сви малопродајни објекти у оквиру тог радијуса и у оквиру једне општине, по правилу представљају опције које ће већина потрошача имати на располагању. Локално географско тржиште дефинисано на овај начин може у мањој мери бити кориговано. Наиме, као ситуацију која представља изузетак, Комисија наводи ситуацију великог града, у којем саобраћајне мреже између појединих општина могу у одређеној мери оправдати и ширу дефиницију локалног географског тржишта за предметну малопродају, од оне која такво тржиште "везује" само за једну општину. У случају великог града, то значи да купац који живи у једној општини, а ради на територији друге, и релацију између њих дневно прелази, објективно може сматрати сваку од продавница формата које улазе у обухват дефинисаног релевантног тржишта малопродаје, као међусобне заменљиве.

С обзиром да подносиоци Пријаве нису предложили друго релевантно тржиште производа на коме је присутна Delhaize Group у Републици Србији - тржиште трговине на велико храном, пићима и дуваном, и да стога нису предложили ни релевантно географско тржиште за исто, то је Комисија када је реч о трговини на велико робом широке потрошње, ово релевантно тржиште географски дефинисала као тржиште Републике Србије. Ово из разлога што учесници на тржишту који су активни на тржишту veleпродаје, по правилу послују исто или слично на читавој националној територији. Комисија оцењује да се услови конкуренције у области veleпродаје не разликују у значајној мери између различитих ужих географских целина, од оних која чине тржиште Републике Србије. Мобилност тзв. "професионалних купаца", (а то су власници трговинских објеката, или угоститељских објеката, који робу набављену од veleпродаваца употребљавају или ради њене даље продаје – трговци, или њене употребе у обављању своје основне делатности – угоститељи), према оцени Комисије је велика. То значи да се сваки од учесника на овом тржишту под претпоставком измене услова пословања, може без већих трошкова преоријентисати на друге добављаче, који у географском смислу могу бити удаљенији у односу на локацију претходних добављача. Осим тога, Комисија је проценила заменљивост услуге трговине на велико, у погледу главних својстава, намене, као и цене. Између стационарних veleпродаваца с једне, и оних који врше услугу допреме робе, са друге стране, постоје ценовне разлике за истоврсну робу. Такву разлику одређују транспортни трошкови због којих је veleпродаја, у којој се пружа и услуга транспорта робе до купца, по правилу и скупља. Из наведених разлога, када је реч о тржишту продаје на велико храном, пићима и дуваном, Комисија је дефинисала релевантно географско тржиште као национално.

Комисија је, без обзира на чињеницу што Ahold ни на који начин није присутан на тржишту Републике Србије, затражила од подносилаца Пријаве преглед свих продајних објеката (адреса и нето продајна површина) у којима Delhaize Group преко својих повезаних друштава послује на тржишту Републике Србије. [...] доставили су списак свих продајних објеката (са адресом и нето продајном површином), [...]. У табели су приказани агрегатни подаци, односно укупан број и укупна нето продајна површина продајних објеката у градовима/општинама у 2014. години у којима је Delhaize Group била присутна у Републици Србији преко својих повезаних друштава [...].

ГРАД/ОПШТИНА	БРОЈ ОБЈЕКТА	ПРОДАЈНА ПОВРШИНА (m2)
Београд	[...]	[...]
Апатин	[...]	[...]
Ариље	[...]	[...]
Аранђеловац	[...]	[...]
Бачка Паланка	[...]	[...]
Бечеј	[...]	[...]
Богатић	[...]	[...]
Бор	[...]	[...]
Брус	[...]	[...]
Бујановац	[...]	[...]
Чачак	[...]	[...]
Чајетина	[...]	[...]
Ђуприја	[...]	[...]
Горњи Милановац	[...]	[...]
Инђија	[...]	[...]
Ивањица	[...]	[...]
Јагодина	[...]	[...]
Кикинда	[...]	[...]
Кнић	[...]	[...]
Крагујевац	[...]	[...]
Краљево	[...]	[...]
Крушевац	[...]	[...]
Кула	[...]	[...]
Лозница	[...]	[...]
Мали Зворник	[...]	[...]
Мионица	[...]	[...]
Ниш	[...]	[...]
Нови Пазар	[...]	[...]
Нови Сад	[...]	[...]
Опово	[...]	[...]
Панчево	[...]	[...]
Параћин	[...]	[...]
Петровац на Млави	[...]	[...]

Пирот	[...]	[...]
Пожаревац	[...]	[...]
Пожега	[...]	[...]
Прибој	[...]	[...]
Рашка	[...]	[...]
Рума	[...]	[...]
Шабац	[...]	[...]
Шид	[...]	[...]
Смедерево	[...]	[...]
С. Паланка	[...]	[...]
Сомбор	[...]	[...]
С. Митровица	[...]	[...]
Стара Пазова	[...]	[...]
Суботица	[...]	[...]
Топола	[...]	[...]
Ужице	[...]	[...]
Ваљево	[...]	[...]
Врање	[...]	[...]
Врбас	[...]	[...]
Врњачка Бања	[...]	[...]
Вршац	[...]	[...]
Зајечар	[...]	[...]
Зрењанин	[...]	[...]
УКУПНО:	[...]	[...]

Малопродајна мрежа Delhaize Group се састоји од малопродајних објеката формата: Tempo, Tempo Express, Maxi, Mini Maxi и Shop&Go. Малопродајни објекти Delhaize Group су распоређени на целој територији Републике Србије, [...].

Приликом давања процене о свом уделу и уделу конкурената на тржишту малопродаје, подносиоци Пријаве су пошли од праксе Комисије да се тржишни удели одређују на основу нето продајне површине изражене у m^2 и оствареног прихода у малопродаји на релевантном географском тржишту. Како ови подаци о конкурентима нису доступни јавности, па самим тим ни учесницима концентрације, процене тржишних удела од стране учесника представљају апроксимације и базирају се на њиховим интерним проценама. Процена подносилаца Пријаве извршена је на основу претпоставке да конкуренти послују као организовани трговински ланци на начин који је сличан начину организације [...] и да обрачун и плаћање ПДВ-а врше на сличан начин, с обзиром да је стопа ПДВ-а различита за различите врсте производа. Према процени подносилаца Пријаве, а на основу годишњег прихода из малопродајне делатности за 2014. годину, укупан тржишни удео Delhaize Group на нивоу Републике Србије је приближно /30-40/%, на територији Републике Србије без територије Града Београда је приближно /20-30/%, а на територији Града Београда је приближно /40-50/%. Као највеће конкуренте на тржишту малопродаје у Републици Србији, подносиоци Пријаве су навели Agrokor (Idea/Mercator/Roda), Metro, DIS, Univerexport, Veropoulos, Gomex,

Interex и Aman. Наведене процене подносилаца Пријаве засноване су на подацима о годишњем приходу доступним у Регистру привредних субјеката Агенције за привредне регистре или интерним изворима подносилаца Пријаве. Комисија констатује да одређени тржишни удели од стране подносилаца Пријаве не показују реалну тржишну "снагу" Delhaize Group на дефинисаним релевантним географским тржиштима - општинама/градовима, с обзиром да су учесници концентрације тржишни удео Delhaize Group проценили у односу на шира географска тржишта, односно на нивоу Републике Србије, затим на територији Републике Србије без територије Града Београда и посебно на територији Града Београда. Комисија за потребе предметног поступка није анализирао тржишни удео Delhaize Group на уже дефинисаним географским тржиштима, односно градовима/општинама на основу нето продајне површине изражене у m² и оствареног прихода у малопродаји, с обзиром да не постоје хоризонтална преклапања активности учесника концентрације на релевантном тржишту производа/услуга, и из разлога што реализација предметне концентрације неће довести до промене концентрисаности релевантног тржишта, с обзиром да Ahold није активан у Републици Србији.

На другом дефинисаном релевантном тржишту производа/услуга - тржишту трговине на велико храном, пићима и дуваном, према процени Delhaize Group, учешће прихода [...] који је остварен у трговини на велико храном, пићима и дуваном у односу на укупан приход остварен током 2014. године на тржишту Републике Србије сваког од ових друштава појединачно је: [...]. Delhaize Group такође истиче чињеницу да је трговина на велико храном, пићима и дуваном обухваћена тржиштем неспецијализоване трговине на велико и према номенклатури делатности спада у подгрупу делатности 46.3, која поред прехранбених производа обухвата и друге врсте производа који су збирно одређени као "остали". Такође, делатност велепродаје укључује и увознике свих производа из номенклатуре, као и велетрговце. Имајући у виду широк спектар производа и различите категорије учесника на тржишту велепродаје, Delhaize Group није био у могућности да одреди своје и учешће конкурената на тржишту трговине на велико храном, пићима и дуваном у Републици Србији. Комисија је прихватила овакво образложење подносилаца Пријаве, и није посебно анализирао тржишни удео Delhaize Group на тржишту трговине на велико храном, пићима и дуваном у Републици Србији, због, како је то претходно наведено, непостојања преклапања активности учесника концентрације на дефинисаном релевантном тржишту производа/услуга.

Комисија констатује да Ahold није присутан на територији Републике Србије, те је стога његов удео на дефинисаним релевантним тржиштима производа/услуга 0%. С обзиром да је само Delhaize Group присутна на релевантним тржиштима производа/услуга и да Ahold није активан на релевантним тржиштима у Републици Србији, спровођење концентрације неће имати било каквог утицаја на тржишне уделе, односно спровођење предметне концентрације неће довести до преклапања активности учесника концентрације на дефинисаним релевантним тржиштима производа/услуга у Републици Србији.

Учесници концентрације су како је претходно наведено, међународне малопродајне компаније, усмерене на пословање супермаркета. Њихова пословања се узајамно географски допуњују. На подручју Европске уније, Ahold има изворне активности на простору Холандије и Чешке, док је Delhaize Group фокусирана на Белгију, Луксембург и југоисточну Европу (Грчка, Румунија и Србија). Ова комплементарна

база са више од 6.500 радњи ће према процени подносилаца Пријаве омогућити друштву Ahold Delhaize да буде конкурентнији у својим кључним регионима.

Према процени подносилаца Пријаве, спајање комплементарних пословања учесника концентрације такође ће повећати обим активности, на који начин се може постићи синергетски ефекат. Учесници концентрације процењују да ће синергија остварена трансакцијом износити око 500 милиона ЕУР годишње и да ће бити достигнута у трећој години након окончања трансакције. Осим Комисији, концентрација ће бити пријављена овлашћеним институцијама за оцену концентрације у следећим јурисдикцијама: у ЕУ (Европска комисија), у САД (Федерална Комисија за трговину (FTC) и у Црној Гори (Агенција за заштиту конкуренције Црне Горе).

На глобалном нивоу, према процени подносилаца Пријаве, реализација предметне трансакције омогућиће учесницима концентрације да повећају улагања у иновације и да боље задовоље растуће потребе потрошача обезбеђивањем боље понуде, са већим избором производа, услуга и формата продавница. Унапређена услуга ће бити могућа комбиновањем пословних искустава учесника концентрације. Конкретно, Delhaize Group ће унети искуство у малопродаји у различитим форматима продавница, док ће Ahold унети искуство у online малопродаје.

Осим тога, према ставу подносилаца Пријаве, савремена понуда купцима укључује проширени асортиман високо квалитетне робе и услуга по конкурентним ценама ради бољег задовољења променљивих потреба купаца. Глобално, Ahold Delhaize ће бити у могућности да пружи шири спектар сопствених робних марки, као и шири спектар формата продавница. Последње ће олакшати куповину потрошачима, било да посећују продавнице или купују online.

На основу претходно изнетог, Комисија закључује да реализација предметне концентрације неће изазвати било какве негативне последице у погледу промене степена концентрисаности на претходно дефинисаним релевантним тржиштима производа/услуга у Републици Србији. У складу са тим, оцењено је да спровођење пријављене концентрације неће довести до спречавања, ограничавања или нарушавања конкуренције на нашем националном тржишту или његовом делу, а нарочито до стварања или јачања доминантног положаја, чиме су се стекли услови да Комисија донесе одлуку о одобравању предметне концентрације, па је стога одлучено као у ставу I диспозитива.

Одлука у ставу II донета је применом члана 65. став 5. Закона, као и члана 2. став 1. тачка 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије, а на основу оствареног прихода учесника у концентрацији и са њима повезаних учесника на тржишту у обрачунској години која претходи години у којој је концентрација пријављена.

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 пријема решења.

ПРЕДСЕДНИК КОМИСИЈЕ

Доц. др Милоје Обрадовић