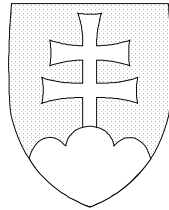


PROTIMONOPOLNÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY



ROZHODNUTIE

Číslo: 2014/FH/3/1/019

Bratislava, 17. júla 2014

Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií v správnom konaní č. 0011/OK/2014 začatom dňa 04.06.2014 na základe oznámenia koncentrácie podľa § 10 ods. 9 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 465/2002 Z. z., zákona č. 204/2004 Z. z., zákona č. 68/2005 Z. z., zákona č. 165/2009 Z. z. a zákona č. 387/2011 Z. z. podnikateľom NAY a.s., so sídlom Tuhovská 15, 830 06 Bratislava, IČO: 35 739 487 prostredníctvom splnomocneného právneho zástupcu JUDr. Kataríny Pecovej, advokátky spolupracujúcej s Dentons Europe CS LLP, zapísaná v zozname advokátov vedenom Slovenskou advokátskou komorou pod číslom 1466, so sídlom na Nám. SNP 15, 811 06 Bratislava,

r o z h o d o l

na základe § 12 ods. 1 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 465/2002 Z. z., zákona č. 204/2004 Z. z., zákona č. 68/2005 Z. z., zákona č. 165/2009 Z. z. a zákona č. 387/2011 Z. z. tak, že **s ú h l a s í** s koncentráciou podľa § 9 ods. 1 písm. b) zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 465/2002 Z. z., zákona č. 204/2004 Z. z., zákona č. 68/2005 Z. z., zákona č. 165/2009 Z. z. a zákona č. 387/2011 Z. z. spočívajúcou v získaní výlučnej priamej kontroly podnikateľom NAY a.s., so sídlom Tuhovská 15, 830 06 Bratislava, IČO: 35 739 487 nad podnikmi podnikateľov Electro World (Slovak republic), s.r.o., spoločnosť so sídlom Ivánska cesta 16, 821 04 Bratislava, IČO: 35 820 071, zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sro, vložka

číslo: 24897/B a Electro World s.r.o., spoločnosť so sídlom v Prahe 9, Chlumecká 1531, PSČ 198 19, Česká republika, identifikačné číslo 264 88 361, zapísaná v obchodnom registri vedenom Mestským súdom v Prahe, oddiel C, vložka 85390, a to na základe Zmluvy o predaji a kúpe podielov v cieľových spoločnostiach, uzavretej dňa 16.05.2014 medzi spoločnosťou NAY a.s., so sídlom Tuhovská 15, 830 06 Bratislava, IČO: 35 739 487 ako kupujúcim a spoločnosťou DSG OVERSEAS INVESTMENTS LIMITED, so sídlom Maylands Avenue, Hemel Hempstead, Hertfordshire HP2 7TG, Spojené kráľovstvo, ako predávajúcim.

O d ô v o d n e n i e :

1. Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií (ďalej len „úrad“) bolo dňa 04.06.2014 podaním zaevidovaným pod č. 1366/2014 podnikateľom NAY a.s., so sídlom Tuhovská 15, 830 06 Bratislava, IČO: 35 739 487 (ďalej len „NAY“) prostredníctvom splnomocneného právneho zástupcu JUDr. Kataríny Pecovej, advokátky spolupracujúcej s Dentons Europe CS LLP, zapísaná v zozname advokátov vedenom Slovenskou advokátskou komorou pod číslom 1466, so sídlom na Nám. SNP 15, 811 06 Bratislava (ďalej len „právny zástupca“) doručené oznámenie koncentrácie (ďalej len „Oznámenie koncentrácie“) podľa § 10 ods. 9 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 465/2002 Z. z., zákona č. 204/2004 Z. z., zákona č. 68/2005 Z. z., zákona č. 165/2009 Z. z. a zákona č. 387/2011 Z. z. (ďalej len „zákon“). Predmetná koncentrácia vznikla tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozhodnutia.
2. Na základe Oznámenia koncentrácie sa dňa 04.06.2014 podľa § 25 ods. 1 zákona v spojení s § 18 ods. 2 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov začalo správne konanie vo veci predmetnej koncentrácie, ktorému bolo pridelené číslo 0011/OK/2014.
3. Vzhľadom na to, že úrad vyhodnotil Oznámenie koncentrácie z hľadiska predpísaných náležitostí podľa § 10 ods. 12 zákona a Vyhlášky Protimonopolného úradu Slovenskej republiky č. 204/2009 Z.z., ktorou sa ustanovujú podrobnosti o náležitostiach oznámenia koncentrácie v znení neskorších predpisov (ďalej len „Vyhláška“) ako neúplné, úrad listom číslo 1434/PMÚ SR/2014 zo dňa 10.06.2014 vyzval oznamovateľov koncentrácie na jeho doplnenie a zároveň ich upovedomil, že lehota na vydanie rozhodnutia podľa § 11 ods. 1 zákona nezačala plynúť.
4. Oznámenie koncentrácie bolo doplnené listom zaevidovaným pod č. 1556/2014 dňa 24.06.2014, na základe doručenia ktorého začala podľa § 11 ods. zákona dňa 25.06.2014 plynúť lehota 25 pracovných dní na vydanie rozhodnutia vo veci predmetnej koncentrácie.
5. V priebehu predmetného správneho konania nadobudol účinnosť zákon č. 151/2014 Z.z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady

č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov a ktorým sa menia a dopĺňajú niektoré zákony (ďalej len „novela zákona“) ako aj Vyhláška Protimonopolného úradu Slovenskej republiky č. 170/2014 Z. z., ktorou sa ustanovujú náležitosti oznámenia koncentrácie. Vzhľadom na znenie prechodných ustanovení novely zákona v § 44d, sa právne vzťahy vzniknuté do 30. júna 2014 spravujú a predmetné konanie o koncentrácii sa dokončí podľa predpisov účinných do 30. júna 2014 - t.j. podľa ustanovení zákona a Vyhlášky.

6. Úrad v správnom konaní za účelom identifikácie relevantných trhov ovplyvnených predmetnou koncentraciou a posúdenia vplyvu predmetnej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže na nich vyzval na predloženie podkladov a informácií podnikateľov, ktorých oznamovateľ koncentrácie identifikoval ako svojich najväčších konkurentov, a to DATART INTERNATIONAL, a.s. - organizačná zložka, so sídlom Zadunajská cesta 10, 851 01 Bratislava 851 01 (ďalej len „DATART“), FAST PLUS, spol. s r.o. (prevádzkovateľ PLANE0 Elektro), so sídlom Na pántoch 18, 831 06 Bratislava (ďalej len „FAST PLUS“), expert SK, k.s., so sídlom Mlynské nivy 73, 821 05 Bratislava (ďalej len „expert SK“), OKAY Slovakia, spol. s r.o., so sídlom Krajná 86, 821 04 Bratislava (ďalej len „OKAY“), ANDREA SHOP, s.r.o., so sídlom Galantská cesta 5855/22, 929 01 Dunajská Streda (ďalej len „ANDREA SHOP“), EURONICS SK, a.s., so sídlom Farského 26, 851 01 Bratislava (ďalej len „EURONICS SK“), Alza.sk s.r.o., so sídlom Prievozská 18, 821 09 Bratislava (ďalej len „Alza.sk“), Internet Mall Slovakia, s.r.o. (prevádzkovateľ mall.sk), so sídlom Pasienkova 12599/2G, 821 06 Bratislava (ďalej len „mall.sk“ alebo „Internet Mall Slovakia“), Elektrosped a.s. (prevádzkovateľ hej.sk) so sídlom Pestovateľská 13, 821 04 Bratislava (ďalej len „Elektrosped“ alebo „hej.sk“) na predloženie podkladov a informácií. Úrad vyzval na predloženie informácií taktiež podnikateľa, ktorý bol identifikovaný v prieskume ako ďalší konkurent, a to spoločnosť Elsatex, so sídlom Ondavské Matiašovce 56, 094 01 Vranov nad Topľou (ďalej len „Elsatex“).
7. Z podkladov a informácií, ktoré boli úradu predložené v predmetnom správnom konaní účastníkmi konania, ako aj z informácií, ktoré boli úradu doručené v rámci prieskumu vyplynuli nasledovné skutočnosti.

Podnikatelia

8. Spoločnosť **NAY** je akciovou spoločnosťou založenou podľa práva Slovenskej republiky a je zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sa, vložka číslo: 1640/B.
9. Činnosť spoločnosti NAY je v Slovenskej republike (ďalej len „SR“) zameraná na maloobchodný predaj spotrebného tovaru z oblasti elektro, ktorý z hľadiska typov predávaných produktov zahŕňa predaj spotrebnej elektroniky, médií, domácich spotrebičov – malej bielej techniky, domácich spotrebičov – veľkej bielej techniky, foto, informačných technológií a telekomunikácií (ďalej spoločne len „spotrebný tovar z oblasti elektro“), a to prostredníctvom siete 31 predajní (tzn. maloobchodný predaj konečnému zákazníkovi). Spoločnosť

NAY súčasne realizuje maloobchodný predaj spotrebného tovaru z oblasti elektro aj cez internet v e-shopoch www.nay.sk a www.shoppie.sk (prevádzkovaný spoločnosťou Net Sales, s.r.o.). K uvedeným tovarom ponúka spoločnosť doplnkové a podporné služby spojené s predajom spotrebného tovaru z oblasti elektro, ako napr. predaj športových potrieb, hračiek, kníh, záhradnej techniky alebo náradia, poskytuje finančné produkty (predaj na splátky, poistenie, predĺžená záruka), montážne a inštalačné služby, odvoz tovaru. Ďalej spoločnosť NAY pôsobí v SR okrajovo aj v oblasti veľkoobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro.

10. Spoločnosť Electro World (Slovak republic), s.r.o., so sídlom Ivánska cesta 16, 821 04 Bratislava (ďalej len „EW“), je spoločnosťou založenou podľa práva Slovenskej republiky a na slovenskom trhu pôsobí prostredníctvom 4 maloobchodných predajní spotrebného tovaru z oblasti elektro. Zároveň predáva spotrebný tovar z oblasti elektro aj cez internet prostredníctvom e-shopu www.electroworld.sk. K uvedeným tovarom poskytuje podporné a doplnkové služby. V oblasti veľkoobchodu nepôsobí.
11. Spoločnosť Electro World s.r.o., je spoločnosť založená podľa práva Českej republiky, so sídlom v Prahe 9, Chlumecká 1531, PSČ 198 19, Česká republika, (ďalej len „EW ČR“). Pôsobí cez maloobchodnú sieť 22 predajní spotrebného tovaru z oblasti elektro, ako aj formou predaja cez internet na e-shope www.electroworld.cz, a to výlučne v Českej republike.
12. Ako vyplýva z vyššie uvedeného, spoločnosti NAY, EW, a EW ČR sú podnikatelia v zmysle § 3 ods. 2 zákona.

Účastníci konania a koncentrácie

13. Účastníkom koncentrácie v prípade vzniku koncentrácie podľa § 9 ods.1 písm. b) zákona je podnikateľ alebo podnikatelia, ktorí získavajú priamu alebo nepriamu kontrolu nad podnikom alebo nad časťou podniku iného podnikateľa alebo podnikateľov a podnikateľ alebo podnikatelia, nad ktorými je priama alebo nepriama kontrola získavaná. Podľa § 25 ods. 2 písm. d) zákona, v prípade koncentrácie vzniknutej získaním kontroly, je účastníkom správneho konania podnikateľ, ktorý takúto kontrolu získava.
14. Na základe vyššie uvedeného sú účastníkmi predmetnej koncentrácie podnikatelia NAY, EW a EW ČR a účastníkom správneho konania je podnikateľ NAY.
15. Vychádzajúc z podkladov predložených v oznámení koncentrácie úrad zistil, že predmetná koncentrácia podlieha kontrole úradu podľa § 10 ods. 1 písm. b) bod 2 zákona.

Relevantné trhy

16. Podľa § 3 ods. 3 zákona relevantný trh je priestorový a časový súbeh ponuky a dopytu takých tovarov, ktoré sú na uspokojenie určitých potrieb z hľadiska

užívateľa zhodné alebo vzájomne zastupiteľné. Podľa § 3 ods. 4 zákona tovarový relevantný trh zahŕňa zhodné alebo vzájomne zastupiteľné tovary schopné uspokojiť určitú potrebu užívateľov. Podľa § 3 ods. 5 zákona vzájomne zastupiteľné tovary sú tovary, ktoré sú zastupiteľné najmä z hľadiska ich fyzikálnych a technických charakteristík, ceny a účelu použitia. Podľa § 3 ods. 6 zákona je priestorový relevantný trh vymedzený územím, na ktorom sú súťažné podmienky také homogénne, že toto územie môže byť odčlenené od ostatných území s odlišnými súťažnými podmienkami.

17. Podnikateľ NAY v Oznámení koncentrácie uviedol, že na území SR pôsobí v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro prostredníctvom kamenných predajní (na území SR prevádzkuje 31 predajní) ako aj cez internet prostredníctvom svojich e-shopov. Okrajovo spoločnosť NAY pôsobí v SR v oblasti veľkoobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro, pričom táto činnosť NAY je z hľadiska celkových tržieb predmetného podnikateľa zanedbateľná.
18. V Oznámení koncentrácie je uvedené, že spoločnosť EW taktiež pôsobí na území SR v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro ako v rámci kamenných predajní (na území SR prevádzkuje 4 predajne) tak aj prostredníctvom e-shopu. Spoločnosť EW veľkoobchodný predaj vôbec nerealizuje. Podľa Oznámenia koncentrácie spoločnosť EW ČR pôsobí formou maloobchodného predaja tovarov z oblasti elektro cez kamenné predajne a internet výlučne v Českej republike.
19. V Oznámení koncentrácie bolo ďalej uvedené, že účastníci koncentrácie ponúkajú aj doplnkové tovary a služby spojené s predajom spotrebného tovaru z oblasti elektro, avšak zároveň sa v Oznámení koncentrácie uvádza, že uvedené činnosti sú len doplnkovými činnosťami k predaju spotrebného tovaru z oblasti elektro a nie sú poskytované samostatne bez nákupu elektra a taktiež že podiel tržieb z predaja takých doplnkových tovarov a služieb je vzhľadom na celkové tržby oboch spoločností zanedbateľný. Na základe uvedeného nebolo potrebné sa predmetnými doplnkovými činnosťami v rámci posúdenia koncentrácie bližšie zaoberať.
20. Z informácií uvedených v Oznámení koncentrácie vyplýva, že aktivity podnikateľov NAY a EW sa prekrývajú predovšetkým v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro. Tento predaj realizujú obaja účastníci koncentrácie formou predaja kamenných predajniach a formou internetového predaja. V prípade veľkoobchodného predaja tovarov z oblasti elektro sa aktivity účastníkov koncentrácie neprekrývajú, keďže tento realizuje len spoločnosť NAY a aj to len v zanedbateľnom rozsahu, preto nebolo potrebné sa bližšie zaoberať veľkoobchodným trhom v oblasti predaja elektro, jeho presným vymedzením, ani bližšie preskúmať prípadné vertikálne efekty koncentrácie. Podnikatelia NAY a EW pôsobia taktiež v oblasti nákupu spotrebného tovaru z oblasti elektro, avšak vzhľadom na vyjadrenie úradu v bode 53. tohto textu, nebolo potrebné, aby sa úrad predmetnou oblasťou detailne zaoberal.

Tovarový relevantný trh

21. Podnikateľ NAY v Oznámení koncentrácie identifikoval ovplyvnený tovarový relevantný trh v zmysle Vyhlášky, a to trh maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro.
22. V Oznámení koncentrácie oznamovateľ uviedol v rámci trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro nasledujúce segmenty:
- spotrebná elektronika (ďalej v tabuľkách len „SE“) - zosilovače, domáce kiná, kamery, autorádiá, CD prehrávače, televízory (projekčné televízory, plazma, LCD, LED, OLED, CRT), DVD prehrávače, MD nahrávače, MP3, osobné prehrávače, receivers, tunery, videorekordéry, príslušenstvo;
 - médiá - audio/video kazety, MD/CD/DVD/BD recmedia;
 - domáce spotrebiče - malá biela technika (ďalej v tabuľkách len „DS MBT“) - kávovary, fritézy, zubná hygiena, kuchynské pomôcky, roboty, mixery, vlasové sušiče, kulmy, difúzery, žehličky, holiace strojčky, epilátory, toustovače, hriankovače, vysávače, príslušenstvo;
 - domáce spotrebiče – veľká biela technika (ďalej v tabuľkách len „DS VBT“) - sporáky, elektrické rúry, chladničky, umývačky riadu, mrazničky, digestory, varné dosky, mikrovlnky, sušičky, práčky, príslušenstvo;
 - foto - fotoaparáty, digitálne fotoaparáty, pamäťové karty, fotorámiky, objektívy, príslušenstvo;
 - informačná technológia (ďalej v tabuľkách len „IT“) - PC, notebooky, tablety, čítačky kníh, monitory, scannery, tlačiarne, kancelárska technika, gaming, SW, príslušenstvo;
 - telekomunikácie (faxy, mobilné telefóny, telefóny, vysielачky, príslušenstvo).
23. Podľa dostupnej rozhodovacej praxe trh maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro z hľadiska tovarového možno užšie členiť a možno uvažovať nad vymedzením samostatných tovarových relevantných trhov podľa jednotlivých segmentov, resp. skupín tovarov. Európska komisia vo svojej predchádzajúcej praxi vymedzila trh maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro ako samostatný trh, pričom konštatovala vzhľadom na kritériá zastupiteľnosti možnosť užšieho vymedzenia trhu na (i) maloobchodný predaj spotrebnej elektroniky, resp. čiernej techniky (vrátane audio a vizuálnych spotrebičov), (ii) maloobchodný predaj veľkých domácich spotrebičov, resp. veľkej bielej techniky, (iii) maloobchodný predaj malých domácich spotrebičov, resp. malej bielej techniky a (iv) maloobchodný predaj počítačov a komunikačných zariadení.¹ Európska komisia vzhľadom na neexistenciu súťažných obáv ponechala otázku presnej definície potenciálne užšieho vymedzenia otvorenú.
24. V tomto prípade úrad vyžiadal od podnikateľa NAY ako aj od ďalších podnikateľov poskytujúcich maloobchodný predaj spotrebného tovaru z oblasti elektro informácie ohľadne ich postavenia na trhu maloobchodného predaja

¹ Napríklad rozhodnutie EK v prípade COMP/M.6847 - TRITON/ SUOMEN z 22.2.2013

spotrebného tovaru z oblasti elektro celkovo, aj vo vzťahu k vyššie uvádzaným segmentom. Nakoľko v tomto prípade pri alternatíve vymedzenia trhu ako maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro (potenciálne ďalej členené na predaj cez kamenné predajne a predaj cez internet, ako je ďalej uvedené) ani pri užšom vymedzení trhu, pri členení na jednotlivé segmenty v dôsledku predmetnej koncentrácie nevznikne súťažný problém, úrad ponecháva otázku možného užšieho vymedzenia tovarového relevantného trhu z pohľadu segmentov otvorenú.

25. Podnikateľ NAY v Oznámení koncentrácie uviedol možnosti maloobchodného predaja predmetných tovarov z oblasti elektro prostredníctvom nasledovných distribučných kanálov: kamenné predajne (podnikateľ tu používal výraz maloobchod, ďalej v texte ako „kamenné predajne“), internetový predaj.
26. Podnikateľ NAY zastáva názor, že distribučné kanály kamenné predajne a internetový predaj sú zastupiteľné, a preto podľa názoru účastníkov koncentrácie nie je nutné vymedzovať samostatné tovarové trhy pre zmienené distribučné kanály, tzn. zvlášť pre maloobchodný predaj v kamenných predajniach a zvlášť pre maloobchodný internetový predaj.
27. V Oznámení koncentrácie účastník koncentrácie ako podporný argument svojho tvrdenia uvádza, že v súčasnosti všetci veľkí predajcovia predávajú svoj tovar cez kamenné predajne ako aj cez svoje internetové stránky, využívajúc synergiu internetu a predajne, pričom sa realizuje tzv. multikanálový predaj v rámci jedného relevantného trhu. Zákazníci si čoraz častejšie vyberú a kúpia tovar na internete, avšak vyzdvihnúť si ho prídu priamo do kamennej predajne. Podľa informácií účastníkov koncentrácie, veľkí internetoví predajcovia si začínajú budovať tzv. pick-up pointy, ktoré sa stávajú tzv. „internetovými“ kamennými predajňami, nakoľko si zákazník prevezme tovar na mieste a zároveň je na takom mieste aj tovar aj vystavený, je prítomný obslužný personál a zákazník si tam môže kúpiť tovar aj bez objednania na internete.
28. Podľa účastníka koncentrácie teda neexistuje jasné kritérium, na základe ktorého by bolo možné presne rozlišovať, kde končí predaj cez internet a kde začína predaj v kamennej predajni. Súčasne sa približuje i cenová úroveň tovarov v kamenných predajniach a v e-shopoch, pretože priemerný konečný spotrebiteľ sa pri nákupe tovarov zameriava predovšetkým na cenu. Obe distribučné kanály sú teda podľa účastníka koncentrácie navzájom plne konkurencieschopné a z hľadiska spotrebiteľa zastupiteľné a nie je nutné ich odčleňovať v rámci vymedzenia relevantného trhu.
29. Zároveň je vzhľadom k pokrytiu územia Slovenskej republiky internetom, dostupnosti počítačov a zvyšujúcej sa emancipácii konečných spotrebiteľov v oblasti využívania nákupu tovarov cez internet možné sledovať trend posilňovania internetového predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro.
30. Podnikateľ NAY navyše uviedol, že ostatní podnikatelia pôsobiaci na ovplyvnenom trhu, ktorí operujú cez kamenné predajne aj internet (napr.

spoločnosti EURONICS SK, DATART, OKAY) majú aj podobné podiely na predaji v závislosti od distribučných systémov ako NAY a EW.

31. Úrad dodáva, že v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro pôsobia aj čisto predajcovia prostredníctvom kamenných predajní (väčšinou ide o lokálne predajne elektra), prípadne predajcovia s väčším podielom veľkoobchodu (FAST PLUS), alebo predajcovia tovaru cez internet (Alza.sk, mall.sk, hej.sk).
32. Z prieskumu, vykonaného medzi konkurentmi podnikateľa NAY bolo zistené, že 5 podnikateľov považuje kamenné predajne a internetový predaj za zastupiteľné, 2 podnikatelia ich považujú za čiastočne zastupiteľné a 2 podnikatelia nepovažujú kamenné predajne a internetový predaj za zastupiteľné.
33. Konkurenti vo svojich odôvodneniach k zastupiteľnosti predmetných distribučných kanálov najčastejšie uviedli argument, že z hľadiska cien sú rozdiely minimálne alebo že ceny prostredníctvom internetového predaja sú nižšie, ale majú tendenciu sa vyrovnávať s cenami kamenných predajní. Jeden konkurent uviedol, že „rozdiel medzi internetovými obchodmi a kamennými predajňami sa postupom času vytráca, nakoľko internetové obchody budujú svoje kamenné prevádzky a naopak maloobchodní predajcovia s kamennými predajňami si budujú svoje internetové stránky/e-shopy“.
34. Konkurenti vo svojich odôvodneniach proti zastupiteľnosti predmetných distribučných kanálov najčastejšie uviedli argumenty týkajúce sa šírky sortimentu (v kamenných predajniach sa nachádza nižší počet produktov a modelov ako v ponuke internetových obchodov a zároveň zákazník má v kamennej predajni možnosť priamo sa oboznámiť s tovarom a vyskúšať si jeho funkčné vlastnosti), možnosti dodatočných služieb (širšie možnosti dodatočných služieb sú poskytované prostredníctvom kamenných predajní), typu zákazníka (internetový predaj využívajú skôr mladší alebo cenovo orientovaný zákazníci) a v neposlednom rade nákladov na prevádzku (náklady pri kamenných predajniach sú vyššie, čo konkurenčne znevýhodňuje predaj v nich).
35. Úrad konštatuje, že vyjadrenia jednotlivých konkurentov pre/proti zastupiteľnosti a následné zdôvodnenia týchto vyjadrení z hľadiska kritérií zastupiteľnosti nie sú jednoznačné. Napr. spoločnosť DATART uviedla, že pre 95% sortimentu má jednotné predajné ceny v rámci kamenných predajní aj internetového predaja, ale zároveň predajné kanály nepovažuje za zastupiteľné. Naopak spoločnosti ANDREA SHOP alebo FAST PLUS považujú dané distribučné kanály za zastupiteľné avšak uvádzajú, že predajné ceny pri internetovom predaji sú nižšie. Rovnako podnikatelia, ktorí argumentovali nezastupiteľnosťou predaja cez internet a prostredníctvom kamenných predajní, na druhej strane uviedli ako svojich konkurentov aj internetové predajne, resp. uvádzali internetový predaj ako dôvod poklesu tržieb. Úrad tiež dodáva, že oslovení podnikatelia tiež neuvádzali osobitne iné špecifiká pre niektoré z vyššie uvedených segmentov elektro tovaru vo vzťahu

k zastupiteľnosti predaja cez internet/predaja prostredníctvom kamenných predajní.

36. Po posúdení argumentov podnikateľa NAY a taktiež vyjadrení a údajov vyplývajúcich z prieskumu medzi konkurentmi úrad konštatuje, že pre stanovenie jednoznačnej definície relevantného trhu v tomto prípade by bolo nevyhnutné uvedené hlbšie analyzovať. Avšak vzhľadom na efekty tejto koncentrácie (úrad posúdil vplyv koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže v predmetnej oblasti ako z hľadiska distribučných kanálov jednotlivo, tak aj celkovo, resp. aj pre alternatívu zastupiteľnosti kamenných predajní a internetového predaja) uvedené nebolo potrebné.
37. Na základe vyššie uvedených skutočností úrad ponecháva otázku ohľadne presnej identifikácie tovarového relevantného trhu v oblasti predaja maloobchodného spotrebného tovaru z oblasti elektro otvorenú, nakoľko predmetná koncentrácia nevyvoláva súťažné obavy, v prípade ako širšej tak užšej alternatíve vymedzenia trhu z tovarového hľadiska v závislosti od segmentov alebo distribučných kanálov ako vyplýva z nižšie uvedenej analýzy.

Priestorový relevantný trh

38. Podnikateľ NAY v Oznámení koncentrácie uviedol, že účastníci koncentrácie NAY a EW pôsobia v celej SR, ktorá má charakter prostredia s homogénnymi súťažnými podmienkami, a teda priestorový relevantný trh identifikoval ako národný.
39. Podľa Oznámenia koncentrácie podnikateľ EW ČR pôsobí v oblasti maloobchodného predaja výlučne na území Českej republiky. Úrad sa následne pri posudzovaní dopadov predmetnej koncentrácie na trh maloobchodného predaja spotrebného tovaru v Slovenskej republike pôsobením podnikateľa EW ČR nezaoberal.
40. Z podkladov a informácií získaných z prieskumu medzi konkurentmi vyplýva, že priemerná vzdialenosť medzi predajným miestom a zákazníkom je v prípade kamenných predajní najčastejšie 30 až 50 km. Konkurenti zároveň podotkli, že v závislosti od typu tovaru a iných faktorov (napr. cena tovaru, veľkosť tovaru, spôsob prepravy, spoplatňovanie prepravy, otváracie hodiny) sa môže táto vzdialenosť líšiť.
41. V prieskume úrad taktiež zisťoval spôsob určovania cien, zliav, rozsahu ponúkaného tovaru z hľadiska územného pôsobenia v SR, resp. či sú ceny určované národne alebo lokálne. Úrad zistil, že z oslovených konkurentov 4 podnikatelia určujú svoje ceny národne, 2 podnikatelia určujú svoje ceny národne, pričom zohľadňujú aj lokálnu konkurenciu a 3 podnikatelia určuje svoje ceny lokálne.
42. Európska komisia vo svojej predchádzajúcej praxi posudzovala trh maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro jednak

z národného hľadiska a jednak na lokálnej úrovni, pričom však otázku presnej definície geografického trhu ponecháva otvorenú.²

43. Otázku geografickej definície relevantného trhu nie je v tejto súvislosti potrebné striktno uzavrieť, úrad sa zaoberal dopadom koncentrácie z hľadiska národného a aj z hľadiska lokálneho pôsobenia účastníkov koncentrácie a zistil, že predmetná koncentrácia nevyvoláva súťažné obavy.

Posúdenie vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže

44. Pri posudzovaní vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže na trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro úrad posudzoval, postavenie a pôsobenie účastníkov koncentrácie a ďalších subjektov v kontexte možných širších či užších alternatív relevantných trhov tak, ako prichádzajú do úvahy podľa Oznámenia koncentrácie, prieskumu úradu, ako aj podporne predchádzajúcej rozhodovacej praxe Komisie.
45. Podľa informácií z Oznámenia koncentrácie odhaduje účastník koncentrácie (odvolávajúc sa na prieskum vykonaný spoločnosťou GfK) trh maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR vo finančných jednotkách nasledovne (vypočítané na základe tržieb z predaja tovarov s DPH):

Tabuľka 1

Rok	Veľkosť trhu s DPH (v tis. €)
2011	1 033 885
2012	1 049 794
2013	1 076 485

46. Oznamovateľ koncentrácie predložil úradu jednotlivo informácie o tržbách z predaja tovarov a služieb (vychádzajúc z účtovnej závierky s pripočítaným DPH pre porovnateľnosť s celkovým trhom) a informácie o podieloch spoločností NAY a EW na celkovom trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR. Údaje sa nachádzajú v nasledujúcej Tabuľke 2:

Tabuľka 2

Rok	NAY (v tis. €)	podiel na trhu (v %)	EW (v tis. €)	podiel na trhu (v %)	podiel na trhu spolu (v %)
2011	186 089	18,00	14 904	1,44	19,44
2012	175 449	16,71	20 394	1,94	18,65
2013	172 380	16,01	26 627	2,47	18,48

² Napríklad rozhodnutie EK v prípade COMP/M.6847 - TRITON/ SUOMEN z 22.2.2013

47. Úrad v rámci identifikácie celkového objemu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro v SR za jednotlivé roky 2011 až 2013 vychádzal z informácií uvádzaných v Oznámení, ktoré sa ohľadne uvedeného odvolávali na prieskum uskutočnený spoločnosťou GfK, pričom predmetný prieskum bol viacerými podnikateľmi pôsobiacimi v predmetnej oblasti považovaný ako relevantný na určenie celkového maloobchodného predaja spotrebného tovaru v oblasti elektro.³
48. Úrad pri hodnotení vplyvu koncentrácie v rámci jednotlivých segmentov ako aj v rámci distribučných kanálov, o.i. vychádzal z informácií ohľadne celkového obratu a obratu za jednotlivé segmenty a distribučné kanály účastníkov koncentrácie a oslovených konkurentov.
49. Úrad sa zaoberal zisťovaním postavenia účastníkov koncentrácie, charakterom a štruktúrou trhu pred koncentráciou a v prípade jej realizácie, a to z hľadiska:
- maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro celkovo, t.j. bez rozlíšenia podľa distribučných kanálov a segmentov na území SR;
 - maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro v rámci jednotlivých segmentov (skupín tovarov) bez rozlíšenia internetového predaja a predaja v kamenných predajniach (na území SR);
 - maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro v rámci jednotlivých segmentov a celkovo prostredníctvom internetu (na území SR);
 - maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro v rámci jednotlivých segmentov a celkovo prostredníctvom kamenných predajní (na území SR);
 - maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro v rámci lokálneho pôsobenia účastníkov koncentrácie.

Posúdenie z hľadiska priestorového relevantného trhu daného územím SR

50. Z prieskumu úradu vyplýva, že na trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR pôsobia jednak podnikatelia, ktorí predávajú tovar len prostredníctvom kamenných predajní, t.j. Elsatex a FAST PLUS, jednak podnikatelia, ktorí predávajú tovar prostredníctvom internetu, t.j. Alza.sk, hej.sk, mall.sk a taktiež podnikatelia, ktorí predávajú prostredníctvom oboch distribučných kanálov, t.j. NAY, EW, OKAY, ANDREA SHOP, DATART, EURONICS SK. Pri posledných menovaných sa väčšina predaja realizuje prostredníctvom kamenných predajní.

Maloobchodný trh predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro celkovo

³ Ďalej v texte pre porovnateľnosť s dátami z prieskumu boli údaje o celkovej veľkosti trhu očistené o DPH.

51. Údaje o trhových podieloch účastníkov koncentrácie a oslovených konkurentov za roky 2011, 2012 a 2013 na trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR úrad vypočítal ako podiel obrátov jednotlivých subjektov za predaj spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR (dáta získané z prieskumu úradu) ku celkovému objemu trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR (dáta získané z prieskumu GfK uvedenom v Oznámení koncentrácie očistené o DPH). Predmetné trhové podiely sa nachádzajú v nasledujúcej Tabuľke 3:

Tabuľka 3⁴

	podiel na trhu za rok 2011 (v %)	podiel na trhu za rok 2012 (v %)	podiel na trhu za rok 2013 (v %)
NAY	[10-20]	[10-20]	[10-20]
EW	[0-5]	[0-5]	[0-5]
NAY+EW	[20-30]	[10-20]	[10-20]
Euronics SK	[10-20]	[5-10]	[5-10]
Alza.sk	[0-5]	[5-10]	[5-10]
Fast plus	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Okay	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Datart	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Andrea shop	[0-5]	[0-5]	[0-5]
mall.sk	[0-5]	[0-5]	[0-5]
hej.sk	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Elsatex	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Ostatní	43,85	44,04	43,19

- 52.V roku 2013 mala spoločnosť NAY na trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR podiel [10-20]%. Po koncentracii bude mať novovytvorený subjekt podiel na trhu [10-20]%, čo predstavuje prírastok trhového podielu spoločnosťou EW na úrovni [0-5]%.⁵

- 53.Analýzou bolo zistené, že spoločnosť NAY už pred koncentraciou mala vedúce postavenie na celkovom maloobchodnom trhu spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR (bez užšieho členenia na jednotlivé segmenty a bez užšieho členenia trhu na predaj cez internet a cez kamenné predajne). Ďalší traja maloobchodní predajcovia spotrebného tovaru z oblasti elektro majú podiel nižší, v rozmedzí [5-10] %, ďalej nasledujú podnikatelia s podielom [0-5] %, pričom do tejto skupiny patrí aj nadobúdaný subjekt. Predmetnou koncentraciou dôjde k zvýšeniu podielu NAY, avšak tento prírastok je relatívne nízky, a teda nedochádza v tomto smere k podstatnej zmene na trhu, pričom neboli zistené žiadne okolnosti, ktoré by odôvodňovali existenciu súťažných obáv v dôsledku predmetnej koncentrácie.

⁴ Obchodné tajomstvo predmetných respondentov prieskumu – údaje o trhových podieloch predmetných podnikateľov vypočítané pomocou predložených dát o tržbách

⁵ Obchodné tajomstvo účastníkov koncentrácie – údaje o podieloch účastníkov koncentrácie dosiahnutých na predmetnom trhu v roku 2013

Maloobchodný trh predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro so zameraním na jednotlivé segmenty

54. Úrad sa ďalej zaoberal analýzou postavenia na trhu účastníkov koncentrácie a oslovených konkurentov za jednotlivé segmenty spotrebného tovaru z oblasti elektro za rok 2013, a to celkovo za oba distribučné kanály, pričom podiely na trhu vypočítal ako podiel obrátov z vybraných segmentov u jednotlivých subjektov (dáta získané z prieskumu úradu) ku celkovému objemu príslušného segmentu na trhu maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR (dáta získané z prieskumu GfK za jednotlivé segmenty uvedenom v Oznámení koncentrácie očistené o DPH). Pre lepšiu porovnateľnosť podkladových dát bolo potrebné započítať do segmentu spotrebnej elektroniky segment foto a segment médiá, keďže v predloženom prieskume spoločnosti GfK boli tieto segmenty uvedené spoločne a nebolo ich možné zo segmentu spotrebnej elektroniky vyčleniť. Predmetné trhové podiely za rok 2013 sa nachádzajú v nasledujúcej Tabuľke 4:

Tabuľka 4⁶

(údaje v %)	DS-MBT	DS-VBT	SE (+foto a médiá)	TEL	IT
NAY	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[5-10]	[5-10]
EW	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
NAY+EW	[30-40]	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[5-10]
Datart	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]
Fast plus	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[0-5]
Okay	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]
Euronics SK	[5-10]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[0-5]
Andrea shop	[5-10]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
mall.sk	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
hej.sk	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Elsatex	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Alza.sk	[0-5]	[0-5]	[10-20]	[0-5]	[10-20]
Ostatní	1,66	2,79	12,96	80,72	70,24

55. Ako vyplýva z Tabuľky 4, úrad prieskumom medzi účastníkmi koncentrácie a ich konkurentmi získal informácie z celkového objemu segmentu domáce spotrebiče – malá biela technika v rozsahu 98,34 % trhu, z celkového objemu segmentu domáce spotrebiče – veľká biela technika v rozsahu 97,21 % trhu a z celkového objemu segmentu spotrebná elektronika (so segmentom foto a médiá) v rozsahu 87,04 % trhu, t.j. úrad prieskumom v príslušných segmentoch pokryl väčšinu predaja.

56. Z Tabuľky 4 taktiež vyplýva, že spoločnosť NAY pôsobí predovšetkým v segmentoch (i) domáce spotrebiče – malá biela technika, (ii) domáce spotrebiče – veľká biela technika a (iii) spotrebná elektronika (spolu so

⁶ Obchodné tajomstvo predmetných respondentov prieskumu – údaje o trhových podieloch predmetných podnikateľov dosiahnutých v 2013 v rámci jednotlivých segmentov vymedzeného spotrebného tovaru

segmentmi médiá a foto). V segmentoch domáce spotrebiče – malá biela technika a spotrebná elektronika je spoločnosť NAY trhovou jednotkou už pred koncentráciou, pričom odstup konkurentov je porovnateľný ako v prípade údajov o trhu bez členenia na jednotlivé segmenty tovarov. V segmente domáce spotrebiče – veľká biela technika predstavovala spoločnosť NAY trhovú dvojku. Predmetnou koncentráciou dôjde k zvýšeniu podielu NAY, avšak tento prírastok je relatívne nízky, a teda nedochádza v tomto smere k podstatnej zmene na trhu, pričom neboli zistené žiadne okolnosti, ktoré by odôvodňovali existenciu súťažných obáv v dôsledku predmetnej koncentrácie.

57. Z analýzy je tiež zrejmé, že prevažná väčšina podnikateľov (najmä tradiční predajcovia cez kamenné predajne) sa sústreďujú rovnako viac na segmenty domáce spotrebiče – malá biela technika, domáce spotrebiče – veľká biela technika a spotrebná elektronika. Segmenty informačné technológie a telekomunikácie negenerujú u väčšiny oslovených podnikateľov zásadný objem z ich tržieb.
58. V prípade segmentov informačné technológie a telekomunikácie sú podiely subjektov pred koncentráciou aj po koncentracii podstatne nižšie, čo súvisí so skutočnosťou, že tieto segmenty nie sú kľúčovými trhmi pre oslovených podnikateľov a ako je zrejmé z analýzy, na tomto trhu predstavujú kľúčových hráčov iní podnikatelia ako tu uvedení.

Maloobchodný trh predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro predávaného prostredníctvom internetu

59. Úrad zobral do úvahy postavenie podnikateľov pri zameraní sa na predaj spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR za rok 2013 prostredníctvom internetových predajní celkovo a aj za jednotlivé segmenty spotrebného tovaru predávaného cez internet, pričom dané trhové podiely sa nachádzajú v nižšie uvedenej Tabuľke 5.⁷

⁷ Keďže úrad nemal k dispozícii oficiálne informácie o pomeroch medzi internetovým predajom a predajom prostredníctvom kamenných predajní, je použitý predpoklad, pre zvyšok úradom neosloveného trhu, že pomer predajov oboch distribučných kanálov je porovnateľný, t.j. 50:50, pričom však ani pri použití pomeru 76:24 (informácia získaná z výpočtov z prieskumu o pomere predaja distribučných kanálov) v prospech predaja prostredníctvom kamenných predajní nevznikajú značné odchýlky od dát uvedených nižšie. Úrad pri určovaní trhových podielov jednotlivých spoločností najskôr vypočítal celkový objem na trhu (100% základňa) pre jednotlivé segmenty predávané prostredníctvom internetu, ktorý získal vydelením súčtu získaných objemov predaja oslovených spoločností za príslušný segment predávaný prostredníctvom internetu s % hodnotou, ktorá predstavuje podiel prieskumom získaných dát v príslušnom segmente z celého objemu príslušného segmentu na trhu (vychádzajúc z Tabuľky 4), pričom následne sa toto číslo vynásobilo hodnotou 100, čím sa dosiahol odhad veľkosti za príslušný segment trhu predávaného prostredníctvom internetu pri predpoklade rozdelenia distribučných kanálov 50:50. Konkrétne trhové podiely sa vypočítali ako podiel objemu predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro v jednotlivom segmente predávanom prostredníctvom internetu určitého subjektu ku celkovému objemu na trhu v príslušnom segmente predávanom prostredníctvom internetu vyrátaného spôsobom spomenutým vyššie.

Tabuľka 5⁸

(údaje v %)	DS-MBT	DS-VBT	SE (+foto a médiá)	IT	TEL	internetový predaj celkom
NAY	[5-10]	[10-20]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[5-10]
EW	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
NAY+EW	[10-20]	[10-20]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[5-10]
Alza.sk	[0-5]	[5-10]	[50-60]	[20-30]	[5-10]	[20-30]
Andrea shop	[10-20]	[40-50]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]
mall.sk	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[5-10]
hej.sk	[10-20]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Datart	[30-40]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Euronics SK	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Okay	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Fast plus	-	-	-	-	-	-
Elsatex	-	-	-	-	-	-

60. Spoločnosti FAST PLUS a Elsatex, ako vyplýva z prieskumu, v oblasti internetového predaja nepôsobia.
61. Vychádzajúc z dostupných informácií, trhovú podiel na internetovom predaji spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR v roku 2013 predstavuje za spoločnosť NAY približne [5-10]% a za spoločnosť EW približne [0-5]%, z čoho vyplýva, že ani spoločnosť NAY ani spoločnosť EW nepredstavujú kľúčových hráčov v danej oblasti. Navyše internetový predaj z celkového obratu spoločnosti NAY dosahuje v roku 2013 hodnotu [5-10]% a v prípade spoločnosti EW ide o [10-20]%, a teda prevažná väčšina predaja tovarov sa u týchto spoločností uskutočňuje priamo v kamenných predajniach. Koncentrácia na základe uvedeného ako aj vzhľadom na to, že neboli zistené žiadne iné skutočnosti vzbudzujúce súťažne obavy, nenaruší účinnú hospodársku súťaž v prípade predaja cez internet bez ďalšieho členenia, ani v prípade zohľadnenia jednotlivých skupín tovarov predávaných cez internet.⁹

Maloobchodný trh predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro predávaného prostredníctvom kamenných predajní

62. Úrad sa zaoberal postavením na trhu účastníkov koncentrácie a ich konkurentov pri zameraní sa na predaj za jednotlivé segmenty spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR za rok 2013 prostredníctvom kamenných

⁸ Obchodné tajomstvo predmetných respondentov prieskumu – údaje o ich trhových podieloch vypočítané pomocou ich predložených dát o tržbách

⁹ Obchodné tajomstvo účastníkov koncentrácie – trhovú podiel účastníkov koncentrácie na internetovom predaji predmetného tovaru v rámci SR a podiel internetového predaja na vlastných tržbách za rok 2013

predajní a jednak celkovo na maloobchodný predaj elektro cez kamenné predajne. Trhové podiely sú v nižšie uvedenej Tabuľke 6.¹⁰

Tabuľka 6¹¹

(údaje v %)	DS-MBT	DS-VBT	SE (+foto a médiá)	IT	TEL	kamenné predajne celkom
NAY	[30-40]	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[20-30]
EW	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
NAY+EW	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[10-20]	[10-20]	[20-30]
Euronics SK	[10-20]	[30-40]	[10-20]	[5-10]	[0-5]	[10-20]
Fast plus	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[5-10]
Okay	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[5-10]
Datart	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Andrea shop	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Elsatex	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
mall.sk	-	-	-	-	-	-
hej.sk	-	-	-	-	-	-
Alza.sk	-	-	-	-	-	-

63. Spoločnosti mall.sk, hej.sk a Alza.sk, ktoré boli oslovené v prieskume, nepôsobia v oblasti predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro prostredníctvom kamenných predajní.
64. Z Tabuľky 6 vyplýva, že spoločnosť NAY predstavuje v oblasti predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro na území SR za rok 2013 prostredníctvom kamenných predajní (bez segmentácie) trhovú jednotku už pred koncentráciou. Ďalší maloobchodní predajcovia spotrebného tovaru z oblasti elektro majú podiel podiel nižší, v rozmedzí [10-20] %, ďalej [5-10] % a [0-5] %. Predmetnou koncentráciou dôjde k zvýšeniu podielu NAY, avšak tento prírastok je relatívne nízky, a teda nedochádza v tomto smere k podstatnej zmene na trhu, pričom neboli zistené žiadne okolnosti, ktoré by odôvodňovali existenciu súťažných obáv v dôsledku predmetnej koncentrácie.

¹⁰ Metodika výpočtu je obdobná ako pri Tabuľke 5, t.j. úrad pri určovaní trhových podielov jednotlivých spoločností najskôr vypočítal celkový objem na trhu (100% základňa) pre jednotlivé segmenty predávané prostredníctvom kamenných predajní, ktorý získal vydelením súčtu získaných objemov predaja oslovených spoločností za príslušný segment predávaný prostredníctvom kamenných predajní s % hodnotou, ktorá predstavuje podiel prieskumom získaných dát v príslušnom segmente z celého objemu príslušného segmentu na trhu (vychádzajúc z Tabuľky 4), pričom následne sa toto číslo vynásobilo hodnotou 100, čím sa dosiahol odhad veľkosti za príslušný segment trhu predávaného prostredníctvom kamenných predajní pri predpoklade rozdelenia distribučných kanálov 50:50. Konkrétne trhové podiely sa vypočítali ako podiel objemu predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro v jednotlivom segmente predávanom prostredníctvom kamenných predajní určitého subjektu ku celkovému objemu na trhu v príslušnom segmente predávanom prostredníctvom kamenných predajní vyrátaného spôsobom spomenutým vyššie.

¹¹ Obchodné tajomstvo predmetných respondentov prieskumu – trhové podiely respondentov z hľadiska vymedzených segmentov predmetného tovaru predaného v kamenných obchodoch na území SR v roku 2013 ako aj podiel jednotlivých respondentov vyjadrený v percentách v oblasti maloobchodného predaja elektro spotrebného tovaru na celkovom objeme predaja realizovaného prostredníctvom kamenných obchodov

65. Za kľúčové segmenty predávané prostredníctvom kamenných predajní spoločnosti NAY z hľadiska podielu na trhu už pred koncentráciou je možné označiť (i) domáce spotrebiče – malá biela technika, kde je spoločnosť NAY trhovou jednotkou (ii) domáce spotrebiče – veľká biela technika, kde je spoločnosť NAY trhovou dvojkou (iii) spotrebná elektronika (spolu so segmentmi médiá a foto), kde je spoločnosť NAY trhovou jednotkou. Vzhľadom na to, že prírastok trhového podielu NAY po koncentracii aj v jednotlivých segmentoch predávaných prostredníctvom kamenných predajní je relatívne nízky, nedochádza v tomto smere k podstatnej zmene na trhu, pričom neboli zistené žiadne okolnosti, ktoré by odôvodňovali existenciu súťažných obáv v dôsledku predmetnej koncentrácie.
66. Z 9 podnikateľov oslovených v prieskume uviedli 3 podnikatelia, že podľa nich posudzovaná koncentrácia nebude mať žiaden významný vplyv na hospodársku súťaž ani na ich podnikateľskú činnosť. Ostatní z oslovených podnikateľov vzniesli vo vzťahu k predmetnej koncentrácii námietky, a to najmä že: spojenie účastníkov koncentrácie zlúčením ich e-shopov vytvorí významného konkurenta na trhu (námietka internetového predajcu mall.sk); zníženie konkurenčného tlaku, ktoré sa odrazí na ponuke tovarov a služieb zákazníkom (OKAY), ďalšie posilnenie pozície už významného hráča na trhu a tým aj posilnenie vyjednávacej pozície účastníkov koncentrácie voči dodávateľom a odberateľom (Elektrosped); likvidácia predajcov spotrebného tovaru a zhoršenie hospodárskych výsledkov a zníženie marží (Datart). Úrad sa s uvedenými námietkami vysporiadal už vyššie v časti Posúdenie z hľadiska priestorového relevantného trhu daného územím SR a nasl., pričom analýza nepreukázala takú zmenu v postavení podnikateľa NAY na trhu v dôsledku koncentrácie so spoločnosťou EW, ktorá by viedla k zníženiu účinnej súťaže. V rámci viacerých z uvedených segmentov tovarov, ako aj v predaji prostredníctvom kamenných predajní, resp. bez ohľadu na distribučné kanály, je NAY trhovou jednotkou už v súčasnosti a prírastok trhového podielu spoločnosti EW je relatívne nízky, pričom neboli zistené žiadne ďalšie okolnosti, ktoré by odôvodňovali existenciu súťažných obáv v dôsledku predmetnej koncentrácie. Pokiaľ ide o internetový predaj spotrebného elektro tovaru, tu pozícia NAY nie je rovnaká, kľúčových hráčov predstavujú konkurenčné subjekty. K námietke podnikateľa Elektrosped úrad dodáva, že vzhľadom na nízky prírastok podielu na slovenskom trhu v dôsledku predmetnej koncentrácie a zároveň silnú vyjednávaciu pozíciu nadnárodných dodávateľských spoločností nie je pravdepodobné, že v dôsledku predmetnej koncentrácie uvedený stav na trhu nastane.
67. Na základe uvedených skutočností úrad dospel k záveru, že z hľadiska celkových obrátov za predaj spotrebného tovaru z oblasti elektro, ani pri zameraní sa len na vybrané segmenty, a to ako z hľadiska internetového predaja, tak aj z hľadiska predaja prostredníctvom kamenných predajní, predmetná koncentrácia značne nenaruší účinnú hospodársku súťaž na relevantnom trhu.

Posúdenie z hľadiska lokálneho priestorového relevantného trhu daného umiestnením predajného miesta a jeho okolím

68. Z hľadiska lokálneho priestorového relevantného trhu úrad zistil, že v 3 mestách SR dôjde k zníženiu počtu konkurujúcich si podnikateľov v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro, a to v Bratislave, Košiciach a Prešove.
69. V prieskume, ktorý bol vykonaný medzi konkurentmi podnikateľa NAY, úrad zisťoval, či konkurenti pôsobia v daných 3 mestách, pričom zároveň na danom území mali identifikovať ďalších konkurentov a uviesť, či majú plány na expanziu.
70. V meste Bratislava má spoločnosť NAY 5 predajní, a to so sídlom (1) Tuhovská 15, 830 06 Bratislava (2) Panónska cesta, 851 04 Bratislava, (3) Einsteinova 18, 851 05 Bratislava, (4) Lamačská cesta 6210, 841 03 Bratislava, (5) Obchodná 45, 811 06 Bratislava. Spoločnosť EW má v meste Bratislava 2 predajne, a to so sídlom (1) Ivánska cesta 16, 821 04 Bratislava a (2) Metodova 6, 821 08 Bratislava.
71. V meste Bratislava v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro pôsobia spoločnosti DATART (2 predajne), FAST PLUS (2 predajne), OKAY, ANDREA SHOP, EURONICS SK, Alza.sk (2 výdajné miesta), mall.sk (2 výdajné miesta), hej.sk (1 výdajné miesto), ako aj ďalšie regionálne subjekty. Expanziu v danom meste pripúšťa 6 oslovených konkurentov.
72. V meste Košice má spoločnosť NAY 2 predajne, a to so sídlom (1) Pri prachárni 6, 040 00 Košice 1 a (2) Trolejbusová 6, 040 01 Košice 2. Spoločnosť EW má v meste Košice 1 predajňu so sídlom Trolejbusova 1/B, 040 13 Košice.
73. V meste Košice v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro pôsobia spoločnosti DATART (2 predajne), FAST PLUS, OKAY (2 predajne), EURONICS SK, Elsatex, Alza.sk (1 výdajné miesto), mall.sk (1 výdajné miesto), hej.sk ako aj ďalšie regionálne subjekty. Expanziu v danom meste pripúšťajú 3 oslovení konkurenti.
74. V meste Prešov má spoločnosť NAY 2 predajne, a to so sídlom (1) Košická 2/C, 080 01 Prešov a (2) Vihorlatská 2A, 080 01 Prešov 2. Spoločnosť EW má v meste Prešov 1 predajňu so sídlom Košická 6, 080 01 Prešov.
75. V meste Prešov v oblasti maloobchodného predaja spotrebného tovaru z oblasti elektro pôsobia spoločnosti FAST PLUS, OKAY, Elsatex, Alza.sk (1 výdajné miesto), mall.sk, hej.sk ako aj ďalšie regionálne subjekty. Expanziu v danom meste pripúšťa 1 oslovený konkurent.
76. Vzhľadom na vyššie uvedené, ako aj berúc do úvahy ďalšie informácie získané úradom v predmetnom správnom konaní, úrad ohľadne lokálnych trhov v prípade miest Bratislava, Košice a Prešov zistil, že predmetnou

koncentraciou nedochádza k takým zmenám podmienok hospodárskej súťaže z hľadiska zvažovaných alternatív vymedzenia tovarového relevantného trhu, ktoré by odôvodňovali súťažné obavy v predmetnom prípade.

Záver

77. Po vyhodnotení všetkých získaných podkladov a informácií úrad dospel k záveru, že posudzovaná koncentrácia značne nenaruší účinnú hospodársku súťaž na relevantných trhoch, najmä v dôsledku vytvorenia alebo posilnenia dominantného postavenia.
78. Na základe vyššie uvedených skutočností úrad rozhodol tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozhodnutia.

Poučenie:

Podľa § 34 ods. 1 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov proti tomuto rozhodnutiu môže byť podaný rozklad Rade Protimonopolného úradu Slovenskej republiky prostredníctvom Protimonopolného úradu, odboru koncentrácií, Drieňová 24, 826 03 Bratislava, v lehote 15 dní odo dňa jeho doručenia. Podľa § 61 ods. 1 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov včas podaný rozklad má odkladný účinok. Toto rozhodnutie je preskúmateľné súdom podľa § 247 Občianskeho súdneho poriadku po vyčerpaní riadnych opravných prostriedkov.

JUDr. Radoslav Tóth
podpredseda Protimonopolného úradu SR

Rozhodnutie sa doručuje:

JUDr. Katarína Pecnová
Nám. SNP 15
811 06 Bratislava