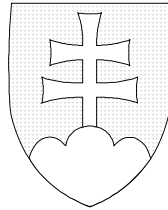


PROTIMONOPOLNÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY



ROZHODNUTIE

Číslo: 2026/KOH/SKO/3/5

Bratislava, 06. februára 2026

Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií, v správnom konaní SK/0041/OK/2025 začatom dňa 10.11.2025 na základe oznámenia koncentrácie podľa § 9 ods. 1 zákona č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov podnikateľom KAUMY GROUP a.s., so sídlom Sokolovská 675/9, Karlín, 186 00 Praha 8, Česká republika, IČO: 092 33 857 prostredníctvom splnomocneného právneho zástupcu Nedelka Kubáč advokáti s.r.o., so sídlom Mickiewiczova 9, 811 07 Bratislava, Slovenská republika, IČO: 47 255 731

rozhodol

na základe § 11 ods. 1 zákona č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov tak, že **súhlasí** s koncentráciou podľa § 7 ods. 1 písm. b) zákona č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorá spočíva v získaní priamej výlučnej kontroly podnikateľa KAUMY GROUP a.s., so sídlom Sokolovská 675/9, Karlín, 186 00 Praha 8, Česká republika, IČO: 092 33 857 nad podnikateľom NOVOFRUCT SK, s.r.o., so sídlom Komárňanská cesta 13, 940 43 Nové Zámky, Slovenská republika, IČO: 31 427 294, a to na základe Rámcovej zmluvy o kúpe a predaji obchodného podielu uzavretej dňa 21.10.2025 medzi NDX, UAB ako predávajúcim a KAUMY GROUP a.s. ako kupujúcim.

Odôvodnenie:

1. Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií (ďalej len „úrad“) bolo dňa 10.11.2025 listom zaevidovaným pod č. PMU/2025/OK-5750/2025 od spoločnosti KAUMY GROUP a.s., so sídlom Sokolovská 675/9, Karlín, 186 00 Praha 8, Česká republika (ďalej len „ČR“), IČO: 092 33 857 (ďalej len „Oznamovateľ“ alebo „Kaumy“) doručené oznámenie koncentrácie podľa § 9 ods. 1 zákona č. 187/2021 Z.

z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon“) prostredníctvom splnomocneného právneho zástupcu Nedelka Kubáč advokáti s.r.o., so sídlom Mickiewiczova 9, 811 07 Bratislava, Slovenská republika (ďalej len „SR“), IČO: 47 255 731. Podaním Oznámenia, t. j. dňom 10.11.2025 bolo začaté správne konanie SK/0041/OK/2025 vo veci predmetnej koncentrácie. Keďže Oznámenie nebolo podľa Vyhlášky Protimonopolného úradu Slovenskej republiky č. 189/2021 Z. z., ktorou sa ustanovujú náležitosti oznámenia koncentrácie úplné, úrad vyzval Oznamovateľa na jeho doplnenie listom č. PMU/1109/2025/OK-5898/2025 zo dňa 13.11.2025 a ďalej listami č. PMU/1109/2025/OK-6785 zo dňa 12.12.2025 a č. PMU/1109/2025/OK-7146/2025 zo dňa 22.12.2025. Úrad Oznamovateľa zároveň predmetnými výzvami upovedomil o tom, že lehota podľa § 35 ods. 1 zákona nezačala plynúť. Oznamovateľ predložil požadované podklady a informácie listami č. PMU/1109/2025/OK-6744/2025 zo dňa 11.12.2025, č. PMU/1109/2025/OK-7130/2025 zo dňa 19.12.2025 a č. PMU/50/2026/OK-146/2026 zo dňa 05.01.2026 (ďalej len „*doplnenie č. 3*“). Doplnením č. 3 sa stalo Oznámenie úplné a lehota podľa § 35 ods. 1 zákona začala plynúť dňa 07.01.2026.

2. Dňa 20.01.2026 vyzval úrad Oznamovateľa listom č. PMU/50/2026/OK-438/2026 na predloženie ďalších podkladov a informácií, ktoré môžu mať podstatný vplyv na rozhodnutie o koncentrácii. Úrad zároveň predmetnou výzvou upovedomil Oznamovateľa, že lehota podľa § 35 ods. 1 zákona neplynie odo dňa odoslania výzvy, až do predloženia požadovaných podkladov a informácií. Oznamovateľ uvedené predložil listom č. PMU/50/2026/OK-568/2026 zo dňa 26.01.2026 a lehota podľa § 35 ods. 1 zákona začala ďalej plynúť odo dňa 27.01.2026.
3. Úrad listom č. PMU/50/2026/OK-764/2026 zo dňa 04.02.2026 (ďalej len „*Výzva pred vydaním rozhodnutia*“) informoval Oznamovateľa podľa § 26 zákona o záveroch, ku ktorým na základe dostupných informácií a podkladov dospel a vyzval ho, aby sa k predbežným záverom úradu vyjadril. Dňa 05.02.2026 bolo úradu listom č. PMU/50/2026/OK-783/2026 doručené vyjadrenie Oznamovateľa k Výzve pred vydaním rozhodnutia, v ktorom uviedol, že nemá ďalšie pripomienky k predbežným záverom úradu.
4. Podľa Oznámenia spočíva koncentrácia v získaní priamej výlučnej kontroly podnikateľa Kaumy nad podnikateľom NOVOFRUCT SK, s.r.o., so sídlom Komárňanská cesta 13, 940 43 Nové Zámky, SR, IČO: 31 427 294 (ďalej len „*Cieľová spoločnosť*“ alebo „*Novofruct*“), a to na základe Rámcovej zmluvy o kúpe a predaji obchodného podielu zo dňa 21.10.2025.
5. Pred uskutočnením koncentrácie vykonáva výlučnú kontrolu nad Cieľovou spoločnosťou podnikateľ NDX, UAB, so sídlom ul. Ozo g. 25, Lt-07150 Vilnius, Litva, č. spoločnosti: 302633096, pričom má dôjsť k prevodu celkovo 100 % obchodného podielu v Cieľovej spoločnosti.

6. S ohľadom na vyššie uvedené je účastníkom správneho konania podnikateľ Kaumy, ktorý je zároveň účastníkom predmetnej koncentrácie a na strane nadobúdaného je účastníkom koncentrácie podnikateľ Novofruct.

1. Aktivity účastníkov koncentrácie

7. Podnikateľ Kaumy patrí do skupiny CE Industries Group (ďalej len „Skupina CE“), ktorá pôsobí najmä v oblasti strojárstva, energetiky, recyklácie a dopravy.
8. Pre účely predmetnej koncentrácie sú relevantné najmä aktivity Skupiny CE v oblasti rýchloobrátkového potravinárskeho tovaru, a to prostredníctvom dcérskych spoločností FRUTA Podivín, a.s., KAUMY CZECHIA s.r.o., a Kaumy. Skupina CE pôsobí v oblasti výroby džemov, marmelád, ovocných zmesí, nátierok a sirupov. Podnikateľ Kaumy je okrem iného výrobcou značky detskej výživy Hamánek.
9. Podnikateľ Kaumy predáva výrobky v SR buď [.....]
.....
.....
.....].¹
10. Podnikateľ Novofruct je aktívny na území SR prostredníctvom [.....]
.....]² a pôsobí najmä v oblasti veľkoobchodného predaja, prenájmu nehnuteľností, výroby mäsových konzervovaných výrobkov, výroby dojčenskej a detskej výživy, výroby ovocných a zeleninových konzervovaných výrobkov. Súčasťou portfólia sú aj ovocné pyré, resp. funkčné ovocné snacky pod značkami DayUp a OVKO Plus.
11. Významnú časť portfólia podnikateľa Novofruct tvorí detská výživa pod značkou OVKO, ktorá zahŕňa ovocnú, zeleninovú a mäsovú detskú výživu určenú pre dojčatá a malé deti.
12. Podnikateľ Novofruct neprevádzkuje vlastnú distribučnú sieť v SR. Distribúciu zabezpečuje prostredníctvom tretích strán alebo veľkoobchodníkov.

2. Identifikácia relevantných trhov

13. Pri identifikácii relevantných trhov úrad vychádzal z § 3 ods. 7 až 9 zákona, z charakteru činností účastníkov koncentrácie, zo spôsobu fungovania dotknutých trhov a podporne aj z rozhodovacej praxe Európskej komisie (ďalej len „Komisia“) v oblasti potravinárstva.

¹ [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa; neprístupné tretím stranám; obchodná stratégia a informácie o zákazníkoch

² [...] – obchodné tajomstvo Cieľovej spoločnosti; neprístupné Oznamovateľovi a tretím stranám; informácie o dodávkach

14. V súlade s uvedeným úrad identifikoval horizontálne prekrytie účastníkov koncentrácie v oblasti **výroby a veľkoobchodného predaja detskej výživy**, keďže uvedený produkt je svojimi vlastnosťami, účelom a určením, rovnako tak reguláciou, odlišný od iných konzervovaných výrobkov.³ V tejto súvislosti sa úrad ďalej zaoberal otázkou, či je vhodné vymedziť trh detskej výživy ako jednotný relevantný trh alebo či je opodstatnené jeho ďalšie členenie na užšie produktové segmenty, a to najmä s ohľadom na rozdiely v zložení výrobkov, ich nutričné vlastnosti, cieľové vekové kategórie spotrebiteľov, spôsob ich použitia a osobitné regulačné požiadavky.
15. Komisia sa v rozhodovacej praxi v oblasti detskej výživy zaoberala možnosťou segmentácie potravín určených pre deti najmä podľa typu výrobkov,⁴ a tiež rozlíšením medzi (i) slanými jedlami (zeleninové, rybie, mäsové a polievky) a (ii) sladkými jedlami (kompóty, jogurty, trvanlivé mliečne výrobky), avšak otázku existencie samostatných relevantných trhov pre tieto segmenty ponechala otvorenú.⁵
16. V nadväznosti na uvedené úrad analyzoval oblasť detskej výživy ako celok, ako aj možné užšie segmenty detskej výživy, najmä definované podľa základnej potravinovej zložky výrobkov na detská výživa: (i) ovocná, (ii) zeleninová, (iii) mäsová a (iv) ovocná s ingredienciami. Tento analytický prístup bol odôvodnený najmä postavením Cieľovej spoločnosti v segmente ovocnej detskej výživy⁶ na území SR, ktorý predstavuje najvýznamnejší segment z hľadiska objemu a hodnoty predaja detskej výživy.⁷
17. Úrad pritom zároveň zohľadnil, že jednotlivé druhy detskej výživy sú z pohľadu konečných spotrebiteľov do určitej miery navzájom kombinované v rámci stravy dieťaťa, a že konkurenční výrobcovia spravidla ponúkajú široké portfólio výrobkov pokrývajúce viaceré typy detskej výživy. Z tohto dôvodu a keďže výsledok súťažného posúdenia koncentrácie je rovnaký pri užšom aj širšom vymedzení (ako je zrejmé z časti 3 rozhodnutia), úrad nepovažoval za nevyhnutné definitívne uzavrieť definíciu relevantného trhu v tomto ohľade.

³ V oblasti výroby a predaja iných konzervovaných výrobkov ako detskej výživy sa aktivity účastníkov neprekrývajú, nakoľko vyrábajú odlišné produkty. Oznamovateľ vyrába džemy, marmelády, sirupy a pod., kým Cieľová spoločnosť konzervované potraviny typu sterilizovaná zelenina a pod. Súčasne tiež, produkty pod značkou DayUp a OVKO Plus, predstavujú tovary určené pre odlišnú kategóriu spotrebiteľov. V tejto súvislosti nebolo relevantné tiež riešiť otázku portfólia.

⁴ Rozhodnutie Komisie zo dňa 31.10.2007 – M.4842 vo veci DANONE / NUMICO; bod 24 (ďalej len „Rozhodnutie Komisie vo veci Danone / Numico“). Rozlíšenie medzi (i) detským jedlom (*baby meals*), (ii) detskými snackmi (*baby snacks*) a (iii) detskými nápojmi (*baby drinks*). Detské jedlá zahŕňajú hotové výrobky a jednotlivé zložky určené na prípravu jedál, ktoré sú označené a uvádzané na trh pre dojčatá a malé deti, spravidla vo veku od 6 do 36 mesiacov.

⁵ Tamtiež

⁶ Z Oznámenia je pritom zrejmé, že ovocná detská výživa bola v roku 2024 spotrebiteľmi uprednostňovaná v porovnaní s ostatnými segmentmi detskej výživy.

⁷ Úrad vychádzal zo správy agentúry Nielsen - Snapshot (ďalej len „správa Nielsen“), predloženej Oznamovateľom.

18. Detská výživa je v rámci SR predávaná jednak pod značkou výrobcu a rovnako tak pod privátnymi značkami niektorých maloobchodných reťazcov.⁸ Úrad sa preto ďalej zaoberal otázkou, či detská výživa vyrábaná a dodávaná pod privátnymi značkami (ďalej len „*private labels detská výživa*“) a detská výživa dodávaná pod značkou výrobcu (ďalej len „*značková detská výživa*“) predstavujú samostatné segmenty v rámci trhu detskej výživy. V súlade s rozhodovacou praxou Komisie⁹ úrad vychádzal z predpokladu, že dodávky značkovej detskej výživy a dodávky *private labels* detskej výživy môžu predstavovať samostatné relevantné trhy, a to najmä z dôvodu odlišného procesu obstarávania,¹⁰ cenotvorby a obchodných vzťahov.
19. V predmetnom prípade je z účastníkov koncentrácie v oblasti výroby a dodávok *private labels* detskej výživy na území SR aktívna iba Cieľová spoločnosť, a teda úrad nezistil existenciu horizontálneho prekrytia ani vertikálneho prepojenia účastníkov koncentrácie v tejto oblasti. Rovnako uvedené, s ohľadom na spôsob obstarávania privátnych značiek maloobchodníkmi, nebolo potrebné analyzovať z pohľadu možného efektu portfólia. Úrad sa preto v ďalšom súťažnom posúdení zamerlal v časti 3 rozhodnutia predovšetkým na oblasť značkovej detskej výživy.
20. Z geografického hľadiska úrad primárne posudzoval relevantné trhy dané územím SR ako najužšej priestorovej alternatívy trhu, a to so zohľadnením všetkých alternatív vecného vymedzenia trhu.¹¹ Vzhľadom na významné postavenie Cieľovej spoločnosti v oblasti značkovej detskej výživy a rovnako tak v rámci segmentu ovocnej detskej výživy na území SR a na skutočnosť, že významná časť konkurenčných výrobkov je na slovenský trh dodávaná z ČR, úrad podporne zohľadnil aj situáciu na trhu detskej výživy v ČR.
21. Úrad dospel k záveru, že pre účely posúdenia predmetnej koncentrácie nie je nevyhnutné definitívne uzavrieť presné vecné ani geografické vymedzenie relevantného trhu, keďže ani pri užšom, ani pri širšom vymedzení nedochádza k podstatnému narušeniu hospodárskej súťaže.

3. Horizontálne účinky koncentrácie¹²

⁸ Za rok 2024 bol podľa správy Nielsen podiel predaja detskej výživy dodávanej pod značkou výrobcu na celkovom predaji detskej výživy [70-80] % a podiel *private label* detskej výživy bol [20-30] %. [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa; neprístupné tretím stranám

⁹ Rozhodnutie Komisie vo veci Danone / Numico; bod 32

¹⁰ Podľa Oznámenia sa produkty značkovej detskej výživy predávajú predovšetkým v bilaterálnych rokovaníach a produkty *private labels* detskej výživy typicky vo verejne vyhlasovaných tendroch, t. j. proces obstarávania na veľkoobchodnej úrovni je v oboch prípadoch odlišný.

¹¹ Rozhodnutie Komisie vo veci Danone / Numico; bod 37: „*Rôzne trhy so značkovou detskou výživou majú národný geografický rozmer.*“

¹² Okrem horizontálnych vzťahov úrad v rámci identifikácie relevantných trhov analyzoval aj možné nehorizontálne vzťahy medzi podnikateľskými aktivitami Skupiny CE a Cieľovej spoločnosti na území SR, konkrétne potenciálny vzťah medzi trhom výroby ovocného pyré ako vstupu do nadväzujúcej výroby detskej výživy. Úrad však zohľadnil informácie uvedené v Oznámení, že Cieľová spoločnosť v súčasnosti nevyrába a po uskutočnení predmetnej koncentrácie ani neplánuje vyrábať ovocné pyré vo forme vstupu pre ďalšiu výrobu detskej výživy, a teda sa uvedeným ďalej bližšie nezaoberal.

22. Pri posúdení koncentrácie z hľadiska horizontálneho prekrytia účastníkov koncentrácie v oblasti značkovej detskej výživy úrad vychádzal z informácií uvedených v Oznámení, jeho doplnení ako aj ďalších podkladov predložených Oznamovateľom v priebehu správneho konania, vrátane údajov o vývoji trhových podielov a štruktúre dotknutých trhov.¹³
23. Úrad sa zaoberal predovšetkým štruktúrou trhu a podielmi účastníkov koncentrácie v oblasti výroby a veľkoobchodného predaja značkovej detskej výživy a rovnako tak ich podielmi v rámci jednotlivých segmentov značkovej detskej výživy uvedených vyššie, a to najmä v segmente ovocnej detskej výživy. Segment ovocnej značkovej detskej výživy predstavuje najvýznamnejší segment z hľadiska [.....]
.....]¹⁴ v tejto oblasti, ako aj z hľadiska objemu predanej detskej výživy celkovo.
24. Individuálne podiely, spoločný podiel účastníkov koncentrácie, a tiež podiely ich konkurentov v segmente značkovej detskej výživy vypočítané z tržieb z predaja značkovej detskej výživy, ako aj z objemu predaja značkovej detskej výživy v hmotnostných jednotkách za rok 2024 sú uvedené v Tabuľke 1,¹⁵ a to prostredníctvom podielov značiek, pod ktorými umiestňujú produkty detskej výživy na trh.

Tabuľka 1

Predaj jednotlivých značiek detskej výživy na území SR za rok 2024 vyjadrený v tržbách a v kilogramoch¹⁶				
Značka detskej výživy	Tržby v EUR	Podiel v %	Kilogramy	Podiel v %
OVKO	[...]	[20-30]	[...]	[30-40]
SUNAR	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]
HELLO	[...]	[10-20]	[...]	[20-30]
GERBER	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
HAMI	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
KUBIK	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
HAMANEK	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
HIPP	[...]	[5-10]	[...]	[0-5]
PURE & FUN	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
CVRCEK	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
Ostatní	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
Spolu	[...]	[90-100]	[...]	[90-100]
Spolu účastníci koncentrácie	[...]	[20-30]	[...]	[30-40]

25. Podľa správy Nielsen mal najvyšší podiel na predaji značkovej detskej výživy v SR z hľadiska tržieb za rok 2024 podnikateľ Hero Slovakia¹⁷ so značkou Sunar [20-30] %. S odstupom necelých [5-10] % nasledovala Cieľová spoločnosť s podielom [20-30] %.

¹³ Najmä správa Nielsen.

¹⁴ [...] – obchodné tajomstvo Cieľovej spoločnosti; neprístupné Oznamovateľovi a tretím stranám

¹⁵ Trhové podiely boli vypočítané z údajov správy Nielsen.

¹⁶ [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa v celej tabuľke; neprístupné tretím stranám

¹⁷ HERO SLOVAKIA s.r.o., so sídlom Podzámska 68, 949 01 Nitra, SR, IČO: 35 842 407 (ďalej len „Hero Slovakia“)

Ďalšími významnejšími výrobcami značkovej detskej výživy (ďalej len „výrobcovia“) boli podnikatelia Linea Nivnice¹⁸ so značkou Hello a podnikateľ Danone¹⁹ so značkou Hami s podielmi približne [10-20] %. Šiesti menší výrobcovia, vrátane Oznamovateľa, dosahovali individuálne podiely v intervale [0-5] %, pričom zvyšní výrobcovia sledovaní agentúrou Nielsen mali podiely [...] [0-5]²⁰ %.

26. Z hľadiska objemu predaja značkovej detskej výživy vyjadreného v hmotnostných jednotkách²¹ mala za rok 2024 najvyšší trhový podiel v SR Cieľová spoločnosť [30-40] %. S odstupom približne [10-20] % nasledovala značka Hello [20-30] %. Ďalšími významnejšími značkami boli Sunar s podielom [10-20] % a Hami s podielom [10-20] %. Štyria menší výrobcovia, vrátane Oznamovateľa, dosahovali podiely v rozmedzí [0 – 5] %, pričom ostatní výrobcovia uvádzaní agentúrou Nielsen mali podiely [...] [0-5]²² %.
27. Hoci z uvedených informácií je zrejmé, že Cieľová spoločnosť má významný podiel na výrobe a predaji značkovej detskej výživy v SR, podiely Oznamovateľa v tejto oblasti sú nižšie ako [0-5]²³ %. Prírastok trhového podielu, ktorý koncentrácia prinesie, je preto obmedzený. Úrad konštatuje, že po uskutočnení koncentrácie nedôjde k zmene poradia hlavných hráčov na dotknutom trhu, ale ani k významnej zmene konkurenčných odstupov medzi nimi.
28. Z hľadiska sortimentu je možné z predložených informácií konštatovať, že účastníci koncentrácie disponujú porovnateľným portfóliom výrobkov značkovej detskej výživy. Obaja účastníci koncentrácie ponúkajú detskú výživu dodávanú v skle ale aj v tzv. kapsičkách, ovocnú detskú výživu, ovocnú detskú výživu s ingredienciami, zeleninovú detskú výživu, detskú výživu s mäsovým základom ako aj výrobky určené pre obdobné vekové kategórie detí (najmä od 4 do 6 mesiacov). Po uskutočnení koncentrácie sa spoločné portfólio výrobkov účastníkov koncentrácie v oblasti značkovej detskej výživy podstatne nezmení.
29. Porovnateľným portfóliom výrobkov značkovej detskej výživy disponujú, s menšími odchýlkami, aj ostatní významní výrobcovia pôsobiaci na slovenskom trhu, najmä podnikatelia so značkami Sunar, Hello a Hami. Tieto spoločnosti možno z hľadiska rozsahu a štruktúry ich produktových portfólií, ako aj z hľadiska ich trhových podielov považovať za efektívnych konkurentov Cieľovej spoločnosti. Vzhľadom na informácie uvedené vyššie, Oznamovateľ patrí z hľadiska trhových podielov skôr medzi menších výrobcov značkovej detskej výživy.
30. Úrad sa ďalej zaoberal postavením účastníkov koncentrácie v možných užších segmentoch výroby a predaja značkovej detskej výživy definovaných podľa základnej potravinovej zložky výrobkov, ktorá určuje ich chuťový profil (slaná alebo sladká). Ako

¹⁸ LINEA NIVNICE, a.s., so sídlom U Dvora 190, 687 51 Nivnice, ČR, IČO: 49 970 666 (ďalej len „Linea Nivnice“)

¹⁹ Danone s.r.o., so sídlom Mlynské nivy 5, 821 09 Bratislava – mestská časť Ružinov, SR, IČO: 31 344 275 (ďalej len „Danone“)

²⁰ [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa v celom odseku; neprístupné tretím stranám

²¹ Údaje boli podľa Oznamovateľa prepočítané na predaj v kilogramoch (kg).

²² [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa v celom odseku; neprístupné tretím stranám

²³ [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa; neprístupné tretím stranám

bolo uvedené vyššie, Komisia²⁴ vo svojej rozhodovacej praxi neuzavrela otázku potreby rozlišovania medzi „slanými“ jedlami pre deti²⁵ a „sladkými“ jedlami pre deti.²⁶ Podobne, správa Nielsen sleduje predaj detskej výživy v členení na detskú výživu: (i) ovocnú, (ii) s mäsovým základom, (iii) ovocnú s rôznymi ingredienciami a (iv) so zeleninovým základom.

31. V rámci značkovej detskej výživy bol za rok 2024 najpredávanejším segment ovocnej značkovej detskej výživy, ktorý predstavoval približne [...] ²⁷ % z celkového predaja, nasledovaný segmentom značkovej detskej výživy s mäsovým základom, segmentom ovocnej značkovej detskej výživy s ingredienciami a segmentom značkovej detskej výživy so zeleninovým základom. V rámci uvedených segmentov mali účastníci koncentrácie najvýznamnejšie postavenie v segmente ovocnej značkovej detskej výživy. V ostatných segmentoch značkovej detskej výživy boli najpredávanejšími značky iných výrobcov, pričom ani po koncentracii sa spoločné postavenie účastníkov koncentrácie v rámci týchto segmentov významne nezmení. Úrad preto ďalej skúmal postavenie a podiely účastníkov koncentrácie a ostatných výrobcov značkovej detskej výživy iba v segmente ovocnej značkovej detskej výživy, ktorý je ako už bolo uvedené vyššie, zároveň najvýznamnejším segmentom v oblasti výroby a predaja značkovej detskej výživy.
32. V segmente ovocnej detskej výživy mala Cieľová spoločnosť za rok 2024 najvyšší podiel na predaji v SR, a to približne [30-40] % z hľadiska tržieb a približne [40-50] % z hľadiska objemu predaja v kilogramoch, a bola jednotkou na trhu. Oznamovateľ dosahoval v tomto segmente podiel nižší ako [5-10] %, bez ohľadu na použitý ukazovateľ predaja. Druhou najvýznamnejšou značkou v segmente ovocnej značkovej detskej výživy bola z hľadiska tržieb značka Sunar s podielom približne [20-30] % - s porovnateľným podielom ako má Cieľová spoločnosť. Tretou najvýznamnejšou značkou bola značka Hello s podielom približne [20-30] %. Podiely ostatných minimálne siedmich výrobcov (vrátane Oznamovateľa) sa pohybovali v intervale [0-5] % až [5-10] ²⁸ %.
33. Hoci má Cieľová spoločnosť v segmente ovocnej značkovej detskej výživy v SR vedúce postavenie, podiely Oznamovateľa v tomto segmente sú nižšie ako [0-5] ²⁹ %. Prírastok trhového podielu, ktorý koncentrácia prinesie, je preto obmedzený. Úrad konštatuje, že po uskutočnení koncentrácie nedôjde k podstatnej zmene poradia hlavných hráčov ani k významnej zmene konkurenčných odstupov medzi nimi v segmente ovocnej značkovej detskej výživy. Rovnako ako pred koncentráciou, aj po koncentracii zostanú v tomto segmente aktívni viacerí etablovaní výrobcovia, najmä podnikatelia so značkami Sunar a Hello, ako aj ďalší menší výrobcovia. Vzhľadom na nízky podiel Oznamovateľa, koncentráciou nedochádza k eliminácii významného konkurenčného subjektu ani k oslabeniu účinného konkurenčného tlaku v oblasti výroby a predaja ovocnej značkovej detskej výživy.

²⁴ Rozhodnutie Komisie vo veci Danone / Numico; Rozhodnutie Komisie zo dňa 21.07.2007 – M.4688 vo veci NESTLE / GERBER; bod 17.

²⁵ Najmä zeleninová a mäsovo-zeleninová detská výživa.

²⁶ Najmä ovocná detská výživa, jednodruhová alebo viacdruhová, s príchutami alebo bez príchutí.

²⁷ [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa; neprístupné tretím stranám

²⁸ [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa v celom odseku; neprístupné tretím stranám

²⁹ [...] – obchodné tajomstvo Oznamovateľa; neprístupné tretím stranám

34. Keďže, ako bolo uvedené vyššie, viacerí významní výrobcovia značkovej detskej výživy pôsobiaci v SR, vyrábajú svoju produkciu v ČR a v SR pôsobia (aj) prostredníctvom dovozov a ponúkajú porovnateľné portfólio výrobkov, tiež vzhľadom na indikované informácie o dodávkach tohto tovaru na väčšie vzdialenosti, úrad si vyžiadal od účastníka konania informácie k štruktúre tohto segmentu v ČR, so zameraním na ovocnú detskú výživu (avšak bez toho, aby akokoľvek uzatváral priestorový relevantný trh vo vzťahu k SR). Podľa predložených informácií je tento segment aj na území ČR najvýznamnejším segmentom, pričom účastníci koncentrácie nepredstavovali v rámci značkovej detskej výživy ani v tomto segmente vedúcich, resp. rozhodujúcich hráčov.³⁰
35. Na základe uvedeného úrad konštatuje, že ani pri zohľadnení možnej potenciálnej konkurencie a prípadného širšieho geografického územia neidentifikoval v súvislosti s predmetnou koncentráciou žiadne sťažné obavy. Vo všetkých segmentoch, aj v segmente ovocnej značkovej detskej výživy, v ktorom má Cieľová spoločnosť na území SR významnejšie postavenie, zostanú po uskutočnení koncentrácie na trhu viacerí silní konkurenční výrobcovia disponujúci porovnateľným a navzájom zastupiteľným produktovým portfóliom. Úrad teda konštatuje, že nebolo potrebné ďalej sa zaoberať ďalšími faktormi v rámci posúdenia danej koncentrácie a už na základe vyššie uvedených skutočností bolo možné dospieť k záveru, že predmetná koncentrácia nevzbudzuje obavy zo vzniku alebo posilneniu dominantného postavenia a nevedie k eliminácii významného konkurenčného tlaku.
36. Úrad sa zároveň zaoberal aj otázkou možných koordinačných účinkov koncentrácie. S prihliadnutím na štruktúru trhu značkovej detskej výživy a najmä na existenciu viacerých silných konkurenčných výrobcov, úrad nezistil okolnosti, ktoré by po uskutočnení koncentrácie zvyšovali pravdepodobnosť koordinovaného správania medzi účastníkmi trhu.

³⁰ Úrad z hľadiska potenciálnej konkurencie pre ilustráciu tiež prepočítal štruktúru tohto segmentu pri zohľadnení predajov v ČR a v SR a aj v takomto prípade boli podiely účastníkov koncentrácie po koncentracii výrazne nižšie ako podiely najvýznamnejších hráčov.

Poučenie:

Podľa § 27 ods. 1 zákona č.187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon“) v spojení s § 61 ods. 1 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov (ďalej len „správny poriadok“) proti tomuto rozhodnutiu môže byť podaný rozklad Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií, Plátennícka 2, 821 09 Bratislava v lehote 15 dní odo dňa jeho doručenia. O rozklade podľa § 14 ods. 1 zákona rozhoduje Rada Protimonopolného úradu Slovenskej republiky. Podľa § 61 ods. 1 správneho poriadku včas podaný rozklad má odkladný účinok. Toto rozhodnutie je preskúmateľné súdom podľa § 177 a nasl. zákona č. 162/2015 Z. z. Správny súdny poriadok po vyčerpaní riadnych opravných prostriedkov.

(elektronický podpis)

Mgr. Peter Demčák

podpredseda

Protimonopolného úradu Slovenskej republiky

Rozhodnutie sa doručuje:

Nedelka Kubáč advokáti s.r.o.

Mickiewiczova 9

811 07 Bratislava

IČO: 47 255 731