



Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Број: 4/0-03-671-1/2015-16

Датум: 09.12.2015. године

Београд

Савет Комисије за заштиту конкуренције на основу члана 22. став 2. Закона о заштити конкуренције ("Службени гласник РС", бр. 51/09 и 95/2013), члана 192. Закона о општем управном поступку ("Службени лист СРЈ", бр. 33/97, 31/01 и „Службени гласник РС“ бр. 30/2010), члана 2. став 1. тачка 2. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције ("Службени гласник РС", бр. 49/2011), решавајући по Захтеву привредног друштва SPORT TIME д.о.о. Београд, са седиштем на адреси ул. Омладинских бригада 88, Нови Београд, које заступа директор Борислав Станојловић, у предмету појединачног изузећа рестриктивног споразума од забране, на 50. седници одржаној дана 07.12.2015. године доноси

РЕШЕЊЕ¹

I ИЗУЗИМА СЕ ОД ЗАБРАНЕ рестриктивни споразум, Уговор о дистрибуцији - ексклузивна дистрибуција одеће, обуће и опреме робног бренда Nike у Републици Србији, закључен [...] између привредних друштава SPORT TIME д.о.о. са регистрованим седиштем на адреси ул. Омладинских бригада 88, Нови Београд и привредног друштва Nike European Operations Netherlands B.V, друштво основано у Холандији, са седиштем на адреси Colosseum 1, 1213 NL, Hilversum, Холандија.

II ОДРЕЂУЈЕ СЕ ПЕРИОД појединачног изузећа од забране споразума – **Уговора о дистрибуцији**, наведеног у ставу I диспозитива овог решења, у трајању до 31.12.2017. године.

III УТВРЂУЈЕ СЕ обавеза и **НАЛАЖЕ СЕ** подносиоцу Захтева да на име накнаде за издавање овог решења уплати износ од 1.200,00 евра у динарској противвредности по средњем курсу Народне банке Србије важећем на дан уплате, на рачун Комисије за заштиту конкуренције бр. 840-0000000880668-16 отворен код Управе за трезор, са позивом на број 4/0-03-671-1/2015, у року од седам дана од дана пријема овог решења.

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

Образложење

Комисија за заштиту конкуренције (у даљем тексту: Комисија) примила је 07.09.2015. године Захтев за појединачно изузеће од забране, заведен под бројем 4/0-03-671-1/2015-1, који је поднело привредно друштво SPORT TIME д.о.о. са регистрованим седиштем на адреси ул. Омладинских бригада 88, Нови Београд (у даљем тексту: SPORT TIME или подносилац). Захтев се односи на изузеће Уговора о дистрибуцији одеће, обуће и опреме робног брэнда Nike у Републици Србији који је закључен између привредних друштава SPORT TIME и Nike European Operations Netherlands B.V из Холандије (у даљем тексту: Nike).

Предмет Захтева за појединачно изузеће

Захтев за појединачно изузеће од забране рестриктивног споразума поднет је на основу члана 12, а у вези са чланом 11. Закона о заштити конкуренције (Службени гласник РС, бр. 51/2009 и 95/2013), а према Уредби и садржини Захтева за појединачно изузеће од забране (Службени гласник РС, бр. 107/2009).

На основу документације приложене уз Захтев, Комисија је утврдила да је привредно друштво SPORT TIME, као дистрибутер, [...] потписало Уговор о дистрибуцији (у даљем тексту: Уговор), где Nike представља другу уговорну страну, односно добављача.

[...]

Подносилац Захтева је затражио, у форми алтернативних захтева, да Комисија:

- предметни Уговор, као рестриктивни споразум у смислу члана 10. Закона, изузме од забране или
- одбаци предметни Захтев уколико су задовољени услови из Уредбе о споразумима између учесника на тржишту који послују на различитом нивоу производње или дистрибуције који се изузимају од забране (Службени гласник РС, бр. 11/2010, у даљем тексту: Уредба).

Стране у уговору су:

1. SPORT TIME д.о.о, са седиштем на адреси ул. Омладинских бригада 88, Нови Београд;
2. Nike European Operations Netherlands B.V из Холандије.

Дефиниција споразума

Комисија је извршила оцену правне природе предметног Уговора и садржине обавеза уговорних страна ради оцене да ли предметни Уговор представља рестриктивни споразум из члана 10. Закона, а узимајући у обзир дефиниције вертикалних споразума из Уредбе. Подносилац Захтева је навео да предметни Уговор и његова садржина одговара дефиницији Уговора о ексклузивној дистрибуцији. [...]

Комисија је након анализе уговорних одредби утврдила да његова садржина одговара дефиницији Уговора о ексклузивној дистрибуцији, као рестриктивног споразума из члана 10. Закона, а чија је дефиниција дата у члану 3. Уредбе.

Циљ споразума

[...]

Права и обавезе уговорних страна

[...]

Уговорним одредбама је утврђена садржина права и обавеза уговорних страна у погледу начина извршења Уговора, продаје и маркетиншких обавеза дистрибутера, годишњих планова, извештаја, вођења евиденција, интелектуалне својине, поверљивих информација, трајања и раскида Уговора и др.

Трајање Уговора

Предметни Уговор закључен је на одређено време. [...] Уговором је дефинисано да коначна продајна сезона буде јесен/зима 2017.

Релевантно тржиште

Подносилац Захтева SPORT TIME у самом Захтеву за појединачно изузеће истиче да сматра да су за оцену Захтева од примарног интереса три тржишта на нивоу производње и увоза/велепродаје, односно малопродаје:

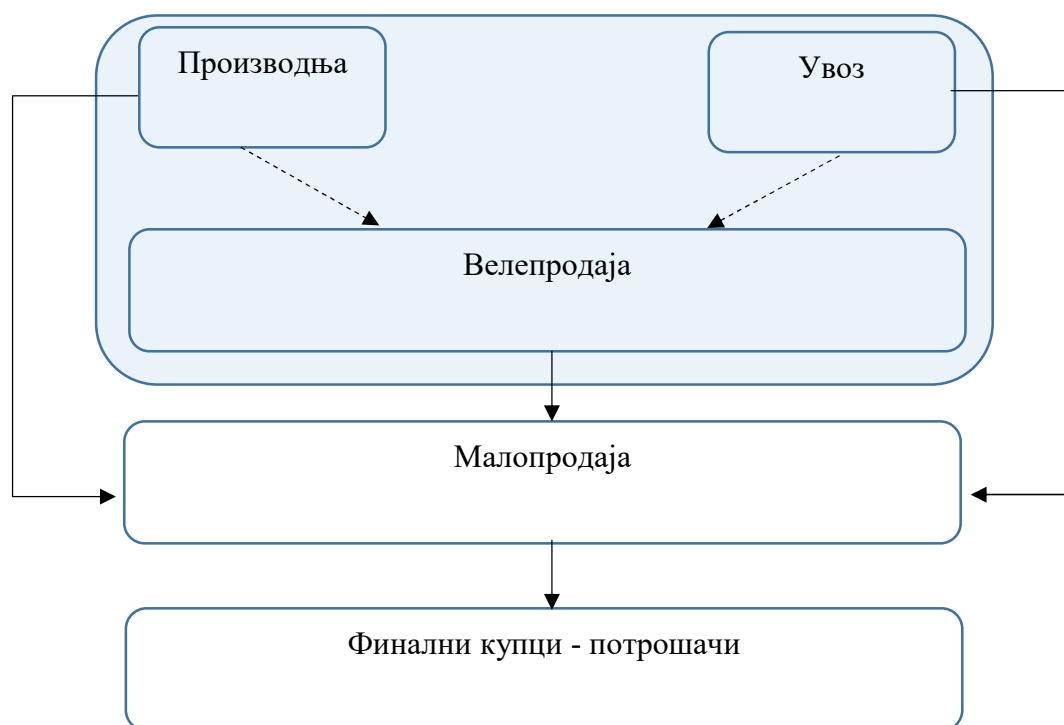
- 1) (спортска) одећа;
- 2) (спортска) обућа;
- 3) опрема и акцесоар.

У наставку подносилац такође наводи да сматра да су релевантна тржишта за оцену тржишног положаја, тржишне снаге и тржишног учешћа пре свега:

- 1) тржиште производње, увоза, велепродаје и малопродаје обуће за спорт и свакодневну употребу;
- 2) тржиште производње, увоза, велепродаје и малопродаје одеће за спортске и свакодневне активности;
- 3) тржиште производње, увоза, велепродаје и малопродаје специфичне спортске опреме и акцесоара.

Комисија не може да прихвати овако дефинисана појединачна тржишта. Један од разлога јесте што се производња, увоз, велепродаја и малопродаја обуће налазе на различитим нивоима ланца снабдевања.

Слика 1. Пример ланца снабдевања



Подносилац Захтева је морао да одреди о ком конкретно тржишту је реч. У одређеним случајевима, када произвођач (увозник) продају врши директно малопродавцима, а не преко посредника велетрговаца, могуће је тржиште одредити и као тржиште производње (увоза) и велепродаје. У том случају као купци на тако одређеном тржишту појављују се малопродавци коју робу продају крајњим потрошачима. Тада је произвођач (увозник) директан конкурент велепродавцу, под претпоставком да се ради о продаји производа који су супститути. Користећи исту логику, која се заснива на токовима у оквиру ланца снабдевања, немогуће је производњу, увоз, велепродају и малопродају посматрати као једно релевантно тржиште, пре свега из разлога што поједини учесници који послују на различитом нивоу у ланцу снабдевања (нпр. малопродавци и велепродавци) нису директни конкуренти. Такође, на тако дефинисаном релевантном тржишту било би немогуће одредити тржишна учешћа појединачних учесника.

Даље, подносилац наводи да са становишта највећег броја потрошача спортска обућа представља идеални супститут обући намењеној за друге намене. Пошто овако јака тврдња није поткрепљена никаквим доказима на основу којих би се могли извести наведени закључци (одговори на анкетна испитивања репрезентативног узорка потрошача о преференцијама у погледу спортске и друге обуће и сл.), Комисија исту није могла узети у разматрање.

Чак и да је наведена тврдња тачна, радило би се о **једносмерној супституцији**. Потрошачи који купују обућу за свакодневну употребу би у зависности од појединачних преференција бирали између спортске и друге обуће. Међутим, **мало је вероватно да би супституција постојала у обрнутом смеру**. Другим речима, мало је вероватно да би потрошачи који купују обућу за бављење спортом, уместо спортских патика купили нпр. ципеле. У таквој ситуацији, **када**

постоји само једносмерна супституција на страни тражње, дефиниција релевантог тржишта производа зависи првенствено од производа који је предмет испитивања са аспекта заштите конкуренције. Пошто се у предметном случају ради о уговору којим се регулише, између осталог, [...], то је за Комисију, на бази података и информација који су јој достављени, неприхватљиво да се у оквиру истог релевантног тржишта нађе обућа за спорт (спортске патике) и обућа за свакодневну употребу (нпр. ципеле). Иста логика важи и за одређивање релевантног тржишта када је у питању спортска одећа, као и када је у питању спортска опрема и акцесоар.

С обзиром да се у конкретном случају (Уговор о дистрибуцији одеће, обуће и опреме робног брэнда Nike у Републици Србији) ради о односу између произвођача Nike и велепродавца SPORT TIME, Комисија је за потребе предметног поступка релевантна тржишта дефинисала као:

- 1) тржиште велепродаје спортске обуће;**
- 2) тржиште велепродаје спортске одеће и**
- 3) тржиште велепродаје спортске опреме и акцесоара.**

Као географско релевантно тржиште, с обзиром да се ради о велепродаји, Комисија је одредила целу територију Републике Србије као јединствено географско релевантно тржиште.

Примена Уредбе

Комисија је ценила могућност примене Уредбе на предметни споразум, узимајући у обзир услове који се односе на тржишне уделе учесника споразума из члана 3. Уредбе, а полазећи од одређења релевантних тржишта на коме се одражавају ефекти примене овог споразума. Комисија је узела у обзир да предметни Уговор има обележја Уговора о ексклузивној дистрибуцији који је обухваћен Уредбом као категорија споразума.

Одговор SPORT TIME

Поднеском који је Комисија примила 21.10.2015. године и који је заведен под деловодним бројем 4/0-03-671-1/2015-10, друштво SPORT TIME је делимично одговорило на Захтев за доставу података број 4/0-03-671-1/2015-6. Нису дати одговори на питања везана за процену тржишног удела на релевантним тржиштима, на основу остварених прихода од продаје уз образложење да SPORT TIME не поседује податке о одећи и обући која се производи, увози или на други начин прометује на тржишту Србије. Даље, друштво SPORT TIME је истакло да у 2014. години није остварило приход ни у једној од нејасно дефинисаних група производа, не наводећи при томе, никакво образложење шта конкретно није било јасно у Захтеву. Међутим, у наставку поднеска, друштво SPORT TIME доставља детаљне податке за своје повезано друштво Sport Vision д.о.о. чиме практично потврђује да су канали продаје и групе производа, који су наведени у Захтеву, јасно дефинисане и разумљиве категорије. У прилогу овог поднеска достављени су и детаљни финансијски извештаји друштва SPORT TIME и његових повезаних лица.

Комисија је анализирила податке о оствареним приходима друштва Sport Vision д.о.о. Пошто у самом поднеску нису прецизиране јединице на које се односе дати приходи, Комисија је узимајући у обзир приходе од продаје робе на домаћем тржишту, које је у 2014. години остварило друштво SPORT TIME (5.306.150 хиљада динара – податак из Биланса успеха), закључила да су наведени износи дати у динарима. Добијени резултати су представљени следећим табелама.

Табела 1. Приходи од продаје друштва Sport Vision д.о.о. остварени у малопродаји

Малопродаја	Приходи од продаје друштва Sport Vision д.о.о.		
	Сви брендови	Nike	Учешће
Спортска обућа	[...]	[...]	/20-30/%
Спортска одећа	[...]	[...]	/10-20/%

На бази података које друштво SPORT TIME доставило за своје повезано друштво Sport Vision д.о.о. уочава се да у каналу малопродаје овог друштва бренд Nike има учешће од /20-30/% када је у питању продаја спортске обуће, а /10-20/% када је у питању продаја спортске одеће.

Табела 2. Приходи од продаје друштва Sport Vision д.о.о. остварени у veleпродаји

Vелепродаја	Приходи од продаје друштва Sport Vision д.о.о.		
	Сви брендови	Nike	Учешће
Спортска обућа	[...]	[...]	/30-40/%
Спортска одећа	[...]	[...]	/5-10/%
Спортска опрема и акцесоар	[...]	[...]	/10-20/%

Када је у питању канал veleпродаје друштва Sport Vision д.о.о, бренд Nike је у продаји спорске обуће учествовао са /30-40/%, у продаји спортске одеће са /5-10/% и у продаје спортске опреме и акцесоара са /10-20/%.

Одговор Nike

Поднеском који је Комисија примила 26.10.2015. године и који је заведен под деловодним бројем 4/0-03-671-1/2015-11, друштво Nike је одговорило на Захтев за доставу података број 4/0-03-671-1/2015-5. [...]

[...]

Случај Adidas/Reebok (M.3942)

Анализирајући наведени случај Adidas/Reebok, Комисија истиче да је у конкретном предмету Европска комисија разматрала да ли тржиште спортске обуће намењене професионалним спортистима (енгл. *sport/performance shoes*) и тржиште обуће која је инспирисана спортском линијом, а која се користе за свакодневну употребу (енгл. *“sport inspired” lifestyle shoes – leisure shoes*) припадају истом релевантном тржишту производа. Европска комисија је за потребе предметног случаја оставила дефиницију отвореном, с обзиром да је

утврдила да наведена концентрација чак и на уже дефинисаним релевантним тржиштима не ограничава ефективну конкуренцију. Такође, Европска комисија у одлуци наводи да се не може искључити могућност да би спортска (професионална спортска) обућа, која припада горњем сегменту тржишта, преvasходно била предмет куповине спортиста, а да би цена била под slabим притиском тржишта обуће за свакодневне активности (*leisure shoes*). Потребно је нагласити да Европска комисија није разматрала укључивање тржишта обуће за свакодневну употребу (која, између осталог укључује и ципеле и сличну обућу) у релевантно тржиште производа, већ само, као што је то и наглашено, тржиште обуће која је инспирисана спортском линијом, а која се користе за свакодневну употребу.

Због свега изложеног Комисија за заштиту конкуренције, као што је већ раније наглашено, сматра да је за потребе предметног Захтева за изузеће потребно анализирати три одвојена релевантна тржишта производа на јединственом географском релевантном тржишту које обухвата целу територију Републике Србије:

- 1) тржиште veleпродаје спортске обуће;
- 2) тржиште veleпродаје спортске одеће и
- 3) тржиште veleпродаје спортске опреме и акцесоара.

Тржишни удели уговорних страна

При оцени свог тржишног учешћа на претходно дефинисаним релевантним тржиштима, Nike претпоставља да његови тржишни удели на тржишту veleпродаје, одговарају тржишним уделитема на тржишту малопродаје и истиче да то изгледа као разуман приступ, пошто се може очекивати да су понуда и потражња за спортском одећом и обућом на нивоу малопродаје уско повезана са понудом и потражњом на нивоу veleпродаје.

Комисија оцењује да се наведени приступ компаније Nike при оцени тржишних учешћа може сматрати прихватљивим, с обзиром да се ради о основаној претпоставци.

На основу претходно наведене претпоставке компанија Nike је навела да је њено тржишно учешће на тржишту малопродаје (vелепродаје) спортске обуће /20-30/%, са напоменом да се овај проценат односи на процену тржишног удела у односу на предметни уговор о дистрибуцији (не обухвата приходе од директне продаје ланцима Intersport и Deichmann). За тржиште спортске одеће наведено је да тржишно учешће износи /5-10/%, док за тржиште спортске опреме и акцесоара није опредељен тржишни удео.

С обзиром на чињеницу да је компанија Nike проценила своје тржишно учешће на тржишту veleпродаје спортске обуће у висини од /20-30/%, као и на чињеницу да друштво SPORT TIME, заједно са својим повезаним друштвима, кроз veleпродајни канал продаје и спортске патике других брендова, то Комисија процењује да је тржишно учешће друштва SPORT TIME, заједно са његовим повезаним друштвима, на основу остварених прихода од продаје на релевантном тржишту veleпродаје спортске обуће у Републици Србији изнад 25%. У укупној продаји кроз канал veleпродаје друштва Sport Vision д.о.о. (које

је повезано друштво са друштвом SPORT TIME) у 2014. години, однос продаје спортске обуће брэнда Nike и спортске обуће других брэндова је био [...]. То значи да од укупне продаје коју је у 2014. години кроз канал велепродаје остварило друштво Sport Vision д.о.о, /30-40/% се односи на спортску обућу брэнда Nike, док се остатак продаје од /60-70/% односи на спортску обућу других брэндова. Пошто се предметни Уговор односи на право ексклузивне дистрибуције, то значи да ће са почетком примене истог, друштво SPORT TIME практично само по основу продаје спортске обуће брэнда Nike имати удео од /20-30/%. Комисија је узела у обзир и чињеницу, да је његово повезано друштво Sport Vision д.о.о. у 2014. години остварило значајан приход од продаје других брэндова спортске обуће на предметном релевантном тржишту [...]. **Комисија на бази наведених чињеница закључује да, уз примену предметног Уговора и задржавање остварених прихода од продаје спортске обуће на истом нивоу као у 2014. години, друштво SPORT TIME, заједно са својим повезаним друштвима има тржишно учешће веће од 25%.**

На основу претходно изнетог оцењено је да предметни Уговор о ексклузивној дистрибуцији не испуњава услове прописане Уредбом, будући да удео подносиоца Захтева, на једном од релевантних тржишта на које се Уговор односи, прелази удео који је неопходан за „аутоматско“ изузеће од забране Уговора о ексклузивној дистрибуцији. Сагласно овоме Комисија је закључила да предметни Захтев за појединачно изузеће од забране није могуће одбацити како је то алтернативно тражено у самом Захтеву.

Појединачно изузеће од забране

У складу са претходним, Комисија је вршила оцену испуњености услова из члана 11. Закона, а све у складу са чланом 12. Закона. Комисија је оцењивала да ли предметни споразум доприноси унапређењу производње и промета, подстицању техничког или економског напретка, при чему потрошачима обезбеђује правичан део користи, а под условом да учесницима на тржишту не намеће ограничења која нису неопходна за постизање циља споразума, односно да не искључују конкуренцију на релевантном тржишту или његовом битном делу.

Примена одредби о појединачном изузећу од забране

Комисији је прихватљиво образложење разлога који су руководили уговорне стране да закључе предметни Уговор.

Предметни Уговор представља вертикални Уговор којим се уређује ексклузивна дистрибуција производа на уговореној територији, где се добављач обавезује да ће дистрибутеру испоручивати уговорене производе, а дистрибутер ће их даље продавати на уговореној територији. Дистрибутер стиче искључиво право даље продаје уговореног производа на територији, [...]

Анализа рестриктивних одредби у предметном уговору

[...]

Предметни Уговор не садржи „тешка“ ограничења конкуренције, а ограничења која садржи, као што су [...], карактеристична су за Уговоре о ексклузивној дистрибуцији. Истовремено она су неопходна за остварење циља Уговора, а уговорена су искључиво у циљу очувања и унапређења дистрибуције, а никако у циљу значајног ограничавања, нарушавања или спречавања конкуренције на тржишту. [...]

С обзиром на то да је у питању вертикални споразум, Комисија је оцењивала позицију дистрибутера на тржиштима дистрибуције (тржиште veleпродаје спортске обуће, тржиште veleпродаје спортске одеће и тржиште veleпродаје спортске опреме и акцесоара), трајање Уговора, снагу добављача (друштва Nike), присутност добављача на тржишту Републике Србије, као и природу предметних производа.

Испуњеност услова из члана 11. Закона

Оцењујући испуњеност услова из члана 11. Закона по коме споразум мора потрошачима обезбедити правичан део користи, за Комисију је прихватљиво образложење и оцена подносиоца Захтева у погледу укупних ефеката предметног Уговора на потрошаче на релевантном тржишту, према којој подносилац Захтева очекује да ће ексклузивна дистрибуција уговорних производа омогућити смањење цене производа, као и побољшање квалитета производа.

Комисија је оценила да предметни споразум доприноси унапређењу производње и промета, подстиче технички или економски напредак, док је потрошачима обезбеђен правичан део користи, а полазећи од предности које доноси систем ексклузивне дистрибуције у односу на друге начине дистрибуције. Према наводима подносиоца Захтева, Уговор о дистрибуцији производа Nike доприноси унапређењу производње и промета, односно доприноси даљем развоју овог брэнда на локалном тржишту Србије, рационализацији трошкова пословања и унапређењу система дистрибуције, интезивирању промотивне и маркетиншке подршке, одржавања јасног ланца контроле и одговорности за обавезе дистрибутера, унапређењу времена и сигурности наплате и рока плаћања, итд. Подносилац Захтева наводи и да ће закључење и примена предметног Уговора у значајној мери допринети подстицању техничког или економског напретка, односно унапређењу техничких и инфраструктурних стандарда за дистрибуцију и продају производа робне марке Nike, омогућавању унапређеног и јединственог приступа за производе на свим продајним местима, унапређењу надзора и аналитике дугорочних трендова, развоја и потреба релевантног локалног тржишта, малопродајних објеката и крајњих купаца, као и бољем организовању маркетиншких и промотивних кампања са циљем упознавања корисника са Nike производима, односно карактеристикама постојећих и нових модела, дезена и будућих технологија у развоју.

Комисија је такође ценила да споразум не намеће учесницима на тржишту ограничења која нису неопходна за постизање циља споразума, односно да не искључују конкуренцију на релевантним тржиштима или њиховим битним деловима. Комисија је посебно ценила и дужину трајања Уговора и имајући у виду чињеницу да се предметни производи Nike на тржишту Републике Србије ексклузивно дистрибуирају више од десет година, процењује да тржишна

структура на предметним релевантним тржиштима неће бити значајно промењена на штету других произвођача и/или увозника и дистрибутера спорске обуће, одеће и опреме и акцесоара.

Такође, Комисија је ценила и околност да примена предметног Уговора у одређеним аспектима доводи до смањења *intra-brand* конкуренције (конкуренције у дистрибуцији једног брэнда), што је последица чињенице да робу дистрибуира један дистрибутер (ексклузивна дистрибуција). У том смислу Комисија је ценила ограничења конкуренције и очекиване последице и користи које остварују потрошачи у систему ексклузивне дистрибуције. Комисија је оценила да користи које уживају потрошачи кроз унапређен систем дистрибуције, рационализацију трошкова пословања, смањење цена и побољшање квалитета производа превазилазе ограничења *intra-brand* конкуренције.

Према оцени Комисије, предметним Уговором, уговарају се само она ограничења која су неопходна за постизање циља споразума [...], односно њиме се не искључује конкуренција на релевантном тржишту, а нарочито не кад је у питању *inter-brand* конкуренција.

Коначна оцена

Након свеобухватне анализе предметног Захтева и уговорне документације, Комисија је оценила да предметни Уговор не намеће учесницима на тржишту ограничења која нису неопходна за постизање циља споразума, односно да се самим закључењем и спровођењем предметног споразума не искључује конкуренција на релевантном тржишту или његовом битном делу.

Комисија је, такође, оценила да је подносилац Захтева у довољној мери аргументовао и доказао испуњеност Законом прописаних услова за појединачно изузеће предметног рестриктивног споразума од забране, а сагласно овој оцени одлучено је као у ставу I диспозитива овог Решења.

На основу одредбе члана 60. став 2. а у вези са чланом 12. став 3. Закона, одлучено је као у ставу II диспозитива овог Решења, при чему је Комисија имала у виду све чињеничне наводе подносиоца Захтева, своје оцене донете на основу свеобухватне анализе предметне уговорне документације, тржишну снагу учесника у споразуму на тржиштима на којима тренутно послују, величину и развијеност дистрибутивне мреже којом располаже један од учесника у споразуму и очекиване ефекте на тржишту на коме ће доћи до реализације предметног Уговора.

Сагласно члану 60. став 6. Закона и члану 2. став 1. тачка 2. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције ("Службени гласник РС", бр. 49/2011) одлучено је као у ставу III диспозитива овог Решења. Констатује се да је достављен доказ о извршеној уплати износа накнаде у складу са Тарифником (уплата износа од 144.244,44 динара извршена дана 17.09.2015. године) чиме је извршен налог из става III диспозитива.

Упутство о правном средству:

Ово Решење је коначно у управном поступку.

Против овог Решења може се покренути управни спор пред Управним судом у року од 30 дана од дана пријема Решења.

ПРЕДСЕДНИК КОМИСИЈЕ

Доц. др Милоје Обрадовић