



Република Србија

КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ

КОНКУРЕНЦИЈЕ

Број: 6/0-02-803/2015-7

Датум: 01. децембар 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), чл. 192. ст. 1. Закона о општем управном поступку („Службени лист СРЈ“, бр. 33/97, 31/01 и „Службени гласник РС“ бр. 30/2010) и члана 2. став 1. тачка 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције („Службени гласник РС“ број 49/2011), одлучујући по пријави концентрације заведеној под бројем 6/0-02-803/2015-1, коју је 02.11.2015. године поднело друштво за експорт-импорт, трговину на велико и мало текстилом и конфекцијом Fashion company д.о.о. Београд (Нови Београд), Булевар Михаила Пупина 115 б, које заступа пуномоћник адвокат Јелена Б. Хомен из Београда, Вука Караџића бр. 8, дана 01. децембра 2015. године, доноси следеће

РЕШЕЊЕ

I ОДОБРАВА СЕ у скраћеном поступку концентрација учесника на тржишту која настаје стицањем непосредне контроле друштва за експорт-импорт, трговину на велико и мало текстилом и конфекцијом Fashion company д.о.о. Београд (Нови Београд), са седиштем на адреси Булевар Михаила Пупина 115 б, регистрованог у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 06737536, над привредним друштвом Mango SRB д.о.о. Београд-Нови Београд, са седиштем на адреси Булевар Зорана Ђинђића 64 а, регистрованим у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 20922281, до које долази куповином 100% удела у капиталу овог друштва.

II УТВРЂУЈЕ СЕ да је подносилац пријаве, у предвиђеном року, уплатио износ од 1.290.649,73 (милиондвестотинедеведесетхиљадашестстотиначетрдесетдевет и 73/100) динара на рачун Комисије за заштиту конкуренције отворен код Управе за трезор Министарства финансија Републике Србије, и доплатио износ од 354.111,10 (трестотинепедесетчетирихиљадестотинуједанаест и 10/100) динара на рачун Комисије за заштиту конкуренције отворен код Управе за трезор Министарства финансија Републике Србије, с позивом на број 6/0-02-803/2015-1, што укупно представља износ који одговара прописаној висини 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

Привредно друштво за експорт-импорт, трговину на велико и мало текстилом и конфекцијом Fashion company д.о.о. Београд (Нови Београд), поднело је дана 02.11.2015. године преко пуномоћника пријаву концентрације која настаје стицањем непосредне контроле (100% удела) над привредним друштвом Mango SRB д.о.о. Београд-Нови Београд, са предлогом да Комисија за заштиту конкуренције одлучи и одобри исту у скраћеном поступку. Подносилац пријаве је услед констатованих недостатака иницијалног поднеска, а у циљу отклањања таквих недостатака, доставио допуну предметне пријаве 17. новембра 2015. године. Комисија оцењује да је подносилац предметне пријаве, садржајем ове допуне, отклонио недостатке на које је упозорен, те да је у свему поступио на начин и у складу са прописом о садржају и начину њеног подношења. Накнада за издавање акта је уплаћена у целости.

Одлучујући по поднетој пријави, председник Комисије (у даљем тексту: председник или Комисија) је извршио увид у поднету пријаву и поднесак од 17. 11. 2015. године, те је закључио да треба одлучити као у диспозитиву овог решења из разлога који ће даље бити образложени.

Увидом у изводе из одговарајућих регистара привредних субјеката, овде учесника концентрације, у њихове финансијске извештаје, као и у друге достављене доказе, утврђено је следеће.

Привредно друштво за експорт-импорт, трговину на велико и мало текстилом и конфекцијом Fashion company д.о.о. Београд (Нови Београд), (у даљем тексту: Fashion company или подносилац пријаве) основано је 1993. године. Друштво је регистровано за неспецијализовану трговину на велико (шифра:4690), а конкретне пословне активности које су у фокусу овог друштва односе се на увоз и дистрибуцију текстилне конфекције и обуће кроз организовану малопродајну и велепродајну мрежу. Fashion company је највећа домаћа компанија која се бави модом и модном малопродајом и велепродајом са преко 60 својих малопродајних места у Србији и региону (Црна Гора, Македонија, Хрватска). Само у Србији друштво има 41 малопродајни објекат, који су организовани у форми „монобренд“ и „мултибренд“ продавница, а на дан 31. децембар 2014. године је имало 357 запослених радника. Брендови које Fashion company заступа припадају класи светски познатих модерних урбаних брендова као што су: Diesel, Calvin Klein, Premiata, Levi's, Tommy Hilfiger, Scotch&Soda, Replay, Timberland, Camper, Cesare Paciotti, Bata, Liu Jo, Guess, Desigual, NZA New Zeland, Gaudi, Paciotti 4US, Maison Scotch, UGG@Australia и многи други. Специфичност пословања Fashion company јесте понуда широке лепезе одевних производа, обуће и аксесоара, познати светски брендови и географски различите али увек „premium“ локације на којима послује.

Fashion company је матично друштво пословне групације, које у свом саставу има зависна привредна друштва, основана у земљи и иностранству. На тржишту Републике Србије зависна друштва подносиоца пријаве су Ultra sport д.о.о. Београд-Нови Београд, са седиштем на адреси Булевар Михаила Пупина 115 б, које је регистровано у Агенцији за привредне регистре

Републике Србије под матичним бројем 20824875 и Roll Pack д.о.о. Палић, са седиштем на адреси Трогирска 2, Палић, Суботица, које је регистровано у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 08802068. Претежна регистрована делатност друштва Ultra sport је неспецијализована трговина на велико (шифра:4690), док је делатност друштва Roll Pack производња таласастог папира и картона и амбалаже од папира и картона (шифра: 1721).

У земљама у окружењу подносилац пријаве је присутан преко следећих друштава: Друштво за експорт-импорт, трговину на велико и мало обућом, текстилом и конфекцијом „Fashion Company“ д.о.о. – Подгорица, Еурофешн трејд д.о.о. Скопје и „Fashion Company“ д.о.о. Split. Подносилац пријаве доставио је податке за све чланове Fashion Company групе који своје пословне активности обављају ван територије Републике Србије, чему је Комисија у конкретном случају дала само општи информативни карактер и значај.

Сва зависна друштва стицаоца контроле, над којима има непосредну или посредну, појединачну или заједничку контролу, без обзира на државу оснивања и седишта, третирају се као један учесник на тржишту у смислу члана 5. Закона.

Привредно друштво Mango SRB д.о.о. Београд-Нови Београд (у даљем тексту: Mango SRB или циљно друштво) основано је 2013. године. Претежна регистрована делатност друштва је трговина на мало одећом у специјализованим продавницама (шифра: 4771). Оснивач и једини члан друштва је привредно друштво PUNTO FA SL, са седиштем на адреси С/Mercaders, 9-11, Пол. Ind. Riera de Caldes, E-08184 Palau-Solita i Plegamans, Барселона, Шпанија. Друштво Mango SRB у Србији послује на основу неексклузивне франшизе за продају одеће и других модних детаља. Mango је међународно позната мултинационална компанија која дизајнира, производи и продаје женску, мушку и дечју одећу и аксесоаре. У овом тренутку Mango има 13.456 запослених и 2.731 продајна објекта у 105 земаља широм света. Mango SRB нема повезаних привредних друштава.

Правни основ за спровођење концентрације односно акт о концентрацији је Предуговор за стицање 100% акцијског капитала друштва Mango SRB д.о.о. Београд, закључен у Барселони, дана 15. 10. 2015. године између друштва Punto Fa, S.L., као продавца и друштва Fashion company д.о.о. као купца. Наиме, стицање непосредне контроле од стране Fashion company над друштвом Mango SRB извршиће се на основу Уговора о преносу удела којим ће Punto Fa, S.L., као једини члан циљног друштва и власник 100% удела у том друштву, пренети уз накнаду, на Fashion company у целости свој удео. Наиме, друштво Mango SRB у Србији послује на основу неексклузивне франшизе за продају одеће и других модних детаља на 4 продајна места и то у Delta City Shopping Centru у Београду, Ušće Shopping Centru у Београду, Big Shopping Centru у Новом Саду и у ул. Кнез Михајловој у Београду. Продавац ће на дан преноса, уступити купцу неексклузивну франшизу за продају одеће и прибора под робним жигом Mango и/или MNG и/или било којим робним жигом Mango групе који ће се продавати у поменутиим продајним местима као и у објектима који ће тек бити отворени.

Из свега наведеног произлази да предметна трансакција представља концентрацију у смислу чл. 17. ст. 1. тач. 2. Закона. Учесник на тржишту који стиче контролу има обавезу пријаве концентрације у смислу чл. 61. ст. 1. тач. 1. Закона, што је утврђено увидом у финансијске извештаје учесника концентрације. Пријава је поднета благовремено у року од 15 дана од дана закључења уговора који представљају акт о концентрацији, у складу са чл. 63. ст.

1. тач. 1. Закона, и у складу са Уредбом о садржини и начину подношења пријаве концентрације („Службени гласник РС“, бр. 89/2009).

За потребе дефинисања релевантног тржишта производа треба поћи од чињеница које узимају у обзир како сектор пословања учесника ове концентрације, тако и територијалне димензије њихових активности. Подносилац пријаве и циљно друштво првенствено послују у сектору малопродаје. Конкретно, ради се о малопродаји одеће за одрасле и децу. Поред тога, подносилац пријаве је активан и у сектору veleпродаје у прилог чему је и чињеница да је претежна регистрована делатност подносиоца неспецијализована трговина на велико. У односу на претходно изнето, за оцену предметне концентрације, Комисија је одредила релевантно тржиште производа, на којем послује циљно друштво, као тржиште малопродаје мушке, женске и деџе одеће у специјализованим малопродајним објектима.

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 третира 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, у овом предмету, географски дефинисала релевантно тржиште производа као ширу околину градова, Београда и Новог Сада, у којима се налазе малопродајни објекти подносиоца пријаве и циљног друштва. 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 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.

Полазећи од овако географски детерминисаних релевантних тржишта производа, може се 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 односи на трговину на мало женском и мушком одећом, обућом и аксесоарима преко властите малопродајне мреже од 41 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 4 малопродајна објекта, географски размештена у два највећа града у Републици Србији.

Посматрајући уже географски дефинисана релевантна тржишта производа за потребе испитивања ове концентрације, као ширу околину градова у којима се налазе малопродајни објекти из састава „циљног бизниса“, Комисија је утврдила да ће до хоризонталног преклапања између учесника ове концентрације доћи на територији градова Београда и Новог Сада. На широј територији града Београда пре спровођења ове концентрације, подносилац пријаве

располаже са 22 малопродатна објекта укупне продајне површине 4560,92 m²., док се „циљни бизнис“ састоји од 3 малопродатна објекта укупне продајне површине 1214,24 m². На територији Новог Сада, Fashion Company има 8 малопродатних објеката укупне продајне површине 1210,5 m². Други учесник концентрације, Mango SRB, има 1 малопродатни објекат укупне продајне површине 546 m². Подносилац пријаве није доставио податке о процени тржишног удела учесника концентрације на територији градова у којима ће доћи до хоризонталног преклапања, а Комисија се није упуштала у утврђивање истих, будући да се ради незнатном повећању тржишног удела имајући у виду укупан број оваквих специјализованих малопродатних објеката (неколико стотина). Услед тога наведена концентрација нема капацитета да доведе до било каквих нежељених ефеката на географски дефинисаним релевантним тржиштима. На територијама других општина/градова предметна концентрација неће изазвати никакве хоризонталне ефекте, јер на овим тржиштима циљно друштво до данас уопште није било присутно. Најзначајнији конкуренти на релевантном географском тржишту су „Zara Serbia doo Beograd“, „H&M Hennes & Mauritz doo“, „New Yorker doo Beograd“ и „Sportina doo Beograd“. Сви учесници на релевантном тржишту имају сличну пословну политику да отварају по један малопродатни објекат у сваком добро позиционираном тржном центру.

Процењујући евентуалне вертикалне ефекте ове концентрације, услед чињенице да се подносилац пријаве бави како увозом, тако и veleпродајом 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 veleпродаје након реализације предметне концентрације. Ово из разлога, што на нивоу увоза и veleпродаје постоји велики број конкурената, који су активни и присутни на овом тржишту као и чињенице да не постоје битне баријере уласку нових играча на ово тржиште.

На основу свих достављених информација које се тичу разлога за спровођење концентрације, закључено је да је иста мотивисана економским интересом као и намером компаније да прошири свој асортиман и на тај начин побољша квалитет услуге према потрошачима, чиме ће постати препознатљивија и конкурентнија на релевантном тржишту. Поред тога, подносилац пријаве планира да изврши додатна улагања у постојеће малопродатне објекте, на који начин ће артикли у понуди, а самим тим и услуге потрошачима, бити на још бољем и квалитетнијем нивоу. Такође, средином 2016. године, учесник концентрације, Fashion Company, има намеру да прошири могућност избора производа, на тај начин што ће поред већ постојеће понуде женске и дечје колекције бренда Mango, асортиман понуде проширити и на мушку колекцију. Поред тога, подносилац пријаве је прихватио обавезу да изврши релокацију Mango продајног објекта у Delta City Shopping Centru у Београду, као и да отвори ново продајно место у Delta City Shopping Centru у Подгорици, док ће ново продјано место „Mango outlet“ у Fashion Park Outlet Shopping Center (Инђија) бити отворено најкасније почетком 2017. године.

Имајући у виду све напред наведено, као и друге наводе у пријави, закључено је да спровођење предметне концентрације неће значајно ограничити, нарушити или спречити конкуренцију на тржишту Републике Србије или његовом делу, пре свега стварањем или јачањем доминантног положаја, односно да је предметна концентрација дозвољена у смислу чл. 19. Закона. Из тог разлога, одлучено је као у ставу првом изреке овог решења.

Одлука у ставу другом донета је применом чл. 65. ст. 5. Закона о заштити конкуренције као и чл. 2. ст. 1. тач. 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције („Службени гласник РС“ бр. 58/06), а на основу оствареног прихода учесника у концентрацији и са њима повезаних учесника на тржишту у обрачунској години која претходи години у којој је дошло до концентрације.

Поука о правном средству

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