



Република Србија  
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ  
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Савска улица 25/IV, Београд  
Број: 6/0-03-600/2019-162  
Датум: 17. октобар 2019. године

Објављени текст не садржи заштићене или изостављене податке. Заштићени подаци приказани су ознаком [...] или у распону који Комисија сматра одговарајућим начином заштите, а изостављени подаци ознаком XXX.

Савет Комисије за заштиту конкуренције, на основу члана 22. став 2. и члана 66. став 3. Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС“, бр. 51/2009 и 95/2013) и члана 2. став 1. тачка 7. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције („Службени гласник РС“, број 49/2011), одлучујући у поступку по пријави концентрације привредног друштва „Roaming Electronics“ doo, са седиштем на адреси Јужни булевар 10, Београд, поднете преко пуномоћника адвоката Бојана Вучковића, из адвокатске канцеларије „Karapovic & Partners“, Ресавска 23, Београд, који је настављен као поступак испитивања концентрације по службеној дужности на основу закључка председника Комисије 6/0-03-600/2019-1 од 2. јула 2019. године, на 229. седници, одржаној дана 17. октобра 2019. године, доноси

## **РЕШЕЊЕ**

**I ОДОБРАВА СЕ УСЛОВНО** концентрација учесника на тржишту која настаје стицањем појединачне контроле од стране привредног друштва „Roaming Electronics“ doo, са седиштем на адреси Јужни булевар 10, Београд, матични број 17540602, над следећим привредним друштвима: 1) „WINWIN SHOP“ doo, са седиштем на адреси Булевар ослободилаца Чачка 78г, Чачак, матични број 21162094, 2) „Emmi House“ doo, са седиштем на адреси Булевар ослободилаца Чачка 78г, Чачак, матични број 21287733, и 3) „WINWIN RETAIL“ doo, са седиштем на адреси Булевар ослободилаца Чачка 78г, Чачак, матични број 21439860, куповином удела или преузимањем пословања.

## **II ОДРЕЂУЈУ СЕ ПОСЕБНИ УСЛОВИ ЗА ОДОБРЕЊЕ КОНЦЕНТРАЦИЈЕ И РОКОВИ ЗА ЊИХОВО ИЗВРШАВАЊЕ:**

1. Привредно друштво „Roaming Electronics“ се обавезује да дезинвестира, односно учини све разумне напоре у циљу дезинвестирања („дезинвестирање“) дела пословања које се односи на малопродају електричних апарата за домаћинство, конкретно малих кућних апарата, великих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, мобилних и фиксних телефона, рачунара и друге ИТ опреме, у малопродајним објектима наведеним у тачки 5, конкуренту/конкурентима на тржишту у Београду, Панчеву, Зрењанину и Сремској Митровици (заједно или појединачно даље у тексту означени као: „град“) под условима предвиђеним овим ставом диспозитива, на начин што ће учинити све разумне напоре како би применио једну од следећих мера дезинвестирања:

- а) отуђење дела пословања конкуренту/конкурентима на тржиштима малопродаје малих кућних апарата, великих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, мобилних и фиксних телефона, рачунара и друге ИТ опреме („релевантна делатност“);
- б) у случају када мера наведена под а) није могућа – издавање у подзакуп

предметних објеката наведених под тачком 5. или отуђење путем отказа уговора о закупу односно престанком закупа;

**2.** Рокови за извршење обавеза привредног друштва „Roaming Electronics“ из тачке 1. рачунаће се од дана правноснажности решења Комисије којим се условно одобрава концентрација („почетни дан“).

**3.** Разумним напором, у смислу тачке 1, сматраће се активно поступање у циљу дезинвестирања дела пословања, што укључује активно учешће у проналажењу потенцијалног купца или (под)закупца.

**4.** Делом пословања сматраће се функционална пословно-техничка целина коју чини закуп или подзакуп малопродајних објеката из тачке 5. и имовина која се налази у одређеном малопродајном објекту, а која се састоји из малопродајног простора и имовине (нпр. инвентара, робе, техничких средстава) која је функционално везана за одређени трговински објекат.

**5.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ се обавезује да дезинвестира делове пословања у следећим малопродајним објектима:

- 1) Продавница Tehnomaniја (број 8), Студентски трг 4, Београд,
- 2) Продавница Tehnomaniја (број 16), Студентски трг 4, Београд,
- 3) Продавница Tehnomaniја (број 17), Студентски трг 4, Београд,
- 4) Продавница Tehnomaniја, Зрењанински пут бб, Београд,
- 5) Продавница WinWin, Булевар Краља Александра 58, Београд,
- 6) Продавница WinWin, Батајнички друм 1, Београд,
- 7) Продавница Emmi House, Пилота Михаила Петровића 5Б, Београд,
- 8) Продавница WinWin, Кружни пут 2Б, Београд,
- 9) Продавница WinWin, Ивићева 7, Београд,
- 10) Продавница Emmi House, Козјачка 4, Београд,
- 11) Продавница Emmi House, Братства и јединства 73, Београд,
- 12) Продавница WinWin, Жарка Зрењанина 2, Панчево;
- 13) Продавница WinWin, Марка Аурелија бб, Сремска Митровица,
- 14) Продавница Emmi House, Светосавска 10, Зрењанин.

**6.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ ће део пословања који је предмет дезинвестирања отуђити купцу („одговарајући купац“) који кумулативно испуњава следеће услове:

- а) није повезано лице, у смислу Закона о заштити конкуренције, са друштвом „Roaming Electronics“;
- б) стварни је или потенцијални конкурент друштва „Roaming Electronics“ у релевантној делатности,
- в) располаже одговарајућим финансијским средствима на основу којих се оправдано може претпоставити да ће моћи да послује на тржишту, и
- г) добио је одобрење за спровођење концентрације од Комисије за заштиту конкуренције, уколико је такво одобрење потребно.

**7.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ се обавезује да од почетног дана предузме све мере које му стоје на располагању, у циљу одржавања функционалности дела пословања, односно да се уздржава од радњи које могу у битној мери неповољно утицати на рад дела пословања, а све то до дезинвестирања дела пословања, односно до доношења одговарајуће одлуке Комисије за заштиту конкуренције којом се утврђује да је друштво „Roaming Electronics“ предузело све разумне мере ради дезинвестирања делова пословања.

**8.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ се обавезује да Комисији за заштиту конкуренције у року од једног месеца од почетног дана достави писано обавештење („обавештење“) чији ће обавезни елементи бити:

- а) мере/активности које друштво „Roaming Electronics“ намерава да предузме у вези са дезинвестирањем дела пословања,

б) подаци о лицу задуженом за спровођење мера ради продаје дела пословања (повереник за продају),

в) подаци о лицу задуженом за надзор над управљањем дела пословања и очувањем одрживости дела пословања до тренутка дезинвестирања и надзор поступка дезинвестирања уз достављање одговарајућих извештаја Комисији (повереник за надзор).

Повереник за продају и повереник за надзор не може бити исто лице.

**9.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ ће одредити, уз претходну писану сагласност Комисије за заштиту конкуренције, за сваког од горе наведених повереника, правно лице које није повезано лице са привредним друштвом „Roaming Electronics“, односно физичко лице које није запослени, директор, члан одбора директора, управе, управног или надзорног одбора било ког друштва у саставу групе друштава којој припада привредно друштво „Roaming Electronics“ (подразумевајући под овим и сва друштва у сличној вези са деловима пословања групе друштава „WinWin“, односно са друштвима над којим се стиче контрола спровођењем концентрације). Ово правно лице мора испуњавати услов да није било и да сме бити запослени, директор, члан одбора директора, управе, управног или надзорног одбора било ког друштва у саставу групе којој припада друштво „Roaming Electronics“ (подразумевајући под овим и сва друштва у сличној вези са деловима пословања групе друштава „WinWin“, односно са друштвима над којим се стиче контрола спровођењем концентрације), у периоду од три године пре доношења решења Комисије за заштиту конкуренције и три године након правноснажности истог решења.

**10.** Повереници, односно њихова повезана лица у смислу Закона о заштити конкуренције, као ни супружници, усвојиоци или усвојеници, крвни сродници у правој линији без обзира на степен сродства и у побочној линији до другог степена сродства, нити тазбински сродници до другог степена сродства не смеју бити лица која имају приватни интерес који утиче или би могао да утиче на поступање при вршењу њихових обавеза током трајања мандата и у року од три године од дана престанка мандата повереника.

**11.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ ће повереника за продају у року од једног месеца од почетног дана овластити за продају дела пословања које ће бити предмет продаје. Уколико је повереник за продају правно лице, друштво „Roaming Electronics“ ће одмах по имановању, од тог правног лица захтевати да одреди физичко лице, односно физичка лица која ће испред повереника за продају бити задужена за продају делова пословања. То физичко лице мора испуњавати све услове прописане тачкама 9. и 10.

**12.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ се обавезује да ће спровести меру из тачке 1(а) у року од шест месеци од почетног дана („рок за дезинвестирање“).

**13.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ ће дезинвестирати, односно учинити све разумне напоре у циљу дезинвестирања дела пословања у смислу примене мере из тачке 1(а) напред, под условима наведеним изнад, по цени која није минимална и коју друштво „Roaming Electronics“ сматра одговарајућом, најкасније у року за дезинвестирање. Уколико у року за дезинвестирање друштво „Roaming Electronics“ не осигура дезинвестирање дела пословања, повереник за надзор ће у року од 15 календарских дана након истека рока Комисији за заштиту конкуренције доставити образложено обавештење о неуспешном дезинвестирању у смислу примене мере из тачке 1(а) и о свим разумним мерама које су предузете у циљу дезинвестирања, а Комисија за заштиту конкуренције ће утврдити да ли су предузете све разумне мере, и у том случају, Комисија за заштиту конкуренције може дозволити продужење рока за додатна три месеца („додатни рок“), рачунајући од дана пријема обавештења од стране друштва „Roaming Electronics“ одлуке Комисије за заштиту конкуренције о додатном року, када друштво „Roaming Electronics“ неће имати право да определи минималну цену дела пословања, већ део пословања дезинвестирати по цени коју понуди

одговарајући купац. Повереник за продају је дужан да води рачуна о легитимним финансијским интересима друштва „Roaming Electronics“.

**14.** Уколико друштво „Roaming Electronics“ ни у додатном року не успе да дезинвестира део пословања, у смислу примене мере из тачке 1(а), повереник за надзор ће у року од 15 календарских дана од дана истека додатног рока, Комисији за заштиту конкуренције доставити образложено обавештење о неуспешном дезинвестирању, у смислу примене мере из тачке 1(а), и свим разумним мерама које су предузете у циљу дезинвестирања у смислу примене мере из тачке 1(а).

**15.** Комисија за заштиту конкуренције ће утврдити да ли су предузете све разумне мере у додатном року и у том случају Комисија може дозволити да, у наредном року од три месеца од дана пријема од стране друштво „Roaming Electronics“ одлуке о наредном року, повереник за продају предузме све неопходне кораке ради дезинвестирања дела пословања у смислу примене једне од мера из тачке 1(б), по свом избору, али узимајући у обзир легитимне интересе друштва „Roaming Electronics“.

**16.** О свакој успешно реализованој трансакцији дезинвестирања дела пословања, повереник за надзор ће доставити извештај Комисији за заштиту конкуренције, у року од 15 календарских дана од дезинвестирања, у смислу примене једне од мера из тачке 1.

**17.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ неће, у року од пет година од успешно спроведеног дезинвестирања, стећи дезинвестирани део пословања нити ће, у случају успешно спроведеног дезинвестирања, предузимати радње које друштву „Roaming Electronics“ омогућавају директан или посредан утицај на дезинвестирани део пословања.

**18.** Привредно друштво „Roaming Electronics“ ће сносити трошкове повереника за продају и повереника за надзор.

**III УТВРЂУЈЕ СЕ** да је подносилац пријаве, друштво „Roaming Electronics“ дана 26. јуна 2019. године уплатио XXX на рачун Комисије за заштиту конкуренције, што укупно одговара прописаном износу таксе за издавање решења о условном одобрењу концентрације.

## **Образложење**

### **1. Ток поступка и предузете радње**

Привредно друштво „Roaming Electronics“ doo, са седиштем на адреси Јужни булевар 10, Београд, матични број 17540602 (даље у тексту: подносилац пријаве или странка у поступку), поднело је 25. јуна 2019. године, преко пуномоћника адвоката Бојана Вучковића, из адвокатске канцеларије „Karanovic & Partners“, Ресавска 23, Београд, пријаву концентрације која је заведена под бројем 6/0-02-587/2019-1, ради стицања појединачне контроле над следећим привредним друштвима: 1) „WINWIN SHOP“ doo, са седиштем на адреси Булевар ослободилаца Чачка 78 г, Чачак, матични број 21162094, 2) „Emmi House“ doo, са седиштем на адреси Булевар ослободилаца Чачка 78 г, Чачак, матични број 21287733, и 3) „WINWIN RETAIL“ doo, са седиштем на адреси Булевар ослободилаца Чачка 78 г, Чачак, матични број 21439860 (даље у тексту: циљна друштва).

Увидом у поднету пријаву и пратећу документацију, утврђено је да пријава садржи све потребне податке у складу са Законом о заштити конкуренције („Службени гласник РС“, бр. 51/2009 и 95/2013, даље у тексту: Закон) и Уредбом о садржини и начину подношења пријаве концентрације („Службени гласник РС“, број 5/2016, даље у тексту: Уредба).

Подносилац пријаве је Комисији за заштиту конкуренције (даље у тексту: Комисија) упутио молбу да се у поступку испитивања пријављене концентрације

користе подаци из предмета број 6/0-03-319/2019, имајући у виду да пријава концентрације број 6/0-02-587/2019-1 „представља незнатно (у смислу достављених података) измењену пријаву концентрације бр. 6/0-03-319/2019, у којој су учесници иста привредна друштва“, што ће у наставку бити образложено. Подносилац пријаве је захтевао да се пријави концентрације број 6/0-02-587/2019 придруже и достављени прилози из раније пријаве број 6/0-03-319/2019.

Наиме, претходно су привредно друштво „Roaming Electronics“ и физичко лице Александар Јевтовић, улица Чачански одред 22, Чачак, поднели су 25. децембра 2018. године, преко пуномоћника адвоката Бојана Вучковића, пријаву концентрације која је заведена под бројем 6/0-02-907/2018-1, ради стицања заједничке контроле од стране привредног друштва „Roaming Electronics“ и физичког лица Александра Јевтовића, над следећим привредним друштвима: 1) „WINWIN SHOP“, 2) „Emmi House“, 3) „WINWIN RETAIL“, и 4) „ТЕННОМАНИЈА“, са седиштем на адреси Јужни булевар 10, Београд, матични број 17233041, путем оснивања привредног друштва које послује на дугорочној основи и има све функције независног учесника на тржишту, на које ће бити пренети удели и/или имовина наведених друштава. Поступак покренут по пријави концентрације привредног друштва „Roaming Electronics“ и физичког лица Александра Јевтовића, настављен је као поступак испитивања концентрације по службеној дужности, закључком Председника Комисије број 6/0-03-319/2019-1 од 13. марта 2019. године, ради испитивања да ли пријављена концентрација испуњава услове дозвољености. Током испитног поступка, подносиоци пријаве су се обратили Комисији изјашњењем да повлаче пријаву концентрације, односно, како се наводи, „због одустанка подносилаца од постојеће и подношења нове пријаве концентрације“, па је Комисија решењем број 6/0-03-319/2019-269 од 26. јуна 2019. године обуставила поступак.

У складу са молбом подносиоца пријаве и у циљу остваривања начела делотворности и економичности поступка, на основу службене белешке број 6/0-02-587/2019-4 од 27. јуна 2019. године, здружени су списи предмета број 6/0-03-319/2019 (веза 6/0-02-142/2019) списима предмета број 6/0-02-587/2019, односно број 6/0-03-600/2019.

Све достављене податке, исправе, изнете процене и наводе подносиоца пријаве и других учесника на тржишту, Комисија је ценила како код доношења закључка да се поступак по пријави концентрације настави по службеној дужности, тако и код утврђивања битних чињеница, доказа и осталих елемената на којима ће засновати своје решење.

Подносилац пријаве је предложио да Комисија безусловно одобри концентрацију у скраћеном поступку, с обзиром на то да учесници у концентрацији нису стране са супротним интересима и да предложена трансакција неће довести до ограничења, нарушавања или спречавања конкуренције на тржишту, а посебно не до стварања доминантног положаја, иако између учесника у концентрацији има хоризонталних преклапања у пословању на тржишту малопродаје електричних апарата за домаћинство. Учесници у концентрацији су доставили Комисији све релевантне податке и документацију.

Испитујући предметну пријаву концентрације, Комисија је размотрила поднету пријаву, као и податке у списима предмета број 6/0-03-319/2019, односно податке којима Комисија располаже, те је оценом свих релевантних доказа утврдила одлучне чињенице и околности, из којих је произлазило да су испуњени услови за поступак испитивања по службеној дужности из члана 62. став 1. Закона. Стога је донет закључак број 6/0-03-600/2019-1 (веза 6/0-02-587/2019) од 2. јула 2019. године, којим је одлучено у складу са чланом 62. Закона, да се поступак покренут по пријави концентрације привредног друштва „Roaming Electronics“ настави као поступак

испитивања концентрације по службеној дужности. Овим закључком су позвана сва лица која располажу подацима, исправама или другим информацијама које могу допринети правилном утврђивању чињеничног стања у овом поступку да их неодложно доставе Комисији. У образложењу овог закључка детаљно су изнети разлози за овакву одлуку, тако да није целисходно понављати исто у образложењу овог решења.

У поступку који је настављен по службеној дужности, предузете су следеће потребне доказне радње у циљу потпуног и правилног утврђивања чињеничног стања.

Комисија се обратила одређеним учесницима на тржишту Републике Србије и закључцима им наложила достављање одређених података и информација. Сви учесници на тржишту су поступили у складу са закључком Комисије и доставили потребне податке и изјашњења.

Првом групом закључака, Комисија се обратила конкурентима учесника у концентрацији, и то привредним друштвима која послују на тржиштима продаје у малопродајним објектима предметних категорија производа (мали кућни апарати, велики кућни апарати, ТВ, аудио и видео опрема, мобилни и фиксни телефони, и рачунари и друга ИТ опрема), и то: „ВК EUROLINE“ Обреновац, „BRICO S“ Нови Сад, „CEZAR PLUS“ Зрењанин, „COOL SHOP“ Београд, „DR TECHNO VB“ Нови Сад, „DUDI С.О.“ Суботица, „ELBRACO GROUP“ Апатин, „ELEKTROTERM MC 022“ Рума, „ELEMENTA“ Суботица, „EMMEZETA SRBIJA“ Београд, „EUROTEHNA-021“ Нови Сад, „GIGATRON“ Београд, „GORENJE“ Београд, „HOME PLUS“ Београд, „INTERPROM“ Београд, „JAKOV SISTEM“ Ниш, „JAKŠIĆ TREJD“ Панчево, „K-OFFICE“ Суботица, „KONDOR AS“ Врњачка Бања, „LAPTOP CENTAR“ Београд, „MAGNOTRON-PROMET“ Суботица, „MAXIMEDIA GROUP“ Београд, „MERCATOR-S“ Нови Сад, „METALAC HOME MARKET“ Нови Сад, „METALAC MARKET“ Горњи Милановац, „METRO CASH&CARRY“ Београд, „NITOM“ Ниш, „STUDIO S&M“ Београд, „SVETLOST“ Ниш, „TANDEM“ Чачак, „TECHNIC TRADE“ Шабац, „TEHNOMEDIA CENTAR“ Зајечар, „TEHNORING“ Београд, „ТЕМПО“ Крагујевац, „TESLA“ Сремска Митровица, „TIŠMA“ Зрењанин, „TRGO-BAN“ Вршац, „TRI O“ Аранђеловац, „USPON“ Чачак, „VULKAN“ Крушевац и „XLS“ Београд.

Од наведених друштава је тражено да Комисији доставе своја мишљења и оцене, податке и информације, и то следеће:

- уколико је друштво „Roaming Electronics“ један од њихових добављача (малих кућних апарата; великих кућних апарата; ТВ, аудио и видео опреме; мобилних и фиксних телефона; рачунара и друге ИТ опреме), оцену о утицају спровођења предметне концентрације на преговарачку позицију приликом набавке производа од овог друштва, укључујући могућност налажења алтернативних добављача, као и њихову прихватљивост за њихово друштво;
- оцене о утицају спровођења предметне концентрације на преговарачку позицију приликом набавке претходно наведених категорија производа од других добављача, укључујући могућност налажења алтернативних добављача, као и њихову прихватљивост за њихово друштво;
- оцене о томе да ли ће спровођење предметне концентрације утицати на њихов тренутни положај на тржиштима малопродаје малих кућних апарата, великих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, мобилних и фиксних телефона, рачунара и друге ИТ опреме, и на који начин;
- оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији (на националном и/или локалном нивоу), и то у погледу цена, асортимана или квалитета производа и др, и на који начин;
- изјашњење о томе да ли остају при наводима и подацима за 2016, 2017. и 2018. годину, које су Комисији доставили у поступку испитивања дозвољености концентрације број 6/0-03-319/2019, која настаје стицањем заједничке контроле

од стране привредног друштва „Roaming Electronics“ doo, над привредним друштвима „WINWIN SHOP“ doo, „Emmi House“ doo, „WINWIN RETAIL“ doo и „TEHNOMANIJA“.

Од друштава „GIGATRON“ Београд и „TEHNOMEDIA CENTAR“ Зајечар је тражено да доставе и податке о малопродајним објектима које су ова друштва отворила у граду Београду у 2019. години (адреса објекта, датум отварања и продајна површина).

У поступку број 6/0-03-319/2019, од свих ових друштава је захтевано да Комисији доставе своја мишљења и оцене, податке и информације, посебно за 2016, 2017. и 2018. годину, и то следеће:

- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје целокупног асортимана у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и ван малопродајних објеката поручивањем преко интернета, поште или телефоном;
- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и ван малопродајних објеката поручивањем преко интернета, поште или телефоном, и то за сваку од следећих категорија производа: мали кућни апарати, велики кућни апарати, ТВ, аудио и видео опрема, мобилни и фиксни телефони, и рачунари и друга ИТ опрема;
- податке о учешћу (израженом у процентима) прихода оствареног у малопродајним објектима и прихода оствареног ван малопродајних објеката у укупном приходу оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, и то за сваку од претходно наведених категорија производа;
- податке о броју малопродајних објеката у следећим градовима: Београд, Чачак, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Ниш, Нови Сад, Панчево, Рума, Сомбор, Сремска Митровица, Суботица, Шабац, Ваљево и Зрењанин, као и податке о њиховој адреси и продајној површини, о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном у тим објектима по основу продаје производа из претходно наведених категорија исказано за сваку категорију производа посебно, као и по основу продаје целокупног асортимана, све исказано за сваки малопродајни објекат;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената у претходно наведеним градовима у којима имају малопродајне објекте, навођењем назива конкурената;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената друштва у малопродаји ван продајних објеката у Републици Србији, навођењем назива конкурената;
- податке о укупној вредности набавке производа које продају у оквиру своје малопродајне мреже, податке о 5 (пет) највећих добављача тих производа, и то навођењем њихових назива и адреса, као и остварене вредности набавке, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- уколико привредно друштво „Roaming Electronics“ doo, са седиштем на адреси Јужни булевар 10, Београд, матични број 17540602, није један од 5 (пет) највећих добављача, податке о оствареној вредности набавке од овог друштва, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- оцене тренутног преговарачког положаја у односу на привредно друштво „Roaming Electronics“, уколико је ово друштво један од добављача (нпр. оцене преговарачког положаја имајући у виду комерцијалне и/или финансијске услове набавке, могућност набавке довољних количина производа, самосталност у погледу формирања малопродајних цена, ограничења која проистичу из уговорног односа са овим друштвом, сервисну мрежу и сл.);
- оцене о утицају спровођења предметне концентрације на преговарачку позицију приликом набавке производа од добављача, као и приликом набавке од друштва

- „Roaming Electronics“, укључујући могућност налажења алтернативних добављача, као и њихову прихватљивост за друштво;
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје у продајним објектима (нпр. у погледу правних и административних баријера приликом регистрација фирми, као и приликом изградње или закупа објеката, у вези са пореском политиком, кретањем девизног курса, царинама и друго; стварних баријера – нпр. недостатак расположивог простора за отварање малопродајних објеката и др.);
  - оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији;
  - расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје у продајним објектима, посматрано по градовима у којима сте присутни преко својих малопродајних објеката, и то: да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до значајних улазака учесника на тржиште, уз навођење тих учесника и процену њиховог тренутног тржишног удела; да ли постоје учесници на тржишту који би могли да уђу на тржиште; да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до излазака учесника са тржишта, уз навођење тих учесника; да ли су током 2016, 2017. и 2018. године затворили неке малопродајне објекте, уз навођење адреса објеката и разлога затварања; да ли планирају затварање неких малопродајних објеката, уз навођење адреса објеката, разлога за њихово затварање и података о томе када планирају затварање; да ли планирају отварање нових малопродајних објеката, уз навођење локација и очекиваног рока отварања као и препрека за даље ширење пословања;
  - расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији;
  - оцене о досадашњем тржишном понашању учесника у предметној концентрацији, друштва „Roaming Electronics“ доо, „WINWIN SHOP“, „Emmi House“ доо и „ТЕННОМАНИЈА“;
  - оцене о томе да ли ће спровођење предметне концентрације утицати на њихов тренутни положај на тржишту;
  - оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији (на националном и/или локалном нивоу), и то у погледу цена, асортимана или квалитета производа и др.

Комисија се посебно обратила учесницима на тржишту (предузетницима) „JOVANA“ Зрењанин и „CITY SHOP 2“ Зрењанин, од којих је тражено да Комисији доставе своја мишљења и оцене, податке и информације, посебно за 2016, 2017. и 2018. годину, и то следеће:

- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје целокупног асортимана у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и продају остварену преко интернета, поште, телефоном и сл. (*online* продаја или продаја преко интернета)
- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и продају преко интернета, и то за сваку од следећих категорија производа: мали кућни апарати, велики кућни апарати, ТВ, аудио и видео опрема, мобилни и фиксни телефони, и рачунари и друга ИТ опрема;
- податке о учешћу (израженом у процентима) прихода оствареног у малопродајним објектима и прихода оствареног продајом преко интернета у укупном приходу оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, и то за сваку од претходно наведених категорија производа;
- податке о броју малопродајних објеката у следећим градовима: Београд, Чачак, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Ниш, Нови Сад, Панчево, Рума, Сомбор,



Сремска Митровица, Суботица, Шабац, Ваљево и Зрењанин, као и податке о њиховој адреси и продајној површини, о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном у тим објектима по основу продаје производа из претходно наведених категорија исказано за сваку категорију производа посебно, као и по основу продаје целокупног асортимана, све исказано за сваки малопродајни објекат;

- податке о 5 (пет) највећих конкурената у претходно наведеним градовима у којима имају малопродајне објекте, навођењем назива конкурената;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената у малопродаји преко интернета у Републици Србији, навођењем назива конкурената;
- податке о укупној вредности набавке производа које продају у оквиру своје малопродајне мреже, податке о 5 (пет) највећих добављача тих производа, и то навођењем њихових назива и адреса, као и остварене вредности набавке, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- уколико привредно друштво „Roaming Electronics“ doo, са седиштем на адреси Јужни булевар 10, Београд, матични број 17540602, није један од 5 (пет) највећих добављача, податке о оствареној вредности набавке од овог друштва, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- оцене тренутног преговарачког положаја у односу на привредно друштво „Roaming Electronics“, уколико је ово друштво један од добављача (нпр. оцене преговарачког положаја имајући у виду комерцијалне и/или финансијске услове набавке, могућност набавке довољних количина производа, самосталност у погледу формирања малопродајних цена, ограничења која проистичу из уговорног односа са овим друштвом, сервисну мрежу и сл.);
- оцене о утицају спровођења предметне концентрације на преговарачку позицију приликом набавке производа од добављача, као и приликом набавке од друштва „Roaming Electronics“, укључујући могућност налажења алтернативних добављача, као и њихову прихватљивост за њих;
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје у продајним објектима (нпр. у погледу правних и административних баријера приликом регистрација фирми, као и приликом изградње или закупа објеката, у вези са пореском политиком, кретањем девизног курса, царинама и друго; стварних баријера – нпр. недостатак расположивог простора за отварање малопродајних објеката и др.);
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје преко интернета у Републици Србији;
- расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје у продајним објектима, посматрано по градовима у којима су присутни преко својих малопродајних објеката, и то: да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до значајних улазака учесника на тржиште, уз навођење тих учесника и процену њиховог тренутног тржишног удела; да ли постоје учесници на тржишту који би могли да уђу на тржиште; да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до излазака учесника са тржишта, уз навођење тих учесника; да ли су током 2016, 2017. и 2018. године затворили неке малопродајне објекте, уз навођење адреса објеката и разлога затварања; да ли планирају затварање неких малопродајних објеката, уз навођење адреса објеката, разлога за њихово затварање и података о томе када планирају затварање; да ли планирају отварање нових малопродајних објеката, уз навођење локација и очекиваног рока отварања као и препрека за даље ширење пословања;
- расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје преко интернета у Републици Србији;
- оцене о досадашњем тржишном понашању учесника у предметној концентрацији, друштва „Roaming Electronics“ doo, „WINWIN SHOP“, „Emmi

House“ doo, као и друштва „TEHNOMANIJA“, са седиштем на адреси Јужни булевар 10, Београд, матични број 17233041, чији је власник друштво „Roaming Electronics“;

- оцене о томе да ли ће спровођење предметне концентрације утицати на њихов тренутни положај на тржишту;
- оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији (на националном и/или локалном нивоу), и то у погледу цена, асортимана или квалитета производа и др.

Трећа група закључака је упућена учесницима на тржишту који послују као велетрговци на тржишту продаје наведених категорија производа, укључујући оне који се баве истовремено и малопродајом, и то: „ALFA-PLAM AD“ Врање, „BEKO BALKANS DOO“ Београд, „BK EUROLINE“ Обреновац, „BSH KUĆNI APARATI DOO“ Београд, „COMTRADE DISTRIBUTION DOO“ Београд, „СТС-UNIT DOO“ Београд, „ERG DOO“ Шимановци, „EWE COMP DOO“ Београд, „FLUTTO DOO“ Београд, „GORENJE DOO“ Београд, „KIM-TEC DOO“ Београд, „MBS AD“ Смедерево, „MIELE DOO“ Београд, „NITOM DOO“ Ниш, „PIN COMPUTERS DOO“ Нови Сад, „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“ Београд, „TEHNOMA DOO“ Нова Пазова и „WHIRLPOOL DOO“ Београд.

Од наведених друштава је тражено да Комисији доставе своја мишљења и оцене, податке и информације, и то следеће:

- оцене о томе да ли ће спровођење предметне концентрације утицати на њихов тренутни положај на тржиштима veleпродаје малих кућних апарата, великих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, мобилних и фиксних телефона, рачунара и друге ИТ опреме, и на који начин;
- оцене о утицају спровођења предметне концентрације на тржиштима малопродаје малих кућних апарата, великих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, мобилних и фиксних телефона, рачунара и друге ИТ опреме, укључујући могућност налажења алтернативних купаца, као и њихову прихватљивост за њихово друштво, као veleпродавца;
- оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији (на националном и/или локалном нивоу), и то у погледу цена, асортимана или квалитета производа и др, и на који начин;
- изјашњење о томе да ли остају при наводима и подацима за 2016, 2017. и 2018. годину, које су Комисији доставили у поступку испитивања дозвољености концентрације број 6/0-03-319/2019, која настаје стицањем заједничке контроле од стране привредног друштва „Roaming Electronics“ doo, над привредним друштвима „WINWIN SHOP“ doo, „Emmi House“ doo, „WINWIN RETAIL“ doo и „TEHNOMANIJA“.

У поступку број 6/0-03-319/2019, од ових друштава је захтевано да Комисији доставе своја мишљења и оцене, податке и информације, посебно за 2016, 2017. и 2018. годину, и то следеће:

- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу veleпродаје у Републици Србији, и то за сваку од следећих категорија производа: мали кућни апарати, велики кућни апарати, ТВ, аудио и видео опрема, мобилни и фиксни телефони, рачунари и друга ИТ опрема;
- податке о 5 (пет) највећих купаца у Републици Србији, и то навођењем њихових назива и остварене вредности продаје, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- податке о закљученим уговорима о ексклузивној дистрибуцији, навођењем брендова чији су ексклузивни дистрибутер и уговорних страна са којима су

- уговори закључени, све исказано за сваку од претходно наведених категорија посебно;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената друштва у veleпродаји у Републици Србији, навођењем назива конкурената;
  - уколико привредна друштва „WINWIN SHOP“ doo, „Emmi House“ doo, и „TEHNOMANIJA“ нису један од 5 (пет) највећих купаца, податке о оствареној вредности продаје наведеним друштвима, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
  - оцене тренутног преговарачког положаја у односу на привредна друштва „WINWIN SHOP“ doo, „Emmi House“ doo, и „TEHNOMANIJA“, уколико су нека од ових друштава њихови купци (нпр. оцене преговарачког положаја имајући у виду комерцијалне и/или финансијске услове продаје, продаја потребних количина производа, утицај на формирање малопродајних цена, ограничења која проистичу из уговорног односа са овим друштвима и сл.);
  - оцене о утицају спровођења предметне концентрације на тржиштима малопродаје претходно наведених категорија производа, укључујући могућност налажења алтернативних купаца, као и њихову прихватљивост за друштво;
  - оцене о постојању баријера за улазак на тржиште veleпродаје у Републици Србији (нпр. у погледу правних и административних баријера приликом регистрација фирми, у вези са пореском политиком, кретањем девизног курса, царинама и друго; стварних баријера – нпр. недостатак расположивог магацинског простора и др.);
  - расположиве информације о уласку и изласку са тржишта veleпродаје претходно наведених категорија производа у Републици Србији: да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до значајних улазака учесника на тржиште; да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до излазака учесника са тржишта;
  - оцене о досадашњем тржишном понашању учесника у предметној концентрацији, друштава „Roaming Electronics“ doo, „WINWIN SHOP“, „Emmi House“ doo и „TEHNOMANIJA“;
  - оцене о томе да ли ће спровођење предметне концентрације утицати на њихов тренутни положај на тржишту;
  - оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији (на националном и/или локалном нивоу), и то у погледу цена, асортимана или квалитета производа и др.

У поступку број 6/0-03-319/2019, посебна група закључака је упућена учесницима на тржишту који послују на тржишту *online* продаје претходно наведених категорија производа, па су њима упућена одговарајућа (прилагођена) питања како би се добили подаци са овог тржишта, односно како би се добили подаци о њиховим приходима оствареним на тржишту *online* продаје. Комисија се обратила друштвима „BC GROUP COMPUTERS“ Београд, „DOTONLINE“ Београд и „EKUPI“ Београд, и захтевала следеће:

- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје целокупног асортимана ван продајних објеката поручивањем преко интернета, поште или телефоном у Републици Србији, као и за сваку од категорија производа;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената у малопродаји ван продајних објеката у Републици Србији;
- податке о укупној вредности набавке производа, као и податке о 5 (пет) највећих добављача тих производа; податке о оствареној вредности набавке од друштва „Roaming Electronics“, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;

- оцене тренутног преговарачког положаја у односу на привредно друштво „Roaming Electronics“, као и оцене о утицају спровођења предметне концентрације на преговарачку позицију приликом набавке производа од добављача, као и приликом набавке од друштва „Roaming Electronics“;
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији, као и расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији;
- оцене о досадашњем тржишном понашању учесника у предметној концентрацији, друштава „Roaming Electronics“ doo, „WINWIN SHOP“, „Emmi House“ doo и „TEHNOMANIJA“;
- оцене о томе да ли ће спровођење предметне концентрације утицати на њихов тренутни положај на тржишту, као и оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији.

Имајући у виду податке, информације и наводе у поступку број 6/0-03-319/2019, привредном друштву „Roaming Electronics“ је у том поступку наложено да, ради сагледавања комплетне слике и стања у овој ствари, достави своја мишљења и оцене, податке и информације, на нивоу групе Roaming/TEHNOMANIJA, посебно за 2016, 2017. и 2018. годину, и то следеће:

- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу велепродаје у Републици Србији, посебно за сваку од следећих категорија производа: мали кућни апарати; велики кућни апарати; ТВ, аудио и видео опрема; мобилни и фиксни телефони; рачунари и друга ИТ опрема;
- податке о 5 (пет) највећих купаца у Републици Србији, и то навођењем њихових назива и остварене вредности продаје, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- расположиве информације о томе да ли ће друштво „Roaming Electronics“ преузети купце друштава у оквиру WINWIN групе;
- податке о закљученим уговорима о ексклузивној дистрибуцији, навођењем података о трајању уговора, брендова чији је ексклузивни дистрибутер и уговорних страна са којима су уговори закључени, све исказано за сваку од претходно наведених категорија посебно;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената друштва у велепродаји у Републици Србији, навођењем назива конкурената;
- уколико привредна друштва „WINWIN SHOP“ doo и „Emmi House“ doo нису један од 5 (пет) највећих купаца, податке о оствареној вредности продаје наведеним друштвима, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- расположиве информације и планове друштва „Roaming Electronics“ о обиму и условима продаје заједничком друштву (друштву заједничког улагања) које ће вршити контролу над друштвима „WINWIN SHOP“ doo, „Emmi House“ doo, „WINWIN RETAIL“ doo, и „TEHNOMANIJA“;
- оцене будућег преговарачког положаја друштва као велепродавца у односу на купце након спровођења концентрације (нпр. оцене преговарачког положаја имајући у виду комерцијалне и/или финансијске услове продаје, продаја потребних количина производа, утицај на формирање малопродајних цена, ограничења која проистичу из уговорног односа са овим друштвима и сл.);
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште велепродаје у Републици Србији (нпр. у погледу правних и административних баријера приликом регистравања фирми, у вези са пореском политиком, кретањем девизног курса, царинама и друго; стварних баријера – нпр. недостатак расположивог магацинског простора и др.);

- расположиве информације о уласку и изласку са тржишта велепродаје претходно наведених категорија производа у Републици Србији: да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до значајних улазака учесника на тржиште; да ли постоје учесници на тржишту који би могли да уђу на тржиште; да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до излазака учесника са тржишта;
- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје целокупног асортимана у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и ван малопродајних објеката поручивањем преко интернета, поште или телефоном;
- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и ван малопродајних објеката поручивањем преко интернета, поште или телефоном, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- податке о учешћу (израженом у процентима) прихода оствареног у малопродајним објектима и прихода оствареног ван малопродајних објеката у укупном приходу оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, и то за сваку од претходно наведених категорија производа;
- податке о броју малопродајних објеката у следећим градовима: Београд, Чачак, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Ниш, Нови Сад, Панчево, Рума, Сомбор, Сремска Митровица, Суботица, Шабац, Ваљево и Зрењанин, као и податке о њиховој адреси и продајној површини, о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном у тим објектима по основу продаје производа из претходно наведених категорија исказано за сваку категорију производа посебно, као и по основу продаје целокупног асортимана, све исказано за сваки малопродајни објекат;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената у претходно наведеним градовима у којима има малопродајне објекте, навођењем назива конкурената;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената по удаљености од сваког појединачног малопродајног објекта у граду Београду, за сваки објекат, као и податке о удаљености конкурената;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената друштва у малопродаји ван продајних објеката у Републици Србији, навођењем назива конкурената;
- податке о укупној вредности набавке производа у оквиру малопродајне мреже, податке о 5 (пет) највећих добављача тих производа, и то навођењем њихових назива и адреса, као и остварене вредности набавке, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- уколико привредно друштво „Roaming Electronics“ није један од 5 (пет) највећих добављача друштва „ТЕННОМАНЈА“, податке о оствареној вредности набавке од овог друштва, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје у продајним објектима (нпр. у погледу правних и административних баријера приликом регистравања фирми, као и приликом изградње или закупа објеката, у вези са пореском политиком, кретањем девизног курса, царинама и друго; стварних баријера – нпр. недостатак расположивог простора за отварање малопродајних објеката и др.);
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији;
- расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје у продајним објектима, посматрано по градовима у којима је присутно преко својих малопродајних објеката, и то: да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до значајних улазака учесника на тржиште; уз навођење учесника и процене њиховог тренутног тржишног удела; да ли постоје учесници на

тржишту који би могли да уђу на тржиште; да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до излазака учесника са тржишта; да ли су током 2016, 2017. и 2018. године затворили неке малопродајне објекте; уз навођење адреса објеката и разлога затварања; да ли је планирано затварање неких малопродајних објеката у оквиру њихове групе; уз навођење адреса објеката, разлога за њихово затварање и података о томе када је затварање планирано; да ли је планирано отварање нових малопродајних објеката; уз навођење локација и очекиваног рока отварања или образложење и навођење препрека за даље ширење пословања;

- расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији;
- расположиве информације и планове о промени назива малопродајних објеката, односно о задржавању/укидању брендова „WINWIN“ и „ТЕННОМАНИЈА“;
- интерне документе који се односе на планове и преговоре у вези са спровођењем предметне концентрације (нпр. анализе, истраживања, студије и *due diligence* извештаји), састављене у циљу процене или анализе тржишта пре и након спровођења концентрације, разлога за спровођење концентрације и сл; за сваки документ навести датум, уколико није наведен, као и име и положај лица које је саставило предметни документ;
- оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији (на националном и/или локалном нивоу), и то у погледу цена, асортимана или квалитета производа и др.

Комисија је у поступку број 6/0-03-319/2019, закључком наложила физичком лицу Александру Јевтовићу, као учеснику у концентрацији у том поступку, да достави своја мишљења и оцене, податке и информације, на нивоу WINWIN групе, посебно за 2016, 2017. и 2018. годину, и то следеће:

- податке о учешћу (израженом у процентима) прихода без ПДВ-а оствареног veleпродајом у укупном приходу без ПДВ-а оствареном у Републици Србији, посебно за сваку од следећих категорија производа: мали кућни апарати; велики кућни апарати; ТВ, аудио и видео опрема; мобилни и фиксни телефони; рачунари и друга ИТ опрема;
- податке о 5 (пет) највећих купаца у Републици Србији, и то навођењем њихових назива и остварене вредности продаје, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- податке о закљученим уговорима о ексклузивној дистрибуцији, навођењем података о трајању уговора, брендова чији је ексклузивни дистрибутер и уговорних страна са којима су уговори закључени, све исказано за сваку од претходно наведених категорија посебно;
- уколико привредно друштво „ТЕННОМАНИЈА“ није један од 5 (пет) највећих купаца, податке о оствареној вредности продаје наведеном друштву, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- расположиве информације о начину будућег снабдевања досадашњих купаца, имајући у виду да је у пријави концентрације наведено да друштва и оквиру WinWin групе се више неће бавити veleпродајом производа из претходно наведених категорија;
- расположиве информације о томе да ли ће друштво „Roaming Electronics“ преузети купце његове купце;
- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје целокупног асортимана ваших друштава у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и ван малопродајних објеката поручивањем преко интернета, поште или телефоном;

- податке о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, укључујући продају у малопродајним објектима и ван малопродајних објеката поручивањем преко интернета, поште или телефоном, и то за сваку од претходно наведених категорија производа посебно;
- податке о учешћу (израженом у процентима) прихода оствареног у малопродајним објектима и прихода оствареног ван малопродајних објеката у укупном приходу оствареном по основу малопродаје у Републици Србији, и то за сваку од претходно наведених категорија производа;
- податке о броју малопродајних објеката у следећим градовима: Београд, Чачак, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Ниш, Нови Сад, Панчево, Рума, Сомбор, Сремска Митровица, Суботица, Шабац, Ваљево и Зрењанин, као и податке о њиховој адреси и продајној површини, о укупном приходу без ПДВ-а (у динарима и еврима), оствареном у тим објектима по основу продаје производа из претходно наведених категорија исказано за сваку категорију производа посебно, као и по основу продаје целокупног асортимана, све исказано за сваки малопродајни објекат;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената у претходно наведеним градовима у којима има малопродајне објекте, навођењем назива конкурената;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената по удаљености од сваког појединачног малопродајног објекта у граду Београду, за сваки објекат, као и податке о удаљености конкурената;
- податке о 5 (пет) највећих конкурената у малопродаји ван продајних објеката у Републици Србији, навођењем назива конкурената;
- податке о укупној вредности набавке производа које продаје у оквиру своје малопродајне мреже, податке о 5 (пет) највећих добављача тих производа, и то навођењем њихових назива и адреса, као и остварене вредности набавке, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- уколико привредно друштво „Roaming Electronics“ није један од 5 (пет) највећих добављача, податке о оствареној вредности набавке од овог друштва, посебно за сваку од претходно наведених категорија производа;
- расположиве информације о обиму и условима продаје (од стране друштва „Roaming Electronics“) заједничком друштву (друштву заједничког улагања) које ће вршити контролу над друштвима „WINWIN SHOP“ doo, „Emmi House“ doo, „WINWIN RETAIL“ doo, и „TEHNOMANIJA“;
- оцене досадашњег преговарачког положаја у односу на привредно друштво „Roaming Electronics“, уколико је ово друштво један од његових добављача (нпр. оцене преговарачког положаја имајући у виду комерцијалне и/или финансијске услове набавке, могућност набавке довољних количина производа, самосталност у погледу формирања малопродајних цена, ограничења која проистичу из уговорног односа са овим друштвом, сервисну мрежу и сл.);
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје у продајним објектима (нпр. у погледу правних и административних баријера приликом регистравања фирми, као и приликом изградње или закупа објеката, у вези са пореском политиком, кретањем девизног курса, царинама и друго; стварних баријера – нпр. недостатак расположивог простора за отварање малопродајних објеката и др.);
- оцене о постојању баријера за улазак на тржиште малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији;
- расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје у продајним објектима, посматрано по градовима у којима је присутан преко својих малопродајних објеката, и то: да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до значајних улазака учесника на тржиште, уз навођење тих учесника и

процену њиховог тренутног тржишног удела; да ли постоје учесници на тржишту који би могли да уђу на тржиште; да ли је током 2016, 2017. и 2018. године дошло до излазака учесника са тржишта; да ли су током 2016, 2017. и 2018. године затворили неке малопродајне објекте, уз навођење адреса објеката и разлога затварања; да ли је планирано затварање неких малопродајних објеката у оквиру њихове групе, уз навођење адреса објеката, разлога за њихово затварање и података о томе када је затварање планирано; да ли је планирано отварање нових малопродајних објеката, уз навођење локација и очекиваног рока отварања, уз навођење препрека за даље ширење пословања;

- расположиве информације о уласку и изласку са тржишта малопродаје ван продајних објеката у Републици Србији;
- расположиве информације и планове о промени назива малопродајних објеката, односно о задржавању/укидању брендова „WINWIN RETAIL“ и „ТЕННОМАНИЈА“;
- интерне документе који се односе на планове и преговоре у вези са спровођењем предметне концентрације (нпр. анализе, истраживања, студије и *due diligence* извештаји), састављене у циљу процене или анализе тржишта пре и након спровођења концентрације, разлога за спровођење концентрације и сл; уз навођење (за сваки документ) датума, уколико није наведен, као и име и положаја лица које је саставило предметни документ;
- оцене о томе да ли спровођење предметне концентрације може имати ефекте на крајње потрошаче у Републици Србији (на националном и/или локалном нивоу), и то у погледу цена, асортимана или квалитета производа и др.

Комисија се у поступку број 6/0-03-319/2019 обратила и Министарству финансија Републике Србије – Управи царина, од које је захтевано да достави податке о увозу и извозу производа под доле наведеним тарифним бројевима (за све подбројеве у оквиру поменутих тарифних бројева), као и под конкретним подбројевима, и то за 2016, 2017. и 2018. годину, и то по количини, вредности, произвођачу, увозницима и извозницима и називу робе:

- 8415, 8450, 8452, 8471, 8508, 8509, 8510, 8516, 8517, 8528
- 8414 51 00 90, 8414 60 00 00
- 8418 21, 8418 29,
- 8418 10 20 90, 8418 10 80 90,
- 8418 30 20 90, 8418 30 80 90,
- 8418 40 20 90, 8418 40 80 90,
- 8418 50 19 00
- 8214 20 00 00, 8421 12 00 00, 8422 11 00 00
- 8423 10 10 00, 8423 81 80 00
- 8451 21 00 00, 8451 29 00 00
- 9019 10 10 00.

Изведеним доказима у току поступка по поднетој пријави концентрације који је настављен по службеној дужности, и након разматрања и анализе прикупљених података, информација и документације, као и података, информација и документације у списима предмета у поступку број 6/0-03-319/2019, утврђене су битне чињенице и елементи на којима ће Комисија засновати своју одлуку.

У складу са чланом 66. став 1. Закона, Комисија је 2. августа 2019. године, доставила подносиоцу пријаве Обавештење о битним чињеницама, доказима и осталим елементима утврђеним у поступку испитивања концентрације привредног друштва „Roaming Electronics“ (даље у тексту: Обавештење), с позивом за изјашњење. Подносилац пријаве је 9. августа 2019. године Комисији доставио поднесак који представља изјашњење на достављено Обавештење. Подносилац пријаве је доставио и



три поднеска, од 14, 15. и 16. августа 2019. године, као допуне поднеска од 9. августа 2019. године, којима се додатно изјашњава на достављено Обавештење. Комисија је дана 19. августа 2019. године, доставила подносиоцу пријаве Допуну Обавештења о битним чињеницама, доказима и осталим елементима утврђеним у поступку испитивања концентрације привредног друштва „Roaming Electronics“ (даље у тексту: Допуна Обавештења), с позивом за изјашњење. Подносилац пријаве се на Допуну Обавештења изјаснио у поднесцима од 21. августа 2019. године (заведеним под бројевима 6/0-03-600/2019-144 и 6/0-03-600/2019-145), од 22, 26. и 27. августа 2019. године, о чему ће бити више речи у наставку образложења.

Подносилац пријаве је у целости извршио уплату прописаног износа за издавање акта у скраћеном поступку, као и накнадну уплату која је извршена у наложеном року у складу са закључком председника Комисије број 6/0-03-600/2019-1 од 2. јула 2019. године, којим је одређено да се поступак наставља по службеној дужности.

По поднетим захтевима за заштиту података у смислу члана 45. Закона, и то како подносиоца пријаве као странке у поступку, тако и захтева лица од којих су прибављани подаци, ставови и исправе у поступку, одлучивано је посебним закључцима.

## 2. Учесници у концентрацији

Привредно друштво „Roaming Electronics“ послује у оквиру групе друштава Roaming, чије је крајње матично друштво Коefик д.о.о. Београд (које је у власништву физичког лица Ненада Ковача). Друштво Roaming Electronics је основано 2004. године и бави се увозом и дистрибуцијом потрошачке електронике и мобилних уређаја, са сопственом малопродајном мрежом – ТЕННОМАНИЈА. Ово друштво сарађује са великим бројем глобалних брендова и њиховим производима снабдева малопродајне објекте, пословне кориснике и оператере. Друштво ТЕННОМАНИЈА је основано 1999. године и од тада послује у области трговине на мало електричним и електронским уређајима за домаћинство, у 38 малопродајних објеката, између осталих у Београду, Новом Саду, Крагујевцу, Нишу, Сремској Митровици, Панчеву и Ваљеву и франшизним ланцем у Лозници и Ариљу.

У оквиру групе Roaming, послују и:

1) Roaming Solutions: компанија која покрива област информационо-комуникационих технологија у оквиру Roaming групе. Бави се стратешким развојем ICT пословања кроз четири компаније: Roaming Networks, Enetel Solutions Београд, Zero Gravity Београд и Clock Drive Games;

2) Elektromontaža Краљево: компанија која се бави енергетском инфраструктуром у оквиру Roaming групе. Elektromontaža је део Roaming групе од 2012. године. Њихова делатност је изградња и ремонт електро-енергетских објеката. Присутни су на тржишту земаља у окружењу Републике Србије, а однедавно своје пословање су проширили и на земље ЕУ;

3) Eco Energo Group Београд: компанија основана са циљем максималног искоришћавања обновљивих извора енергије у оквиру Roaming групе. Основна делатност предузећа је производња електричне енергије коришћењем обновљиве енергије водотокова у мини хидроелектранама;

4) Contact Service: контакт центар *outsourcing* компанија која пружа иновативна и квалитетна решења у домену услуга корисничког сервиса за потребе свих врста индустрије.

Roaming група је и локални партнер у Србији компаније Willis Towers Watson, једне од водећих глобалних корпорација за консалтинг, посредовање у осигурању и управљање ризицима која клијентима широм света помаже да ризик у пословању претворе у раст.

Остала зависна друштва Roaming групе су Cerak Centar d.o.o. Beograd, RE Security d.o.o. Beograd, MHE Jabukovik d.o.o. Beograd, Landprodukt d.o.o. Beograd, Mini Hydro Investments d.o.o. Beograd.

Физичко лице Александар Јевтовић врши контролу над групом друштава WinWin, укључујући WinWin малопродајни ланац који у свом асортиману има велики избор IT опреме, AV опреме, беле технике, малих кућних апарата, уређаја за видео надзор, сатова, накита, играчака за децу, апарата за здравље, као и других уређаја. WinWin је партнер најпознатијих светских брендова и произвођача који поред online продаје има 124 малопродајна објекта широм Србије. WinWin је компанија која послује на просторима Босне и Херцеговине, Црне Горе и Србије.

Циљна друштва „WINWIN SHOP“ doo, „Emmi House“ doo и „WINWIN RETAIL“ послују у оквиру WinWin групе друштава, док друштво ТЕННОМАНИЈА послује у оквиру Roaming групе. Друштво „WINWIN RETAIL“ је основано у децембру 2018. године, ради интерне реорганизације WinWin групе, имајући у виду да физичко лице Александар Јевтовић планира да, за потребе предметне концентрације, пренесе пословање друштва WinWin на WinWin Retail. Emmi House је малопродајни ланац који послује у оквиру WinWin групе. Emmi House је настао отварањем сајта emmi.rs и прве малопродаје у Београду након чега се пословање шири на још три локације: Ниш, Нови Сад и Нови Београд. Emmi House има 40 малопродајних објеката у Србији (у Краљеву, Чачку, Смедереву, Београду, Нишу, Новом Саду, Ваљеву, Суботици, Обреновцу, Кикинди, Сремској Митровици, Крагујевцу, Крушевцу, Лесковцу, Лозници, Пожаревцу и др.).

### **3. Опис концентрације и акт о концентрацији**

Правни основ за концентрацију јесте Споразум о оквирним условима, који су 10. јуна 2019. године потписали подносилац пријаве и физичко лице Александар Јевтовић. Овим споразумом је предвиђено да подносилац пријаве стекне појединачну контролу над циљним друштвима или имовином циљних друштава тако што ће он интегрисати своје пословање које се тиче малопродаје електричних апарата за домаћинство (пословање друштва ТЕННОМАНИЈА) са пословањем које се тиче малопродаје електричних апарата за домаћинство WinWin групе тако да се интегрисана пословања обављају преко једног привредног друштва које би настало спајањем друштва ТЕННОМАНИЈА и друштава групе WinWin, и у ком би друштво Roaming Electronics имало 75% удела и појединачну контролу, а Александар Јевтовић 25% удела. Спајање ће бити изведено тако што ће друштва WinWin Retail и Emmi House правно и суштински бити припојени друштву ТЕННОМАНИЈА. На тај начин, подносилац пријаве ће вршити појединачну контролу над циљним друштвима, у смислу члана 17. став 1. тачка 2) Закона.

У циљу спровођења трансакције, физичко лице Александар Јевтовић је основао друштво WinWin Retail на које планира да пренесе целокупно пословање друштва WinWin. Уколико се пренос успешно изврши до потписивања обавезујућег трансакционог уговора и/или до затварања трансакције, подносиоцу пријаве ће бити пренети само удели и/или имовина друштава WinWin Retail и Emmi House (а не и друштва WinWin Shop), а уколико се пренос пословања не изврши или се делимично изврши, биће пренети удели друштва WinWin Shop са уделима или без удела друштва WinWin Retail, и друштва Emmi House. У складу са тим, физичко лице Александар Јевтовић намерава да пренесе уделе и/или имовину коју има у друштву WinWin Shop и/или у WinWin Retail, у зависности од успешности интерне реорганизације, и у друштву Emmi House.

Уколико интерно реструктурирање у оквиру WinWin групе буде успешно извршено пре затварања трансакције, на начин да читаво пословање WinWin Shop буде пренето на WinWin Retail, удели и/или имовина WinWin Shop неће бити преузети, већ ће бити пренети удели и/или имовина друштва WinWin Retail и Emmi House, док ће WinWin Shop остати у оквиру WinWin групе. Комисија оцењује да ниједна од ових трансакција неће представљати посебну концентрацију, с обзиром на то да се циљна друштва налазе у власништву истог лица и да се решењем одобрава стицање контроле над сва три циљна друштва.

[...].

На основу достављених података о висини укупних прихода које су сви учесници у концентрацији остварили на светском тржишту и тржишту Републике Србије, Комисија је утврдила да је постојала обавеза пријаве концентрације, јер је укупан приход учесника већи од износа који су прописани чланом 61. Закона, као услова за пријаву концентрације. Пријава је поднета у складу са чланом 63. став 2. Закона.

#### 4. Релевантно тржиште

Комисија је утврдила релевантно тржиште у складу са чланом 6. Закона и Уредбом о критеријумима за одређивање релевантног тржишта („Службени гласник РС“, бр. 89/2009). У складу са предлогом подносиоца пријаве, за оцену ефеката предметне концентрације, Комисија је одредила следећа релевантна тржишта производа:

- 1) тржиште малопродаје малих кућних апарата,
- 2) тржиште малопродаје великих кућних апарата,
- 3) тржиште малопродаје ТВ, аудио и видео опреме,
- 4) тржиште малопродаје мобилних и фиксних телефона
- 5) тржиште малопродаје рачунара и друге ИТ опреме.

Комисија је приликом одређивања релевантног тржишта производа у конкретном случају имала у виду активности учесника у концентрацији и праксу Комисије,<sup>1</sup> као и преовлађујућу праксу Европске комисије.<sup>2</sup>

У пракси се најпре прави разлика између трговине на мало у продавницама претежно храном и остале трговине на мало (малопродаја у непрехрамбеном сектору), при чему остала трговина обухвата трговину на мало разноврсним производима међу којим не преовлађују храна, пића и дуван (али укључујући одећу, намештај, кућне апарате, металну робу, козметику, накит, играчке, спортску опрему и др.).<sup>3</sup> Европска комисија такође сматра да је тржиште малопродаје потребно овако сегментирати<sup>4</sup> и да би тржиште остале малопродаје требало поделити према следећим категоријама производа: 1) електрични и кућни апарати, 2) „уради сам“ производи (производи за уређење ентеријера и екстеријера) и производи за уређење баште, 3) играчке и игрице,

<sup>1</sup> Вид. предмете бр. 6/0-02-757/2015 – одлука Комисије од 19. новембра 2015. године, 6/0-02-443/2013 – одлука Комисије од 12. јула 2013. године, 6/0-02-593/2014 – одлука Комисије од 9. септембра 2014. године, 6/0-02-19/2015 – одлука Комисије од 3. фебруара 2015. године, 6/0-02-146/2015 – одлука Комисије од 13. марта 2015. године, 6/0-03-23/2017 – одлука Комисије од 12. јула 2017. године, 6/0-02-492/2017 – одлука Комисије од 4. септембра 2017. године и 6/0-02-497/2018 одлука Комисије од 13. јула 2018. године.

<sup>2</sup> Вид. предмете M.1188 - Kingfisher/Wegert/ProMarkt, M.1248 - Kingfisher/BUT, M.4226 – DSGI/FOTOVISTA, M.5721 – Otto/ Primondo Assets, M.6226 – Media-Saturn/ Redcoon, M.6847 - TRITON/SUOMEN LÄHIKAUPPA, M.7259 – Carphone Warehouse/ Dixons.

<sup>3</sup> Вид. предмете бр. 6/0-02-757/2015, одлука Комисије од 19. новембра 2015. године и 6/0-02-443/2013, одлука Комисије од 12. јула 2013. године.

<sup>4</sup> Вид. предмете M.70 - Otto/Grattan, M.80 - La Redoute/Empire, M.5721 – Otto/ Primondo Assets, M.6226 – Media-Saturn/ Redcoon.

4) спортска опрема, 5) здравље и kozметика, 6) одећа и обућа, 7) намештај. Услови конкуренције на тржиштима малопродаје тих производа значајно се разликују с обзиром на то да постоји велики број учесника на тржишту који су специјализовани за једну или неке од различитих категорија производа.

Имајући у виду претходно наведено, и тржиште малопродаје кућних апарата и електричних апарата за домаћинство треба посебно сагледати, с тим што је преовлађујућа пракса да се оно даље сегментира према категоријама производа. Комисија је приликом одређивања релевантног тржишта производа и оцене ефеката концентрације најпре имала у виду да ово тржиште обухвата продају нових производа, углавном за личну употребу и потрошњу у домаћинству, и да је потребно правити разлику између малопродаје великих кућних апарата, с једне стране, и малопродаје малих кућних апарата, као и разлику између електричних апарата за домаћинство, с једне стране, и информационо-комуникационе опреме, с друге стране.

Мали и велики кућни апарати (укључујући тзв. „белу технику“) сврставају се у производе широке потрошње који се користе у домаћинству, па се уопштено могу поделити у неколико група: апарати за хлађење и замрзавање, апарати за кување, апарати за прање и сушење и остали кућни апарати који се користе у домаћинству у различите сврхе (нпр. миксери, соковници, месорезнице, тостери, пекарице, роштиљи, кетлери, пегле, микроталасне пећнице, блендери, усисивачи). Информационо-комуникациона опрема обухвата производе као што су рачунари и периферна опрема, телекомуникациона опрема (укључујући телефоне) и електроника за широку потрошњу, укључујући ТВ, аудио и видео опрему. Производи који припадају једној од наведених категорија не могу се сматрати супститутима за производе из било које друге категорије. На тржишту малопродаје купци су крајњи потрошачи и са њиховог становишта супституција се врши у оквиру појединих робних група, због чега је оно, за потребе предметног поступка сегментирано према врсти производа који се продају, узимајући у обзир праксу Комисије и Европске комисије.

Учесници у концентрацији нуде све наведене производе, при чему и остали анкетирани учесници на тржишту нуде широк спектар ових производа, односно нису специјализовани за одређену категорију производа, па је подела производа према категоријама на мале кућне апарате, велике кућне апарате, ТВ, аудио и видео опрему, мобилне и фиксне телефоне, и рачунаре и другу ИТ опрему, извршена имајући у виду следеће појединачне производе, како следи, а полазећи од асортимана производа учесника у концентрацији и начина на који ове производе они групишу, презентују и нуде на продају на својим интернет страницама:

- **мали кућни апарати:** усисивачи и ручни усисивачи, пегле, сецкалице, шиваће машине и опрема, соковници и цедиљке, блендери, тостери, апарати за кафу, решои, кухињске ваге, апарати за воду, миксери, апарати за припрему и термичку обраду хране, мултипрактици и опрема, роштиљ и грилови, саламорезалице и месорезнице, машине за месо, пекаре, фритезе, остали кухињски апарати, апарати за негу лица и тела и за здравље (фенови, за бријање и епилацију, тримери, стајлери и пресе за косу, педикир и маникир, ваге, масажери и др.);
- **велики кућни апарати:** фрижидери, замрзивачи, мини кухиње, машине за веш, машине за сушење веша, машине за прање судова, бојлери, шпорети, рерне и плоче, микроталасне рерне, аспиратори, винске витрине, друга уградна техника, клима уређаји и апарати за грејање и расхлађивање (климе, грејалице, пећи, вентилатори, радијатори и др.);
- **ТВ, аудио и видео опрема:** телевизори, *set top box* уређаји, кућни биоскопи, плејери, пројектори, фотоапарати, камере, аудио уређаји, звучници, слушалице, мини линије, музички инструменти и др;

- **мобилни и фиксни телефони:** мобилни телефони, фиксни телефони, смарт сатови, торбице, маске, *bluetooth* уређаји, слушалице, звучници, картице, пуњачи и друга опрема;
- **рачунари и друга ИТ опрема:** лаптопови, персонални (десктоп) рачунари, таблети, монитори, конзоле, игре, џојстици и друга опрема за игрице, рачунарске компоненте (процесори, графичке карте, хард дискови, оптички уређаји, кућишта и др.), периферије (мишеви, тастатуре, звучници, слушалице, екстерни хард дискови, USB меморије, каблови, батерије, пуњачи и др.), штампачи, скенери, кертриџ и тонери, мрежна опрема (рутери, *wi-fi* и *bluetooth* уређаји), програми и софтвери, торбе и ранчеви и друга ИТ опрема.

Комисија је дефинисала релевантна тржишта производа као тржишта малопродаје у продајним објектима (трговина на мало у продавницама – *brick-and-mortar retail*), не узимајући у обзир продају остварену преко интернета, поште, телефоном и сл. (*online* продаја или продаја преко интернета), што ће у наставку бити образложено.<sup>5</sup>

Прво, на основу података о приходима учесника у концентрацији и њихових конкурената, утврђено је да је удео њихових прихода остварен продајом преко интернета у укупно оствареном приходу од наведених категорија производа у 2018. години, у просеку, мањи од [...] (укупно и по категоријама производа).

Од укупно 43 активна конкурента на тржишту малопродаје у продајним објектима који су доставили податке о продаји преко интернета, четири учесника уопште немају званичну интернет презентацију, односно сајт, а од преосталих учесника који тај сајт имају, 14 учесника није остварило никакве приходе од продаје преко интернета. Код 13 учесника који су остваривали приходе на овај начин, утврђено је да је тај приход занемарљив, односно у просеку мањи од 2%, а код пет учесника је тај удео био око 5%. Удео интернет продаје код три учесника је био значајно већи од 10%, и то некада у само једној или појединим категоријама, а код преостала четири учесника је износио око 10% или између 10% и 15%. Учесници у концентрацији су такође имали удео интернет продаје мањи од [...], осим у по једној категорији производа (за сваког учесника), где је тај удео био незнатно већи од [...]. Из наведених разлога, Комисија је оценила да узимање у обзир учешћа на овом тржишту не би утицало на оцену ефеката концентрације, те зато није дефинисала као посебно, тржиште малопродаје преко интернета.

Затим, Комисија је водила рачуна и о дескриптивним одговорима оних анкетираних учесника на тржишту који имају званичну интернет презентацију. Они су

---

<sup>5</sup> Продаја производа физичким лицима – крајним корисницима (потрошачима) преко интернета, поште, телефоном и сл. обухваћена је шифром делатности „47.91 Трговина на мало посредством поште или преко интернета“, у складу са Уредбом о класификацији делатности („Сл. гласник РС“, бр. 54/2010). Ова група, према опису из Класификације делатности, обухвата делатности трговине на мало преко поште или интернета, тј. делатности трговине на мало где купац на основу огласа, каталога, информација које се могу добити на веб сајту, узорака или било ког другог средства оглашавања бира које ће производе купити и поручује их преко поште, интернета (обично на посебне начине које веб сајт предвиђа) или телефоном. Купљени производи могу бити непосредно преузети у објектима или физички испоручени купцу.

Законом о трговини („Сл. гласник РС“, бр. 53/2010, 10/2013 и 44/2018 - др. закон), продаја путем интернета сврстана је у даљинску трговину, која представља вид трговине на мало ван продајног објекта. Према овом закону, трговина на мало се може поделити према месту трговине – на трговину у продајном објекту и на трговину ван продајног објекта. Трговина на мало, између осталог, може да се обавља ван продајног објекта, и то као даљинска трговина на мало, која представља продају робе/услуга коју трговац врши понудом путем средстава комуникација, потрошачу који није непосредно присутан. Даљинска трговина на мало је нарочито електронска трговина, каталожка продаја, као и ТВ продаја, трговина путем поште, штампаних пошиљки, рекламних материјала са наруџбеницом, телефона, текстуалних или мултимедијалних порука у мобилној телефонији и аутомата.

објаснили сврху њихових сајтова и начин продаје производа преко интернета, указавши највише на то да се не баве интернет продајом, иако имају сајт (већ само класичном малопродајом у објектима), да је таква продаја у развоју или да је она занемарљива и да се тако остварени промет књижи као промет остварен у објектима. Навели су да им сајтови служе преваходно за рекламирање производа и продавница, односно да имају маркетиншку сврху и информативног су карактера, и немају за циљ саму продају путем интернета. Наводе се даље, као препреке за обављање ове продаје, велики трошкови плаћања приликом *online* куповине од сваке трансакције, високи трошкови и лоши услови транспорта, као и бројна оштећења производа након услужног транспорта од стране курирских служби. Један од учесника је навео да се купци (потрошачи) пре куповине информишу телефоном о постојању траженог артикла, о времену испоруке, као и о томе да ли се она наплаћује без обзира на то што је то све написано на интернет страници. Овај учесник наводи да има утисак да просечан купац нема поверења да робу поручује „на клик“ и да би се та куповина обављала када он не би имао малопродајне објекте и када купац не би имао где да дође или када би једна цена (нижа) била на интернет страници а друга (скупља) у продавници. Истиче се то да у малопродаји купац има кључну улогу и да зато овај учесник преко сајта само рекламира своје продавнице.

На крају, Комисија је анализирали и навике потрошача у Србији и њихову склоност да купују производе преко интернета, и то на основу истраживања о коришћењу информационо-комуникационих технологија, које је у 2018. години спровео Републички завод за статистику. Овим истраживањем су била обухваћена и домаћинства и појединци, а део истраживања се односио на употребу интернета и електронско пословање у Србији. Истраживање је спроведено по методологији Евростата, на територији Републике Србије, с тим што у оквиру података за Републику Србију нису приказани подаци за АП Косово и Метохија.<sup>6</sup>

Према овом истраживању, 74,6% становника Републике Србије је користило интернет у последњих 12 месеци, а 24,2% становника није никада користило интернет. Интернет је при томе највише коришћен за тражење информација о роби и услугама (76,8% испитаника је ово навело као разлог коришћења интернета). Од укупног броја корисника интернета у 2018. години, 45,5% њих (или 33,9% становника Србије) је куповало/поручивало робу или услуге путем интернета у последњих годину дана, док 54,5% корисника интернета (или 40,6% становника Србије) то није никада радило, односно у последњих годину дана. Од оних корисника који су куповали преко интернета у 2018. години, 23,1% корисника је куповало електронску опрему (укључујући камере) и хардвер, што је заправо 7,8% становника Србије. Важно је поменути и да је 85,1% ових корисника интернета куповало куповало/поручивало робу или услуге од домаћих трговаца. Сходно наведеном, Комисија је оценила да овај модалитет трговине (продаје) није значајно заступљен, односно није својствен потрошачима у Србији, што потврђује њену оцену да тржиште малопродаје путем интернета, у овом поступку, није потребно издвајати као посебно релевантно тржиште.

Релевантна географска тржишта су одређена у складу са предлогом подносиоца пријаве – као локална тржишта, тј. као тржишта градова у којима су присутни и подносилац пријаве и циљна друштва. Реч је о градовима у којима постоје преклапања у пословању учесника у концентрацији, па је као релевантна географска тржишта, Комисија одредила следеће уже географске јединице, односно територије градова у којима послују учесници у концентрацији: Београд, Чачак, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Ниш, Нови Сад, Панчево, Рума, Сомбор, Сремска Митровица, Суботица, Шабац, Ваљево и Зрењанин.

---

<sup>6</sup> Вид. Употреба информационо-комуникационих технологија у Републици Србији, 2018., Република Србија, Републички завод за статистику, Београд, 2018.

## 5. Оцена ефеката концентрације

### Наводи подносиоца пријаве

На основу активности учесника у концентрацији и предложених дефиниција тржишта у пријави, подносилац пријаве наводи да, иако су он и циљна друштва конкуренти на предложеним релевантним тржиштима, постоји већи број фактора које треба имати у виду при анализи ефеката предметне концентрације који показују да преклапање између њих нема негативних ефеката на конкуренцију. Подносилац пријаве указује на то да концентрација не води стварању негативних ефеката нити на једном од релевантних тржишта, јер у већини градова углавном један од учесника или оба имају мало присуство. До значајнијих преклапања долази само у неколико највећих градова Србије у којима је ионако јак конкурентски притисак других учесника на тржишту.

У пријави се наводи и следеће:

- преклапања између учесника на појединим предложеним релевантним тржиштима нису значајна, а чак и тамо где постоје преклапања, учесници у концентрацији и даље трпе конкурентски притисак од осталих учесника на тржишту;

- постоји разноврсна и бројна конкуренција, односно јак конкурентски притисак на сваком од релевантних тржишта. Примера ради, поред специјализованих продавница за технику, постоји снажно присуство малих, локалних радњи/ланаца у појединим градовима. Такође, велики малопродајни ланци робе широке потрошње врше значајан конкурентски притисак на малопродавце електричних апарата за домаћинства, јер у својим објектима све више развијају и шире сегменте који се баве продајом електричних апарата за домаћинства, а присутни су прекогранично/регионално и неки чак производе и приватне робне марке. Додатно, сами произвођачи релевантних производа који су вертикално интегрисани врше додатни конкурентски притисак на учеснике у концентрацији. Описани конкурентски притисак ће се наставити и након концентрације;

- концентрација ће довести до синергија и уштеда у пословањима подносилаца пријаве, као и ширењу њихове малопродајне мреже и асортимана у корист потрошача;

- не постоје значајније административне, економске или правне баријере уласку на предложена релевантна тржишта, што је евидентно из постојања бројних локалних радњи или ланаца у бројним градовима. Штавише, у релативно скоријој будућности, а са развојем *online* трговине и либерализацијом *online* плаћања, може се очекивати улазак великих светских и европских играча који ће имати прилично тржишно учешће у свим робним групама као што су, према наводима подносилаца пријаве, Емаг Румунија, Алза Чешка, CoolBlue Бенелукс, Амазон, Алибаба и остали. У складу са тим, значајна је и потенцијална конкуренција;

- висок локални тржишни удео не значи нужно велику тржишну снагу. Постоје велики европски/светски произвођачи који припадају финансијски јаким групацијама, а присутни су на релевантним тржиштима или ће ући на њих у скоријој будућности, и потреба за консолидовањем домаћих компанија расте;

- релевантно тржиште Србије је врло динамично и ценовно врло конкурентно тржиште, са снажном и реалном могућношћу за промене у релативној позицији учесника на тржишту, односно потенцијалом конкурената да значајно прошире своју популарност међу потрошачима. Сходно томе, независно од концентрације, може се очекивати да ће конкуренти вршити снажан конкурентски притисак на учеснике у концентрацији, односно имаће подстицај и способност да повећају тржишно учешће, уколико би учесници покушали да подигну цене или асортиман и снабдевање након концентрације;

- релевантно тржиште Србије је и даље тржиште у развоју и представља незасићено тржиште. Са напретком економије и развоја сектора грађевинарства у

последњих неколико година, расте и предметно релевантно тржиште електричних апарата за домаћинства. Просечном потрошачу је порасла куповна моћ, па се тако потрошња шири са основних животних намирница на технику и апарате. Чињеница да тржиште није zasiћено указује да постоји потенцијал раста и развоја целокупног тржишта, тј. да ће учесници на тржишту пре тражити додатни приход подстицањем повећања обима продаје (кроз разне акције, додатне попусте и разноврсност портфолија) него повећањем цена.

Имајући у виду напред наведено, подносилац пријаве закључује да иако има хоризонталних преклапања између учесника у концентрацији на релевантном тржишту у Србији, неће бити негативних ефеката по конкуренцију на истом, и да концентрација неће довести до било каквог спречавања, ограничавања или нарушавања конкуренције у Србији, а нарочито неће имати било какве негативне ефекте на српско тржиште.

## **Оцена Комисије**

У току поступка, из података и изјашњења анкетираних добављача, конкурената и учесника у концентрацији, утврђено је, нарочито али не искључиво, следеће чињенично стање.

### **А. Оцена хоризонталних ефеката концентрације**

На основу достављених одговора конкурената и учесника у концентрацији, извршена је анализа релевантних тржишта током посматраног периода (2016-2018). Укупна величина сваког тржишта је утврђена као збир прихода свих учесника на конкретном тржишту остварених продајом у малопродајним објектима сваке категорије производа, а тржишни удели на основу остварених прихода сваког учесника.

На основу података анкетираних учесника на тржишту, може се закључити да се учесници у концентрацији на свим релевантним тржиштима, изузев тржишта великих кућних апарата на територији Новог Сада и тржишта ТВ, аудио и видео опреме на територији Суботице, налазе међу првих пет учесника на тржишту. Анкетирани конкуренти су у својим одговорима указали на овакву тржишну снагу учесника у концентрацији. Од укупног броја анкетираних (43 активна конкурента), 33 конкурента (77%) одговорила су да су им учесници у концентрацији највећи конкуренти или један од пет највећих конкурената у градовима у којима имају малопродајну мрежу. Оцењујући досадашње тржишно понашање учесника у концентрацији, односно циљних друштава, 15 конкурената је њихово понашање оценило као коректно или није имало примедби на понашање. Десет конкурената је негативно оценило понашање учесника у концентрацији (нпр. као неодговарајуће или као агресивно, у смислу агресивног маркетинга и спуштања цена у оквиру честих акција). Оцену понашања учесника у концентрацији није дало (или није могло да да) 18 конкурената.

Приликом давања оцене о томе хоће ли спровођење концентрације утицати на њихов сопствени положај, 11 конкурената је навело да ће концентрација негативно утицати на њихов положај на релевантним тржиштима (у смислу да ће доћи до ограничавања асортимана производа и контроле цена, слабљења преговарачког положаја анкетираних конкурената у односу на добављаче), један конкурент је позитивно оценио утицај концентрације, док је 18 конкурента одговорило да ће концентрација бити без утицаја на њихов положај. Преостали конкуренти (њих 13) нису могли да дају одговор, односно да дају своју процену. Оцењујући ефекте концентрације на крајње потрошаче у Србији, 15 учесника је изјавило да ће концентрација негативно утицати (због промене цена, асортимана и квалитета), док је осам конкурената изјавило да ће концентрација имати позитивне ефекте (у смислу нижих цена и већег избора за потрошаче). Девет конкурената је навело да ће



концентрација бити без утицаја на крајње потрошаче. Неизвесност у погледу ових ефеката је исказао један конкурент, а преостали конкуренти (њих 10) у својим одговорима нису дали или нису могли да дају своје оцене.

Један од учесника на тржишту малопродаје предметних категорија производа је навео да учесници у концентрацији имају „агресивну“ ценовну политику, у смислу да спуштају цене испод или на ниво трошкова пословања, и да је могуће да ће спровођењем концентрације таква пракса бити интензивирана. Наводи се и то да спровођењем концентрације долази до високе концентрисаности тржишта, нарочито на подручју града Београда, као и да се јачањем ланца малопродаје под контролом Roaming групе ствара купац са тржишном моћи и умањује избор алтернативних купаца, односно слаби се њихов потенцијал развоја. Закључује се да ће будућа група друштва имати значајан положај на тржишту малопродаје и тиме бити у могућности да намеће неповољније услове и на тржишту велепродаје.

У поднеску од 16. августа 2019. године, у коме се изјашњава на Обавештење Комисије, подносилац пријаве се изјаснио на наводе оних учесника на тржишту који су изразили противљење спровођењу концентрације и који су дали негативне оцене на тржишно понашање учесника у концентрацији. Подносилац пријаве је указао на напред наведене чињенице о броју анкетираних учесника који су дали позитивне и негативне оцене о досадашњем тржишном понашању учесника у концентрацији, односно циљних друштва, које су му представљене у Обавештењу, и закључио да је од укупног броја анкетираних учесника, позитивно или неутрално одговорило око 76%, односно већина анкетираних. Затим, у вези са оценама о томе хоће ли спровођење концентрације утицати на сопствени положај анкетираних учесника, подносилац пријаве опет закључује да је већина анкетираних (око 74%) одговорила позитивно или неутрално, а у вези са оценама ефеката концентрације на крајње потрошаче, да је око 65% анкетираних одговорило позитивно или неутрално. Подносилац пријаве наглашава одговоре о позитивним ефектима концентрације и опет напомиње да је већина конкурената (од 65% до 76%) одговорила позитивно или неутрално у односу на ефекте које предметна концентрација може имати на релевантном тржишту. Он указује и на то да „негативни“ коментари конкурената који се тичу маркетинга или спуштања цена у оквиру честих акција говоре у прилог чињеници да се ради о динамичном тржишту, како су учесници у концентрацији већ истицали у току читавог поступка, и да постоји ефикасна конкуренција међу учесницима на релевантном тржишту, која је позитивна за крајње потрошаче у смислу честих акција и спуштања малопродајних цена.

Указујући на баријере уласку на тржиште малопродаје у градовима у којима имају објекте, највише анкетираних конкурената (њих 29) је изјавило да таквих баријера нема, а пет конкурената је навело да су баријере високе (нпр. компликована процедура за добијање потребних дозвола за изградњу сопствених малопродајних објеката, недостатак пословног простора, цене закупа, ниска куповна моћ или висок порез на имовину и на закуп од физичких лица, високе марже и неисплатива делатност). Одговор није дало 9 конкурената, односно није могло да да такав одговор.

Истовремено, конкуренти су указали на бројне уласке на релевантна тржишта и на изласке са тих тржишта (у периоду 2016-2018), при чему је највише њих указало на ширење малопродајне мреже учесника у концентрацији (14 конкурената је дало такав одговор). Посматрана тржишта карактерише излазак са тржишта ланца технике „СВТ“ у 2017. години.

При томе, привредна друштва „GIGATRON“ и „TEHNOMEDIA CENTAR“ су у поступку потврдила да су у 2019. години у Београду отворила нове малопродајне објекте (GIGATRON четири објекта, а TEHNOMEDIA CENTAR три објекта), што такође потврђује динамичност тржишта малопродаје предметних категорија производа и непостојање значајнијих баријера на овим тржиштима. Комисија затим оцењује да се

може очекивати да ће у блиској будућности значајан конкурентски притисак вршити и учесници на тржишту продаје путем интернета, имајући у виду податке Републичког завода за статистику развој интернет продаје у Србији и о порасту трговине путем интернета (e-commerce).<sup>7</sup>

Оцену досадашњег тржишног понашања учесника у концентрацији дали су и анкетирани учесници на тржишту који послују као велетрговци на тржишту продаје наведених категорија производа (њих 19). Највише њих (14 учесника или 74% анкетираних) оценило је понашање учесника у концентрацији као коректно или задовољавајуће, односно није имало никакве примедбе. Два учесника су дала негативну оцену на њихово понашање (у смислу непрофесионалног понашања или нелојалне конкуренције), а три учесника нису била у могућности да дају одговор.

Приликом оцене да ли ће концентрација утицати на њихов сопствени положај на тржишту, анкетирани велетрговци су изјавили да концентрација неће утицати на њихов положај (њих 10), а три учесника су навела да ће концентрација имати позитиван утицај. Четири учесника су навела да ће се концентрација негативно одразити, у смислу да ће концентрација имати негативан утицај због потенцијалног монополског положаја, да ће утицати на раст трошкова пословања или да ће преговарачки положај бити још тежи, односно да може ослабити због укрупњавања. Два велетрговца нису могла да дају одговор или нису могла да предвиде такве ефекте.

Оцене ефеката концентрације на крајње потрошаче су такође биле подељене међу велетрговцима – три учесника је изјавило да ће концентрација позитивно утицати на потрошаче, а четири да ће се негативно одразити (у смислу раста цена и смањеног избора), док је четири учесника изјавило да ће концентрација бити без утицаја. Одговор није могло да да седам учесника, односно није могло да процени такве ефекте.

Преглед тржишних удела учесника на релевантним тржиштима за 2018. годину, као и заједнички удели подносиоца пријаве (тј. друштва ТЕННОМАНИЈА) и циљних друштава након концентрације на релевантним тржиштима производа дат је у наставку, у табелама.

На основу података приказаних у табели број 1, може се видети да је заједнички тржишни удео учесника у концентрацији (друштва ТЕННОМАНИЈА и циљних друштава) након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Београда износи 150-60/ %, 150-60/ %, 150-60/%, 130-40/% и 130-40/%, респективно. [...].

---

<sup>7</sup> Вид. Употреба информационо-комуникационих технологија у Републици Србији, 2018., Република Србија, Републички завод за статистику, Београд, 2018.

Табела бр. 1: Тржишни удели у Београду, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/50-60/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
Emmezeta Srbija doo	/10-20/%	
GIGATRON	/5-10/%	
HOME PLUS	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
STUDIO S & M	/0-5/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
XLS doo	/0-5/%	
TEHNORING	/0-5/%	
COOL SHOP DOO	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
Bosch-interprom	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
BK EUROLINE DOO	/0-5/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5/%	
Laptop Centar	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/40-50/%</b>	<b>/50-60/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	
COOL SHOP DOO	/5-10/%	
Gorenje doo	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
STUDIO S & M	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
TEHNORING	/0-5/%	
Bosch-interprom	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
BK EUROLINE DOO	/0-5/%	
XLS doo	/0-5/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
Laptop Centar	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/50-60/%</b>
GIGATRON	/20-30/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
Emmezeta Srbija doo	/10-20/%	
XLS doo	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
TEHNORING	/0-5/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5/%	
BK EUROLINE DOO	/0-5/%	
COOL SHOP DOO	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
Laptop Centar	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Bosch-interprom	/0-5/%	
STUDIO S & M	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/40-50/%	<b>/30-40/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
XLS doo	/5-10/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Emmezeta Srbija doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
TEHNORING	/0-5/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
Laptop Centar	/0-5/%	
BK EUROLINE DOO	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
Bosch-interprom	/0-5/%	
COOL SHOP DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
STUDIO S & M	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/30-40/%	<b>/30-40/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
XLS doo	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Emmezeta Srbija doo	/0-5/%	
Laptop Centar	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
TEHNORING	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
COOL SHOP DOO	/0-5/%	
BK EUROLINE DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Bosch-interprom	/0-5/%	
STUDIO S & M	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

**Табела бр. 2: Тржишни удели у Чачку, 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/40-50/%</b>
Emmezeta Srbija doo	/20-30/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
METALAC MARKET DOO	/10-20/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
USPON DOO	/0-5/%	
GIGATRON	/0-5/%	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/30-40/%</b>
METALAC MARKET DOO	/10-20/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
Emmezeta Srbija doo	/10-20/%	
Gorenje doo	/10-20/%	
TANDEM DOO	/10-20/%	
USPON DOO	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
GIGATRON	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
Emmezeta Srbija doo	/10-20/%	
USPON DOO	/10-20/%	
GIGATRON	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/40-50/%</b>
GIGATRON	/20-30/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
USPON DOO	/10-20/%	
TANDEM DOO	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Emmezeta Srbija doo	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/40-50/%</b>	<b>/40-50/%</b>
USPON DOO	/30-40/%	
GIGATRON	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Emmezeta Srbija doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 2, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Чачка износи /40-50%/, /30-40%/, /40-50%/, /40-50% и /40-50%/, респективно. [...].

Табела бр. 3: Тржишни удели у Крагујевцу, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/10-20/%	/20-30/%
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
Mercator-S doo	/10-20/%	
METRO Cash&Carry doo	/10-20/%	
GIGATRON	/10-20/%	
HOME PLUS	/5-10/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
TEMPO DOO KRAGUJEVAC	/5-10/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/20-30/%	/20-30/%
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
TEMPO DOO KRAGUJEVAC	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/20-30/%	/30-40/%
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
Mercator-S doo	/5-10/%	
TEMPO DOO KRAGUJEVAC	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/50-60/%	/30-40/%
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/5-10/%	
TEMPO DOO KRAGUJEVAC	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/40-50/%	/40-50/%
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
TEMPO DOO KRAGUJEVAC	/0-5/%	
TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 3, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Крагујевца износи /20-30/%, /20-30/%, /30-40/%, /30-40/% и /40-50/%, респективно. [...].

**Табела бр. 4: Тржишни удели у Краљеву, 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/20-30/%	<b>/30-40/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
METALAC MARKET DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
Gorenje doo	/5-10/%	
DOO KONDOR AS	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/20-30/%	<b>/20-30/%</b>
Gorenje doo	/20-30/%	
METALAC MARKET DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
DOO KONDOR AS	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/20-30/%	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
GIGATRON	/10-20/%	
DOO KONDOR AS	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/40-50/%</b>
GIGATRON	/30-40/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
DOO KONDOR AS	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/50-60/%</b>	<b>/60-70/%</b>
GIGATRON	/20-30/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
DOO KONDOR AS	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 4, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Краљева износи **/30-40/%**, **/20-30/%**, **/40-50/%**, **/40-50/%** и **/60-70/%**, респективно. [...].

Табела бр. 5: Тржишни удели у Крушевцу, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/20-30/%	<b>/30-40/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
Mercator-S doo	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
DOO KONDOR AS	/5-10/%	
Gorenje doo	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
TEHNO VULKAN	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/20-30/%	<b>/10-20/%</b>
Gorenje doo	/20-30/%	
DOO KONDOR AS	/10-20/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
TEHNO VULKAN	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/20-30/%	<b>/30-40/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
GIGATRON	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
Mercator-S doo	/10-20/%	
DOO KONDOR AS	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
TEHNO VULKAN	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/40-50/%	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/5-10/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
DOO KONDOR AS	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
TEHNO VULKAN	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/40-50/%</b>	<b>/40-50/%</b>
GIGATRON	/30-40/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/5-10/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
DOO KONDOR AS	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
TEHNO VULKAN	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 5, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Крушевца износи /30-40/%, /10-20/%, /30-40/%, /40-50/% и /40-50/%, респективно. [...].

Табела бр. 6: Тржишни удели у Нишу, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/30-40/%</b>
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
Svetlost doo	/10-20/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/5-10/%	
Jakov Sistem doo	/5-10/%	
Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
METRO Cash&Carry doo	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
PB NITOM DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
Svetlost doo	/20-30/%	<b>/30-40/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
Gorenje doo	/5-10/%	
Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
GIGATRON	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
PB NITOM DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/40-50/%</b>
GIGATRON	/10-20/%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Svetlost doo	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
PB NITOM DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/40-50/%	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/40-50/%</b>	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/5-10/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Emmezeta Srbija doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
PB NITOM DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Svetlost doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/50-60/%</b>	<b>/50-60/%</b>
GIGATRON	/30-40/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Emmezeta Srbija doo	/0-5/%	
Jakov Sistem doo	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
PB NITOM DOO	/0-5/%	
Svetlost doo	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 6, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Ниша износи /30-40/%, /30-40/%, /40-50/%, /40-50/% и /50-60/%, респективно. [...].



Табела бр. 7: Тржишни удели у Новом Саду, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/30-40/%</b>
Mercator-S doo	/10-20/%	
EUROTEHNA-021 DOO	/10-20/%	
HOME PLUS	/10-20/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
DR TECHNO VB DOO	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
BRICO S DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/30-40/%</b>
EUROTEHNA-021 DOO	/10-20/%	
Gorenje doo	/10-20/%	
DR TECHNO VB DOO	/10-20/%	
Mercator-S doo	/10-20/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
HOME PLUS	/5-10/%	
BRICO S DOO	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
METALAC HOME MARKET	/5-10/%	
METRO Cash&Carry doo	/5-10/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/20-30/%	<b>/30-40/%</b>
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
Mercator-S doo	/10-20/%	
DR TECHNO VB DOO	/10-20/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
BRICO S DOO	/0-5/%	
EUROTEHNA-021 DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/50-60/%	<b>/30-40/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
DR TECHNO VB DOO	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
BRICO S DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
EUROTEHNA-021 DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/40-50/%</b>
GIGATRON	/30-40/%	
DR TECHNO VB DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
Mercator-S doo	/0-5/%	
HOME PLUS	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
BRICO S DOO	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
EUROTEHNA-021 DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 7, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Новог Сада износи /30-40/%, /30-40/%, /30-40/%, /30-40/% и /40-50/%, респективно. [...].

**Табела бр. 8: Тржишни удели у Панчеву, 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/60-70/%</b>	<b>/70-80/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10/%	
DOO TRGO-BAN	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/50-60/%</b>	<b>/60-70/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
DOO TRGO-BAN	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/50-60/%</b>	<b>/70-80/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
GIGATRON	/10-20/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
DOO TRGO-BAN	/0-5/%	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>Tehnomanija</b>	<b>/40-50/%</b>	<b>/60-70/%</b>
GIGATRON	/10-20/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
DOO TRGO-BAN	/0-5/%	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/70-80/%</b>
<b>Tehnomanija</b>	<b>/30-40/%</b>	
GIGATRON	/20-30/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
DOO TRGO-BAN	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 8, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Панчева износи */70-80/%*, */60-70/%*, */70-80/%*, */60-70/%* и */70-80/%*, респективно. [...].

**Табела бр. 9: Тржишни удели у Руми, 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
ELEKTROTERM MC 022 DOO	/60-70/%	<b>/20-30/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
METALAC HOME MARKET	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
ELEKTROTERM MC 022 DOO	/40-50/%	<b>/30-40/%</b>
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
METALAC HOME MARKET	/10-20/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
GIGATRON	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
ELEKTROTERM MC 022 DOO	/30-40/%	<b>/40-50/%</b>
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
GIGATRON	/10-20/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
ELEKTROTERM MC 022 DOO	/30-40/%	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
GIGATRON	/20-30/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/50-60/%</b>
GIGATRON	/20-30/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
ELEKTROTERM MC 022 DOO	/10-20/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 9, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Руме износи /20-30/%, /30-40/%, /40-50/%, /40-50/% и /50-60/%, респективно. [...].

**Табела бр. 10: Тржишни удели у Сомбору, 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
ELBRACO GROUP DOO	/30-40/%	<b>/40-50/%</b>
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
Gorenje doo	/10-20/%	
GIGATRON	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
ELBRACO GROUP DOO	/40-50/%	<b>/20-30/%</b>
Gorenje doo	/20-30/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
GIGATRON	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
ELBRACO GROUP DOO	/30-40/%	<b>/40-50/%</b>
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
GIGATRON	/10-20/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/50-60/%	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
ELBRACO GROUP DOO	/5-10/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/50-60/%</b>
GIGATRON	/30-40/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
ELBRACO GROUP DOO	/10-20/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 10, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Сомбора износи **/40-50/%**, **/20-30/%**, **/40-50/%**, **/40-50/%** и **/50-60/%**, респективно. [...].

**Табела бр. 11: Тржишни удели у Сремској Митровици, 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TESLA DOO	/40-50/%	/40-50/%
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
GIGATRON	/5-10/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	/50-60/%
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
TESLA DOO	/10-20/%	
GIGATRON	/10-20/%	
METALAC HOME MARKET	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	/60-70/%
GIGATRON	/30-40/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30/%</b>	
TESLA DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/50-60/%	/40-50/%
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
TESLA DOO	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/40-50/%</b>	/50-60/%
GIGATRON	/40-50/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
TESLA DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 11, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Сремске Митровице износи /40-50/%, /50-60/%, /60-70/%, /40-50/% и /50-60/%, респективно. [...].

Табела бр. 12: Тржишни удели у Суботици, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
DOO MAGNOTRON-PROMET	/30-40/%	/20-30/%
Mercator-S doo	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
DUDI C.O. DOO	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
K-OFFICE DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
DOO MAGNOTRON-PROMET	/50-60/%	/10-20/%
DUDI C.O. DOO	/10-20/%	
<b>WIN WIN</b>	<b>/5-10/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
Mercator-S doo	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
K-OFFICE DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	/30-40/%
DUDI C.O. DOO	/10-20/%	
GIGATRON	/10-20/%	
DOO MAGNOTRON-PROMET	/10-20/%	
Mercator-S doo	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
K-OFFICE DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/40-50/%	/30-40/%
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
DUDI C.O. DOO	/5-10/%	
DOO MAGNOTRON-PROMET	/5-10/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
K-OFFICE DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/40-50/%</b>	/50-60/%
GIGATRON	/20-30/%	
K-OFFICE DOO	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
DUDI C.O. DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
ELEMENTA DOO	/0-5/%	
DOO MAGNOTRON-PROMET	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 12, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Суботице износи /20-30/%, /10-20/%, /30-40/%, /30-40/% и /50-60/%, респективно. [...].

Табела бр. 13: Тржишни удели у Шапцу, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TECHNIC TRADE DOO ŠABAC	/30-40/%	/20-30/%
Mercator-S doo	/10-20/%	
WIN WIN	/10-20/%	
Tehnomanija	/10-20/%	
Gorenje doo	/5-10/%	
GIGATRON	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
Gorenje doo	/20-30/%	/20-30/%
TECHNIC TRADE DOO ŠABAC	/20-30/%	
Mercator-S doo	/10-20/%	
Tehnomanija	/10-20/%	
WIN WIN	/10-20/%	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
GIGATRON	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
TECHNIC TRADE DOO ŠABAC	/20-30/%	/30-40/%
WIN WIN	/20-30/%	
Mercator-S doo	/10-20/%	
GIGATRON	/10-20/%	
Tehnomanija	/10-20/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/40-50/%	/50-60/%
WIN WIN	/30-40/%	
Tehnomanija	/10-20/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
TECHNIC TRADE DOO ŠABAC	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
WIN WIN	/40-50/%	/50-60/%
GIGATRON	/30-40/%	
Tehnomanija	/10-20/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
TECHNIC TRADE DOO ŠABAC	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 13, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Шапца износи /20-30/%, /20-30/%, /30-40/%, /50-60/% и /50-60/%, респективно. [...].

**Табела бр. 14: Тржишни удели у Ваљеву, 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30/%</b>	<b>/40-50/%</b>
Mercator-S doo	/10-20/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
GIGATRON	/10-20/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/10-20/%	
Gorenje doo	/10-20/%	
METALAC MARKET DOO	/5-10/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
Gorenje doo	/30-40/%	<b>/20-30/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/10-20/%	
METALAC MARKET DOO	/10-20/%	
GIGATRON	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	<b>/40-50/%</b>
GIGATRON	/20-30/%	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20/%</b>	
Mercator-S doo	/10-20/%	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/50-60/%	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
GIGATRON	/40-50/%	<b>/40-50/%</b>
<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40/%</b>	
<b>Tehnomanija</b>	<b>/5-10/%</b>	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 14, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Ваљева износи **/40-50/%**, **/20-30/%**, **/40-50/%**, **/40-50/%** и **/40-50/%**, респективно. [...].



Табела бр. 15: Тржишни удели у Зрењанину, 2018. година

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
Tehnomanija	/30-40/%	/50-60/%
WIN WIN	/10-20/%	
CITY SHOP 2	/10-20/%	
DOO CEZAR PLUS	/5-10/%	
JOVANA	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
METALAC HOME MARKET	/5-10/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
GIGATRON	/0-5/%	
TIŠMA DOO	/0-5/%	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
DOO CEZAR PLUS	/20-30/%	/10-20/%
CITY SHOP 2	/10-20/%	
JOVANA	/10-20/%	
Tehnomanija	/10-20/%	
WIN WIN	/5-10/%	
Gorenje doo	/5-10/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
GIGATRON	/0-5/%	
TIŠMA DOO	/0-5/%	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

ТВ, АУДИО И ВИДЕО ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
Tehnomanija	/30-40/%	/50-60/%
WIN WIN	/20-30/%	
GIGATRON	/10-20/%	
DOO CEZAR PLUS	/10-20/%	
JOVANA	/10-20/%	
CITY SHOP 2	/5-10/%	
Mercator-S doo	/5-10/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
TIŠMA DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
WIN WIN	/30-40/%	/50-60/%
GIGATRON	/30-40/%	
Tehnomanija	/20-30/%	
DOO CEZAR PLUS	/0-5/%	
JOVANA	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
TIŠMA DOO	/0-5/%	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
CITY SHOP 2	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА		
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Заједнички тржишни удео учесника у концентрацији
WIN WIN	/40-50/%	/60-70/%
GIGATRON	/20-30/%	
Tehnomanija	/20-30/%	
DOO CEZAR PLUS	/0-5/%	
Mercator-S doo	/0-5/%	
JOVANA	/0-5/%	
METALAC HOME MARKET	/0-5/%	
TANDEM DOO	/0-5/%	
Gorenje doo	/0-5/%	
TIŠMA DOO	/0-5/%	
CITY SHOP 2	/0-5/%	
Укупно:	100,00%	

На основу података приказаних у табели број 15, може се видети да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији након концентрације на релевантним тржиштима производа на територији Зрењанина износи /50-60/%, /10-20/%, /50-60/%, /50-60/% и /60-70/%, респективно. [...].

Приликом оцене ефеката концентрације на релевантним тржиштима, Комисија је закључила да ће њено спровођење изазвати одређене хоризонталне и вертикалне ефекте на тим тржиштима. Иако су учесници у концентрацији директни конкуренти на свим дефинисаним релевантним тржиштима, што указује на то да се ради примарно о хоризонталној концентрацији, Комисија је оценила да ће њено спровођење имати и одређене вертикалне ефекте, будући да се подносилац пријаве бави велепродајом наведених категорија производа.

Анализа у поступку је показала да ће након концентрације доћи до повезивања два највећа малопродајна ланца кућних апарата и електричних апарата за домаћинство у Србији (као и у одређеним градовима), односно два директна конкурента, имајући у виду њихову финансијску снагу (изражену преко годишњег прихода), број малопродајних објеката и њихову регионалну заступљеност на територији Србије, као и претежну делатност циљних друштава и друштва TEHNOMANIJA. Учесници у концентрацији заједно имају највише малопродајних објеката у Србији, у поређењу са другим конкурентима, а посебно у односу на друштво „GIGATRON“, за које је утврђено да једино има малопродајне објекте на свим релевантним географским

тржиштима. Друштво „GIGATRON“ има више малопродајних објеката од друштва ТЕННОМАНЈА, али зато подносилац пријаве има знатно већу тржишну снагу, имајући у виду релевантне економске и друге показатеље, што ће бити детаљније објашњено. Остали конкуренти у Републици Србији, односно на релевантним тржиштима, присутни су регионално, односно локално (у појединим градовима у Србији, често и у Београду), при чему неки од њих се баве и продајом других производа, а не само кућних апарата и електричних апарата за домаћинство.

Процењујући економску и финансијску снагу циљних друштава и друштва ТЕННОМАНЈА, Комисија је анализирао и њихове остварене приходе и утврдила да су, према подацима из пријаве и јавно објављених финансијских извештаја за 2018. годину, њихови приходи око [...] (ТЕННОМАНЈА) и око [...] (циљна друштва) – заједно око [...], што је вишеструко више од прихода друштва „GIGATRON“, који, према подацима из јавно објављеног редовног годишњег финансијског извештаја за 2018. годину, износе око 55,8 милиона евра. Комисија је затим закључила да је друштво „Roaming Electronics“ вертикално интегрисано друштво, јер се бави и veleпродајом наведених категорија производа, што значајно олакшава његово пословање на тржишту Републике Србије, на коме ово друштво и реализује највећи део своје укупне пословне активности. Осим тога, и друштво ТЕННОМАНЈА се бави veleпродајом, с тим што је мање од [...] од укупних прихода остварило на овај начин.

Анализирајући критеријуме за оцену дозвољености концентрације предвиђене Законом, посебно (али не искључиво) структуру релевантних тржишта и тржишне уделе циљних друштава и друштва ТЕННОМАНЈА, и њихових главних конкурената, као и баријере за улазак на тржишта, Комисија је оценила да концентрација неће значајно ограничити, нарушити или спречити конкуренцију на релевантним тржиштима производа у следећим градовима: Чачак, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Ниш, Нови Сад, Рума, Сомбор, Суботица, Шабац и Ваљево.

Комисија је на основу примењених критеријума проценила да реализација предметне концентрације не доводи до опасности у погледу ограничавања конкуренције на малопродајним тржиштима предметних категорија производа. Комисија сматра да на овим релевантним тржиштима постоји конкуренција између активних учесника на овом тржишту.

Као што се може видети у табелама, у готово свим овим градовима на релевантним тржиштима производа удео подносиоца пријаве, односно заједнички удео циљних друштава и друштва ТЕННОМАНЈА након концентрације ће бити мањи од 50% (у 5 градова на свим тржиштима производа), с тим што ће у једном граду на једном тржишту производа тај удео бити већи од 60%, и то на тржишту рачунара и друге ИТ опреме у Краљеву. Посматрано по свим тржиштима производа у овим градовима, статистика заједничких тржишних удела циљних друштава и друштва ТЕННОМАНЈА након концентрације показује да ће на највише тржишта тај удео бити 30-40% (16 тржишта) и 40-50% (21 тржиште). Удео од 10-20% ће имати на два тржишта, удео од 20-30% на 9 тржишта, удео од 50-60% на 6 тржишта, а удео већи од 60% на једном тржишту. Посматрано по категоријама производа, статистика удела у наведених 11 градова приказана је у табели бр. 16, из које се види да ће учесници у концентрацији највише уделе имати на тржиштима рачунара и друге ИТ опреме, а најниже уделе на тржиштима великих кућних апарата.

**Табела бр. 16: Заједнички тржишни удели учесника у концентрацији по тржиштима производа – статистика (Чачак, Крагујевац, Краљево, Крушевац, Ниш, Нови Сад, Рума, Сомбор, Суботица, Шабац и Ваљево)**

	мали кућни апарати					
	10-20%	20-30%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%
<b>број градова</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>		
	велики кућни апарати					
	10-20%	20-30%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%
<b>број градова</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4</b>			
	ТВ, аудио и видео опрема					
	10-20%	20-30%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%
<b>број градова</b>			<b>5</b>	<b>6</b>		
	мобилни и фиксни телефони					
	10-20%	20-30%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%
<b>број градова</b>			<b>3</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	
	рачунари и друга ИТ опрема					
	10-20%	20-30%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%
<b>број градова</b>				<b>5</b>	<b>5</b>	<b>1</b>

У односу на претходно изнета упозорења појединих анкетираних конкурената, која проистичу из исказаног страха и бојазни од снаге доминатног учесника на тржишту, Комисија указује на то да је разлика која постоји у тржишној снази учесника који су активни на одређеном релевантном тржишту потпуно легитимна тржишна ситуација и да је она постојала и пре спровођења концентрације. Истовремено, Комисија је оценила да анкетирани учесници нису пружили доказе и релевантне анализе о могућим негативним ефектима ове концентрације (ни у погледу цена, ни у погледу других параметара конкуренције на тржишту или ефеката на потрошаче) који би подржали њихове наводе. Такав закључак подржавају одговори осталих анкетираних конкурената, који су дали позитивне оцене у вези са концентрацијом, због чега је Комисија оценила да другачије оцене нису довољан аргумент да се сматра да ће концентрација нарушити конкуренцију на релевантим тржиштима производима у Чачку, Крагујевцу, Краљеву, Крушевцу, Нишу, Новом Саду, Руми, Сомбору, Суботици, Шапцу и Ваљево. На наведеним тржиштима се уочава да се подносилац пријаве суочава са снажним конкурентским притисцима конкурената, нарочито регионално, односно локално присутних учесника на релевантним тржиштима производа, са значајним тржишним уделитема. Имајући у виду структуру предметних тржишта и тржишне уделе конкурената, као што је раније објашњено и приказано у табелама, на овим релевантним тржиштима постоји конкуренција између активних учесника на овом тржишту и у готово свим овим градовима на релевантним тржиштима производа удео подносиоца пријаве, односно заједнички удео циљних друштава и друштва ТЕННОМАНИЈА након концентрације ће бити мањи од 50%. Комисија је истовремено, анализирајући све достављене и прикупљене податке, утврдила да на релевантним тржиштима производа у наведеним градовима, подносилац пријаве након концентрације неће стећи доминантан положај на тржиштима ових градова.

Анализирајући критеријуме за оцену дозвољености концентрације на релевантним тржиштима у осталим градовима (Београд, Панчево, Сремска Митровица и Зрењанин), Комисија је закључила да ће подносилац пријаве након концентрације стећи доминантан положај на тржиштима ових градова, јер се, у смислу члана 15. Закона, он може сматрати учесником на тржишту који, због своје тржишне снаге, може да послује на релевантном тржишту у значајној мери независно у односу на стварне или потенцијалне конкуренте, купце, добављаче или потрошаче.

Оцену тржишне снаге подносиоца пријаве након концентрације, Комисија је вршила према критеријумима из Закона, који се односе на релевантне економске и

друге показатеље, узимајући у обзир и економску и финансијску снагу подносиоца пријаве и степен његове вертикалне интегрисаности, као што је раније објашњено. Анализирајући остале критеријуме за оцену дозвољености концентрације, осим структуре релевантног тржишта и тржишних удела учесника у концентрацији, односно процену доминантног положаја, Комисија је закључила да се спровођењем концентрације у наведеним градовима уклањају важни (директни) конкурентски притисци који су пре концентрације постојали између учесника у концентрацији. Комисија истовремено оцењује да уклањањем конкурентских притисака, подносилац пријаве има могућност да самостално искоришћава стечену тржишну моћ на тржиштима ових градова (нпр. да повећа цене након концентрације).

Као што се може видети у табелама, удео подносиоца пријаве након концентрације у овим градовима неће бити мањи од 30% (осим на једном тржишту у једном граду, на којем ће бити 10-20%), а у неким градовима, односно на појединим тржиштима производа тај удео ће бити 70-80%. Уделе од по 50-60% и 60-70%, подносилац пријаве ће имати у свим градовима, односно на највише тржишта производа, на шест, односно пет тржишта, респективно. Посматрано по категоријама производа, статистика удела у наведена четири града приказана је у табели бр. 17, из које се види да ће подносилац пријаве највише уделе имати на тржиштима малих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, и рачунара и друге ИТ опреме.

**Табела бр. 17: Заједнички тржишни удели учесника у концентрацији по тржиштима производа – статистика (Београд, Панчево, Сремска Митровица и Зрењанин)**

	мали кућни апарати					
	10-20%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%	70-80%
<b>број градова</b>			<b>1</b>	<b>2</b>		<b>1</b>
	велики кућни апарати					
	10-20%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%	70-80%
<b>број градова</b>	<b>1</b>			<b>2</b>	<b>1</b>	
	ТВ, аудио и видео опрема					
	10-20%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%	70-80%
<b>број градова</b>				<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	мобилни и фиксни телефони					
	10-20%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%	70-80%
<b>број градова</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	
	рачунари и друга ИТ опрема					
	10-20%	30-40%	40-50%	50-60%	60-70%	70-80%
<b>број градова</b>		<b>1</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Анализирајући ефекте концентрације на тржиштима Београда, Панчева, Сремске Митровице и Зрењанина, Комисија је првенствено анализирала структуру релевантних тржишта, тржишне уделе учесника у концентрацији и осталих учесника на тржишту, као и стварне и потенцијалне конкуренте. Комисија је закључила да ће подносилац пријаве имати водећу улогу на готово свим тржиштима производа. На бројним тржиштима производа, преостали конкуренти имају знатно ниже тржишне уделе од подносиоца пријаве и не постоје значајнији конкуренти који би вршили конкурентски притисак на њега. На појединим тржиштима су присутни конкуренти од локалног, односно регионалног значаја (нпр. у Сремској Митровици и Београду), али то не утиче да положај подносиоца пријаве на осталим тржиштима не буде додатно ојачан.

На одређеним релевантним тржиштима производа ће доћи до битне промене структуре тржишта и до значајног увећања тржишног удела подносиоца пријаве, и до значајног увећања степена концентрисаности ових тржишта, што се може видети из

табела приказаних у наставку, у којима је дат преглед тржишних удела у периоду 2016-2018, Херфиндал-Хиршмановог индекса и промене овог индекса.<sup>8</sup>

## БЕОГРАД

Табела бр. 18: Преглед тржишта малопродаје малих кућних апарата у Београду, 2016-2018.

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/40-50/%	Tehnomanija	/30-40/%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/30-40/%</b>	/50-60/%	[...]	[...]
WIN WIN	/10-20/%	WIN WIN	/10-20/%	<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>		[...]	[...]
HOME PLUS	/5-10/%	Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	Emmezeta Srbija doo	/10-20/%	/10-20/%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/5-10/%	HOME PLUS	/5-10/%	GIGATRON	/5-10/%	/5-10/%	[...]	[...]
Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	Mercator-S doo	/5-10/%	HOME PLUS	/5-10/%	/5-10/%	[...]	[...]
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	GIGATRON	/5-10/%	Mercator-S doo	/5-10/%	/5-10/%	[...]	[...]
STUDIO S & M	/0-5/%	STUDIO S & M	/0-5/%	METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	STUDIO S & M	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
MOSKOMERC	/0-5/%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
GIGATRON	/0-5/%	METALAC MARKET DOO	/0-5/%	Gorenje doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Gorenje doo	/0-5/%	Gorenje doo	/0-5/%	METALAC MARKET DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	TEHNORING	/0-5/%	XLS doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
COOL SHOP DOO	/0-5/%	COOL SHOP DOO	/0-5/%	TEHNORING	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Bosch-interprom	/0-5/%	XLS doo	/0-5/%	COOL SHOP DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
XLS doo	/0-5/%	TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
BK EUROLINE DOO	/0-5/%	Bosch-interprom	/0-5/%	Bosch-interprom	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
TEHNORING	/0-5/%	BK EUROLINE DOO	/0-5/%	Jakov Sistem doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Laptop Centar	/0-5/%	Laptop Centar	/0-5/%	BK EUROLINE DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Jakov Sistem doo	/0-5/%	Jakov Sistem doo	/0-5/%	TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
ELEMENTA DOO	/0-5/%	MOSKOMERC	/0-5/%	Laptop Centar	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
		ELEMENTA DOO	/0-5/%	ELEMENTA DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	2.062	3.244
								1.182

Табела бр. 19: Преглед тржишта малопродаје великих кућних апарата у Београду, 2016-2018.

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/40-50/%	Tehnomanija	/40-50/%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/40-50/%</b>	/50-60/%	[...]	[...]
WIN WIN	/10-20/%	WIN WIN	/10-20/%	<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20/%</b>		[...]	[...]
COOL SHOP DOO	/5-10/%	COOL SHOP DOO	/5-10/%	Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	/5-10/%	[...]	[...]
Gorenje doo	/5-10/%	Gorenje doo	/5-10/%	COOL SHOP DOO	/5-10/%	/5-10/%	[...]	[...]
Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	BK EUROLINE DOO	/5-10/%	Gorenje doo	/5-10/%	/5-10/%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5/%	Emmezeta Srbija doo	/5-10/%	GIGATRON	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	Mercator-S doo	/0-5/%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
HOME PLUS	/0-5/%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5/%	Mercator-S doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
MOSKOMERC	/0-5/%	HOME PLUS	/0-5/%	TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
GIGATRON	/0-5/%	GIGATRON	/0-5/%	HOME PLUS	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
STUDIO S & M	/0-5/%	TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5/%	STUDIO S & M	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
METALAC MARKET DOO	/0-5/%	STUDIO S & M	/0-5/%	METALAC MARKET DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	METALAC MARKET DOO	/0-5/%	TEHNORING	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Bosch-interprom	/0-5/%	TEHNORING	/0-5/%	Bosch-interprom	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
BK EUROLINE DOO	/0-5/%	Bosch-interprom	/0-5/%	METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
TEHNORING	/0-5/%	METRO Cash&Carry doo	/0-5/%	BK EUROLINE DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
XLS doo	/0-5/%	XLS doo	/0-5/%	XLS doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Jakov Sistem doo	/0-5/%	Laptop Centar	/0-5/%	TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Laptop Centar	/0-5/%	Jakov Sistem doo	/0-5/%	Jakov Sistem doo	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
ELEMENTA DOO	/0-5/%	MOSKOMERC	/0-5/%	ELEMENTA DOO	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
		ELEMENTA DOO	/0-5/%	Laptop Centar	/0-5/%	/0-5/%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	2.441	3.564
								1.124

<sup>8</sup> У складу са чланом 6. став 2. Уредбе о садржини и начину подношења пријаве концентрације, Комисија је утврђивала степен концентрације на предложеним релевантним тржиштима, означен као Херфиндал-Хиршманов индекс (*Herfindahl-Hirschman Index*, даље у тексту: НН индекс), као збир квадрата појединачних удела свих учесника на релевантном тржишту. Промена (делта) НН индекса представља двоструки производ тржишних удела учесника у концентрацији, односно промену вредности НН индекса након спровођења концентрације у односу на његову вредност пре спровођења концентрације. Ова промена се сматра корисним показатељем промене конкурентских притисака услед реализовања концентрације.

Табела бр. 20: Преглед тржишта малопродаје ТВ, аудио и видео опреме у Београду, 2016-2018.

ТВ, ВИДЕО И АУДИО ОПРЕМА								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/30-40%	Tehnomanija	/30-40%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/30-40%</b>	/50-60%	[...]	[...]
WIN WIN	/20-30%	WIN WIN	/20-30%	<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20%</b>		[...]	[...]
GIGATRON	/10-20%	GIGATRON	/10-20%	GIGATRON	/20-30%	/20-30%	[...]	[...]
Emmezeta Srbija doo	/5-10%	Emmezeta Srbija doo	/10-20%	Emmezeta Srbija doo	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]
XLS doo	/5-10%	XLS doo	/5-10%	XLS doo	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
HOME PLUS	/0-5%	HOME PLUS	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	HOME PLUS	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
MOSKOMERC	/0-5%	METRO Cash&Carry doo	/0-5%	METRO Cash&Carry doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METRO Cash&Carry doo	/0-5%	TRI O DOO ARANDELOVAC	/0-5%	TRI O DOO ARANDELOVAC	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METALAC MARKET DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Laptop Centar	/0-5%	TEHNORING	/0-5%	TEHNORING	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
BK EUROLINE DOO	/0-5%	BK EUROLINE DOO	/0-5%	TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
COOL SHOP DOO	/0-5%	Laptop Centar	/0-5%	BK EUROLINE DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Jakov Sistem doo	/0-5%	COOL SHOP DOO	/0-5%	COOL SHOP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
TEHNORING	/0-5%	Jakov Sistem doo	/0-5%	Jakov Sistem doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
ELEMENTA DOO	/0-5%	ELEMENTA DOO 2	/0-5%	ELEMENTA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Bosch-interprom	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	Laptop Centar	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Gorenje doo	/0-5%	MOSKOMERC	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
STUDIO S & M	/0-5%	STUDIO S & M	/0-5%	Bosch-interprom	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
		Bosch-interprom	/0-5%	STUDIO S & M	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	2.096	3.199
								1.103

Табела бр. 21: Преглед тржишта малопродаје мобилних и фиксних телефона у Београду, 2016-2018.

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
GIGATRON	/30-40%	GIGATRON	/40-50%	GIGATRON	/40-50%	/40-50%	[...]	[...]
Tehnomanija	/20-30%	WIN WIN	/20-30%	<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30%</b>	/30-40%	[...]	[...]
WIN WIN	/20-30%	Tehnomanija	/10-20%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20%</b>		[...]	[...]
XLS doo	/10-20%	XLS doo	/10-20%	XLS doo	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Emmezeta Srbija doo	/0-5%	Emmezeta Srbija doo	/0-5%	Emmezeta Srbija doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
HOME PLUS	/0-5%	METRO Cash&Carry doo	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METRO Cash&Carry doo	/0-5%	HOME PLUS	/0-5%	METRO Cash&Carry doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
MOSKOMERC	/0-5%	Laptop Centar	/0-5%	TEHNORING	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Laptop Centar	/0-5%	TEHNORING	/0-5%	TEHNOMEDIA CENTAR DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
BK EUROLINE DOO	/0-5%	TRI O DOO ARANDELOVAC	/0-5%	TRI O DOO ARANDELOVAC	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METALAC MARKET DOO	/0-5%	BK EUROLINE DOO	/0-5%	HOME PLUS	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Jakov Sistem doo	/0-5%	ELEMENTA DOO	/0-5%	Laptop Centar	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
ELEMENTA DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	BK EUROLINE DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
TEHNORING	/0-5%	Jakov Sistem doo	/0-5%	ELEMENTA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
COOL SHOP DOO	/0-5%	MOSKOMERC	/0-5%	Jakov Sistem doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Gorenje doo	/0-5%	Bosch-interprom	/0-5%	Bosch-interprom	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Bosch-interprom	/0-5%	COOL SHOP DOO	/0-5%	COOL SHOP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
STUDIO S & M	/0-5%	STUDIO S & M	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
		Gorenje doo	/0-5%	STUDIO S & M	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	3.197	3.982
								785

Табела бр. 22: Преглед тржишта малопродаје рачунара и друге ИТ опреме у Београду, 2016-2018.

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
GIGATRON	/30-40%	WIN WIN	/30-40%	GIGATRON	/30-40%	/30-40%	[...]	[...]
WIN WIN	/20-30%	GIGATRON	/30-40%	WIN WIN	/20-30%	/30-40%	[...]	[...]
Tehnomanija	/10-20%	XLS doo	/10-20%	Tehnomanija	/10-20%	/30-40%	[...]	[...]
XLS doo	/10-20%	Tehnomanija	/10-20%	XLS doo	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Laptop Centar	/0-5%	Laptop Centar	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Emmezeta Srbija doo	/0-5%	Emmezeta Srbija doo	/0-5%	Emmezeta Srbija doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
MOSKOMERC	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	Laptop Centar	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	METRO Cash&Carry doo	/0-5%	METRO Cash&Carry doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
HOME PLUS	/0-5%	HOME PLUS	/0-5%	HOME PLUS	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METRO Cash&Carry doo	/0-5%	TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5%	TEHNOLOGIA CENTAR DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METALAC MARKET DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	TRI O DOO ARANĐELOVAC	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
TEHNORING	/0-5%	TEHNORING	/0-5%	TEHNORING	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Jakov Sistem doo	/0-5%	MOSKOMERC	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
ELEMENTA DOO	/0-5%	Jakov Sistem doo	/0-5%	Jakov Sistem doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
COOL SHOP DOO	/0-5%	ELEMENTA DOO	/0-5%	ELEMENTA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
BK EUROLINE DOO	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	COOL SHOP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Bosch-interprom	/0-5%	COOL SHOP DOO	/0-5%	BK EUROLINE DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Gorenje doo	/0-5%	STUDIO S & M	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
STUDIO S & M	/0-5%	Bosch-interprom	/0-5%	Bosch-interprom	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
		BK EUROLINE DOO	/0-5%	STUDIO S & M	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	2.752	3.429
								677

На основу података приказаних у табелама бр. 18-22, може се видети да на релевантним тржиштима производа у Београду, након концентрације, НН индекс износи 3244, 3564, 3199, 3982 и 3429, респективно. Промена НН индекса на овим тржиштима износи 1182, 1124, 1103, 785 и 677, респективно.

## ПАНЧЕВО

Табела бр. 23: Преглед тржишта малопродаје малих кућних апарата у Панчеву, 2016-2018.

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/70-80%	Tehnomanija	/60-70%	Tehnomanija	/60-70%	/70-80%	[...]	[...]
MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	WIN WIN	/10-20%	WIN WIN	/10-20%	/70-80%	[...]	[...]
WIN WIN	/5-10%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	METALAC MARKET DOO	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
METALAC MARKET DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/5-10%	GIGATRON	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	GIGATRON	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
GIGATRON	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
		JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	4.608	6.133
								1.525

Табела бр. 24: Преглед тржишта малопродаје великих кућних апарата у Панчеву, 2016-2018.

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/60-70%	Tehnomanija	/50-60%	Tehnomanija	/50-60%	/60-70%	[...]	[...]
JAKŠIĆ TREJD DOO	/10-20%	JAKŠIĆ TREJD DOO	/10-20%	WIN WIN	/10-20%	/60-70%	[...]	[...]
MAXIMEDIA GROUP DOO	/10-20%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	JAKŠIĆ TREJD DOO	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
WIN WIN	/5-10%	WIN WIN	/5-10%	METALAC MARKET DOO	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
METALAC MARKET DOO	/5-10%	METALAC MARKET DOO	/5-10%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
GIGATRON	/0-5%	GIGATRON	/0-5%	GIGATRON	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
		Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	3.507	4.748
								1.241

Табела бр. 25: Преглед тржишта малопродаје ТВ, аудио и видео опреме у Панчеву, 2016-2018.

ТВ, ВИДЕО И АУДИО ОПРЕМА									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/60-70%	Tehnomanija	/60-70%	Tehnomanija	/50-60%	/70-80%	[...]	[...]	
WIN WIN	/10-20%	WIN WIN	/10-20%	WIN WIN	/10-20%		[...]	[...]	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	GIGATRON	/10-20%	GIGATRON	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]	
GIGATRON	/5-10%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
METALAC MARKET DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
		JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	4.019	6.164	2.145

Табела бр. 26: Преглед тржишта малопродаје мобилних и фиксних телефона у Панчеву, 2016-2018.

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/60-70%	Tehnomanija	/40-50%	Tehnomanija	/40-50%	/60-70%	[...]	[...]	
WIN WIN	/10-20%	GIGATRON	/40-50%	WIN WIN	/20-30%		[...]	[...]	
GIGATRON	/10-20%	WIN WIN	/20-30%	GIGATRON	/20-30%	/20-30%	[...]	[...]	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/5-10%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
METALAC MARKET DOO	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
		JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	3.461	5.510	2.050

Табела бр. 27: Преглед тржишта малопродаје рачунара и друге ИТ опреме у Панчеву, 2016-2018.

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/50-60%	Tehnomanija	/30-40%	WIN WIN	/30-40%	/70-80%	[...]	[...]	
WIN WIN	/20-30%	WIN WIN	/30-40%	Tehnomanija	/30-40%		[...]	[...]	
GIGATRON	/10-20%	GIGATRON	/20-30%	GIGATRON	/20-30%	/20-30%	[...]	[...]	
MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	MAXIMEDIA GROUP DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
METALAC MARKET DOO	/0-5%	DOO TRGO-BAN	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	METALAC MARKET DOO	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
		JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	JAKŠIĆ TREJD DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	3.284	6.060	2.776

На основу података приказаних у табелама бр. 23-27, може се видети да на релевантним тржиштима производа у Панчеву, након концентрације, НН индекс износи 6132, 4748, 6164, 5510 и 6060, респективно. Промена НН индекса на овим тржиштима износи 1525, 1241, 2145, 2050 и 2776, респективно.

## СРЕМСКА МИТРОВИЦА

Табела бр. 28: Преглед тржишта малопродаје малих кућних апарата у Сремској Митровици, 2016-2018.

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
TESLA DOO	/50-60%	TESLA DOO	/40-50%	TESLA DOO	/40-50%	/40-50%	[...]	[...]	
Tehnomanija	/20-30%	WIN WIN	/20-30%	WIN WIN	/20-30%	/40-50%	[...]	[...]	
WIN WIN	/10-20%	Tehnomanija	/10-20%	Tehnomanija	/10-20%		[...]	[...]	
GIGATRON	/5-10%	GIGATRON	/5-10%	GIGATRON	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
METALAC HOME MARKET	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	2.893	3.747	855



**Табела бр. 29: Преглед тржишта малопродаје великих кућних апарата у Сремској Митровици, 2016-2018.**

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	HHI	post HHI	DELTA
Tehnomanija	/30-40%	WIN WIN	/20-30%	WIN WIN	/20-30%	/50-60%	[...]	[...]
TESLA DOO	/20-30%	Tehnomanija	/20-30%	Tehnomanija	/20-30%		[...]	
GIGATRON	/10-20%	GIGATRON	/20-30%	TESLA DOO	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]
WIN WIN	/10-20%	TESLA DOO	/10-20%	GIGATRON	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]
METALAC HOME MARKET	/10-20%	METALAC HOME MARKET	/10-20%	METALAC HOME MARKET	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	2.203	3.699

**Табела бр. 30: Преглед тржишта малопродаје ТВ, аудио и видео опреме у Сремској Митровици, 2016-2018.**

ТВ, ВИДЕО И АУДИО ОПРЕМА								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	HHI	post HHI	DELTA
GIGATRON	/30-40%	WIN WIN	/30-40%	WIN WIN	/30-40%	/60-70%	[...]	[...]
Tehnomanija	/30-40%	GIGATRON	/30-40%	Tehnomanija	/20-30%		[...]	
WIN WIN	/20-30%	Tehnomanija	/10-20%	GIGATRON	/30-40%	/30-40%	[...]	[...]
TESLA DOO	/0-5%	TESLA DOO	/0-5%	TESLA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METALAC HOME MARKET	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	3.034	4.761

**Табела бр. 31: Преглед тржишта малопродаје мобилних и фиксних телефона у Сремској Митровици, 2016-2018.**

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	HHI	post HHI	DELTA
GIGATRON	/50-60%	GIGATRON	/50-60%	GIGATRON	/50-60%	/50-60%	[...]	[...]
WIN WIN	/20-30%	WIN WIN	/30-40%	WIN WIN	/30-40%	/40-50%	[...]	[...]
Tehnomanija	/10-20%	Tehnomanija	/10-20%	Tehnomanija	/5-10%		[...]	
TESLA DOO	/0-5%	TESLA DOO	/0-5%	TESLA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METALAC HOME MARKET	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	4.271	4.844

**Табела бр. 32: Преглед тржишта малопродаје рачунара и друге ИТ опреме у Сремској Митровици, 2016-2018.**

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	HHI	post HHI	DELTA
GIGATRON	/50-60%	WIN WIN	/40-50%	WIN WIN	/40-50%	/50-60%	[...]	[...]
WIN WIN	/20-30%	GIGATRON	/40-50%	Tehnomanija	/5-10%		[...]	
Tehnomanija	/10-20%	Tehnomanija	/5-10%	GIGATRON	/40-50%	/40-50%	[...]	[...]
TESLA DOO	/0-5%	TESLA DOO	/0-5%	TESLA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METALAC HOME MARKET	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	4.153	5.092

На основу података приказаних у табелама бр. 28-32, може се видети да на релевантним тржиштима производа у Сремској Митровици, након концентрације, НН индекс износи 3747, 3699, 4761, 4844 и 5092, респективно. Промена НН индекса на овим тржиштима износи 855, 1496, 1727, 573 и 938, респективно.

## ЗРЕЊАНИН

**Табела бр. 33: Преглед тржишта малопродаје малих кућних апарата у Зрењанину, 2016-2018.**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/40-50%	Tehnomanija	/40-50%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/30-40%</b>	<b>/50-60%</b>	[...]	[...]	
CITY SHOP 2	/10-20%	WIN WIN	/10-20%	<b>WIN WIN</b>	<b>/10-20%</b>		[...]	[...]	
DOO CEZAR PLUS	/10-20%	CITY SHOP 2	/10-20%	CITY SHOP 2	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/5-10%	DOO CEZAR PLUS	/5-10%	DOO CEZAR PLUS	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
JOVANA	/5-10%	JOVANA	/5-10%	JOVANA	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
WIN WIN	/5-10%	Mercator-S doo	/5-10%	Mercator-S doo	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
TANDEM DOO	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
METALAC HOME MARKET	/0-5%	TANDEM DOO	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
GIGATRON	/0-5%	GIGATRON	/0-5%	GIGATRON	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
TIŠMA DOO	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
				TANDEM DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	1.977	3.096	1.119

**Табела бр. 34: Преглед тржишта малопродаје великих кућних апарата у Зрењанину, 2016-2018.**

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
DOO CEZAR PLUS	/20-30%	DOO CEZAR PLUS	/20-30%	DOO CEZAR PLUS	/20-30%	/20-30%	[...]	[...]	
CITY SHOP 2	/20-30%	CITY SHOP 2	/10-20%	CITY SHOP 2	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]	
JOVANA	/10-20%	JOVANA	/10-20%	JOVANA	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]	
Tehnomanija	/10-20%	Tehnomanija	/10-20%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/10-20%</b>	<b>/10-20%</b>	[...]	[...]	
TANDEM DOO	/5-10%	WIN WIN	/5-10%	<b>WIN WIN</b>	<b>/5-10%</b>		[...]	[...]	
WIN WIN	/0-5%	TANDEM DOO	/5-10%	Gorenje doo	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
METALAC HOME MARKET	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
GIGATRON	/0-5%	GIGATRON	/0-5%	GIGATRON	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
TIŠMA DOO	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
				TANDEM DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	1.750	1.925	175

**Табела бр. 35: Преглед тржишта малопродаје ТВ, аудио и видео опреме у Зрењанину, 2016-2018.**

ТВ, ВИДЕО И АУДИО ОПРЕМА									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/40-50%	Tehnomanija	/20-30%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/30-40%</b>	<b>/50-60%</b>	[...]	[...]	
WIN WIN	/10-20%	WIN WIN	/20-30%	<b>WIN WIN</b>	<b>/20-30%</b>		[...]	[...]	
JOVANA	/10-20%	JOVANA	/10-20%	GIGATRON	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]	
GIGATRON	/10-20%	DOO CEZAR PLUS	/5-10%	DOO CEZAR PLUS	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]	
CITY SHOP 2	/5-10%	GIGATRON	/5-10%	JOVANA	/10-20%	/10-20%	[...]	[...]	
TANDEM DOO	/5-10%	CITY SHOP 2	/5-10%	CITY SHOP 2	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/5-10%	/5-10%	[...]	[...]	
METALAC HOME MARKET	/0-5%	TANDEM DOO	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
TIŠMA DOO	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
DOO CEZAR PLUS	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
				TANDEM DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	1.861	3.840	1.279

**Табела бр. 36: Преглед тржишта малопродаје мобилних и фиксних телефона у Зрењанину, 2016-2018.**

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ									
2016. година		2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	ННИ	post ННИ	DELTA
Tehnomanija	/40-50%	WIN WIN	/30-40%	<b>WIN WIN</b>	<b>/30-40%</b>	<b>/50-60%</b>	[...]	[...]	
GIGATRON	/20-30%	GIGATRON	/30-40%	<b>Tehnomanija</b>	<b>/20-30%</b>		[...]	[...]	
WIN WIN	/20-30%	Tehnomanija	/20-30%	GIGATRON	/30-40%	/30-40%	[...]	[...]	
DOO CEZAR PLUS	/0-5%	DOO CEZAR PLUS	/0-5%	DOO CEZAR PLUS	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	JOVANA	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
JOVANA	/0-5%	TANDEM DOO	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
TANDEM DOO	/0-5%	JOVANA	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
TIŠMA DOO	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
METALAC HOME MARKET	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	TANDEM DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
CITY SHOP 2	/0-5%	CITY SHOP 2	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
				CITY SHOP 2	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]	
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	3.271	4.878	1.608

**Табела бр. 37: Преглед тржишта малопродаје рачунара и друге ИТ опреме у Зрењанину, 2016-2018.**

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА								
2016. година	2017. година		2018. година		ТРЖИШНИ УДЕО НАКОН КОНЦЕНТРАЦИЈЕ	HHI	post HHI	DELTA
Tehnomanija	/30-40%	WIN WIN	/40-50%	WIN WIN	/40-50%	/60-70%	[...]	[...]
WIN WIN	/20-30%	Tehnomanija	/20-30%	Tehnomanija	/20-30%		[...]	
GIGATRON	/20-30%	GIGATRON	/20-30%	GIGATRON	/20-30%	/20-30%	[...]	[...]
DOO CEZAR PLUS	/0-5%	DOO CEZAR PLUS	/0-5%	DOO CEZAR PLUS	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	Mercator-S doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
TANDEM DOO	/0-5%	TANDEM DOO	/0-5%	JOVANA	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
JOVANA	/0-5%	JOVANA	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
CITY SHOP 2	/0-5%	METALAC HOME MARKET	/0-5%	TANDEM DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
TIŠMA DOO	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	Gorenje doo	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
METALAC HOME MARKET	/0-5%	CITY SHOP 2	/0-5%	TIŠMA DOO	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
				CITY SHOP 2	/0-5%	/0-5%	[...]	[...]
Укупно:	100,00%		100,00%		100,00%	100,00%	3.280	5.285
							2.005	

На основу података приказаних у табелама бр. 33-37, може се видети да на релевантним тржиштима производа у Зрењанину, након концентрације, НН индекс износи 3096, 1925, 3141, 4878. и 5285, респективно. Промена НН индекса на овим тржиштима износи 1119, 175, 1279, 1608 и 2005, респективно.

На основу свега претходно изнетог, Комисија оцењује да се ради о високо концентрисаним тржиштима, у складу са праксом Комисије и праксом ЕУ, као и да би концентрација могла значајно увећати степен концентрисаности на појединим релевантним тржиштима, односно да не представља случај када се сматра да не постоји опасност у погледу конкуренције.<sup>9</sup> Оваква анализа оправдава забринутост Комисије за последичне ефекте спровођења предметне концентрације у наведеним градовима.

## Б. Оцена вертикалних ефеката концентрације (приступ и дистрибуција)

Комисија је приликом оцене ефеката предметне концентрације на свим релевантним тржиштима у Србији, односно у свих 15 градова у којима постоји преклапање у пословању учесника у концентрацији, као и на територији целе Републике Србије, имала у виду и чињеницу да је подносилац пријаве део вертикално интегрисане групе друштава, при чему се он бави и трговином на велико и трговином на мало на тржишту кућних апарата и електричних апарата за домаћинство, као што је раније наведено. Анализирајући вертикалне ефекте предметне концентрације и могућност приступа тржиштима снабдевања и дистрибуције наведених производа, Комисија је оценила да се такви ефекти неће негативно одразити на конкуренцију, имајући у виду да приступ тржиштима снабдевања и дистрибуције наведених производа неће бити ограничен, што се образлаже у наставку.

На основу достављених података анкетираних учесника на тржиштима малопродаје у свим градовима, може се закључити да већини учесника на овим тржиштима друштво „Roaming Electronics“ није био добављач у периоду 2016-2018 (у категоријама мали кућни апарати, велики кућни апарати и рачунари и друга ИТ опрема), а да је малом броју учесника ово друштво било добављач у 2018. години (у истим категоријама), што се може видети из табеле у наставку. Види се такође да је друштво „Roaming Electronics“ био значајан добављач само у категоријама ТВ, аудио и видео опрема и мобилни и фиксни телефони, што показује и број учесника код којих је подносилац пријаве био један од највећих добављача у некој од посматране три године.

<sup>9</sup> Према досадашњој пракси Комисије и пракси која постоји у праву конкуренције ЕУ, сматра се да хоризонтална концентрација не представља опасност за конкуренцију и да се може сматрати да концентрација вероватно неће нарушити конкуренцију ако је вредност НН индекса након концентрације између 1000 и 2000, а његова промена (делта), нижа од 250.

**Табела бр. 38: Статистика учесника код којих је друштво „Roaming Electronics“ било добављач у периоду 2016-2018.**

категорија производа	број учесника код којих је Roaming Electronics био добављач у некој од посматране 3 године	број учесника код којих Roaming Electronics био међу 5 највећих добављача у некој од посматране 3 године	број учесника код којих Roaming Electronics није био међу 5 највећих добављача у некој од посматране 3 године	број учесника код којих Roaming Electronics није био добављач у некој од посматране 3 године	број учесника код којих није било могуће извршити поделу по категоријама производа	број учесника код којих је Roaming Electronics био добављач током 2018. године
мали кућни апарати	10	5	5	27	6	4
велики кућни апарати	8	4	4	29	6	5
ТВ, аудио и видео опрема	21	17	4	16	6	18
мобилни и фиксни телефон	20	19	1	17	6	16
рачунари и друга ИТ опрема	9	6	3	28	6	8

Анализа показује и да су бројни учесници код којих је друштво „Roaming Electronics“ било један од пет највећих добављача имали мале набавке од овог друштва, односно да је удео набавке од овог друштва у укупним набавкама анкетираних учесника био мањи од 5%. Изузетак су набавке у категоријама ТВ, аудио и видео опрема и мобилни и фиксни телефони, као и друштво „Mercator-S doo“, [...], што се може видети у табели у наставку. Набавка друштва „Mercator-S doo“ се објашњава постојећим Уговором о пословној сарадњи, закљученим између привредних друштава Roaming Electronics и Mercator-S, који је Комисија изузела од забране решењем 4/0-03-317/2016-13 од 8. јула 2016. године, у трајању од 5 (пет) година од дана подношења предметног захтева, односно од 6. априла 2016. године. Овим уговором, којим се не успоставља систем ексклузивне дистрибуције, друштво „Mercator-S“ преузима обавезу да уврсти производе друштва „Roaming Electronics“ у свој продајни асортиман на свим продајним местима, који су ближе дефинисани Уговором. У допису од 30. јула 2019. године, друштво „Mercator-S“ је навело да му је друштво Roaming Electronics било добављач до 30. јуна 2019. године, а да му је од 1. јула 2019. године добављач друштво „ТЕННОМАНИЈА“.

Поднеском од 15. августа 2019. године, подносилац пријаве се изјаснио у вези са променом добављача друштва „Mercator-S doo“ на следећи начин. Наводи се да су ТЕННОМАНИЈА и Mercator малопродајни ланци, па се запослени који оперативно раде боље разумеју са планираним акцијама, планом набавке, постављањем робе и томе слично, што поједностављује свакодневни посао. Претходно би друштво „Roaming Electronics“ продавало робу, а запослени из Техноманије би се бавили горе наведеним оперативним пословима. Значајан део робе која се продавала друштву „Mercator-S“ је роба за коју „Roaming Electronics“ није увозник или дистрибутер, већ ти добављачи преваходно раде са Техноманијом. Да би се избегли додатни трошкови, чиме роба непотребно поскупљује, одлучено је да се пређе на директно снабдевање друштва „Mercator-S“ преко Техноманије која и купује производе од добављача. Коначно се указује да уговоре о продаји са друштвом „Mercator-S“ и даље имају и друштво „ТЕННОМАНИЈА“ и друштво „Roaming Electronics“.

**Табела бр. 39: Преглед учесника и висина учешћа друштва Roaming Electronics у њиховој укупној набавци који се налазно међу 5 највећих добављача**

Учесник на тржишту	Мали кућни апарати	Велики кућни апарати	ТВ, аудио и видео опрема	Мобилни и фиксни телефони	Рачунари и друга ИТ опрема
DR TECHNO VB DOO			[...]	[...]	[...]
TEMPO DOO KRAGUJEVAC			8%	30%	
TEHNOMEDIA CENTAR DOO				27%	
USPON DOO				24%	
Mercator-S doo	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
XLS doo			3%	9%	
Tehnomanija	[...]		[...]	[...]	
WIN WIN				[...]	
GIGATRON			[...]	[...]	
DUDI C.O. DOO			[...]	[...]	
PB NITOM DOO				[...]	
ELBRACO GROUP DOO				[...]	
ELEKTROTERM MC 022 DOO		5%	33%	[...]	
DOO KONDOR AS			4%	81%	
JAKOV SISTEM			19%	29%	
Tišma doo Zrenjanin			15%		
TECHNIC TRADE DOO ŠABAC			20%		
Emmezeta Srbija doo			24%		
TESLA			20%		

Комисија закључује да се, као последица концентрације, стварним и потенцијалним конкурентима не отежава нити додатно отежава приступ тржишту нити се тај приступ потпуно искључује.

У табелама бр. 40-44. дат је преглед тржишних удела учесника на тржиштима veleprodaje предметних категорија производа, као и преглед удела који учесници у концентрацији имају у оствареној продаји учесника на тржиштима veleprodaje, а у циљу сагледавања релативног значаја учесника у концентрацији, као купаца на тржиштима veleprodaje. Анализа података које су доставили анкетирани учесници на тржишту veleprodaje показује да удео друштва „Roaming Electronics“ није значајно велики, осим у категорији мобилних и фиксних телефона (/40-50/%), што се види из табела у наставку. Подаци такође указују на то да на тржишту veleprodaje послује велики број снажних учесника и да постоји велики избор алтернативних добављача за учеснике на тржишту малопродаје, као и то да и циљна друштва значајну набавку врше од других учесника на тржишту veleprodaje.

**Табела бр. 40: Преглед тржишта veleprodaje малих кућних апарата – 2018. година**

МАЛИ КУЋНИ АПАРАТИ			
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Удео учесника у концентрацији у продаји	
		WinWin	Tehnomanija
Win Win	/0-5/%		
Roaming electronics doo	/10-20/%		[...]
Alfa plam doo	/0-5/%		
Miele doo	/0-5/%		7,6%
Candy Hoover doo	/0-5/%	20,7%	6,1%
Flutto doo	/0-5/%		
Tehnoma	/0-5/%	98,7%	
Bosch	/10-20/%	7,1%	37,4%
erg doo-vox	/5-10/%	15,5%	17,3%
Comtrade	/0-5/%		[...]
Gorenje	/20-30/%		[...]
PB Nitom	/0-5/%		
CTC unit	/5-10/%	21,2%	5,5%
Kim tec	/0-5/%	8,5%	7,3%
Pin computers	/0-5/%	67,7%	
Beko	/5-10/%	17,0%	22,4%
Ewe computer	/0-5/%		

Табела бр. 41: Преглед тржишта велепродаје великих кућних апарата – 2018. година

ВЕЛИКИ КУЋНИ АПАРАТИ			
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Удео учесника у концентрацији у продаји	
		WinWin	Tehnomanija
Win Win	/0-5/%		
Roaming electronics doo	/0-5/%		[...]
Alfa plam doo	/10-20/%		
Candy Hoover doo	/5-10/%	11,8%	21,7%
Tehnoma	/0-5/%	82,0%	
Bosch	/5-10/%	9,6%	40,2%
Erg doo-vox	/5-10/%	16,1%	16,4%
Comtrade	/0-5/%		[...]
GORENJE	/20-30/%		[...]
PB Nitom	/0-5/%	[...]	
Kim tec	/0-5/%	2,4%	3,4%
Pin computers	/0-5/%	52,3%	0,1%
Beko	/10-20/%	12,1%	15,7%
Ewe computer	/0-5/%		
Whirlpool	/0-5/%		37,5%

Табела бр. 42: Преглед тржишта велепродаје ТВ, аудио и видео опреме – 2018. година

ТВ, ВИДЕО И АУДИО ОПРЕМА			
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Удео учесника у концентрацији у продаји	
		Win Win	Tehnomanija
Roaming electronics doo	/10-20/%	[...]	[...]
Flutto doo	/0-5/%	5,8%	7,8%
Tehnoma doo	/0-5/%	99,9%	
Erg doo-vox	/10-20/%	28,2%	14,6%
Comtrade	/20-30/%		[...]
Kim tec	/10-20/%		
Pin computers	/5-10/%	68,7%	
Beko	/0-5/%		
Ewe computer	/10-20/%		

Табела бр. 43: Преглед тржишта велепродаје мобилних и фиксних телефона – 2018. година

МОБИЛНИ И ФИКСНИ ТЕЛЕФОНИ			
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Удео учесника у концентрацији у продаји	
		Win Win	Tehnomanija
WinWin	/0-5/%		
Roaming electronics doo	/40-50/%	[...]	[...]
Flutto doo	/0-5/%	19,1%	
Comtrade	/40-50/%		
Kim tec	/0-5/%	6,0%	1,8%
Pin computers	/5-10/%	17,8%	
Ewe computer	/0-5/%		

Табела бр. 44: Преглед тржишта велепродаје рачунара и друге ИТ опреме – 2018. година

РАЧУНАРИ И ДРУГА ИТ ОПРЕМА			
Назив учесника на тржишту	Тржишни удео	Удео учесника у концентрацији у продаји	
		Win Win	Tehnomanija
Win Win	/0-5/%		
Roaming electronics doo	/5-10/%	[...]	[...]
Flutto doo	/0-5/%		28,0%
printer	/0-5/%		
Comtrade	/40-50/%		
Kim tec	/10-20/%		
Pin computers	/10-20/%	24,3%	0,0%
Ewe computer	/20-30/%		

[...].

Иначе, највеће процентуално учешће циљних друштава остварено је у продаји друштва „Тehnoma“ (98,7% на тржишту велепродаје малих кућних апарата. Међутим, ово друштво није изразило никакве негативне оцене у погледу оцене тржишног

понашања циљних друштава нити је имало негативне коментаре на спровођење концентрације, већ је предметну концентрацију оценило „као позитивну“.

Комисија је имала у виду и царинске стопе на увоз предметних категорија производа и закључила да оне не представљају значајну баријеру уласку на тржиште, имајући у виду споразуме о слободној трговини, према којој је царинска стопа за све категорије 0 (ССП, СЕФТА, ЕФТА, Република Белорусија, Република Казахстан, Руска Федерација, Република Турска). Уколико се на увоз производа не примењују наведени споразуми, царинске стопе се разликују у зависности од појединачних категорија, али се може рећи да су у категорији малих и великих кућних апарата оне углавном 2,7%, 5% или 15%, у категорији ТВ, аудио и видео опреме углавном 15%, у категорији мобилних и фиксних телефона од 1% до 15%, а у категорији рачунара и друге ИТ опреме износе 1%.

Непостојање (значајних) баријера уласку на тржиште потврђују и анкетирани велетрговци, с обзиром на то да је већина њих (14 учесника, односно 74%) одговорило да не постоје баријере за улазак на тржиште. Два учесника су одговорила да таквих баријера има, као што су ниска куповна моћ, високе царинске стопе и високе царине на увоз из Кине, шверц, плаћање атеста за увоз нових производа и мало тржиште, а три преостала учесника нису имала информације о томе.

Оцењујући свој преговарачки положај у односу на подносиоца пријаве, анкетирани велетрговци су углавном били задовољни са понашањем овог друштва, с обзиром на то да је већина њих оценила као коректан или задовољавајући свој положај (девет учесника). Три учесника су имала негативне коментаре на свој положај и понашање подносиоца пријаве, а седам учесника није могло да да оцене. Већина анкетираних учесника је одговорила при томе да концентрација неће утицати на њихов сопствени преговарачки положај (осам учесника), један учесник је навео да ће доћи до развоја и побољшања сарадње, а три учесника су оценила да ће концентрација негативно утицати на њихову преговарачку позицију, у смислу да ће концентрација имати негативан утицај због потенцијалног монополског положаја, да ће утицати на раст трошкова пословања или да ће преговарачки положај бити још тежи, односно да може ослабити због укрупњавања. Седам учесника није могло да да оцену о утицају концентрације на њихов преговарачки положај.

Посебно противљење концентрацији је изразило друштво „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“, наводећи, између осталог, и следеће:

– због фиктивних послова између привредног друштва „Алти“ и „Win Win Shop“ не може се створити права слика пословања ових привредних друштава, па самим тим не може се објективно оценити понашање учесника на тржишту; малопродајни промет у књигама „Win Win Shop“ истиче се као доминантан, а није реално приказан, што је предмет управних-пореских и судских спорова;

– спорна су права на жиг, јер су предмет судских спорова па у том смислу може доћи и до обмањивања јавности: привредно друштво „Алти“ је власник жига „I на webu i на zemlji“, а без знања оснивача привредног друштва „Алти“, тј. привредног друштва „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“, законски заступник привредног друштва „Алти“ је са оснивачем привредног друштва „Win Win Shop“ Александром Јевтовићем, закључио Уговор о преносу права на жиг без накнаде;

– у поступку који се води пред Привредним судом у Чачку П 153/2019, усвојена је привремена мера и забрањено је учеснику у концентрацији WinWin-Shop да користи жиг „I на webu i на zemlji“, уписан у регистар жигова по бројем 65873 дана 03.04.2013. године, као и да исти преноси трећим лицима;

– „Win Win Shop“ је основан 2016. године и успех и развој овог привредног друштва заснован је на нелојалној конкуренцији, на пословима и радњама заступника, које не могу да се окарактеришу као тржишно пословање. Развој „Win Win Shop-а“ уследио је супротно добрим пословним обичајима и закону, јер је исти настао неоснованим преузимањем малопродајних објеката од привредног друштва „Алти“ без икаквог правног основа и сагласности власника — оснивача „PROINTER IT“.

– наведеним радњама и симулованим пословима оштећено је привредно друштво „Алти“ као и његов оснивач „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“, пословни подаци у књигама нереално су приказани а потрошачи доведени у заблуду у погледу жига. Наиме, власник жига и слогана „I na webu i na zemlji“ био је управо „Алти“, а привредно друштво „Win Win Shop“ га је неосновано користило и прибавило. На крају је покушано да се фиктивним пословима овај слоган пренесе на привредно друштво „Win Win Shop“, али фиктивни уговори нису уговори у правном промету и накнада за тај промет никад није ни плаћена.

На коректно понашање друштва „Roaming Electronics“, као добављача на тржишту велепродаје указали су и анкетирани учесници на тржишту малопродаје, с обзиром на то да је 18 учесника свој преговарачки положај оценило позитивно. Три учесника су дала негативне оцене, осам учесника није могло да да своје оцене, а 14 учесника се изјаснило да не сарађују са подносиоцем пријаве. Оцењујући могући утицај концентрације на њихов преговарачки положај у односу на подносиоца пријаве, осам учесника је навело да концентрација неће утицати на њих, осам њих је оценило да ће концентрација позитивно утицати на њихов преговарачки положај, као и да имају могућност проналажења других добављача. Четири учесника су проценила да ће концентрација негативно утицати на њихов положај, десет њих није могло да процени наведене ефекте концентрације, а 13 учесника је навело да не сарађује са подносиоцем пријаве. Приликом давања оцене о томе хоће ли спровођење концентрације утицати на њихову преговарачку позицију од других добављача, пет конкурената је навело да ће концентрација негативно утицати на њихов положај, шест конкурената је позитивно оценило утицај концентрације, док су 23 конкурента одговорила да ће концентрација бити без утицаја на њихов положај. Преостали конкуренти (њих девет) нису дали или нису могли да дају одговор.

Комисија је посебно имала у виду и наводе подносиоца пријаве дате у поступку број 6/0-03-319/2019 у вези са његовим пословним плановима за друштво које ће управљати циљним друштвима и о односу овог друштва са подносиоцем пријаве, као и наводе дате у поднесцима од 14, 16, 21. и 22. августа 2019. године. У овим поднесцима, подносилац пријаве се изјашњава поводом навода друштва „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“ и у вези са оценом вертикалних ефеката концентрације.

[...].

Подносилац пријаве је потврдио да су сви подаци које је Комисија тражила од групе WinWin о оствареном промету у малопродајним објектима у периоду 2016-2018, тачни и потпуни и нису резултат било каквих фиктивних или симулованих послова, посебно не у односу на друштво Алти. Подносилац пријаве наглашава да било какви подаци који би се могли тицати могућих поступака, укључујући евентуалне пореске или друге поступке, не могу утицати на остварени промет у малопродајним објектима групе WinWin и на процене тржишних удела, нарочито не у смислу тржишног положаја групе WinWin. Такође се наглашава да група WinWin нема дугове за порезе, никакве пријаве или било какве отворене или текуће случајеве са Пореском управом или пореским контролама. Записник Пореске управе, према наводима подносиоца пријаве, утврђен за Алти односи се искључиво на процес контроле њихове документације и књижења и по сазнањима подносиоца пријаве, исти је и даље у поступку.



[...].

[...].

[...].

[...].

Привредно друштво „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“ је током поступка поднело и захтев за признавање својства странке у поступку, који је Комисија одбила као неоснован закључком број 6/0-03-600/2019-161 од 27. септембра 2019. године. У складу са одредбом члана 152. Закона о општем управном поступку („Службени гласник РС“, број 18/16), друштво „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“ ће бити обавештено о решењу којим се условно одобрава предметна концентрација. Обавештење ће садржати број решења и назив органа који га је донео, које су странке учествовале у поступку, текст диспозитива решења и поуку о правном средству против решења.

У погледу оцене вертикалних ефеката концентрације, подносилац пријаве најпре наводи да не постоје било какве баријере за улазак на тржиште велепродаје. Укинута су царине на увоз робе из земаља Европске уније и земаља потписница ЦЕФТА споразума, а Република Србије више од 60% своје укупне трговинске размене остварује са земљама ЕУ. Затим се наводи да постоје одређене царине са одређеним земљама, нпр. Кином, али да је роба из Кине, према њиховим наводима, генерално доста нижег квалитета и има доста ниске цене тако да постојање царина не представља стварну препреку за увоз. Даље, тржиште велепродаје предметних категорија производа не захтева велика улагања у инфраструктуру, јер се не ради о производном тржишту и фиксни трошкови су релативно ниски.

У складу са тим, подносилац пријаве указује на то да тржиште велепродаје треба посматрати географски и шире од територије Републике Србије, имајући у виду да свако може врло лако да увезе релевантну робу од било ког произвођача без великих препрека. Осим тога, како се изјашњава подносилац пријаве, на тржишту велепродаје често наступају и сами произвођачи као добављачи и директно конкуришу свим осталим видовима велепродаје, а неретко се дешава да професионални купци користе паралелно више добављача како би обезбедили најбољу цену. На пример, ако је код неког произвођача одређени производ на акцијском попусту, професионални купац ће купити тај производ од произвођача, како би остварио већу маржу или постигао бољу цену према свом купцу у даљој продаји.

Подносилац пријаве указује и на праксу ЕУ у погледу разматрања вертикалних ефеката концентрација, да Европска комисија посматра као једно од захваћених тржишта (тзв. *affected markets*) и вертикално више тржиште само ако су тржишни удели једног или више учесника у концентрацији изнад 25% на том вертикалном тржишту.

Указујући на оцене анкетираних велетрговаца, подносилац пријаве је поновио налазе Комисије изнете у Обавештењу, нагласивши да су анкетирани велетрговци углавном били задовољни понашањем друштва „Roaming Electronics“. У погледу преговарачког положаја анкетираних велетрговаца у односу на друштво „Roaming Electronics“, подносилац пријаве је указао на то да је од укупног броја анкетираних, 84% одговорило позитивно или неутрално и закључио да је већина њих свој положај оценила као коректан или задовољавајући. Затим се указује на то да је већина анкетираних велетрговаца одговорила да концентрација неће утицати на њихов сопствени преговарачки положај, с обзиром на то да је од укупног броја анкетираних, позитивно или неутрално одговорило 75%. Сходно томе, подносилац закључује да је већина анкетираних велетрговаца (од 75% до 84%) позитивно или неутрално у односу на ефекте које предметна концентрација може имати на вертикално вишем тржишту.

[...]

[...]. Имајући у виду све наведено, подносилац пријаве оцењује да концентрација неће имати било какве, а нарочито негативне вертикалне ефекте.

Ценећи изнете наводе подносиоца пријаве, Комисија није уважила захтев да тржиште велепродаје посматра географски и шире од територије Републике Србије, с обзиром на то да се ефекти концентрације процењују на територији Републике Србије. Уважавајући остале наводе подносиоца пријаве, као и наводе анкетираних учесника на тржишту о промени њиховог тржишног положаја услед спровођења концентрације, Комисија је закључила да концентрација не би требало да утиче на промену њиховог положаја и да има негативне вертикалне ефекте на конкуренцију.

Сходно свему наведеном, Комисија је оценила да се вертикални ефекти предметне концентрације неће негативно одразити на конкуренцију на тржиштима велепродаје свих предметних категорија производа, односно да концентрација неће имати таквих негативних ефеката, посебно имајући у виду да приступ тржиштима снабдевања и дистрибуције предметних категорија производа неће бити ограничен. Комисија оцењује да на тржиштима велепродаје предметних категорија производа послује велики број снажних учесника, да тржишни удео друштва „Roaming Electronics“ није значајно велики, осим у категорији мобилних и фиксних телефона, да постоји велики избор добављача за учеснике на тржишту малопродаје, као и да нема баријера уласку на наведена тржишта.<sup>10</sup>

## **6. Дозвољеност концентрације**

Из утврђеног чињеничног стања у поступку, произлази да се ради о хоризонталној концентрацији, чијим спровођењем долази до стицања или јачања доминатног положаја подносиоца пријаве на релевантним тржиштима производа у Београду, Панчеву, Сремској Митровици и Зрењанину, а што би могло довести до ограничавања, нарушавања или спречавања конкуренције на овим тржиштима. Управо из разлога овакве директне последице која би настала из реализовања пријављене трансакције, Комисија је закључила да се предметна концентрација не би могла безусловно одобрити.

Комисија оцењује да се ради о концентрацији која се спроводи на високо концентрисаним тржиштима и да би концентрација могла значајно увећати степен концентрисаности на тим тржиштима. Спровођењем концентрације у наведеним градовима уклањају се важни (директни) конкурентски притисци који су пре концентрације постојали између учесника у концентрацији, па Комисија оцењује да уклањањем ових конкурентских притисака, подносилац пријаве има могућност да самостално искоришћава стечену тржишну моћ на тржиштима ових градова (нпр. да повећа цене након концентрације).

Комисија сматра да пријављена концентрација може бити одобрена само уз предлагање одговарајућих услова како би се испуниле претпоставке дозвољености концентрације из члана 19. Закона. Ови услови, уз предлагање одговарајућих механизма праћења њиховог извршавања, требало би да отклоне забринутост Комисије у погледу обезбеђивања ефикасне заштите конкуренције, под условом да су усмерени на очување тржишне структуре у наведеним градовима, као и да су подобни

---

<sup>10</sup> На непостојање негативних ефеката концентрације на конкуренцију указује и Уредба о садржини и начину подношења пријаве концентрације, према којој (члан 6. став 1. тачка 2(2)), пријава се може поднети у скраћеном облику ако, између осталог, појединачни или заједнички тржишни удео свих учесника у концентрацији на релевантном тржишту производа и релевантном географском тржишту на којем послује било који други учесник у концентрацији, који се налази у различитим фазама производно-прометног циклуса, мањи је од 30%.

да се њима отклони потенцијална опасност за конкуренцију, односно да се очува конкуренција на овим тржиштима након концентрације.

Сходно томе, у складу са чланом 66. став 1. Закона, Комисија је 2. августа 2019. године, доставила подносиоцу пријаве Обавештење о битним чињеницама, доказима и осталим елементима утврђеним у поступку испитивања концентрације привредног друштва „Roaming Electronics“, с позивом за изјашњење. Истовремено, у Обавештењу је наведено да, на основу члана 66. став 2. Закона, подносилац пријаве у свом изјашњењу може предложити посебне услове које је спреман да прихвати, са циљем да спровођење концентрације испуњава услове за одобрење у складу са чланом 19. Закона у смислу предупређивања потенцијалних негативних ефеката предметне трансакције.

Комисија је позвала подносиоца пријаве да се изјасни и поводом навода оних учесника на тржишту који су изразили противљење спровођењу концентрације и који су дали негативне оцене на тржишно понашање учесника у концентрацији, посебно оних учесника чије су оцене и мишљења издвојена у Обавештењу, као и да објасни да ли се може очекивати да ће повећати обим / вредност набавке циљним друштвима, као и у вези са плановима подносиоца пријаве о обиму и условима продаје друштву које ће вршити контролу над циљним друштвима и друштвом „TEHNOMANIJA“, укључујући питање слободе избора добављача за циљна друштва.

Подносилац пријаве је упућен да у свом изјашњењу може додатно указати на чињенице и околности које по његовом мишљењу у Обавештењу нису довољно, или нису уопште изнете, а за које сматра да могу утицати на доношење одлуке Комисије по предметној пријави, и истовремено доставити доказ за своје наводе, или предложити извођење доказа које ће Комисија размотрити.

Подносилац пријаве је 9. августа 2019. године Комисији доставио поднесак који представља изјашњење на достављено Обавештење, који садржи и предлог посебних услова у смислу чл. 66. Закона, које је странка спремна да прихвати у циљу издавања решења Комисије којим се предметна концентрација условно одобрава. Подносилац пријаве је доставио и три поднеска, од 14, 15. и 16. августа 2019. године, као допуне поднеска од 9. августа 2019. године, којима се додатно изјашњава на достављено Обавештење.

Комисија је дана 19. августа 2019. године, доставила подносиоцу пријаве Допуну Обавештења о битним чињеницама, доказима и осталим елементима утврђеним у поступку испитивања концентрације привредног друштва „Roaming Electronics“ (даље у тексту: Допуна Обавештења), с позивом да се изјасни на наводе друштва „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“ и да прецизира предложене услове за одобрење концентрације. Подносилац пријаве се на Допуну Обавештења изјаснио у подnescима од 21. августа 2019. године (заведеним под бројевима 6/0-03-600/2019-144 и 6/0-03-600/2019-145) и од 22. августа 2019. године. О изјашњењу у вези са наводима друштва „PROINTER IT SOLUTIONS AND SERVICES“ претходно је било речи у тексту овог Образложења, те их није потребно и целисходно понављати.

Подносилац пријаве у својим изјашњењима на Обавештење и Допуну Обавештења није указао на нове чињенице и околности, односно чињенице које нису утврђене или да су погрешне, нити је предложио извођење нових доказа у том смислу. Наводи се да је Комисија у поступку утврдила правилно и потпуно чињенично стање. Као што је раније наведено, Комисија је све ове наводе подносиоца пријаве ценила приликом оцене хоризонталних и вертикалних ефеката концентрације, као што је раније објашњено.

У циљу отклањања забринутости у погледу обезбеђивања делотворне заштите конкуренције и издавања решења Комисије којим се предметна концентрација условно одобрава, подносилац пријаве је предложио посебне услове у смислу чл. 66. Закона, у

виду структурних мера, које је спреман да прихвати, и то дезинвестирање дела пословања у Београду, Панчеву, Зрењанину и Сремској Митровици, конкретно пословања која се односе на малопродају у специфицираним објектима у наведеним градовима.

Подносилац пријаве је предложио да дезинвестира, односно да предузме све разумне напоре да дезинвестира делове пословања које се тиче малопродаје електричних апарата за домаћинство (конкретно малих кућних апарата, великих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, мобилних и фиксних телефона, рачунара и друге ИТ опреме), конкуренту/конкурентима на тржишту у Београду, Панчеву, Зрењанину и Сремској Митровици, на начин да ће учинити све разумне напоре како би применио једну од следећих мера дезинвестирања: отуђење дела пословања конкуренту на тржиштима малопродаје малих кућних апарата, великих кућних апарата, ТВ, аудио и видео опреме, мобилних и фиксних телефона, рачунара и друге ИТ опреме, а у случају када отуђење дела пословања није могуће, издавање у подзакуп предметних малопродајних објеката или отуђење путем отказа уговора о закупу односно престанком закупа. С обзиром на то да учесници у концентрацији узимају у закуп све специфициране малопродајне објекте у којима врше малопродају, као мера дезинвестирања које би се односила на продају тих објеката није била могућа.

Након разматрања и анализе предложених посебних услова за одобрење концентрације, рокова за њихово извршавање и начина контроле извршавања ових услова, Комисија је проценила да су они подобни за остваривање услова из члана 19. Закона, што ће даље бити образложено.

Комисија сматра да би се предузимањем наведених структурних мера које се односе на продају делова пословања, могла очувати конкуренција на релевантним тржиштима у Београду, Панчеву, Зрењанину и Сремској Митровици, с обзиром на то да се стварају услови за улазак новог конкурента или јачање постојећих конкурената на наведеним тржиштима, како би се ублажиле негативне последице стицања или јачања доминатног положаја подносиоца пријаве на релевантним тржиштима након концентрације, односно да би се надокнадило смањење конкуренције на тржиштима услед спровођења концентрације.

Предложеним посебним условима се умањују негативни ефекти на конкуренцију, односно уклањају се уочени проблеми нарушавања конкуренције, јер су, према оцени Комисије, посебни услови довољни да се отклони потенцијална претња нарушавању конкуренције и да се њима очува конкуренција на релевантним тржиштима након концентрације. Сврха предложених структурних мера је, дакле, очување конкурентске структуре на релевантним тржиштима, односно спречавање могућег нарушавања конкуренције.

Комисија оцењује да би се, након реализације предложене мере, могао смањити тржишни удео учесника у концентрацији након спровођења концентрације на дефинисаним релевантним тржиштима производа и сваком од конкретних релевантних географских тржишта која је Комисија оценила као „критична“, односно „проблематична“. То смањење подразумева довођење заједничког тржишног удела учесника у концентрацији, на ниво који тржишну снагу тих учесника, након спровођења концентрације чини прихватљивим, у односу на претходно прецизиране критеријуме оцењивања.

Дезинвестирањем предметних делова пословања у Београду, Панчеву, Зрењанину и Сремској Митровици, тржишни удео подносиоца пријаве на релевантним тржиштима ће бити мањи у просеку за [...], у односу на тржишни удео који би учесници у концентрацији имали у случају безусловног одобрења предметне концентрације.

Комисија је предложене услове процењивала у погледу утврђивања њихове подобности за остваривање критеријума из члана 19. Закона, који се односе на оцену дозвољености концентрације. Предложене услове Комисија је оценила подобним за потребе постизања циља због којег су предложени, због чега и доноси решење којим условно одобрава предметну концентрацију. Као што је већ наведено, тржишни удео учесника у концентрацији није био једини критеријум који је Комисија ценила приликом оцене ефеката концентрације и оцене подобности предложених услова, већ је имала у виду и друге критеријуме предвиђене чланом 19. Закона (структуру релевантног тржишта, стварне и потенцијалне конкуренте, непостојање баријера уласку на тржиште, могућности избора добављача и корисника и др.). На основу свега претходно изнетог, Комисија је закључила да су испуњени услови из члана 66, у вези са чланом 19. Закона, односно да је предлог структурних мера дат од стране подносиоца пријаве прихватљив, због чега је одлучено као у ставу I и II диспозитива. Ако Комисија утврди да нису извршени услови и обавезе предвиђени овим решењем, поступиће у складу са чланом 67. став 1. Закона.

Одлука у ставу III донета је применом члана 65. став 5. Закона, као и члана 2. став 1. тачка 7. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије, а на основу оствареног прихода учесника у концентрацији у обрачунској години која претходи години у којој је концентрација пријављена. Подносилац пријаве је благовремено уплатио износ који одговара висини накнаде за издавање решења о условном одобрењу концентрације у испитном поступку, што је утврђено у ставу III диспозитива, а у списима предмета се налази доказ о извршеној уплати.

### **Поука о правном средству**

Ово решење је коначно у управном поступку и против њега се може покренути управни спор подношењем тужбе Управном суду у Београду, Немањина 9, у року од 30 дана од дана пријема решења.

За подношење тужбе плаћа се судска такса у износу од 390 динара прописана Законом о судским таксама ("Службени гласник РС", бр. 28/1994, 53/1995, 16/1997, 34/2001 - др. закон, 9/2002, 29/2004, 61/2005, 116/2008 - др. закон 31/2009, 101/2011, 93/2012, 93/2014, 106/2015 и 95/2018).

**ПРЕДСЕДАЈУЋИ САВЕТА**

Чедомир Радојчић, члан Савета