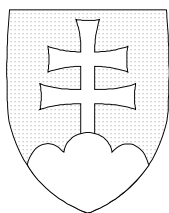


## PROTIMONOPOLNÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY



# ROZHODNUTIE

Číslo: 2021/KOV/SKP/3/28

Bratislava, 04. júna 2021

Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií, v správnom konaní číslo 0012/OK/2019 začatom dňa 06.06.2019 na základe oznámenia koncentrácie podľa § 10 ods. 7 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 podnikateľmi Ing. Patrikom Tkáčom, trvale bytom [.....]<sup>1</sup>, Ing. Igorom Mrvom, trvale bytom [.....]<sup>2</sup>, zastúpenými Advokátskou kanceláriou RELEVANS s.r.o., so sídlom Dvořákovo nábrežie 8A, 811 02 Bratislava a Ladislavom Bődőkom, trvale bytom [.....]<sup>3</sup>, zastúpeným PRO iURE – advokátska kancelária, s.r.o., so sídlom Zámocká 32, 811 01 Bratislava

### rozhodol

I. na základe § 11 ods. 3 zákona č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov 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 spočívajúcou v získaní:

- spoločnej kontroly Ing. Patrika Tkáča, trvale bytom [.....]<sup>4</sup> a Ladislava Bődőka, trvale bytom [.....]<sup>5</sup> nad podnikateľom Panta Rhei, s.r.o., so sídlom Kúpeľná 2, 932 01

<sup>1</sup> [...] – osobné údaje

<sup>2</sup> [...] – osobné údaje

<sup>3</sup> [...] – osobné údaje

<sup>4</sup> [...] – osobné údaje

<sup>5</sup> [...] – osobné údaje

Veľký Meder, IČO: 31 443 923 prostredníctvom získania kontroly Ing. Patrika Tkáča, trvale bytom [. . . . . ]<sup>6</sup> nad spoločnosťou CANNEL EQUITY LIMITED, so sídlom Akropoleos, 59-61 SAVVIDES CENTRE, 1st floor, Flat/Office 102 Nicosia 2012 Cyprus, na základe Zmluvy o prevode akcií uzatvorenej dňa 12.12.2018 medzi [. . . . . ]<sup>7</sup> ako predávajúcim a [. . . . . ]<sup>8</sup> ako kupujúcim a

- spoločnej kontroly Ing. Patrika Tkáča, trvale bytom [. . . . . ]<sup>9</sup>, Ladislava Bödöka, trvale bytom [. . . . . ]<sup>10</sup> a Ing. Igora Mrvu , trvale bytom [. . . . . ]<sup>11</sup> nad podnikateľom IKAR, a.s., so sídlom Miletičova 23, 821 09 Bratislava – mestská časť Ružinov, IČO: 00 678 856 na základe Zmluvy o práve call opcie uzatvorenej dňa 12.12.2018 medzi [. . . . . ]<sup>12</sup> ako budúcim prevodcom a Ladislavom Bödökom ako oprávnenou osobou, v spojení so Žiadosťou o odkúpení Akcií zo strany Ladislava Bödöka zo dňa 30.04.2019, prijatou spoločnosťou [. . . . . ]<sup>13</sup> dňa 06.05.2019 a na základe Zmluvy o práve call opcie uzatvorenej dňa 12.12.2018 medzi [. . . . . ]<sup>14</sup> ako budúcim prevodcom a [. . . . . ]<sup>15</sup> ako oprávnenou osobou, v spojení so Žiadosťou o odkúpenie Akcií zo strany [. . . . . ]<sup>16</sup> zo dňa 30.04.2019, prijatou spoločnosťou [. . . . . ]<sup>17</sup> dňa 30.04.2019,

**pričom na zabezpečenie toho, že koncentrácia značne nenaručí účinnú hospodársku súťaž na relevantnom trhu ukladá na základe Konečného návrhu podmienok a povinností<sup>18</sup> predloženého podnikateľmi Ing. Patrikom Tkáčom, trvale bytom [. . . . . ]<sup>19</sup>, Ladislavom Bödökom, trvale bytom [. . . . . ]<sup>20</sup> a Ing. Igorom**

<sup>6</sup> [...] – osobné údaje

<sup>7</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>8</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>9</sup> [...] – osobné údaje

<sup>10</sup> [...] – osobné údaje

<sup>11</sup> [...] – osobné údaje

<sup>12</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>13</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>14</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>15</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>16</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>17</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>18</sup> Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií uvádza, že čo sa týka znenia podmienok a povinností, toto doslovne prevzal z Konečného návrhu podmienok a povinností predloženého Oznamovateľmi Koncentrácie. S ohľadom na to, že dňa 01.06.2021 nadobudol účinnosť zákon č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorým došlo okrem iného k zmene číselného označenia ustanovení podstatných pre predmetné správne konanie, Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií upravil číselné označenie ustanovení použitých v Konečnom návrhu podmienok a povinností, pričom zmysel týchto podmienok a povinností zostal nezmenený. Čo sa týka číslovania podmienok a povinností, toto prevzal v takej miere, aby zostala zachovaná štruktúra navrhnutých podmienok a povinností. Nakoľko v Konečnom návrhu podmienok a povinností Oznamovateľa Koncentrácie uviedli a očíslovali aj uvodzovacie odseky k návrhu podmienok a povinností a dopĺňujúce vysvetlenia, ktoré však nie sú súčasťou podmienok a povinností, za prijatia ktorých sa predmetná koncentrácia schvaľuje, bolo potrebné pre prehľadnosť upraviť čísla jednotlivých statí. Zároveň pre prehľadnosť a zrozumiteľnosť Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií doplnil číslovania k niektorým odsekmi obsahujúcim povinnosti.

<sup>19</sup> [...] – osobné údaje

<sup>20</sup> [...] – osobné údaje

## **Mrvom, trvale bytom [.....] <sup>21</sup> nasledovné podmienky<sup>22</sup>:**

### **1. K obmedzeniu prístupu k zákazníkom**

**1.1** Strana IKAR sa zaväzuje, že nebude vyvíjať diskriminačné aktivity, v dôsledku ktorých by jednotliví vydavatelia tlačenej literatúry, ktorí nemajú vlastnú distribúciu, boli znevýhodňovaní pri dodávkach tlačenej literatúry do kamenných predajní Panta Rhei, ak budú tieto dodávky realizované prostredníctvom veľkoobchodného distribútora IKAR<sup>23</sup>.

Strana Panta Rhei sa zaväzuje, že nebude vyvíjať diskriminačné aktivity v dôsledku ktorých by jednotliví vydavatelia boli znevýhodňovaní pri dodávkach

<sup>21</sup> [...] – osobné údaje

<sup>22</sup> Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií bude ďalej vo výroku tohto rozhodnutia pre zrozumiteľnosť a väčšiu prehľadnosť textu, ako aj v záujme zachovania presného významu podmienok používať niektoré zo skratiek, ktoré v Konečnom návrhu podmienky a súvisiacich povinnosti na odstránenie sťažných obáv zaevidovanom pod č. PMU/90/2021/OK-3061/2021 dňa 24.05.2021 uviedli podnikatelia, ktorí oznámili predmetnú koncentráciu. Nakoľko niektoré pojmy sú prvýkrát použité až nižšie vo výroku tohto rozhodnutia, Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií ich skratky uvádza až na danom mieste. **Na tomto mieste uvádza skratky, ktoré sú používané v texte podmienok častejšie a predstavujú skratky pre subjekty, ktoré sa v danom prípade zaväzujú alebo definujú nadobúdané spoločnosti, a to nasledovne:**

**Strana IKAR-** Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [.....], Ladislav Bődök, trvale bytom [.....] a Ing. Igor Mrva, trvale bytom [.....] ako nadobúdatelia spoločnej kontroly IKAR. - [...] – osobné údaje

**Strana Panta Rhei** - Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [.....] a Ladislav Bődök, trvale bytom [.....] ako nadobúdatelia spoločnej kontroly Panta Rhei s.r.o. - [...] – osobné údaje

**IKAR-** znamená IKAR, a.s., so sídlom: Miletičova 23, Bratislava - mestská časť Ružinov 821 09, IČO: 00 678 856, zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sa, vložka č.: 30/B ako aj: (i) akýchkoľvek iných podnikateľov nad ktorými IKAR vykonáva alebo bude vykonávať kontrolu podľa § 7 ods. 4 zákona č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov; a prípadne aj (ii) podnikateľa / podnikateľov, ktorí prevezmú činnosť veľkoobchodného dodávateľa a/alebo veľkoobchodného distribútora IKAR, avšak len za predpokladu, že budú spadať do Ekonomickej skupiny aspoň jedného z Oznamovateľov Koncentrácie.

**Panta Rhei** - znamená Panta Rhei s.r.o., so sídlom: Kúpeľná 2, Veľký Meder 932 01, IČO: 31 443 923, zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Trnava, oddiel: Sro, vložka č.: 3243/T ako aj: (i) akýchkoľvek iných podnikateľov nad ktorými Panta Rhei vykonáva alebo bude vykonávať kontrolu podľa § 7 ods. 4 zákona č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov; a prípadne aj (ii) podnikateľa / podnikateľov, ktorí prevezmú činnosť maloobchodného predaja Panta Rhei, avšak len za predpokladu, že budú spadať do Ekonomickej skupiny aspoň jedného z Oznamovateľov Koncentrácie.

**Koncentrácia** - znamená koncentráciu oznámenú dňa 06.06.2019, v zmysle ktorej má Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [.....], Ladislav Bődök, trvale bytom [.....] a Ing. Igor Mrva, trvale bytom [.....] nadobudnúť spoločnú kontrolu nad podnikateľom IKAR a Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [.....] a Ladislav Bődök, trvale bytom [.....] má nadobudnúť spoločnú kontrolu nad podnikateľom Panta Rhei, čím dôjde aj ku koncentracii spočívajúcej v prepojení podnikateľa IKAR a Panta Rhei prostredníctvom dvoch fyzických osôb podieľajúcich sa na výkone spoločnej kontroly tak nad podnikateľom IKAR ako aj nad podnikateľom Panta Rhei - [...] – osobné údaje

**Oznamovateľ Koncentrácie** – znamená jednotlivo Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [.....] alebo Ladislav Bődök, trvale bytom [.....] alebo Ing. Igor Mrva, trvale bytom [.....] - [...] – osobné údaje

**Oznamovatelia Koncentrácie** – znamená spoločne Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [.....] a Ladislav Bődök, trvale bytom [.....] a Ing. Igor Mrva, trvale bytom [.....] - [...] – osobné údaje

**Ekonomická skupina Oznamovateľa Koncentrácie** – znamená Oznamovateľa Koncentrácie a všetkých podnikateľov, nad ktorými vykonáva Oznamovateľ Koncentrácie kontrolu v zmysle § 7 ods. 4 zákona č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

<sup>23</sup> Vo vzťahu k IKAR sa pojem a) „veľkoobchodný distribútor“ používa v prípadoch, kde IKAR veľkoobchodne dodáva knihy, ktoré nepochádzajú z jeho produkcie; b) „veľkoobchodný dodávateľ“ používa v prípadoch, kde IKAR veľkoobchodne dodáva jednak knihy, ktoré sú jeho vlastnou produkciou, ako aj tie, ktoré nepochádzajú z jeho produkcie.

tlačených kníh do kamenných predajní Panta Rhei, ak nebudú tieto dodávky realizované prostredníctvom veľkoobchodného distribútora IKAR alebo naopak zvyhodňovaní, ak budú tieto dodávky realizované prostredníctvom veľkoobchodného distribútora IKAR.

V nadväznosti na vyššie uvedené, platí, že:

**1.1.1** Strana Panta Rhei sa zaväzuje, že zabezpečí, že Panta Rhei na maloobchodnej úrovni:

**A.** nebude, ani čiastočne (napr. pri významných tituloch, resp. významných autoroch), požadovať exkluzívnu spoluprácu vydavateľov s podnikateľom IKAR ako veľkoobchodným distribútorom;

**B.** nebude v obchodných podmienkach (najmä pokiaľ ide o rabat a splatnosť záväzkov) pri porovnateľnom plnení a porovnateľných objektívnych okolnostiach (vrátane zohľadnenia ročného obratu a spoľahlivosti pri plnení svojich záväzkov veľkoobchodného distribútora) zvyhodňovať IKAR ako veľkoobchodného distribútora voči iným veľkoobchodným distribútorom;

**C.** nebude v obchodných podmienkach s vydavateľmi, ktorí nemajú vlastnú distribúciu, týchto vydavateľov diskriminovať na základe toho, či knihy do Panta Rhei dodávajú prostredníctvom podnikateľa IKAR ako veľkoobchodného distribútora, a to konkrétne napr. podmieňovaním vystavenia kníh týchto vydavateľov v kamenných predajniach Panta Rhei spoluprácou s podnikateľom IKAR ako veľkoobchodným distribútorom, zvyhodňovaním alebo znevýhodňovaním vydavateľov v podmienkach vystavenia kníh týchto vydavateľov v kamenných predajniach na základe toho, či spolupracujú s podnikateľom IKAR ako veľkoobchodným distribútorom.

**1.1.2** Strana IKAR sa zaväzuje, že zabezpečí, že IKAR ako veľkoobchodný distribútor:

**A.** nebude vydavateľov bez vlastnej distribúcie zvyhodňovať pri dodávkach kníh do Panta Rhei, napr. tým, že bude vydavateľom, ktorí nemajú vlastnú distribúciu ponúkať alebo dohadovať s nimi podmienky exkluzívneho vystavenia titulov v kamenných predajniach Panta Rhei.

Pre vylúčenie pochybností platí, že za porušenie tejto podmienky sa nepovažujú marketingové akcie IKAR, v rámci ktorých bude IKAR ponúkať vydavateľovi špecifické vystavenie kníh a to v spolupráci s viacerými maloobchodnými predajcami (vrátane Panta Rhei, ale nielen), s ktorými sa spája určitý pre marketingovú akciu charakteristický spôsob marketingového vystavenia a propagácie titulov na maloobchodných predajniach (vrátane Panta Rhei, ale nielen)<sup>24</sup>.

## **2. K obmedzeniu prístupu k vstupom**

---

<sup>24</sup> Napríklad marketingová kampaň IKAR s maloobchodnými predajcami ako napr. Knižný kompas. Knižný kompas je ponuka silných novinkových titulov, na ktoré chce IKAR upriamiť pozornosť. Organizuje sa raz, alebo dva krát za rok, väčšinou na úvod predvianočnej sezóny (október-november) a na jar (máj). Väčšina titulov (okolo 3) je z vydavateľstva IKAR + Slovenský Spisovateľ, ale takmer každý krát obsahuje aj zopár titulov iných vydavateľov. Tieto sú súčasťou ponuky za bežných obchodných podmienok. Túto akciu IKAR podporuje silnou reklamnou a marketingovou kampaňou.

**2.1** Strana IKAR sa zaväzuje, že zabezpečí, že IKAR pri porovnateľnom plnení a porovnateľných objektívnych okolnostiach (napríklad zohľadnenie ročného obratu dosiahnutého v obchodnom styku s určitým maloobchodným predajcom, spoľahlivosti maloobchodného predajcu pri plnení svojich záväzkov ako aj doby pôsobenia na trhu) bude maloobchodným predajcom dodávať tlačene knihy za porovnateľných a nediskriminačných podmienok.

**2.2** Strana IKAR sa zaväzuje zabezpečiť, že IKAR ako veľkoobchodný dodávateľ:

**A.** vo vzťahu k času umožnenia objednania noviniek a termínu začatia predaja noviniek sa nebude správať diskriminačne v úmysle zvýhodniť Panta Rhei voči jej konkurentom. Porušením tejto podmienky nie sú prípadné rozdiely alebo oneskorenia v čase začatia predaja v konkrétnom prípade vyplývajúce z objektívnych logistických možností IKAR, alebo iných okolností, ktoré IKAR nemôže ovplyvniť alebo nemohol predvídať;

**B.** vo vzťahu k šírke ponúkaného sortimentu nebude zvýhodňovať Panta Rhei voči ostatným maloobchodným predajcom a nebude ostatných maloobchodných predajcov diskriminovať v ich prístupe k ponúkanému sortimentu, v možnosti objednania titulov, ani v čase, v ktorom im bude daná možnosť objednania titulov. Tým však nie je dotknutá možnosť IKAR:

- vydať určitý set titulov (najmä set titulov od významného autora) pre výlučný predaj u určitého predajcu (teda aj u Panta Rhei) za predpokladu, že sú dané tituly ako autorské diela prístupné ostatným predajcom jednotlivo;
- vydať pre určitého maloobchodníka na základe jeho podnetu a objednávky, určité knižné dielo v rámci špeciálnej edície knižných diel, ktorá je projektom maloobchodníka, pričom však takéto vydanie knižného diela do špeciálnej edície nenahrádza bežnú edíciu v prípade noviniek;
- odmietnuť dodanie určitého knižného titulu objednaného maloobchodným predajcom, v prípade, ak takáto požiadavka (zákaz dodávky) autora alebo vydavateľa alebo dodávateľa predmetného titulu bola zakomponovaná v zmluve medzi autorom/vydavateľom/dodávateľom a stranou IKAR;
- určiť osobitné podmienky umiestňovania a predaja luxusných kníh v maloobchodných predajniach alebo dohodnúť osobitné podmienky umiestňovania a predaja luxusných kníh len s vybranými maloobchodnými predajcami, ak ostatným maloobchodným predajcom zároveň umožní obstaranie predmetných luxusných kníh formou priameho predaja bez možnosti vrátenia zakúpeného tovaru.

Porušením podmienky nie sú ani prípady, keď vydavateľ vydá určité dielo alebo súborné dielo (set kníh) iba pre sieť Panta Rhei a využije pri tom distribučné služby spoločnosti IKAR a rovnako nie je porušením, ak Panta Rhei sama vydá určité dielo alebo súborné dielo a využije pri tom služby spoločnosti IKAR.

### 3. Podmienka dodržiavania informačnej bariéry

3.1 Strana IKAR sa zaväzuje zabezpečiť, že Strana IKAR a IKAR nebudú sprístupňovať podnikateľovi Panta Rhei Citlivé Informácie IKAR<sup>25</sup> a to ani nepriamo, prostredníctvom podnikateľov, ktorí kontrolujú IKAR.

Strana Panta Rhei sa zaväzuje zabezpečiť, že Strana Panta Rhei a Panta Rhei nebudú sprístupňovať podnikateľovi IKAR Citlivé Informácie Panta Rhei, a to ani nepriamo, prostredníctvom podnikateľov, ktorí kontrolujú Panta Rhei.

V nadväznosti na vyššie uvedené budú IKAR a Panta Rhei medzi sebou udržiavať informačnú bariéru.

Porušením tejto podmienky nie je zachovanie aktuálnej štruktúry obsadenia v štatutárnych a dozorných orgánoch spoločnosti Panta Rhei a IKAR, a teda v štatutárnom orgáne Panta Rhei účasť jednej osoby, ktorá je zároveň členom štatutárneho orgánu IKAR a účasť jednej osoby, ktorá je zároveň členom dozorného orgánu IKAR.

### 4. Časová pôsobnosť a časové obmedzenie podmienok<sup>26</sup>

4.1 Podmienky súvisiace s Koncentráciou uložené týmto rozhodnutím sú účinné [. . . . . ]<sup>27</sup>.

[. . . . . ]

a) . . . . .  
. . . . .  
. . . . .  
. . . . .

b) . . . . .  
. . . . .  
. . . . .  
. . . . .  
. . . . . ]<sup>28</sup>.

<sup>25</sup> **Citlivé Informácie IKAR** - znamená pre Panta Rhei bežne neprístupné informácie o konkurentoch Panta Rhei majúce povahu obchodného tajomstva, ktoré by sa Panta Rhei inak ako od IKAR nedozvedela a zároveň na základe sprístupnenia ktorých by Panta Rhei získala konkurenčnú výhodu, najmä informácie o rabatoch a podmienkach splatnosti dohodnutých s inými maloobchodníkmi.

**Citlivé Informácie Panta Rhei** - znamená pre IKAR bežne neprístupné informácie o konkurentoch IKAR majúce povahu obchodného tajomstva, ktoré by sa IKAR inak ako od Panta Rhei nedozvedel a zároveň na základe sprístupnenia ktorých by IKAR získal konkurenčnú výhodu, najmä informácie o rabatoch, podmienkach splatnosti ceny za tovar a odplate za exkluzívne vystavenie titulov, dohodnutých s inými vydavateľmi, a/alebo distribútormi predávajúcimi tovar vydavateľov, ktorí nemajú vlastnú distribúciu.

<sup>26</sup> Oznamovatelia Koncentrácie predložili ustanovenie týkajúce sa časovej pôsobnosti a časového obmedzenia spoločne pre podmienky ako aj povinnosti. Avšak vzhľadom na to, že Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, štruktúruje výrok tohto rozhodnutia na dve časti, t.j. na podmienky a povinnosti, rozdelil predmetné ustanovenie taktiež do dvoch častí, pričom vecne nedošlo k zmenám.

<sup>27</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania

<sup>28</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania

**II. na základe § 11 ods. 3 zákona č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov tak, že ukladá na zabezpečenie plnenia uložených podmienok špecifikovaných v Časti I. výroku tohto rozhodnutia, na dosiahnutie ich účelu a kontrolu ich plnenia tieto povinnosti:**

1. V nadväznosti na podmienku dodržiavania informačnej bariéry, podľa Časti I. bod 4 výroku tohto rozhodnutia sa:

**A. Strana IKAR sa zaväzuje, že [** .....  
.....  
..... ]<sup>29, 30</sup>

**B. Strana Panta Rhei sa zaväzuje, že [** .....  
.....  
..... ]<sup>31</sup>.

**C. Strana IKAR sa zaväzuje, že [** .....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>32</sup>.

**D. Strana Panta Rhei sa zaväzuje, že [** .....  
.....

<sup>29</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania

<sup>30</sup> **Obdobie** - znamená jednotlivé obdobia za ktoré je Monitorovací správca povinný predkladať Správu Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií, s tým, že: (i) za prvé Obdobie sa považuje doba počínajúca Dňom právoplatnosti a končiaca posledným dňom kalendárneho mesiaca nasledujúceho po Dni uskutočnenia; (ii) za každé ďalšie Obdobie sa bude považovať doba počínajúca 1. dňom kalendárneho mesiaca nasledujúcom po skončení predchádzajúceho Obdobia a končiaca posledným dňom 12. kalendárneho mesiaca od tohto dňa, pričom posledné Obdobie skončí uplynutím [ ..... ] odo Dňa uskutočnenia. - [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania

**Deň právoplatnosti** - znamená deň kedy nadobudne rozhodnutie Protimonopolného úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií o schválení Koncentrácie s podmienkami právoplatnosť.

**Deň uskutočnenia** - znamená neskorší z nasledujúcich dní: (i) deň kedy nadobudne účinnosť prevod obchodného podielu/akcií (inej majetkovej účasti) v dôsledku, ktorej nadobudnú Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [ ..... ] a Ladislav Bődök, trvale bytom [ ..... ] spoločnú kontrolu nad Panta Rhei; alebo (ii) deň kedy nadobudne účinnosť prevod obchodného podielu/akcií (inej majetkovej účasti) v dôsledku ktorej nadobudnú Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [ ..... ], Ladislav Bődök, trvale bytom [ ..... ] a Ing. Igor Mrva, trvale bytom [ ..... ] spoločnú kontrolu nad IKAR; pričom Deň uskutočnenia nenastane neskôr ako 3 mesiace odo Dňa právoplatnosti. - [...] – osobné údaje

<sup>31</sup> [...] – obchodné tajomstvo Ladislava Bődöka a Ing. Patrika Tkáča, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>32</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>33</sup>.

**2. Oznamovateľ Koncentrácie Ing. Igor Mrva, trvale bytom [.....  
..... ]<sup>34</sup> vyhlasuje, že odo Dňa právoplatnosti do Dňa  
uskutočnenia [.....  
..... ]<sup>35</sup>.**

Oznamovateľ Koncentrácie Ladislav Bődök, trvale bytom [.....  
..... ]<sup>36</sup> vyhlasuje, že odo Dňa právoplatnosti do Dňa uskutočnenia  
[.....  
..... ]<sup>37</sup>.

Oznamovateľ Koncentrácie Ing. Patrik Tkáč, trvale bytom [.....  
..... ]<sup>38</sup> vyhlasuje, že odo Dňa právoplatnosti do Dňa uskutočnenia [.....  
..... ]<sup>39</sup>.

**3. Za účelom kontroly dodržiavania navrhovaných podmienok a povinností súvisiacich s Koncentráciou sa Oznamovatelia Koncentrácie zaväzujú, že ustanovia osobitného Monitorovacieho správcu, ktorý bude dohliadať nad dodržiavaním podmienok a povinností súvisiacich s Koncentráciou uložených týmto rozhodnutím.**

**3.1 Oznamovatelia Koncentrácie sa zaväzujú, [.....  
.....  
.....  
.....**

**3.2 .....**

**a) .....**

**b) .....**

---

<sup>33</sup> [...] – obchodné tajomstvo Ladislava Bődöka a Ing. Patrika Tkáča, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>34</sup> [...] – osobné údaje  
<sup>35</sup> [...] – obchodné tajomstvo Ing. Igora Mrvu, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>36</sup> [...] – osobné údaje  
<sup>37</sup> [...] – obchodné tajomstvo Ladislava Bődöka, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>38</sup> [...] – osobné údaje  
<sup>39</sup> [...] – obchodné tajomstvo Ing. Patrika Tkáča, prístupné všetkým účastníkom konania



.....  
.....  
**c)** .....  
..... ]<sup>40</sup>.

**3.3** [ .....  
.....  
.....  
.....

**a)** .....  
.....  
**b.** .....  
.....  
**c)** .....  
.....  
..... ]<sup>41</sup>.

**3.4** [ .....  
..... ]<sup>42</sup>.

**3.5** [ .....  
.....  
.....  
..... ]<sup>43</sup>.

**3.6** [ .....  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>44</sup>.

---

<sup>40</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania  
<sup>41</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania  
<sup>42</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania  
<sup>43</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania  
<sup>44</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania





..... ]<sup>51</sup>.

[.....

a) .....  
.....  
.....  
.....  
.....

b) .....  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>52</sup>.

## Odôvodnenie:

1. Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií (ďalej len „úrad“) bola dňa 06.06.2019 oznámená koncentrácia (ďalej len „Oznámenie“) podľa § 10 ods. 7 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 (ďalej len „zákon č. 136/2001“) podnikateľmi Ing. Patrikom Tkáčom, trvale bytom [..... ]<sup>53</sup> (ďalej len „PT“ alebo Oznamovateľ 1“), Ladislavom Bődókom, trvale bytom [..... ]<sup>54</sup> (ďalej len „LB“ alebo „Oznamovateľ 2“) a Igorom Mrvom, trvale bytom [..... ]<sup>55</sup> (ďalej len „IM“ alebo „Oznamovateľ 3“). Oznámením bolo dňa 06.06.2019 začaté správne konanie vo veci koncentrácie vedené pod č. 0012/OK/2019 a v súlade s § 11 ods. 1 zákona č. 136/2001 začala dňom 07.06.2019 plynúť lehota 25 pracovných dní na vydanie rozhodnutia.

2. Z Oznámenia vyplýva, že koncentrácia spočíva v získaní spoločnej kontroly PT a LB nad spoločnosťou Panta Rhei, s.r.o., so sídlom Kúpeľná 2, 932 01 Veľký Meder (ďalej len „Panta Rhei“) prostredníctvom získania kontroly PT nad spoločnosťou CANNEL EQUITY LIMITED, so sídlom Akropoleos, 59-61 SAVVIDES CENTRE, 1st floor, Flat/Office 102 Nicosia 2012 Cyprus (ďalej len Cannel Equity“) a v získaní spoločnej kontroly PT, LB a IM nad spoločnosťou IKAR, a.s., so sídlom Miletičova 23, 821 09 Bratislava – mestská časť Ružinov (ďalej len „IKAR“), na základe zmluvnej dokumentácie ako bolo uvedené v Oznámení.

<sup>51</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania

<sup>52</sup> [...] – obchodné tajomstvo všetkých účastníkov konania

<sup>53</sup> [...] – osobné údaje

<sup>54</sup> [...] – osobné údaje

<sup>55</sup> [...] – osobné údaje

3. Nadobudnutie kontroly nad uvedenými spoločnosťami úrad posudzuje ako jednu koncentráciu, nakoľko tieto sú vzájomne podmienené. Zo Zmluvy o prevode akcií uzatvorenej dňa 12.12.2018 medzi [. . . . . ]<sup>56</sup> ako predávajúcim a spoločnosťou [. . . . . ]<sup>57</sup> ako kupujúcim (ďalej len „Zmluva o prevode akcií“), na základe ktorej má dôjsť k zmene kontroly nad spoločnosťou Cannel Equity a tým aj nad spoločnosťou Panta Rhei vyplýva, že kupujúci je v procese rokovania o ďalšej transakcii, ktorá môže byť relevantná vo vzťahu k nadobudnutiu kontroly nad spoločnosťou Panta Rhei, a preto nezačne proces oznámenia nevyhnutný na splnenie Odkladacej podmienky skôr, než bude schopný urobiť informované obchodné rozhodnutie. Ako vyplýva z Oznámenia, súvisiacou transakciou je nadobudnutie kontroly nad spoločnosťou IKAR. V súvislosti s nadobudnutím kontroly nad spoločnosťou IKAR boli dňa 12.12.2018 uzatvorené Zmluvy o práve call opcie (ďalej len „Zmluvy“), pričom oprávnené osoby z týchto Zmlúv si uplatnili právo call opcie. Taktiež Oznámovatelia sa v Oznámení vyjadrili, že považujú predmetné transakcie za prepojené a preto sú oznamované spoločne ako jedna koncentrácia<sup>58</sup>.

4. Nad spoločnosťou Panta Rhei vykonáva podľa Oznámenia v súčasnosti spoločnú kontrolu LB a spoločnosť Diversified Retail Company, a.s., so sídlom River Park, Dvořákovo nábřeží 10, 811 02 Bratislava (ďalej len „DRC“), ktorá je dcérskou spoločnosťou Cannel Equity. Majoritným akcionárom spoločnosti Cannel Equity je [. . . . . ]<sup>59</sup>, pričom nepriamu spoločnú kontrolu nad spoločnosťou Panta Rhei nadobudol podľa Oznámenia v momente, keď zanikla spoločná kontrola spoločností J&T FINANCE GROUP SE, so sídlom Pobřežní 297/14, 18600 Praha 8, Česká republika, IČO: 27592502 (ďalej len „JTFG“)<sup>60</sup> a LB nad spoločnosťou Panta Rhei. Nadobudnutím akcií spoločnosti Cannel Equity Oznámovateľom 1 tak dôjde k zmene vlastníckej štruktúry spoločnosti Cannel Equity, čím dôjde k zmene kontroly nad spoločnosťou DRC a tým k zmene kontroly nad spoločnosťou Panta Rhei, ktorú budú vykonávať PT spoločne s LB.

5. Účastníkmi predmetného správneho konania sú podnikatelia PT, LB a IM a účastníkmi koncentrácie sú podnikatelia PT, LB a IM ako nadobúdatelia kontroly a spoločnosti Cannel Equity a IKAR ako nadobúdané spoločnosti.

6. Dňa 01.06.2021 nadobudol účinnosť zákon č. 187/2021 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon“). Podľa prechodných ustanovení zákona sa konanie úradu začaté a právoplatne neskončené podľa zákona č. 136/2001 dokončí podľa zákona. Právne účinky úkonov, ktoré v konaní nastali pred účinnosťou zákona zostávajú zachované. Čo sa týka ustanovení relevantných pre predmetné správne konanie z pohľadu ich obsahu

<sup>56</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>57</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>58</sup> Z bodu 20 Konsolidovaného oznámenia Komisie o právomoci podľa nariadenia Rady (ES) č. 139/2004 o kontrole koncentrácií medzi podnikmi (ďalej len „Konsolidované oznámenie“) vyplýva, že je relevantné, aby sa úzko súvisiace operácie, ktoré sú vzájomne podmienené, považovali za jednu koncentráciu. Bod 43 Konsolidovaného oznámenia okrem iného hovorí, že požadovaná podmienenosť znamená, že žiadna z operácií sa neuskutoční bez inej, a preto predstavujú jedinú operáciu, pričom ďalšími známkami vzájomnej závislosti viacerých operácií môžu byť vyjadrenia strán samotných alebo súbežné uzatvorenie príslušných dohôd.

<sup>59</sup> [...] – dôverná informácia, prístupná všetkým účastníkom konania

<sup>60</sup> Podnikateľ JTFG ako spoločnosť vykonávajúca spoločnú kontrolu nad Panta Rhei, ktorá je odo dňa 1.1.2014 právnym nástupcom spoločnosti J&T FINANCE GROUP, a. s., Dvořákovo nábřeží 8, 811 02 Bratislava, IČO: 31391087, ktorá 10.08.2012 získala a následne vykonávala spoločnú kontrolu nad podnikateľom Panta Rhei. S ohľadom na to, úrad pre zjednodušenie používa pojem JTFG aj na označenie jeho právneho predchodcu.

a významu nedošlo k podstatnej zmene, zmena sa týka najmä ich číselného označenia v zákone oproti zákonu č. 136/2001. Úrad v rozhodnutí pre úkony vykonané do 01.06.2021 uvádza relevantné ustanovenia zákona č. 136/2001 a prípadne v zátvorke nové zodpovedajúce čísla paragrafov (najmä vo vzťahu k podmienkam a vecnému posúdeniu koncentrácie).

7. Podpredseda úradu, ktorý podľa zákona podpisuje rozhodnutia úradu vydané v prvostupňovom konaní, bol predsedom úradu vylúčený z oboznamovania a rozhodovania v tomto správnom konaní a na vykonanie úkonov v rozsahu právomocí podpredsedu úradu bola predsedom úradu poverená riaditeľka odboru koncentrácií<sup>61</sup>.

8. Nakoľko Oznámenie nebolo úplné, úrad listami zaevidovanými pod č. 687/2019/OK-2754/2019 zo dňa 13.06.2019, č. 687/2019/OK-3060/2019 zo dňa 02.07.2019, č. 154/2020/OK1143/2020 zo dňa 11.03.2020 a č. 154/2020/OK-2236/2020 zo dňa 04.06.2020 vyzval Oznamovateľov na doplnenie Oznámenia. Listom zo dňa 04.06.2020 si úrad okrem doplnenia Oznámenia vyžiadaval podľa § 11 ods. 5 zákona č. 136/2001 aj predloženie ďalších informácií a podkladov, ktoré môžu mať podstatný vplyv na rozhodnutie o koncentrácii. Oznámenie bolo doplnené dňa 27.05.2020 listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK – 2091/2020 a dňa 09.07.2020 listom zaevidovaným pod č. 154/2020/OK-2960/2020, ktorým boli doručené aj požadované informácie a podklady, ktoré môžu mať podstatný vplyv na rozhodnutie o koncentrácii. Úrad v tejto súvislosti informoval Oznamovateľov, že prerušená lehota na vydanie rozhodnutia plynie dňom 10.07.2020. Úrad listom č. 154/2020/OK-3479/2020 zo dňa 06.08.2020 informoval Oznamovateľov, že predmetná koncentrácia vyžaduje hlbšiu analýzu z dôvodu identifikácie súťažných obáv, a teda úrad v súlade s § 11 ods. 2 zákona č. 136/2001 vydá rozhodnutie o koncentrácii do 90 pracovných dní odo dňa doručenia vyššie uvedeného listu. Dňa 02.10.2020 si úrad v súvislosti s ďalšími zistenými skutočnosťami ohľadne aktivít Oznamovateľov listom č. 154/2020/OK-4404/2020 opätovne vyžiadaval predloženie podkladov a informácií podľa § 11 ods. 5 zákona č. 136/2001 a zároveň vyzval Oznamovateľov na doplnenie Oznámenia, pričom lehota na vydanie rozhodnutia podľa §11 ods. 2 zákona č. 136/2001 bola prerušená odo dňa 02.10.2020. Nakoľko dňa 01.12.2020 bolo úradu listom č. 154/2020/OK-5718/2020 doručené doplnenie Oznámenia, čím sa Oznámenie stalo úplné a predmetným listom boli taktiež predložené všetky informácie a podklady požadované úradom podľa § 11 ods. 5 zákona č. 136/2001, dňom 02.12.2020 plynula prerušená lehota na vydanie rozhodnutia podľa § 11 ods. 2 zákona č. 136/2001.

9. Úrad v predmetnom správnom konaní zbral do úvahy informácie, ktoré boli uvedené v Oznámení a vo vyjadreniach Oznamovateľov, taktiež informácie získané v rámci úradom vykonaného prieskumu od podnikateľov pôsobiacich na knižnom trhu v Slovenskej republike (ďalej len „SR“), a to od nasledujúcich podnikateľov: Kníhkupectvo alter ego, s.r.o., Hviezdoslavova 10, 060 01 Kežmarok (ďalej len „alter ego“); Artforum spol. s r.o., Kozia 20, 811 03 Bratislava (ďalej len „ARTFORUM“); Citadella Publishing, spol. s r.o., Karloveská 416/49, 841 04 Bratislava, (ďalej len „CITADELLA“) a s ním prepojeného podnikateľa PARTNER TECHNIC, spol. s r.o., Nám. Slobody 17, 811 06 Bratislava (ďalej len „PARTNER TECHNIC“); KNÍHKUPECTVO - Čas na ticho, Laborecká 1902/73, 06601 Humenné (ďalej len „ČAS NA TICH“); EUGENIKA spol. s r.o., Iljušinova 2, 851 01 Bratislava (ďalej len

<sup>61</sup> Interný list č. 281/PR/2019-IP-77/2019 zo dňa 14.06.2019.

„EUGENIKA“); HOLLYWOOD C.E.S, s.r.o., Bernolákova 14, 031 01 Liptovský Mikuláš (ďalej len „HOLLYWOOD“); Inform lib, s.r.o., Bratislavská 14, 010 01 Žilina (ďalej len „INFORM LIB“); KYBEROS Group, s.r.o., Agátová 688/7, 971 01 Prievidza (ďalej len „KYBEROS“); Richard Šrobár Kníhkupectvo LITTERA, M. R. Štefánika 22, 036 01 Martin (ďalej len „LITTERA“); Maloobchodný predajca kníh LIBRESSO s.r.o., Štefániková 214, 029 01 Námestovo (ďalej len „LIBRESSO“); Martinus, s.r.o., Gorkého 4, 036 01 Martin (ďalej len „MARTINUS“); KNIHY PRE KAŽDÉHO s.r.o., Narcisová 44, 821 01 Bratislava (ďalej len „Knihy pre každého“); MEGAKNIHY.SK, Internet-Handel s.r.o., Náměstí 14. října 1307/2, 1500 00 PRAHA 5 – SMÍCHOV (ďalej len „MEGAKNIHY“); TRANOSCIUS a.s., Tranovského 1, 031 01 Liptovský Mikuláš (ďalej len „TRANOSCIUS“); ABC book s.r.o., Dlhá 91a, 949 01 Nitra (ďalej len „Abc knihy“); KNÍHKUPECTVO VIERA ŠEVT – KNIHA, s.r.o., Kmeťkova 26, 949 01 Nitra (ďalej len „Kníhkupectvo Viera Ševt“); Knižný veľkoobchod PEMIC, s.r.o., Padlých hrdinov 60, 821 06 Bratislava (ďalej len „Pemic“); Albatros Media Slovakia s.r.o., Miskiewiczova 9, 811 07 Bratislava – mestská časť Staré Mesto (ďalej len „Albatros“); Vydavateľstvo SLOVART, spol. s r.o., Bojnická 10, P.O.Box 70, 830 00 Bratislava 3 (ďalej len „Slovart“); Svojtka & Co., vydavateľstvo, s.r.o., Zámocká 30, 811 01 Bratislava – mestská časť Staré Mesto (ďalej len „Svojtka“); Vydavateľstvo Tatran s.r.o., Klariska 16, 815 82 Bratislava (ďalej len „Tatran“) a taktiež od Združenia vydavateľov a kníhkupcov Slovenskej republiky, Bojnická 10 (P.O.Box 70), 830 00 Bratislava - Nové Mesto (ďalej len „Združenie vydavateľov a kníhkupcov“) a SPOLKU SLOVENSKÝCH SPISOVATEĽOV, Laurinská 2, 815 84 Bratislava 1 (ďalej len „Spolok spisovateľov“).

10. Úrad listom č. PMU/90/2021/OK-626/2021 zo dňa 04.02.2021 vyzval Oznamovateľov podľa § 12 ods. 4 zákona č. 136/2001 na predloženie návrhu podmienky a povinnosti súvisiacej s podmienkou (ďalej len Výzva na predloženie návrhu podmienok), nakoľko identifikoval obavy, že predmetná koncentrácia nie je v súlade s § 12 ods. 1 zákona č. 136/2001 (§ 11 ods. 1 zákona). Úrad Oznamovateľov vo Výzve na predloženie návrhu podmienok oboznámil so závermi prešetrovania, ku ktorým na základe jemu dostupných podkladov a informácií dospel a podrobne odôvodnil všetky identifikované súťažné obavy.

11. Predmetná Výzva na predloženie návrhu podmienok bola Advokátskej kancelárii RELEVANS s.r.o., so sídlom Dvořákovo nábrežie 8A, 811 02 Bratislava ako spoločnému právnomu zástupcovi na doručovanie doručená dňa 05.02.2021. Podľa § 12 ods. 5 zákona č. 136/2001 je účastník konania povinný do 30 pracovných dní od doručenia výzvy predložiť úradu písomný návrh podmienky a povinnosti súvisiacej s podmienkou. S ohľadom na uvedené, lehota na predloženie návrhu podmienky a povinnosti mala uplynúť dňa 19.03.2021.

Avšak vzhľadom na rozsiahlosť, komplexnosť a zložitosť Výzvy na predloženie návrhu podmienok a následne na zložitosť posúdenia a vypracovania vhodných podmienok a povinností súvisiacich s podmienkami, aj s ohľadom na súčasnú pandemickú situáciu, bola na základe žiadosti Oznamovateľov úradom niekoľkokrát predĺžená lehota<sup>62</sup> na predloženie konečného návrhu podmienky a povinnosti, pričom ostatný raz bola lehota predĺžená do 24.05.2021.

---

<sup>62</sup> Listom č. PMU/90/2021/OK-1560/2021 zo dňa 19.03.2021; listom č. PMU/90/2021/OK-2096/2021 zo dňa 15.04.2021; listom č. PMU/90/2021/OK-2441/2021 zo dňa 29.04.2021; listom č. PMU/90/2021/OK-2658/2021 zo dňa 07.05.2021 a listom č. PMU/90/2021/OK-2903/2021 zo dňa 18.05.2021.

12. Oznamovatelia počas obdobia na predloženie návrhu podmienok a povinností predložili niekoľko nefinálnych návrhov podmienok a povinností na konzultáciu s úradom, pričom dňa 07.05.2021 listom zaevidovaným pod č. PMU/90/2021/OK-2653/2021 predložili nefinálny návrh podmienok a povinností spolu so súhlasom na jeho testovanie na trhu v súlade s § 12 ods. 7 zákona č. 136/2001.

13. Úrad, vychádzajúc zo znenia § 12 ods. 7 zákona č. 136/2001, vykonal prieskum týkajúci sa predloženého nefinálneho návrhu podmienok a povinností Oznamovateľmi, pričom predložený nefinálny návrh podmienok a povinností bol natoľko konkrétny, že bolo možné ho predložiť nižšie uvedeným subjektom. Úrad prostredníctvom e-mailu dňa 10.05.2021 oslovil viacero podnikateľov<sup>63</sup> pôsobiacich na tých istých trhoch ako pôsobia nadobúdané spoločnosti Panta Rhei a Ikar.

14. Dňa 24.05.2021 bol úradu listom zaevidovaným pod č. PMU/90/2021/OK-3061/2021 doručený návrh podmienky a povinnosti, ktorí Oznamovatelia označili ako „konečný“ (ďalej len „Konečný návrh podmienok“). Dňa 25.05.2021 úrad informoval Oznamovateľov listom č. PMU/90/2021/OK-3087/2021, že nimi predložené podmienky a povinnosti obsiahnuté v Konečnom návrhu podmienok sú dostatočné na zabezpečenie súladu predmetnej koncentrácie s § 12 ods. 1 zákona č. 136/2001 (§ 11 ods. 1 zákona). Zároveň ich predmetným listom vyzval podľa § 33 zákona č. 136/2001 (§ 26 zákona), aby sa ústne alebo písomne pred vydaním rozhodnutia úradu vyjadrili k jeho podkladu a k spôsobu jeho zistenia, prípadne aby navrhli jeho doplnenie (ďalej len „Výzva“).

S ohľadom na uvedené začala dňa 25.05.2021 plynúť prerušená lehota na vydanie rozhodnutia.

Oznamovatelia sa k predmetnej Výzve v úradom stanovenej lehote nevyjadrili a nenavrhli žiadne doplnenie.

## I. AKTIVITY ÚČASTNÍKOV KONCENTRÁCIE

15. Úrad v tejto časti textu popisuje aktivity účastníkov koncentrácie a ich ekonomických skupín s tým, že tak zisťoval, v rámci ktorých aktivít dochádza v dôsledku danej koncentrácie k interakcii, teda k horizontálnym alebo nehorizontálnym vzťahom, prípadne tiež ktoré sú relevantné z hľadiska vyhodnotenia vertikálnej integrácie. Aktivitami, v rámci ktorých k takýmto prekrytiám a vzťahom nedochádza, nebolo potrebné sa ďalej zaoberať pri vyhodnocovaní dopadov koncentrácie.

16. **Podnikateľ PT** pôsobí prostredníctvom 40% podielu v spoločnosti Czech Media Invest, a.s., so sídlom Pařížská 130/26, Josefov, 110 00 Praha 1, Česká republika (ďalej len „CMI“) vo vydavateľskej oblasti v Českej republike, v oblasti prevádzkovania tlačiarň slúžiacich na tlač novin a časopisov, ako aj v oblasti prevádzkovania rádiových staníc v Českej republike a Rumunsku.

Prostredníctvom spoločnosti Euromedia Group, a.s., so sídlom Nádražní 896/30, 150 00 Praha 5 – Smíchov, Česká republika (ďalej len „EMG“)<sup>64</sup>, v ktorej má CMI kontrolný

<sup>63</sup> PARTNER TECHNIC – list č. PMU/90/2021/OK-2681/2021; Tatran – list č. PMU/90/2021/OK-2682/2021; Slovart – list č. PMU/90/2021/OK-2683/2021; ARTFORUM – list č. PMU/90/2021/OK-2685/2021 a MARTINUS – list č. PMU/90/2021/OK-2686/2021.

<sup>64</sup> Dňa 25.06.2020 vydala Európska komisia rozhodnutie v prípade M.9601 Media Invest/Rockaway/Brasinex Bohemia, ktorým schválila koncentráciu spočívajúcu v získaní spoločnej kontroly nad spoločnosťou [.....]



podiel, pôsobí PT v oblasti nakladateľstva a distribúcie kníh v Českej republike a tiež v oblasti maloobchodného predaja kníh (maloobchodná sieť kníhkupectva Neoluxor). EMG dodáva na Slovensko knihy v českom jazyku, väčšinou tlačené v nízkych nákladoch, kde sa nevyplatí preklad do slovenčiny a prostredníctvom spoločnosti Slovak Ventures, s.r.o., so sídlom Štefánikova trieda 8/15, 949 01 Nitra (ďalej len „SV“) zároveň vybrané portfólio cudzojazyčných učebníc tlačených najmä v anglickom jazyku.

Prostredníctvom spoločnosti EC Investments a.s., so sídlom Pařížská 130/26, Josefov, 110 00 Praha 1, Česká republika (ďalej len „EC Investments“) pôsobí PT nepriamo v oblasti e-commerce platforiem prevádzkujúcich e-shopy (Mall.cz, Mall.sk a iné), online platformy na porovnávanie cien (Heureka) a v oblasti poskytovania finančných služieb spojených s nákupmi na e-shopoch v skupine Mall Group (MallPay).

17. PT okrem iného pôsobí podľa Oznámenia prostredníctvom nekontrolného podielu v spoločnosti [.....] vo finančnom sektore. Spoločnosť [.....] poskytuje štruktúrované a projektové financovanie a investuje do vlastníckych podielov v rôznych spoločnostiach, pričom cieľovými odvetviami sú energetika, nehnuteľnosti, biotechnológie, e-commerce, médiá, lyžiarske areály a zábavné parky. - [...] – *obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania*

Okrem toho vykonáva PT kontrolu nad spoločnosťami [.....] ..... ]<sup>65</sup>.

Nakoľko spoločnosti [.....] <sup>66</sup> nie sú činné v knižnej oblasti, úrad sa ďalej aktivitami týchto spoločností nebude ďalej v rozhodnutí zaoberať.

18. **Podnikateľ LB** pôsobí prostredníctvom viacerých spoločností, najmä prostredníctvom spoločnosti Panta Rhei v knižnej oblasti.

19. Účastník koncentrácie **IM** je aktívny v knižnej oblasti prostredníctvom svojej nepriamej majetkovej účasti v spoločnosti IKAR. Okrem toho má IM obchodný podiel aj v iných spoločnostiach, ktoré sú aktívne v oblastiach, ktoré nesúvisia s knižným sektorom, napr. predaj hračiek, reštauračné služby.

20. V zmysle zákona sa za podnikateľa môže považovať aj fyzická osoba, ktorá síce nemá živnostenské oprávnenie alebo iné oprávnenie na podnikanie, avšak jej činnosti alebo konania súvisia so súťažou, t.j. v ponímaní koncentrácie jej účastníkom môže byť aj fyzická osoba, ktorá už kontroluje aspoň jednu spoločnosť. S ohľadom na

---

..... ] - [...] – obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>65</sup> [...] – obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>66</sup> [...] – obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

uvedené sú teda účastníci koncentrácie PT, LB a IM - fyzické osoby, podnikateľmi podľa ustanovení tohto zákona, nakoľko prostredníctvom vyššie uvedených spoločností vykonávajú činnosti a konania, ktoré súvisia alebo môžu súvisieť so súťažou.

#### Nadobúdané spoločnosti

21. Nadobúdaná spoločnosť **Cannel Equity** ako taká nevykonáva žiadnu činnosť. Spoločnosť **Panta Rhei** pôsobí v oblasti maloobchodného predaja kníh, prevádzkuje sieť kamenných kníhkupectiev pod značkou „Panta Rhei“, kníhkupectvá pod značkou „KNIHY ZA GROŠ“, zamerané na diskontný predaj kníh a internetový obchod prostredníctvom stránky [www.pantarhei.sk](http://www.pantarhei.sk) zameraný na predaj kníh. Súčasťou niektorých kamenných kníhkupectiev Panta Rhei je aj kaviareň, vedená pod značkou Café Dias.

22. Okrem toho podnikateľ Cannel Equity vykonáva kontrolu nad spoločnosťou DRC, ktorá kontroluje spoločnosti WOOW toys, s.r.o., so sídlom River Park, Dvořákovo nábrežie 3, 811 02 Bratislava; U MASSIMA, s.r.o., so sídlom Dvořákovo nábrežie 10, 811 02 Bratislava; River Park F & B, s.r.o., so sídlom Hodžovo nám. 2, 811 06 Bratislava a Berkshire BLUE CHIP, a.s., so sídlom Dvořákovo nábrežie 10, 811 06 Bratislava. Nakoľko však tieto spoločnosti nie sú činné na knižnom trhu, úrad sa ďalej nebude nimi v tomto rozhodnutí zaoberať.

23. Spoločnosť **IKAR** je knižným vydavateľstvom pôsobiacim na území Slovenskej republiky a zároveň knižný veľkoobchodný predajca/distribútor. Zameriava sa najmä na výrobu kníh, tiež e-kníh a audiokníh. Knižný veľkoobchod, logistické a distribučné služby týkajúce sa knižného sortimentu vykonáva hlavne na území Slovenskej republiky. V zanedbateľnom množstve uskutočňuje predaj do Českej republiky.

24. Okrem toho spoločnosť IKAR prevádzkuje 2 vlastné webové kanály [www.bux.sk](http://www.bux.sk) a [www.luxusnakniznica.sk](http://www.luxusnakniznica.sk). Prvý webový kanál je používaný vo väčšej miere na dopredaj knižných zásob a druhý webový kanál slúži na predaj špeciálnych knižných projektov, v menšej miere predaj zahraničných luxusných knižných edícií.

25. Spoločnosť IKAR vykonáva výlučnú kontrolu nad spoločnosťou Slovenský spisovateľ, akciová spoločnosť Slovenský spisovateľ, a.s. /v skratke/, so sídlom Miletičova 23, Bratislava – mestská časť Ružinov 821 09, IČO: 00 419 737 (ďalej len „Slovenský spisovateľ“), ktorá sa zameriava na výrobu kníh a e-kníh na území Slovenskej republiky.

26. Úrad sa vzhľadom na vyššie uvedené aktivity účastníkov koncentrácie pri hodnotení predmetnej koncentrácie zameriaval na tie aktivity, ktoré sa týkajú oblasti vydávania, distribúcie/veľkoobchodu a maloobchodu s knihami.

Posudzoval pritom len tie vzťahy, v rámci ktorých dôjde v dôsledku posudzovanej koncentrácie ku zmene.

V tomto smere teda koncentráciou dochádza k zmene spoločnej kontroly nad spoločnosťou Panta Rhei (cez spoločnosť Cannel Equity a spoločnosť DRC) a teda k prístupiu podnikateľa PT do spoločnej kontroly (v tomto zmysle teda úrad

neposudzoval vzťahy, ktoré existovali ohľadne Panta Rhei už pred koncentráciou, t.j. spojenie účastníkov koncentrácie LB a Panta Rhei).

Zároveň dochádza ku zmene kontroly nad spoločnosťou IKAR na spoločnú kontrolu LB, IM a PT (úrad vo vzťahu k spoločnosti IKAR neposudzuje spojenie existujúce pred koncentráciou, t.j kontrolu IM prostredníctvom spoločnosti [. . . . . ]<sup>67</sup> nad spoločnosťou IKAR).

Predovšetkým je však predmetom posúdenia skutočnosť, že spoločnosti Panta Rhei a IKAR sa koncentráciou stávajú súčasťou jednej ekonomickej skupiny spolukontrolovanej účastníkmi LB a PT (v prípade IKAR aj IM).

27. Nižšie uvedenými segmentami a aktivitami účastníkov koncentrácie v oblasti vydávania, distribúcie/veľkoobchodu a maloobchodu s knihami sa nebolo nevyhnutné ďalej bližšie zaoberať, a to z nasledovných dôvodov.

#### A. Odborná literatúra

Z hľadiska obsahového zamerania vo vydavateľskej činnosti podnikateľa IKAR vysoko prevažuje neobdobná literatúra (beletria, populárno-náučná literatúra, detské knihy), za posledné tri roky, vychádzajúc z podielu kníh, pomer vydaných učebníc bol len okolo [...] % ročne, rovnako tak maximálne [...] % tvorila odborná literatúra.<sup>68</sup>

Vo vzťahu k odbornej literatúre podnikateľ IKAR uviedol<sup>69</sup>, že [. . . . . ]

..... ]<sup>70</sup>. Rovnako tak podnikateľ Panta Rhei, hoci na maloobchode predáva široké portfólio titulov, sa na odbornú literatúru prioritne nezameriava<sup>71</sup>. Nakoľko v predmetnej koncentrácii ide predovšetkým o vertikálne prepojenie IKAR – Panta Rhei, s ohľadom na vyššie uvedené skutočnosti, pokiaľ nebolo potrebné zdôrazniť zameranie na odbornú literatúru, resp. v obdobnom kontexte, sa úrad ďalej odbornou literatúrou špeciálne bližšie nezaoberal.<sup>72</sup>

#### B. Audioknihy

Pokiaľ ide o audioknihy vo všeobecnosti, úrad k tomuto segmentu pristúpil nasledovne. Zbral do úvahy, že objem tohto segmentu v SR je minimálny<sup>73</sup>, čo potvrdzovali účastníci koncentrácie, ako aj prieskum trhu. Taktiež zbral do úvahy aktivity účastníkov koncentrácie v tejto oblasti, t.j., že účastník koncentrácie IKAR vydáva audioknihy minimálne, na úrovni vydavateľskej, ani veľkoobchodnej nedochádza k horizontálnemu ani vertikálnemu prepojeniu aktivít<sup>74</sup>. Ďalej tiež, že na úrovni maloobchodu dochádza k horizontálnemu prekrytiu aktivít len pokiaľ ide o fyzické audioknihy, a to pri potenciálnom vymedzení jedného trhu kamenných

<sup>67</sup> [...] – obchodné tajomstvo – zmluvné strany - prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>68</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

<sup>69</sup> Doplnenie Oznámenia z 1.12.2020.

<sup>70</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

<sup>71</sup> Podnikateľ SV predáva v podstate len odbornú literatúru, avšak zanedbateľné množstvá.

<sup>72</sup> Ako je ďalej uvedené, na úrovni veľkoobchodných dodávok je vyčlenený predaj inštitucionálnym odberateľom, kde sa predpokladá väčšina odbornej literatúry. Na vydavateľskom trhu úrad porovnával vydavateľov s obdobným charakterom činnosti ako IKAR. V prípade trhu maloobchodu nebolo efektívne takéto dáta vyčleňovať (pod odbornou literatúrou chápané rôzne kategórie), podľa vyjadrení oslovených najväčších maloobchodných predajcov, ako je uvedené ďalej v texte, títo ponúkajú široké portfólio titulov.

<sup>73</sup> Napríklad podľa Správy o knižnom trhu za rok 2019 bolo ako audiokniha vydaných 967 titulov z viac ako 10 000 neperiodických publikácií, resp. z cca 9000 kníh. Združenie vydavateľov a kníhkupcov uviedlo, že audioknihy nie sú v súčasnosti ešte relevantnými formátmi.

<sup>74</sup> Podľa doplnenia Oznámenia z 01.12.2020 EMG ani SV neumiestňujú na SR trh audioknihy.

predajní a internetu a samostatného internetového trhu, čo je vzhľadom na nízke podiely najmä IKAR na maloobchode celkovo zanedbateľné. Rovnako tak aj prípadné vertikálne prepojenie IKAR – Panta Rhei v tejto oblasti je vzhľadom na uvádzané skutočnosti nevýznamné.<sup>75</sup> Z týchto dôvodov sa úrad ďalej špeciálne segmentom audiokníh nezaoberal (pokiaľ nebolo nevyhnutné určitú skutočnosť zdôrazniť) a v tomto smere teda nebolo potrebné osobitne bližšie analyzovať tu uvádzané horizontálne a vertikálne vzťahy<sup>76</sup>.

### C. K podnikateľovi SV

- ako internetovému maloobchodnému predajcovi kníh v SR konečným spotrebiteľom – SV cez e-shop predáva len cudzojazyčné knihy - výukové materiály anglického jazyka a to v zanedbateľnom objeme, keď týmto predajom napr. v roku 2019 dosahoval tržby len [.....]<sup>77</sup> Eur,
- ako veľkoobchodníkovi - SV do maloobchodu v SR dodáva len cudzojazyčné knihy - výukové materiály anglického jazyka. V roku 2019 dosiahla spoločnosť SV predajom do maloobchodu v SR tržby len [.....]<sup>78</sup> EUR.

S ohľadom na obmedzené pôsobenie SV v týchto oblastiach, ako aj na jeho špecifické zameranie, nebolo potrebné ani účelné v ďalšom texte zaoberať sa v tomto ohľade pôsobením SV. Na tomto mieste je nevyhnutné dodať, že okrem vyššie uvedených aktivít, SV pôsobí aj ako dodávateľ výučbových materiálov anglického jazyka inštitucionálnym odberateľom (napr. školy) v SR. Týmito aktivitami sa úrad bude v ďalšom texte bližšie zaoberať.

## II. RELEVANTNÉ TRHY

28. Ako už vyplýva z vyššie uvedeného, predmetnú koncentráciu je potrebné posúdiť s ohľadom na aktivity jej účastníkov, ktoré sa týkajú knižného sektoru. Tu sa úrad zaoberal jednak identifikáciou relevantných trhov, zisťovaním možných horizontálnych prekrytí a nehorizontálnych (najmä vertikálnych) vzťahov a posudzovaním dopadov takýchto prekrytí a vzťahov.

29. V Oznámení sa uvádza<sup>79</sup>, že za ovplyvnené relevantné trhy je možné považovať: (1) trh knižných vydavateľov, (2) trh knižných veľkoobchodníkov, (3) trh knižných maloobchodníkov.

30. Úrad v rámci identifikácie relevantných trhov vychádzal z informácií uvádzaných v Oznámení a ďalších informácií predložených Oznamovateľmi v predmetnom správnom konaní, z informácií poskytnutých podnikateľmi, ktorých úrad oslovil v rámci prieskumu, ako aj zo Správ o knižnom trhu za roky 2016-2019, ktoré vypracovalo Združenie vydavateľov a kníhkupcov, berúc do úvahy znenie § 3 ods. 2

<sup>75</sup> Aj napr. podnikateľ PARTNER TECHNIC potvrdil, že vo všeobecnosti sú predaje audio kníh v SR zanedbateľné, pričom zároveň uviedol, že si nie je vedomý žiadneho významnejšieho postavenia spoločnosti IKAR v oblasti vydávania a ani v oblasti veľkoobchodnej distribúcie audio kníh. – zápis z osobného stretnutia dňa 24.9.2020 č.154/2020/OK –IZ – 527/2020.

<sup>76</sup> Vzhľadom na avizovaný nízky objem segmentu audiokníh a problematickú dostupnosť celkových akýchkoľvek dát potrebných na vymedzenie štruktúry jednotlivých relevantných trhov, nebolo účelné a efektívne zo získaných údajov segment audiokníh odrátať. Uvedené s ohľadom na nízky objem tohto segmentu nemá vplyv na správnosť záverov ohľadne štruktúry jednotlivých trhov, ako sú uvedené nižšie, v časti Posúdenie účinkov koncentrácie.

<sup>77</sup> [...] – obchodné tajomstvo PT, prístupné PT

<sup>78</sup> [...] – obchodné tajomstvo PT, prístupné PT

<sup>79</sup> Strany 29 a 37 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

až ods. 4 zákona č. 136/2001 (§ 3 ods. 7 až 9 zákona) a podporne bral do úvahy materiál Európskej komisie (ďalej len „EK“)<sup>80</sup> a jej rozhodovaciu prax v predmetnej oblasti<sup>81</sup>.

## II.1 Oblasť vydávania kníh

31. Z účastníkov koncentrácie v tejto oblasti pôsobí<sup>82</sup> podnikateľ PT, a to prostredníctvom spoločnosti EMG<sup>83</sup> (pôsobí v tejto oblasti v ČR) a podnikateľ IKAR (vrátane spoločnosti Slovenský spisovateľ).

### *Informácie uvádzané v Oznámení*

32. V Oznámení sa uvádza<sup>84</sup>, že IKAR [. . . . . ]<sup>85</sup>.

Ohľadne vydavateľskej činnosti sa v Oznámení taktiež uvádza<sup>86</sup>, že „Výrobky sa vyrábajú identifikovaním predajných titulov v konkrétnom žánri a získaním licencie na daný produkt – buď zahraničnej, prípadne od domáceho autora. Následne je realizovaný preklad (pri zahraničnom žánri), grafické a redaktorské práce.“

33. Ďalej Oznamovatelia uviedli<sup>87</sup> najbežnejší popis procesu vydania knihy od autora po predaj konečnému spotrebiteľovi, a to nasledovne:

1. autor vytvorí dielo - text knihy, prípadne iný obsah,
2. vydavateľstvo kúpi práva na vydanie diela, právo sa týka určitého trhu a určitého časového obdobia,
3. vydavateľstvo zabezpečí korekcie rukopisu, redakčné práce, fyzické vytlačenie knihy a propagáciu knihy,
4. vydavateľstvo ďalej posunie knihy knižnému veľkoobchodu,
5. knižný veľkoobchod zabezpečí skladovanie a distribúciu knihy do maloobchodov,
6. knižný veľkoobchod predá knihy maloobchodníkovi,
7. maloobchodník na predajni predá knihu konečnému zákazníkovi.

34. Zároveň sa v Oznámení uvádza, že predaj je väčšinou realizovaný na báze [. . . . . ]<sup>88</sup> Pomerne bežne sa vyskytujú situácie, kedy

<sup>80</sup> Oznámenie Komisie o definícii relevantného trhu na účely práva hospodárskej súťaže spoločenstva (97/C 372/03).  
<sup>81</sup> Napríklad rozhodnutia EK: M.6789 BERTELSMANN/PEARSON/PENGUIN RANDOM HOUSE zo dňa 05.04.2013, M.2978 Lagardère/Natexis/VUP zo dňa 07. 01. 2004  
<sup>82</sup> Úrad uvádza na tomto mieste aktivity u účastníkov koncentrácie, ktorých prepojenie touto koncentráciou vzniká.  
<sup>83</sup> Oznamovateľ PT tiež uviedol na dokreslenie, že aj prostredníctvom [. . . . . ]  
[. . . . . ] - [...] – obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania.  
<sup>84</sup> Strana 38 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.  
<sup>85</sup> [...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>86</sup> Strana 52 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.  
<sup>87</sup> Strana 34 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.  
<sup>88</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

niektoré z vyššie uvedených bodov 1. až 7. nie sú realizované, a to v nasledujúcich prípadoch:

- a. autor neoslovuje vydavateľa, ale vydáva knihu sám a sám realizuje predaj do veľkoobchodu a/alebo maloobchodu a/alebo predáva knihu konečnému spotrebiteľovi prostredníctvom internetu,
- b. vydavateľstvo predáva knihy priamo konečnému spotrebiteľovi prostredníctvom internetu,
- c. vydavateľstvo má vlastnú distribúciu a tým nepredáva knihy do veľkoobchodu ale priamo do maloobchodu,
- d. veľkoobchod predáva knihy konečnému zákazníkovi.

35. Ako priestorová dimenzia vydavateľskej činnosti bolo označené územie SR.

### Zistenia úradu

#### II.1.1 Získavanie/nákup práv na vydanie kníh

36. IKAR ako vydavateľ spolu s podnikateľom Slovenský spisovateľ pôsobia v oblasti nadobúdania práv na vydávanie kníh od autorov literárnych diel (alebo ich agentov) so zameraním sa na pôvodnú slovenskú literatúru a aj cudzojazyčnú literatúru prekladanú do slovenského jazyka (zhruba v pomere [.....]<sup>89</sup> za posledné tri roky), literatúru v cudzom jazyku IKAR v [.....]<sup>90</sup>.

37. Vo vzťahu k činnosti podnikateľa IKAR spolu s podnikateľom Slovenský spisovateľ ako vydavateľov by bolo možné identifikovať tzv. upstream relevantný trh, ktorým sa úrad ďalej zaoberá v tomto texte. Podnikateľ EMG pôsobí ako vydavateľ v ČR, pričom z hľadiska dodávok kníh na trh v SR dodáva ako veľkoobchodný distribútor prevažne knihy v českom jazyku (napr. v roku 2019 to bolo [.....]<sup>91</sup>). V uvedenom roku len cca [...] %<sup>92</sup> dodávok podnikateľa EMG do SR predstavovali knihy v SJ, t. j. v takomto ponímaní bolo pre účely tejto koncentrácie postačujúce zaoberať sa týmto podnikateľom ako vydavateľom.

38. Z hľadiska toho, od akého subjektu vydavateľ získava práva na vydanie knihy, je možné špecifikovať: (1) nadobudnutie práv na rozmnožovanie obrázkov a máp, (2) nadobudnutie práv na vydanie knihy od autorov (ich agentov). V tomto prípade sa úrad sústredil vzhľadom na primárne aktivity účastníkov koncentrácie (IKAR, vrátane Slovenský Spisovateľ, tiež EMG) v tejto oblasti len na činnosť uvedenú pod bodom 2.

➤ *Nadobúdanie práv na vydávanie literárnych diel napísaných aj vydávaných v slovenskom jazyku (ďalej len „pôvodná literárna tvorba“) a nadobúdanie práv na vydávanie cudzojazyčných literárnych diel v slovenskom jazyku (ďalej len „prekladová literárna tvorba“)*

39. Ako je možné odhadnúť z informácií uvádzaných v Správe o knižnom trhu 2018, takmer 90 % kníh vydaných v SR bolo v slovenskom jazyku. Najväčší vydavatelia neodbornej literatúry v SR cudzojazyčnú literatúru v inom jazyku ako je slovenský

<sup>89</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM

<sup>90</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM

<sup>91</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa EMG, prístupné PT

<sup>92</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa EMG, prístupné PT



44. SLOVART uviedol<sup>96</sup>, že s tuzemskými autormi vydavateľ zväčša jedná napriamo, so zahraničnými prostredníctvom agentov a iných subjektov. Pri zahraničných autoroch sa väčšinou stane vydavateľom slovenskej verzie ten, kto prvý prejaví o knihu alebo autora záujem. Len výnimočne, a to ak autorov agent očakáva nadpriemerný predajný úspech knihy, sa uskutoční tzv. aukcia, kde vydavatelia ponúkajú licenčné podmienky a agent vyberie toho, kto najviac zodpovedá jeho očakávaniam. Tiež uviedol<sup>97</sup>, že v prípade domácich autorov je trvanie licencie zväčša 10 rokov, pri zahraničných 5 rokov, výnimočne dlhšie. Ohľadne odmeny autorom, tu uviedol, že odmeny slovenským autorom sú zväčša o niečo vyššie, nakoľko v prípade zahraničných sa počíta i s nákladmi na preklad. Tiež uviedol, že v prípade slovenských autorov sa berie do úvahy možnosť ich osobného zaangažovania pri propagácii knihy.

45. ALBATROS MEDIA uviedol<sup>98</sup>, že v prípade slovenských autorov si vydavateľ vyberá sám autor, v prípade zahraničných autorov si vydavateľ vyberá z ponuky zahraničných agentúr – práva sa získavajú na základe ponuky a aukcie, pri výbere vydavateľa zaväzujú najviac postavenie vydavateľa na trhu. Aj tento podnikateľ uviedol<sup>99</sup> nákup priamo od autorov v prípade domácej tvorby, s trvaním licencie 10 rokov a od agentov/agentúr v prípade zahraničnej tvorby s trvaním 5-7 rokov.

46. Vydavateľ CITADELLA uviedol<sup>100</sup>, že nákup práv realizuje cez zahraničných agentov a agentúry; vydal aj niekoľko slovenských autorov, ktorí ho oslovili osobne.

47. Združenie vydavateľov a kníhkupcov uviedlo<sup>101</sup>: „Autori diel napísaných v slovenskom jazyku väčšinou (99 %) uzatvárajú zmluvy priamo s vydavateľmi. Autori diel napísaných v cudzích jazykoch a preložených do slovenčiny väčšinou (99%) uzatvárajú zmluvy prostredníctvom ich agentov, prípadne prostredníctvom ich zahraničných vydavateľov, ktorí plnia funkciu ich agenta.“ ... „Pri dielach napísaných v slovenskom jazyku je plne uplatňovaná zmluvná voľnosť a dĺžka platnosti uzavretých zmlúv je len na dohode medzi autorom a vydavateľom. Napriek tomu zmluvy zriedka presahujú 10 rokov. Súčasne je podľa našich vedomostí vo väčšine prípadov autor honorovaný podľa počtu predaných výtlačkov, čiže ani dlhšia platnosť zmluvy nemusí byť proti jeho záujmom. Pri licenčných zmluvách na diela napísané v cudzích jazykoch (a preložené do slovenčiny) je väčšinou platnosť licencie obmedzená na 5 rokov.“

48. Z uvedených informácií vyplýva, že existujú určité rozdiely medzi nadobúdaním práv na vydávanie pôvodnej literárnej tvorby a prekladovej literárnej tvorby, pričom tieto rozdiely sú takého charakteru, že odôvodňujú možnosť dvoch samostatných relevantných trhov vydavateľskej činnosti v rámci nákupu práv na vydanie diela.

49. Úrad sa predmetnou oblasťou vydavateľskej činnosti zaoberal najmä v súvislosti s vymedzením možných ne-horizontálnych vzťahov, resp. v súvislosti s vymedzením celkovej sily najmä podnikateľa IKAR a podnikateľa Panta Rhei po koncentracii v reťazci vertikálne integrovanej ekonomickej skupiny v knižnej oblasti – t.j. vydávanie kníh – veľkoobchodná distribúcia – maloobchod.

<sup>96</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020, bod 6.

<sup>97</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-6235/2020 dňa 21.12.2020.

<sup>98</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.06.2020, bod 6.

<sup>99</sup> Odpoveď doručená dňa 22.12.2020 zaevidovaná úradom pod číslom PMU/90/2021/OK - 215/2021.

<sup>100</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3177/2020 dňa 20.07.2020, bod 6.

<sup>101</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3899/2020 dňa 3.9.2020, body 13. a v poradí 17. (označený ako bod 15.)



50. V tomto prípade preto bolo relevantné zobrať do úvahy pozíciu IKAR a jeho najväčších konkurentov v oblasti nákupu práv od autorov/agentov na vydanie knihy v slovenskom jazyku bez ohľadu na to, či ide o knihu slovenského alebo zahraničného autora, pričom ak to bolo možné, úrad sa zaoberal aj zameraním týchto najväčších vydavateľov, pokiaľ ide o pôvodnú a prekladovú literárnu tvorbu.

*Rozdiel medzi nadobúdaním práv na vydávanie literárnych diel v slovenskom jazyku podľa kategórií kníh z hľadiska ich obsahového zamerania*

51. Podporne vychádzajúc z rozhodovacej praxe EK<sup>102</sup> by pokiaľ ide o tovarový relevantný trh nadobúdania práv k dielam vydaným v slovenskom jazyku bolo možné uvažovať o identifikovaní samostatných tovarových relevantných trhov podľa obsahového zamerania na: (i) všeobecná literatúra, (ii) detské knihy, (iii) príručky a manuály, (iv) komixy (strip cartoon albums), (v) umelecké knihy (art books), (vi) akademické a odborné knihy (academic and professional books).

52. Z informácií získaných z prieskumu trhu, ako aj z verejne dostupných informácií (web stránky vydavateľstiev) a zo Správ o knižnom trhu ohľadne hlavnej činnosti vybraných vydavateľstiev pôsobiacich v SR vyplýva, že sa vydavateľstvá zameriavajú na rôzne obsahové zameranie kníh, respektíve najväčšie vydávajú širší rozsah žánrov.

53. Úrad zároveň z Oznámenia, ani z prieskumu medzi vydavateľmi so širokým záberom (podobne ako IKAR) nezistil osobitosti, vo vzťahu k nadobúdaníu práv na vydávanie diel podľa obsahového zamerania<sup>103</sup>. Je možné špecifikovať vydavateľstvá zamerané na vydávanie kníh v slovenskom jazyku, ktoré primárne nie sú knihami odbornými (napríklad IKAR, SLOVART, ALBATROS MEDIA), vydavateľov odborných kníh rôzneho zamerania, ako napríklad právo, ekonómia, zdravotníctvo (napríklad WOLTERS KLUWER, BECK), vydavateľov vydávajúcich odbornú aj neodbornú literatúru, vydavateľov učebníc pre základné a stredné školy (napríklad vydavateľstvo SNP – Mladé letá.

54. Zo Správ o knižnom trhu je zároveň zrejmé, že z hľadiska počtu vydaných titulov sú významnými vydavateľmi aj univerzity a vysoké školy<sup>104</sup>.

55. Oznamovatelia za konkurenciu na trhu knižných vydavateľstiev, ktorá je relevantná pre IKAR, uviedli<sup>105</sup>: [.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

<sup>102</sup> M. 6789 BERTELSMANN/PEARSON/PENGUIN RANDOM HOUSE, bod 36.  
<sup>103</sup> S výnimkou vo vzťahu k odborným knihám, čomu sa ale úrad, vzhľadom na primárne pôsobenie IKAR, nevenoval.  
<sup>104</sup> Napríklad Správa o knižnom trhu 2016 uvádza nasledujúcich vydavateľov s najväčším počtom vydaných titulov: Slovenská knižnica pre nevidiacich M. Hrebendu, Levoča ( 1 182), IKAR (797), SLOVART (356), Technická univerzita Košice (255), Prešovská univerzita Prešov (235), Univerzita Komenského Bratislava (217), SPN – Mladé letá (183), Slovenská poľnohospodárska univerzita Nitra (173), Univerzita Konštantína Filozofa Nitra (169), Marenčin PT (163), Wolters Kluwer (152), Slovenská technická univerzita Bratislava (138), Žilinská univerzita Žilina (128), Univerzita Mateja Bela Banská Bystrica (126), Univerzitná knižnica UPJŠ Košice (95), Technická univerzita Zvolen (93), FORTUNA LIBRI, a.s. , Bratislava (91), Svojtka & Co. (86), Verbum – vydavateľstvo Katolíckej univerzity Ružomberok (85), LÚČ vydavateľské družstvo Bratislava (84), Univerzita sv. Cyrila a Metoda Trnava (82), NOXI (82).  
<sup>105</sup> Strany 46 a 47 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

..... ]<sup>106</sup>.

56. ALBATROS MEDIA ako 5 najbližších konkurentov vo vydavateľskej činnosti uviedol<sup>107</sup> IKAR, SLOVART, TATRAN, MOTÝĽ, PREMEDIA.

57. SLOVART ako 5 najbližších konkurentov vo vydavateľskej činnosti uviedol<sup>108</sup> IKAR, ALBATROS MEDIA, FORTUNA LIBRI, OTTOVO NAKLADATEĽSTVO, TATRAN.

58. Podnikateľ EUGENIKA ako svojich 5 najväčších konkurentov vo vydavateľskej činnosti uviedol<sup>109</sup> IKAR, Noxi, CITADELLA, Gardenia, Príroda (táto značka patrí do skupiny IKAR) – vydavateľstvá, ktoré vydávajú rovnako zamerané tituly, na ktoré sa predmetný vydavateľ špecializuje.

59. Podnikateľ CITADELLA (ktorý sa orientuje na vydávanie titulov z histórie, osobného rozvoja, self-help, motivačnej literatúry, pedagogiky a zdravého životného štýlu) neuviedol konkrétne vydavateľstvá ako svojich konkurentov.

60. Úrad v tomto smere definíciu vydavateľského trhu neuzatvára a v rámci analýzy vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže sa úrad z tohto hľadiska zameril na vydavateľov, ktorí môžu pre podnikateľa IKAR z hľadiska nimi vydávaných kníh predstavovať blízkych konkurentov.

#### *Rozdiel medzi nadobúdaním práv na vydávanie tlačенých kníh, e-kníh a audiokníh*

61. EK zistila, že v 90 % prípadoch sa práva na vydanie tlačenej knihy získavajú spolu so získaním práv na vydanie e-knihy; čo sa týka audioknihy, práva na jej vydanie sa podstatne menej často poskytujú s právom na vydanie tlačenej knihy, resp. e-knihy.

62. Oznamovatelia sa k tomuto vyjadrili v Oznámení na strane 58<sup>110</sup>, kde uviedli: [„.....“]<sup>111</sup>. Následne v doplnení Oznámenia<sup>112</sup> špecifikovali, že [..... ]<sup>113</sup>.

63. V prípade audioknihy to tak nie je, len v minime prípadov je [..... ]<sup>114</sup> Táto skutočnosť bola potvrdená i prieskumom úradu (SLOVART, ALBATROS MEDIA, PARTNER TECHNIC).

<sup>106</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>107</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.06.2020, bod 7.  
<sup>108</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020, bod 7.  
<sup>109</sup> List zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK-3368/2020 dňa 30.07.2020.  
<sup>110</sup> Listom zaevidovaným úradom č. 154/2020/OK-2092/2020 dňa 28.05.2020.  
<sup>111</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR – prístupné IM  
<sup>112</sup> Listom zaevidovaným úradom č. 154/2020/OK-5718/2020 dňa 01.12.2020.  
<sup>113</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR – prístupné IM  
<sup>114</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

64. Úrad konštatuje, že na základe uvedeného by bolo možné uvažovať o osobitnom trhu získavania práv na vydávanie tlačенých kníh spolu s e-knihami a osobitnom trhu získavania práv na vydávanie audiokníh (prípadne osobitne od slovenských a osobitne od zahraničných autorov pre vydanie v slovenčine).

65. V tomto prípade však nebolo relevantné zaoberať sa osobitne vydavateľským trhom vo vzťahu k audioknihám z dôvodov uvádzaných vyššie.

#### *Práva na vydávanie potenciálne najlepšie predávaných titulov*

66. Vychádzajúc podporne z rozhodovacej praxe EK, bolo by možné uvažovať, či existuje segmentácia vydavateľského trhu nadobúdania práv na vydanie diela, a to hľadiska vymedzenia samostatného trhu pre získavanie práv „prémiových autorov“.<sup>115</sup> Z informácií predložených v rámci doplnenia Oznámenia koncentrácie vyplýva, že v prípade tzv. TOP autorov je zvyčajne odmena vyššia, resp. Oznamovatelia uviedli informáciu o výške odmeny v prípade tzv. bežne predajných autorov. Z ďalšieho prieskumu úrad nezistil navyše k už uvedenej skutočnosti osobitné informácie. Na základe dostupných informácií nebolo teda možné uzavrieť, že by existoval osobitný trh získavania práv na vydávanie kníh (pôvodných ako aj prekladových) v prípade tzv. Top autorov alebo bestsellerov. Vzhľadom tiež na skutočnosť, že konkurenti podnikateľa IKAR v oblasti vydavateľskej činnosti pokiaľ ide o vydávanie kníh v slovenskom jazyku podľa ich vyjadrení všetci majú v portfóliu aj autorov, ktorých možno označiť za autorov bestsellerov, touto otázkou sa nebolo potrebné bližšie zaoberať.

67. V rámci identifikácie relevantného trhu, na ktorom pôsobí podnikateľ IKAR, taktiež v rámci analýzy vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže, sa úrad zameril na vydavateľov, ktorí môžu pre podnikateľa IKAR z hľadiska nimi vydávaných kníh predstavovať blízkych konkurentov.

#### Priestorový relevantný trh

68. Vzhľadom na jazykové faktory sa úrad stotožnil s účastníkmi koncentrácie a identifikoval územie SR ako priestorovú dimenziu predmetného tovarového relevantného trhu, a to :

Nákupu práv na vydávanie kníh (v tlačenej podobe a e-kníh) v slovenskom jazyku, ako aj vo vzťahu k alternatívnej identifikácii, t. j. v členení na

- vydávanie kníh (v tlačenej podobe a e-kníh) v slovenskom jazyku, ktoré boli v slovenskom jazyku aj napísané a
- vydávanie kníh (v tlačenej podobe a e-kníh) v slovenskom jazyku, ktoré boli napísané v cudzom jazyku.

Ako bolo uvedené vyššie, z hľadiska iného možného členenia nebolo potrebné pre účely predmetnej koncentrácie presne uzavrieť definíciu trhov (z hľadiska obsahového zamerania vydávaných kníh, z hľadiska vydávania bestsellerov).

---

<sup>115</sup> Napríklad M.6789 BERTELSMANN/PEARSON/PENGUIN RANDOM HOUSE, bod 42.

## *II.1. 2 Predaj kníh od vydavateľa k veľkoobchodníkom*

69. Úrad ďalej zvažoval, či v predmetnom prípade je relevantné identifikovať tzv. downstream relevantný trh k vydávaniu kníh v slovenskom jazyku (prípadne aj vo vyššie uvedených alternatívach), t. j. pokiaľ ide o dodávky takýchto kníh od vydavateľov k (o.i.) veľkoobchodným odberateľom – tretím stranám. Úrad z informácií získaných v predmetnom správnom konaní zistil, že vydavateľ IKAR, ako aj vydavatelia ALBATROS MEDIA a SLOVART ako traja najväčší vydavatelia kníh v slovenskom jazyku (podľa Oznamovateľov, ako aj potvrdené prieskumom) využívajú vlastné kapacity na veľkoobchodnú distribúciu nimi vydaných kníh, prípadne v menšom rozsahu knihy predávajú priamo maloobchodným alebo výnimočne priamo čitateľom.

70. Ďalej napríklad vydavateľstvo CITADELLA (vzniklo v roku 2013, orientuje sa na tituly z histórie, osobného rozvoja, self-help, motivačnej literatúry, pedagogiky a zdravého životného štýlu) svoju vydavateľskú produkciu realizuje prostredníctvom distribúcie s ním prepojeného podnikateľa PARTNER TECHNIC.

71. Taktiež vydavateľ EUGENIKA ním vydané knižné tituly dodáva cez svoj vlastný veľkoobchod do maloobchodu ako aj do veľkoobchodu, priame dodávky do maloobchodu nerealizuje.

72. Z vyššie uvedeného vyplýva, že účastník koncentrácie IKAR ako vydavateľ (spolu s vydavateľom Slovenský spisovateľ) ním vydané knihy v slovenskom jazyku nedodáva do veľkoobchodu<sup>116</sup> a teda ako vydavateľ nepôsobí na relevantnom trhu dodávok ním vydaných kníh v slovenskom jazyku (celkom ako aj v prípadnom alternatívnom členení) od vydavateľa k (veľkoobchodným) odberateľom. Pokiaľ ide o podnikateľa EMG, tento ako vydavateľ dodáva veľkoobchodníkom do SR, ako je ďalej špecifikované, v rozhodujúcej miere knihy v českom jazyku, teda pokiaľ ide o knihy vydané v slovenskom jazyku, v tomto segmente nie je aktívny v takej miere, že by bolo potrebné sa uvedeným bližšie zaoberať. Z tohto dôvodu úrad v predmetnom správnom konaní posudzoval len možný vertikálny vzťah EMG ako dodávateľ kníh do veľkoobchodu v SR v českom jazyku (aj knihy z vlastnej vydavateľskej činnosti).

73. Naopak však bolo dôvodné, ako je uvedené ďalej, zberať sa nákupným trhom, t. j. kde súťaží podnikateľ IKAR ako veľkoobchodník s ostatnými distribútormi o nákup kníh od vydavateľov, a to primárne vo vzťahu ku knihám vydávaným v slovenskom jazyku. Pritom ale úrad posúdil aj segment nákupu cudzojazyčných kníh z pohľadu vertikály (čo je trh dolný vo vzťahu k pôsobeniu EMG ako vydavateľa na trhu predaja kníh v českom jazyku do veľkoobchodu na Slovensko).

## II.2 Veľkoobchod s knihami

74. Podnikateľ IKAR veľkoobchodne predáva (i) knihy, ktoré nakupuje od nezávislých vydavateľstiev, príp. veľkoobchodníkov s knihami a (ii) knihy z vlastnej vydavateľskej činnosti (t. j. knihy vydané IKAR a Slovenský spisovateľ).

---

<sup>116</sup> Podnikateľom IKAR predložené informácie boli v tomto ohľade rozporné, ale aj v prípade, že do veľkoobchodu dodáva, ide o marginálne objemy a výlučne pre potreby špeciálneho odberateľa –super-/hypermarket.

75. Podnikateľ IKAR teda pôsobí na dvoch úrovniach, a to na úrovni (i) veľkoobchodného nákupu kníh od tretích strán a (ii) veľkoobchodného predaja kníh (vlastných a od tretích strán). Štruktúra jeho konkurentov na jednotlivých uvedených úrovniach a celkovo „veľkosť“ trhu je rozdielna. Na úrovni veľkoobchodného predaja kníh pôsobia tak podnikatelia, ktorí predávajú (aj) knihy nakúpené od tretích strán, ktorí sú týmto poskytovateľmi distribúcie pre tretie strany, ako aj vertikálne integrovaní vydavatelia s vlastnou distribúciou, ktorí predávajú v podstatnej miere len knihy z vlastnej vydavateľskej činnosti. Na úrovni nákupu kníh veľkoobchodníkmi takíto vertikálne integrovaní vydavatelia s vlastnou distribúciou nepôsobia.

76. Veľkoobchodníkom, ktorí pôsobia na oboch uvedených úrovniach (napr. PEMIC, PARTNER TECHNIC), pritom IKAR na úrovni veľkoobchodného predaja konkuruje aj so svojou vlastnou produkciou, pričom títo veľkoobchodníci o ňu nemôžu súťažiť na úrovni veľkoobchodného nákupu, keďže IKAR svoju produkciu veľkoobchodne distribuuje predovšetkým sám, táto produkcia nie je teda súčasťou trhu na úrovni nákupu.

77. Z týchto dôvodov bolo nevyhnutné zaoberať sa oboma úrovňami v oblasti veľkoobchodu s knihami.

#### *II.2.1 Oblasť nákupu kníh veľkoobchodníkmi od tretích strán (predovšetkým vydavateľov) na účely ich distribúcie/trh poskytovania služieb distribúcie tretím stranám*

78. Vzhľadom na to, že (tak ako sa uvádza vyššie v tomto texte) sa podnikateľ IKAR ako vydavateľ (spolu s podnikateľom Slovenský spisovateľ) zaoberá vydávaním kníh v slovenskom jazyku, pričom ním vydané knihy dodáva odberateľom najmä prostredníctvom vlastnej veľkoobchodnej činnosti, úrad v prvom rade zisťoval, akými distribučnými kanálmi sa knihy vydané v slovenskom jazyku inými vydavateľmi, ktorí z hľadiska obsahového zamerania konkurujú podnikateľom IKAR a Slovenský spisovateľ ako vydavateľom, dostávajú k čitateľom.

79. Úrad zistil, že vydavatelia ALBATROS MEDIA a SLOVART majú vlastnú veľkoobchodnú distribúciu. Úrad taktiež zistil, že predmetní podnikatelia veľkoobchodnú distribúciu kníh tretím stranám neposkytujú (konkrétne: ALBATROS MEDIA uviedol<sup>117</sup>, že veľkoobchodnú distribúciu kníh tretím stranám neposkytuje; SLOVART na pravidelnej báze veľkoobchodnú distribúciu iným vydavateľom kníh v slovenskom jazyku neposkytuje: predmetný podnikateľ uviedol<sup>118</sup>, že veľkoobchodne predáva v slovenskom jazyku na 99,9 % knihy svojej produkcie a len výnimočne pomôže s distribúciou nekomerčného titulu). To znamená, že tieto subjekty nepôsobia v oblasti nákupu kníh od iných vydavateľov/tretích strán.

80. Úrad taktiež zistil, že za najväčších poskytovateľov veľkoobchodnej distribúcie pre tretie strany kníh vydaných v slovenskom jazyku, je možné považovať podnikateľov IKAR, PARTNER TECHNIC a PEMIC. Tento záver úradu potvrdzuje vyjadrenie podnikateľa SLOVART, ktorý za najväčších veľkoobchodných distribútorov

<sup>117</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.06.2020, bod 16.

<sup>118</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020, bod 15.

kníh (veľkoobchodníkov), ktorí poskytujú služby tretím stranám (vydavateľom) označil<sup>119</sup> IKAR, PARTNER TECHNIC a PEMIC.

81. Úrad zistil, že pre menších vydavateľov dosahujúcich menšie objemy vydaných titulov zväčša nie je ekonomicky efektívne mať vlastnú veľkoobchodnú distribúciu a preto svoje knihy predávajú na vyššie uvedenom trhu od vydavateľov k veľkodistribútorom (kde ako bolo uvedené IKAR nepôsobí na strane ponuky). Využívajú teda externých veľkoobchodných dodávateľov kníh alebo ich výnimočne dodávajú priamo do maloobchodu (ak sa priame dodávky od vydavateľa do maloobchodu v prípade tlačených kníh realizujú, tak zväčša len do nezávislých – individuálnych kníhkupectiev).

82. Ako vyplýva z vyjadrení maloobchodných predajcov kníh, títo zväčša ako jeden z faktorov presadzovania sa na predmetnom maloobchodnom relevantnom trhu uviedli, že je potrebné mať čo najširšiu škálu knižných titulov požadovaných ich odberateľmi. Z tohto dôvodu aj veľkoobchodní dodávatelia (ak sa nešpecializujú na istý typ literatúry ako je tomu v prípade podnikateľa EUGENIKA ako veľkoobchodného distribútora (ktorý sa špecializuje na motivačnú literatúru) a podnikateľa INFORM LIB (ktorý sa zameriava na veľkoobchodnú distribúciu prevažne odborných kníh)) majú motív zabezpečiť si čo najširšie portfólio kníh rôzneho zamerania v (najpredávanejších) jazykoch, ktoré maloobchodný odberateľ požaduje.

83. Navyiac IKAR, ako aj podnikatelia PEMIC a PARTNER TECHNIC,[.....  
.....] a ktorí spolu s IKAR patria k najväčším veľkoobchodníkom s knihami (distribuuujúcim knihy aj nezávislých vydavateľstiev), nakupujú a veľkoobchodne predávajú široké portfólio kníh rôzneho zamerania/rôznych kategórií.

84. S ohľadom na vyššie uvedené skutočnosti nebolo relevantné v tomto prípade členiť veľkoobchodný nákup kníh z hľadiska kategórií kníh podľa ich obsahového zamerania; veľkoobchodný nákup kníh od dodávateľov nebolo ďalej relevantné členiť ani z hľadiska toho, akým typom odberateľov boli dané knihy následne dodané.

85. Úrad tiež zisťoval, do akej miery je relevantné sa zaoberať osobitne nákupom kníh napísaných cudzojazyčne zo strany veľkoobchodníkov, a to vzhľadom najmä na pôsobenie EMG v tejto oblasti (ktorá jednak pôsobí ako vydavateľ a jednak ako veľkodistribútor prevažne českých kníh na trh v SR, ktoré dodáva jednak veľkoobchodníkom a jednak priamo do maloobchodu).

86. Vo vzťahu k cudzojazyčnej literatúre Správa o knižnom trhu 2016, časť 5. Knižný veľkoobchod, strana 11 konštatuje, cit: „Už dlhé roky sú dôležitou súčasťou trhu aj knihy v českom jazyku, ktoré majú vo svojej ponuke v rôznej miere zastúpené všetky významnejšie veľkoobchodné distribúcie v rámci SR. Predaje kníh v iných jazykoch síce každoročne narastajú, ale napriek tomu sú marginálne, tvorené prevažne jazykovými učebnicami a v menšej miere beletriou, najmä v anglickom jazyku.“

<sup>119</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020, bod 14.

<sup>120</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

87. Ohľadne dodávok kníh v českom jazyku na územie SR Združenie vydavateľov a kníhkupcov uviedlo<sup>121</sup>: „Časť kníh v českom jazyku, ktoré si kúpia slovenskí čitatelia, sa na Slovensko dostáva priamo prostredníctvom českých internetových maloobchodných predajcov. Časť kníh v českom jazyku sa do slovenských maloobchodných predajní dostáva prostredníctvom distribučných spoločností, z ktorých najväčšími sú Knižný veľkoobchod Pemic, s.r.o., PARTNER TECHNIK, spol. s r.o. a Ikar, a.s. Časť kníh v českom jazyku sa do slovenských maloobchodných predajní (kamenných aj internetových) dostáva priamo prostredníctvom českých distribučných spoločností, prípadne priamo od českých vydavateľov. Českí vydavatelia sa však v tomto procese v drvivej väčšine prípadov nijako neangažujú.“

88. Ďalej ohľadne dovozu kníh v českom jazyku na Slovensko Združenie vydavateľov a kníhkupcov uviedlo, že „...rozdiel oproti knihám v iných jazykoch je najmä ten, že knihy v českom jazyku väčšinou slovenskí distribútori alebo maloobchodníci získavajú tzv. „do komisie“ (predaj na základe komisionárskej zmluvy a/alebo zriadením konsignačného skladu – s vyúčtovaním a následnou fakturáciou a platením až po predaji knihy konečnému zákazníkovi), kým pri dovoze kníh v inom jazyku dovozca/distribútor tieto knihy musí od ich vydavateľa najprv zakúpiť a potom ich ďalej šíri ako svoj vlastný tovar.“

89. Čo sa týka cudzojazyčných kníh okrem kníh vydaných v českom jazyku, ohľadne ich dodávok Združenie vydavateľov a kníhkupcov uviedlo<sup>122</sup>: „Cudzojazyčné knihy“ ... sa jedná o knihy v iných cudzích jazykoch než češtine) sa do maloobchodu na územie SR dostávajú prostredníctvom distribútorov/dovozcov. Na rozdiel od kníh v češtine sú títo dovozcovia obchodníkmi v tom zmysle, že knihy v cudzích jazykoch na vlastný účet a na vlastné riziko kupujú od zahraničných vydavateľstiev a následne ich predávajú, prípadne poskytujú do komisie, slovenským zákazníkom, ktorými môžu byť maloobchodné predajne, ale aj občania, knižnice, firmy a pod. Zahraničné vydavateľstvá vystupujú v pozícii dodávateľa, ktorý sa snaží predať svoju produkciu. Poskytujú v odôvodnených prípadoch rôznu podporu predaja, ale ich ingerencia je zanedbateľná.“

90. V súlade s uvedenými zisteniami úrad posudzoval trh nákupu kníh veľkoobchodníkmi (trh distribúcie kníh od tretích strán), pričom sa sústredil na knihy vydávané v slovenskom jazyku, nakoľko tieto tvoria rozhodujúcu časť trhu a tu dochádza k primárnej súťaži medzi podnikateľom IKAR ako veľkoobchodníkom a jeho konkurentmi na tejto úrovni a tu bolo preto relevantné vyhodnotiť dopady koncentrácie. Pokiaľ ide o nákup kníh vydaných v inom ako slovenskom jazyku, úrad na tejto úrovni zobral do úvahy aj pôsobenie EMG v tejto oblasti a prepojenie EMG ako vydavateľa/veľkoobchodníka a IKAR ako veľkoobchodníka na trhu nákupu.

#### Priestorový relevantný trh

91. Vzhľadom na to, že vyššie uvádzaní poskytovatelia veľkoobchodnej distribúcie kníh nakupujú knihy od vydavateľov na celom území SR, úrad identifikoval priestorovú dimenziu tohto relevantného trhu ako územie celej SR.

<sup>121</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3899/2020 dňa 03.09.2020, bod 11.

<sup>122</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3899/2020 dňa 03.09.2020, bod 16. v poradí označený ako 14.

## II.2.2 Oblasť veľkoobchodného predaja/distribúcie kníh

### Informácie uvádzané v Oznámení

92. V Oznámení sa uvádza<sup>123</sup>, že IKAR je ako vydavateľ, tak aj veľkoobchodný predajca kníh (v rámci veľkoobchodnej činnosti využíva výlučne značku IKAR). Veľkoobchodne dodáva knihy aj do Panta Rhei, pričom sa jedná o knihy: (1) pochádzajúce z vydavateľskej činnosti IKAR ako vydavateľa kníh, (2) pochádzajúce z vydavateľskej činnosti Slovenský spisovateľ, ktorého IKAR výlučne kontroluje, (3) iných slovenských a v minoritnom rozsahu aj zahraničných vydavateľstiev. Pre tieto účely IKAR prevádzkuje knižný sklad a distribučné centrum v Bratislave [ . . .

..... ].<sup>124</sup>

93. V Oznámení sa taktiež uvádza, že [ . . . . . ]  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>125</sup>.

94. IKAR pôsobí na celom území SR a podľa Oznamovateľov priestorovým relevantným trhom veľkoobchodnej distribúcie kníh je územie SR.

95. Rovnako tak podľa Oznámenia na trhu veľkoobchodnej distribúcie kníh pôsobí spoločnosť EMG, avšak [ . . . . . ]  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>126</sup>

96. Ohľadne dovozu kníh zo zahraničia Oznamovatelia uviedli<sup>127</sup>, že neexistuje žiadna podstatná formálna prekážka; hlavnou prekážkou je jazyková bariéra – rozhodujúci podiel kníh predaných na slovenskom trhu majú knihy v slovenskom jazyku a veľkú časť týchto kníh nie je z pohľadu zákazníka (čitateľa) možné nahradiť knihami v inom jazyku.

### Zistenia úradu

97. Predmetnou koncentráciou dochádza primárne k vertikálnemu prepojeniu podnikateľov IKAR a Slovenský spisovateľ ako vydavateľov a veľkoobchodného distribútora kníh (IKAR ako aj EMG) s maloobchodným predajcom kníh Panta Rhei. Úrad pritom zistil, že pre veľkoobchodného distribútora kníh IKAR predstavujú dodávky do maloobchodu typu Panta Rhei [ . . . . . ] (napríklad v roku 2019 to bolo [ . . . ] % dodávok do sietí (Panta Rhei, Martinus, Knihy pre každého)

<sup>123</sup> Strany 35 a 41 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.  
<sup>124</sup> [...] - Obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom  
<sup>125</sup> Strana 47 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020; [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>126</sup> [...] - Obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>127</sup> Strana 49 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.



a [. . .]% nezávislým maloobchodným predajcom, čo spolu predstavovalo [. . .] % celkových dodávok IKAR ako veľkoobchodného distribútora odberateľom). - [...] – *obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania*

98. Úrad sa na úrovni dodávok kníh od veľkoobchodníkov (ktorí sú zároveň vydavateľmi alebo nezávislých) zaoberal možným členením tohto trhu z viacerých pohľadov<sup>128</sup>, a to:

- a) z hľadiska typu odberateľa na dodávky do maloobchodu na ďalší predaj spotrebiteľom a dodávky inštitucionálnym odberateľom
- b) z hľadiska ďalšieho členenia maloobchodných odberateľov na siete kníhkupectiev, menšie jednotlivé kníhkupectvá a supermarkety a tiež možného členenia podľa predajného kanála na maloobchode (kamenné predajne/internet)

99. Úrad tiež konštatuje, že vo vzťahu k tejto úrovni trhu veľkoobchodu dodávajú, ako už bolo vyššie uvedené, primárne knihy v slovenskom jazyku, pričom obdobné podmienky distribúcie do maloobchodu sa uplatňujú aj vo vzťahu k titulom, ktoré boli vydané v cudzom jazyku.

Ad a)

100. Úrad zistil, že v prípade dodávok určitej kategórii odberateľov, ktorých možno nazvať inštitucionálnymi (napríklad knižnice, školy, orgány verejnej správy a pod.) možno uvažovať o samostatnom relevantnom trhu dodávok týmto odberateľom. Taktiež zistil, že na tejto úrovni dodávajú inštitucionálnym odberateľom dodávatelia rôzneho charakteru – vydavatelia, veľkoobchodní distribútori, maloobchodníci. Z účastníkov koncentrácie (podnikateľov patriacich do ich ekonomických skupín) takto knihy dodáva podnikateľ IKAR, podnikateľ SV (len v rámci ním dodávaného portfólia), ale aj podnikateľ Panta Rhei ako maloobchodník.

101. Z podnikateľov oslovených v prieskume napríklad podnikateľ MARTINUS ako aj podnikateľ ALTER EGO ako tradiční maloobchodníci dodávajú knihy aj inštitucionálnym odberateľom.

102. Podnikateľ MARTINUS pritom za svojich konkurentov v tejto oblasti označil aj [. . . . .] <sup>129</sup> (v prípade priameho predaja koncovým zákazníkom ako školám atď.).

103. Podnikateľ IKAR zároveň uviedol, že . . . . .] <sup>130</sup>. Súčasne však na otázku úradu, ohľadne obsahového zamerania kníh dodávaných tomuto typu odberateľov uviedol, že ide [. . . . .] <sup>131</sup> [. . . . .] <sup>132</sup> z prehľadu kníh dodaných podnikateľom Panta Rhei podľa

<sup>128</sup> Okrem tu uvedených hľadísk by bolo možné zaoberať sa členením tohto trhu aj z hľadiska formátu dodávaných kníh (tlačaná kniha, e-kniha, audiokniha). Uvedeným sa v tomto prípade však úrad bližšie nezaobrá, a to s poukazom na skutočnosti uvedené vo vzťahu k audioknihám v tomto texte vyššie a na skutočnosť, že pokiaľ ide o e- knihy medzi účastníkmi koncentrácie nedochádza k žiadnym horizontálnym ani vertikálnym vzťahom.

<sup>129</sup> [...] obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>130</sup> [...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

<sup>131</sup> [...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

<sup>132</sup> [...] obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

obsahového zamerania inštitucionálnym odberateľom vyplýva, že prevažne [. . . . .  
.....  
.....].<sup>133</sup>

104. Z uvedeného vyplýva, že na úrovni dodávok kníh inštitucionálnym odberateľom je oproti dodávkam do klasického maloobchodu rozdielna štruktúra trhu, nakoľko sú tu prítomní jednak priamo vydavatelia, jednak VO a jednak MO<sup>134</sup>. Pritom z hľadiska charakteru odberateľa je zrejmé, že aj obsahovo prevažuje iný typ literatúry, ako je dodávaný do MO (najmä odborná literatúra). Z tohto dôvodu dodávky kníh inštitucionálnym odberateľom úrad vyčlenil na samostatný relevantný trh, vo vzťahu ku ktorému osobitne vykonal súťažné hodnotenie horizontálnych ako aj nehorizontálnych účinkov koncentrácie.

Ad b)

105. Oznamovatelia ohľadne veľkoobchodnej činnosti podnikateľa IKAR taktiež uviedli<sup>135</sup> nasledujúce členenie dodávok podľa typu odberateľa podnikateľa IKAR ako veľkoobchodného distribútora:

Tabuľka č. 1

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
[. . . . .]	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %
[. . . . . . . . .]	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %
[. . . . . . . . .]	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %
[. . . . . . . . .]	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %	[. . ] %
<b>SPOLU</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: Oznámenie

[...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

106. IKAR ako veľkoobchodný distribútor teda uviedol<sup>136</sup>, že odberateľov delí [. . . . .  
.....] <sup>137</sup>. Delenie na internetových a kamenných odberateľov nie je možné, keďže u viacerých je to mix.

107. V Oznámení sa uvádza<sup>138</sup>, že na základe dohodnutých rabatov s odberateľmi sa produkt poskytuje do maloobchodnej siete. Na rabat majú vplyv viaceré faktory ako napríklad [. . . . .  
.....  
.....  
.....  
.....].<sup>139</sup>

108. IKAR nemá presne zadefinované [. . . . .  
.....  
.....  
.....  
.....].

<sup>133</sup> [...] obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

<sup>134</sup> Na uvedené napríklad poukazuje aj rozhodnutie OFT vo veci HMV Group plc/Ottakar´s plc zo dňa 6.12.2005. Dopad na súťaž v tomto segmente bol v predmetnom rozhodnutí vyhodnotený samostatne.

<sup>135</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2960/2020 dňa 09. 07. 2020, body 8. a 9.

<sup>136</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2960/2020 dňa 09. 07. 2020, bod 8.

<sup>137</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom.

<sup>138</sup> Strana 53 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>139</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....<sup>140</sup>

109. Členenie odberateľov vychádza podľa IKAR z istých odlišností medzi jednotlivými typmi odberateľov. [.....  
.....  
.....].

Spomedzi hypermarketov IKAR, a.s. zásobuje [...] TESCO STORES, a.s. [.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....]

Rabatová politika, [.....  
.....  
.....]

Marketingová podpora je väčšinou riešená [.....  
.....]

V obsahovom zameraní dodávok [.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....]

IKAR ďalej uviedol, že proces objednávaní kníh je väčšinou determinovaný [.....  
.....  
.....]. [...] – *obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM*

110. Veľkoobchodný dodávateľ kníh PARTNER TECHNIC uviedol<sup>141</sup>, že s obchodnými reťazcami fungujú dodávatelia na báze remitendy (čo neplatí pre kníhkupectvá). Tovar tomuto typu odberateľov dodáva na faktúru, tovar sa po dodaní stáva vlastníctvom obchodných reťazcov a v zásade si obchodné reťazce určujú samé cenu, t .j. v tomto prípade doporučená cena knihy nemá takú funkciu ako v prípade kníhkupectiev.

<sup>140</sup> [...] –obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM  
<sup>141</sup> Zápis z osobného stretnutia zo dňa 24.9.2020 č. 154/2020/OK-IZ-527/2020.

Predaj kníh u týchto typoch predajcov predstavuje len podporný predaj iného tovaru predávaného obchodnými reťazcami. Z hľadiska obsahového zamerania sa pre tento typ odberateľov dodáva najmä detská literatúra, knihy pre ženy, o zdravej výžive – t. j. jedná sa o veľmi obmedzený sortiment oproti kníhkupectvám.

Ďalej uviedol, že na dodávateľov kníh do obchodných reťazcov si obchodné reťazce [.....]  
.....] <sup>142</sup> Do obchodných reťazcov sa zvyčajne dodáva exkluzívne, avšak niektoré obchodné reťazce majú viacero dodávateľov.

111. Podnikateľ SLOVART<sup>143</sup> v súvislosti s dodávkami do super-/hypermarketov uviedol, že na rozdiel od ostatných maloobchodných predajcov, ktorým veľkoobchodne predáva knihy priamo prostredníctvom vlastnej distribúcie, super-/hypermarketom dodáva knihy väčšinou prostredníctvom iných veľkoobchodníkov (napr. do siete Tesco cez veľkoobchod IKAR, do siete Kaufland cez veľkoobchod PARTNER TECHNIC).

112. Podnikateľ ALBATROS MEDIA<sup>144</sup>, ktorý taktiež disponuje vlastnou distribúciou, hyper-supermarkety zaraďuje medzi špeciálne kanály, v týchto nemá obchodné zastúpenie. Do týchto kanálov dodáva knihy prostredníctvom iných veľkoobchodných predajcov kníh (napr. Tesco zásobuje distribúcia Ikar).

113. Podľa Správy o knižnom trhu za rok 2019 možno celkovo pozorovať trend postupného poklesu predajov vo všetkých reťazcoch, zmenšovanie predajných plôch a zužovanie priestoru pre knihy. Postupný pokles v predaji kníh v super-/hypermarketoch je pritom potvrdený aj predchádzajúcimi správami o knižnom trhu (2016-2018)<sup>145</sup>.

114. Z uvedených skutočností vyplývajú určité rozdiely, pokiaľ ide o veľkoobchodné dodávky kníh do hypermarketov, v porovnaní s dodávkou do kníhkupectiev. Tieto rozdiely (čiastočne ich úrad popisuje aj v časti trhov týkajúcich sa maloobchodného predaja kníh – supermarketov verzus kníhkupectvá) sa týkajú predovšetkým rozsahu portfólia kníh, ktoré sa do supermarketov distribuujú, celkového objemu kníh, ktoré sa do supermarketov veľkoobchodne dodávajú, iného spôsobu zásobovania (kedy supermarketov prevažne využívajú jedného veľkoobchodného distribútora, ktorý dodáva do daného reťazca exkluzívne), pričom zväčša ide o dodávku na faktúru (prípadne s možnosťou remitendy), na rozdiel od predaja na komisiu, ktorý sa zväčša uplatňuje pri veľkoobchodných dodávkach do (kamenných) kníhkupectiev.

115. Pokiaľ ide o prípadné ďalšie rozčlenenie odberateľov na siete kníhkupectiev a nezávislé kníhkupectvá, tu úrad nezistil významné rozdiely (s výnimkou uvádzaných rozdielných objemov rabatov, ktoré vychádzajú z rozdielného odoberaného objemu). Rovnako tak nezistil na úrovni veľkoobchodu dôvody na rozčlenenie trhu veľkoobchodných dodávok kníh na dodávky do internetových predajní a do kamenných predajní. Síce na tejto úrovni sú odlišnosti pokiaľ ide o obchodné

<sup>142</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa PARTNER TECHNIC ohľadne výberu dodávateľov

<sup>143</sup> List zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK - 2447/2020 dňa 15.6.2020.

<sup>144</sup> List zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK - 2705/2020 dňa 26.6.2020 a doplnenie zaevidované úradom pod č. 154/2020/OK – 2893/2020 dňa 6.7.2020.

<sup>145</sup> Správa o knižnom trhu 2017, strana 14: „Podľa dostupných informácií klesá podiel prostredníctvom supermarketov...“ „Ak sme za rok 2016 odhadovali obrat na úrovni 6-7 mil. EUR, v roku 2017 sa obrat zrejme dostal medzi 5-6 mil. EUR.“

podmienky – predaj na faktúru (maloobchod internet) verzus predaj na komisiu (kamenné predajne), avšak ako uviedol aj podnikateľ IKAR, nie vždy je možné, najmä v prípade kombinovaných maloobchodných predajcov, odlíšiť do akého predajného kanála objednávka zo strany maloobchodníka bude smerovať.

116. Úrad sa, vzhľadom na charakter aktivít účastníkov koncentrácie zaoberal pri posúdení dopadov najmä zisťovaním akými spôsobmi sa knihy predávajú v maloobchode typu Panta Rhei dostávajú od vydavateľa k takémuto typu maloobchodu.

### Priestorový relevantný trh

117. Vzhľadom na to, že vyššie uvádzaní veľkoobchodní dodávatelia kníh pôsobia na území celej SR, úrad identifikoval priestorovú dimenziu relevantného trhu veľkoobchodných dodávok kníh odberateľom na územie celej SR.

### II.3 Oblasť maloobchodného predaja kníh spotrebiteľom

118. Ako je už vyššie uvedené, v tejto oblasti pôsobia z účastníkov koncentrácie podnikateľ Panta Rhei a tiež podnikateľ IKAR, rovnako tak podnikateľ PT (prostredníctvom mall.sk ako bude nižšie uvedené, pričom v texte ďalej úrad uvádza v tomto smere i zistenia k portálu heureka.sk).

### Predajne Panta Rhei

Tabuľka č. 2

Panta Rhei	Banská Bystrica	Europa SC	Na Troskách 25
Panta Rhei	Bardejov		Radničné námestie 11
Panta Rhei	Bratislava	Aupark Bratislava	Einsteinova 18
Panta Rhei	Bratislava	Avion Shopping Park	Ivanská cesta 18
Panta Rhei	Bratislava	Bory Mall	Lamač 6780
Panta Rhei	Bratislava	Central Bratislava	Metodova 6
Panta Rhei	Bratislava	Eurovea Galleria	Pribinova 8
Panta Rhei	Bratislava	Lamač Galéria Bratislava	Lamačská cesta 1 C/5959
Panta Rhei	Bratislava	OC Hron	Dudvážska 5
Panta Rhei	Bratislava	Polus City Center	Vajnorská 100
Panta Rhei	Bratislava	River Park Bratislava	Dvořákovo nábřeží 10
Panta Rhei	Bratislava	Shopping Palace Bratislava	Cesta na Senec 2/A
Panta Rhei	Bratislava	Fresh Market Bratislava	Rožňavská 1A
Panta Rhei	Bratislava	Tesco Petržalka	Panónska cesta 25
Panta Rhei	Bratislava		Vysoká 2/A, Staré Mesto
Panta Rhei	Brezno	OC Point	Československej armády 19
Panta Rhei	Čadca		Námestie Slobody 3114/21A
Panta Rhei	Dunajská Streda		Jesenského 2
Panta Rhei	Humenné		Námestie Slobody 12/25
Panta Rhei	Komárno		Palatinová 37

Panta Rhei	Košice	Aupark Košice	Nám. Osloboditeľov 1
Panta Rhei	Košice	OC Optima	Moldavská cesta 32
Panta Rhei	Košice		Hlavná 72
Panta Rhei	Levice	OC Ditura	Sv. Michala 5
Panta Rhei	Liptovský Mikuláš	Stop Shop LM	ul. 1. mája 41
Panta Rhei	Malacky		Záhoracká 15
Panta Rhei	Martin	Tulip Center	Pltníky 2
Panta Rhei	Michalovce	OC Zemplín	Andreja Sládkoviča 5
Panta Rhei	Nitra	OC Mlyny	Štefánikova trieda 61
Panta Rhei	Nitra	ZOC MAX Nitra	Chrenovská 1661/30
Panta Rhei	Nitra	Galéria Tesco	Bratislavská 5b
Panta Rhei	Nové Zámky	Aquario Shopping Center	Nitrianska cesta 111/A
Panta Rhei	Nové Zámky		M. R. Štefánika 2
Panta Rhei	Partizánske		Generála Svobodu 1458/2
Panta Rhei	Pezinok	OC Plus	Holubyho 28
Panta Rhei	Piešťany	Aupark Piešťany	Nitrianska ul. 7555/18
Panta Rhei	Poprad	ZOC MAX Poprad	Dlhé hony 1
Panta Rhei	Prešov	MAX PREŠOV	Vihorlatská 2/A
Panta Rhei	Prešov	SC Eperia	Arm. Gen. Svobodu 6460/34
Panta Rhei	Prešov		Hlavná 91
Panta Rhei	Prievidza	SC Korzo	Nábrežná ul. 1913/5A
Panta Rhei	Prievidza		Gustáva Švéniho 3
Panta Rhei	Ružomberok		Podhora 33
Panta Rhei	Šamorín		Gazdovský rad 1998
Panta Rhei	Senec		Lichnerova 12
Panta Rhei	Sereď		Nám. slobody 1183/32
Panta Rhei	Skalica	ZOC MAX SKALICA	Mallého 53
Panta Rhei	Spišská Nová Ves	OC Madaras	Mlynská 39
Panta Rhei	Trenčín	OC Laugarício	Belá 7271
Panta Rhei	Trenčín	ZOC MAX Trenčín	Generála M. R. Štefánika 426
Panta Rhei	Trenčín		Brančekého 7
Panta Rhei	Trnava	City Arena	Kollárová 20
Panta Rhei	Trnava	Galéria Tesco	Veterná ul. 40/A
Panta Rhei	Trnava	ZOC MAX Trnava	ul. Ferka Urbánka 11
Panta Rhei	Veľký Meder		Kúpeľná 2
Panta Rhei	Vranov nad Topľou		Námestie Slobody 1786
Panta Rhei	Žilina	AUPARK Žilina	Veľká okružná 59A
Panta Rhei	Žilina	OC Dubeň	Vysokoškolákov 52
Panta Rhei	Žilina	ZOC MAX ŽILINA	Priehy 979/10
Panta Rhei	Zvolen	Europa SC Zvolen	Námestie SNP 9690/63

Počet predajní – stav k januáru 2021

## Predajne KNIHY ZA GROŠ

Tabuľka č. 3

Knihy za groš	Banská Bystrica		Dolná 62
Knihy za groš	Bratislava		Obchodná 41
Knihy za groš	Košice	OC Cassovia	Pri prachárni 4
Knihy za groš	Prešov	Solivaria retail park	Solivarská 1c
Knihy za groš	Trnava		Hlavná 23
Knihy za groš	Trnava	OC Arkadia	Solivarská 1c
Knihy za groš	Žilina		Národná 10

Počet predajní – stav k januáru 2021

119. Na základe informácií uvádzaných v Oznámení, ako aj z prieskumu trhu, podporne vychádzajúc z rozhodovacej praxe EK, úrad zvažoval možné užšie členenia tovarového trhu maloobchodného predaja kníh spotrebiteľom<sup>146</sup>, a to pokiaľ ide o nasledovné segmenty (a ich kombinácie):

- a) Maloobchodný predaj kníh v kníhkupectvách a maloobchodný predaj kníh v nešpecializovaných predajniach (supermarkety)
- b) Maloobchodný predaj kníh diskontný a maloobchodný predaj kníh bežný
- c) Maloobchodný predaj kníh v kamenných predajniach a internetový predaj kníh (v rámci toho aj otázka maloobchodného predaja kníh prostredníctvom platforiem)

**AD a) MO predaj kníh v kníhkupectvách a MO predaj kníh v supermarketoch**

### *Informácie z Oznámenia*

120. Oznamovatelia sa explicitne nevyjadrili k otázke, či predaj kníh prostredníctvom super-/hypermarketov považujú za osobitný predajný kanál nezastupiteľný s ostatnými predajnými kanálmi. Z Oznámenia možno len vyvodzovať, že ho považujú za súčasť nimi definovaného relevantného trhu maloobchodného predaja kníh, keďže do celkovej veľkosti tohto trhu započítali aj údaje o predaji prostredníctvom super-/hypermarketov, resp. tieto z celkového trhu neodpočítali (pričom tieto sú v príslušných správach o knižnom trhu špecifikované).

### *Zistenia úradu*

121. Na základe získaných podkladov a informácií, a to z prieskumu trhu, ako aj z verejných zdrojov, najmä správ o knižnom trhu, úrad zistil o pôsobení super-/hypermarketov v oblasti maloobchodného predaja kníh nasledovné.

122. Podľa získaných informácií super-/hypermarkety nie sú primárne zamerané na maloobchodný predaj kníh, knihy predávajú len v obmedzenom rozsahu. Podnikateľ PARTNER TECHNIC sa napr. v tejto súvislosti vyjadril, že predaj kníh u tohto typu predajcov predstavuje len podporný predaj iného tovaru. Z predmetného vyplýva, že za účelom nákupu knihy spotrebiteľa obvykle primárne nenavštevujú super-/hypermarkety, tieto teda, na rozdiel od kníhkupectiev, spotrebiteľa navštevujú

<sup>146</sup> V rámci uvedeného posúdil aj spôsob nákupu maloobchodníkmi od veľkoobchodníkov.

primárne za iným účelom. Ďalej s ohľadom na to, že super-/hypermarkety nie sú primárne zamerané na predaj kníh, štandard služieb, najmä poradenstva, ako aj vybavenia predajne, je nižší ako pri kníhkupectvách.

123. Super-/hypermarkety ponúkajú zúžený rozsah sortimentu kníh zameraný na zákazníka super-/hypermarketu. Podnikateľ PARTNER TECHNIC napr. konkrétne uviedol, že z hľadiska obsahového zamerania sa pre tento typ odberateľov dodáva najmä detská literatúra, knihy pre ženy, o zdravej výžive – t. j. jedná sa o obmedzený sortiment oproti kníhkupectvám. Vychádzajúc z vyššie uvedeného pokiaľ ide o väčšinu sortimentu kníh, super-/hypermarkety nie sú pre zákazníka - spotrebiteľa alternatívou kníhkupectiev.

124. Zo Správ o knižnom trhu za roky 2016, 2017 a 2018 vyplýva, že v tomto období dochádzalo v super-/hypermarketoch k znižovaniu podpory predaja kníh, zmenšovaniu priestoru pre knihy a sortimentu ponúkaných kníh a celkovo dochádzalo k poklesu predaja kníh u týchto predajcov. Podľa Správy o knižnom trhu za rok 2019 sa situácia v hypermarketoch výrazne nemenila, ostala na úrovni roka 2018, predaj kníh prostredníctvom super-/hypermarketov predstavoval do 5% z predaja kníh prostredníctvom všetkých predajných kanálov.

125. V súlade s vyššie uvedenými zisteniami o obmedzenom pôsobení a konkurenčnom tlaku super-/hypermarketov v oblasti maloobchodného predaja kníh sú aj vyjadrenia v prieskume oslovených maloobchodných predajcov kníh v otázke identifikácie ich najbližšej konkurencie. Z 13 oslovených maloobchodných predajcov kníh (z ktorých 9 uskutočňuje (aj) kamenný predaj kníh), super-/hypermarkety medzi svojich najbližších konkurentov zaradili len [...] <sup>147</sup> podnikatelia. Väčšina z týchto pritom zároveň poukázala na obmedzený rozsah pôsobenia super-/hypermarketov v oblasti maloobchodného predaja kníh (konkrétne bolo uvedené, že super-/hypermarkety predávajú knihy „v menšej miere“ a že predávajú „nejaké knihy“).

126. Oznamovatelia v zozname konkurentov jednotlivých predajní Panta Rhei [. . . . .] <sup>148</sup>.

127. Zo získaných podkladov a informácií vyplynulo, že super-/hypermarkety vykazujú špecifiká aj pokiaľ ide o štruktúru ich dodávateľov a cenotvorbu. Vychádzajúc zo získaných informácií super-/hypermarkety majú v porovnaní s kníhkupectvami výrazne menší počet dodávateľov, pričom podľa vyjadrenia podnikateľa Partner Technic sa do super-/hypermarketov väčšinou dodáva exkluzívne. Pokiaľ ide o zloženie dodávateľov, zo získaných informácií vyplýva, že ide najmä o veľkoobchodných distribútorov, a teda podnikateľov dodávajúcich knihy viacerých vydavateľstiev (najmä IKAR, PEMIC, PARTNER TECHNIC). Podnikateľ PARTNER TECHNIC uviedol, že s obchodnými reťazcami fungujú dodávatelia väčšinou na báze faktúry s remitendou, čo neplatí pre kníhkupectvá. Ďalej sa vyjadril, že po tom, čo sa na tomto základe tovar stáva vlastníctvom obchodných reťazcov si obchodné reťazce cenu určujú v zásade samé, t. j. v tomto prípade doporučená cena knihy nemá takú funkciu ako v prípade kníhkupectiev.

<sup>147</sup> [...] - obchodné tajomstvo

<sup>148</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB



128. S ohľadom na vyššie uvedené úrad dospel k záveru, že maloobchodný predaj kníh prostredníctvom super-/hypermarketov nie je zastupiteľný s predajom kníh prostredníctvom kníhkupectiev. Preto úrad maloobchodný predaj kníh prostredníctvom super/hypermarketov nezaraďuje na relevantné trhy v oblasti maloobchodného predaja kníh, kde pôsobia účastníci koncentrácie a ich ekonomické skupiny (konkrétne Panta Rhei, v menšej miere IKAR) a vo vzťahu ku ktorým v prípade tejto koncentrácie posudzuje jej horizontálne a ne-horizontálne súťažné dopady. Úrad sa preto ďalej v rámci maloobchodu zaoberal len maloobchodným predajom kníh mimo supermarketov (ďalej nazvané aj ako „maloobchodný predaj kníh v kníhkupectvách“, pričom pomenovanie sa vzťahuje pre vylúčenie pochybností nielen na kamenné kníhkupectvá, ale aj na internetové kníhkupectvá).

***AD b) Diskontný maloobchodný predaj kníh<sup>149</sup> vs. bežný maloobchodný predaj kníh v kníhkupectvách***

*Informácie z Oznámenia*

129. Oznamovatelia uviedli, že trh diskontného predaja považujú za odlišný od bežného maloobchodného predaja kníh, a to najmä z dôvodu, že sa jedná o predaj zúženého tovarového portfólia s výrazne nižšou priemernou cenou. Ako ďalej uvádzajú Oznamovatelia, obe formy predaja, t.j. diskontný predaj kníh a aj bežný predaj kníh ponúka zákazníkovi knihy v rôznych žánroch, avšak viacero faktorov znižuje zastupiteľnosť týchto foriem predaja.

130. Podľa Oznamovateľov bežný predaj kníh oproti diskontnému predaju ponúka zákazníkovi širší sortiment, pričom bežné knihy sú predávané za vyššie ceny, ponúka v plnom rozsahu aktuálne novinky a predáva sortiment v predajniach, ktoré majú vyšší štandard vybavenia a služieb. Naopak diskontný predaj kníh v porovnaní s bežným predajom ponúka zákazníkovi knihy za nižšie ceny, ale s tým, že sa jedná o väčšinou staršie, za pôvodnú cenu už málo predávané knihy, ponuka noviniek je obmedzená, pričom predaj sa podľa Oznámenia realizuje v predajniach s jednoduchým vybavením a zákazník dostane len obmedzené poradenstvo (ak ide o čisto diskontné predajne).

131. Z účastníkov koncentrácie v oblasti maloobchodného diskontného predaja kníh v tejto oblasti pôsobí spoločnosť Panta Rhei, a to od roku 2017 pod značkou „Knihy za Groš“. V prípade diskontného predaja nakupuje Panta Rhei knihy od rovnakých dodávateľov ako v prípade klasického kamenného predaja, [. . . . . ]<sup>150</sup>

Taktiež v tejto oblasti pôsobí spoločnosť IKAR, pričom podľa Oznámenia tu pôsobí okrajovo a aj to len prostredníctvom internetového predaja, konkrétne prostredníctvom

<sup>149</sup> Ako diskontný predaj je tu označený výpredaj/dopredaj kníh so zľavami, najmä v špecializovaných maloobchodných predajniach alebo spolu s predajom bežných kníh. Pod uvedeným sa nechápe príležitostný predaj so zľavou, ako napr. akcie na novinky.

<sup>150</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

webovej stránky [www.bux.sk](http://www.bux.sk), [. . . . .]  
[. . . . .]<sup>151</sup>

132. Oznamovatelia koncentrácie za rozhodujúceho hráča v oblasti diskontného maloobchodného predaja [. . . . .]<sup>152</sup>

#### *Zistenia úradu*

133. Úrad v doterajšej rozhodovacej praxi neriešil otázku, či je bežný maloobchodný predaj kníh zastupiteľný s diskontným maloobchodným predajom kníh, t.j. či takéto predaje kníh patria na jeden relevantný trh. V tejto súvislosti úrad v rámci prieskumu konkrétne zisťoval fungovanie diskontného maloobchodného predaja kníh, či a aké sú rozdiely v porovnaní s bežným maloobchodným predajom kníh. Taktiež zisťoval, či je z hľadiska odborného názoru oslovených podnikateľov možné považovať diskontný maloobchodný predaj kníh za zastupiteľný z hľadiska požiadaviek spotrebiteľa s bežným maloobchodným predajom kníh.

134. Deväť z trinástich oslovených maloobchodných predajcov kníh uviedli, že klasický diskontný maloobchodný predaj kníh neprevádzkujú. Len jeden z oslovených maloobchodných predajcov kníh sa zameriava na diskontný maloobchodný predaj kníh, pričom tento predaj dopĺňa aj novinkami. V tejto súvislosti okrem iného uviedol, že na rozdiel od zlacnených kníh sú novinky silne marketingovo podporované zo strany vydavateľstiev. Zvyšní traja maloobchodní predajcovia kníh sú predajcovia bežných kníh a popri tomto predaji ponúkajú podľa svojho vyjadrenia vyššie zľavy na niektoré vybrané tituly.

135. Na otázku, či je možné považovať diskontný predaj kníh za zastupiteľný s bežným maloobchodným predajom kníh, väčšina opýtaných uviedla, že takýto predaj nie je zastupiteľný, a to najmä s ohľadom na šírku ponúkaného sortimentu, ako aj na cenu. Dvaja oslovení podnikatelia zastávajú názor, že nejde o odlišný segment (z dôvodu ceny a že diskontné predajne predávajú nové knihy za odporúčané ceny a zároveň tradičné kníhkupectvá majú v ponuke vybrané tituly v zľave) a dvaja opýtaní podnikatelia, ktorí sa vyjadrili, že neuskutočňujú diskontný maloobchodný predaj kníh, sa nevedeli k predmetnému vyjadriť.

136. V súvislosti s otázkou, či sú vyššie uvedené predaje vzájomne zastupiteľné, sa úrad zamerail aj na charakter podnikateľov, ktorých oslovení podnikatelia uviedli ako svojich konkurenčných hráčov. Šiesti oslovení podnikatelia z trinástich za ako svojich konkurentov neuvádzali vôbec spoločnosti, ktoré sú viac alebo výlučne činné v oblasti diskontného maloobchodného predaja kníh, t.j. buď spoločnosť Knihy pre každého alebo Knihy za Groš. Ďalších šesť oslovených podnikateľov za svojich konkurentov označilo aj spoločnosti ako Knihy za groš alebo Knihy pre každého. Avšak traja z nich sú výlučne internetoví predajcovia, dvaja sú maloobchodní predajcovia bežných kníh a jeden je diskontný maloobchodný predajca kníh – Knihy pre každého. V tejto

<sup>151</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

<sup>152</sup> [...] - obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

súvislosti treba uviesť, že podnikateľ Knihy pre každého uviedol<sup>153</sup>, že sa nezameriava len na predaj zlacnených kníh, ale ponúka aj nezľavnené knihy a novinky, čo môže byť dôvodom, že ho ako konkurenta označovali aj bežní maloobchodní predajcovia. Čo sa týka internetových predajcov, z odpovedí vyplynulo, že sa diskontným maloobchodným predajom kníh nezaobierajú. Avšak, ako je uvedené v ďalšej časti tohto textu, venujúcej sa porovnaniu internetového predaja a predaja v kamenných predajniach, z pohľadu ceny je internetový predaj priemerne lacnejší, čo môže byť dôvodom, prečo niektorí internetoví predajcovia označovali za svojich konkurentov aj internetových predajcov (pričom navyše aj [. . . . . ])<sup>154</sup>. Jeden z oslovených podnikateľov sa ku konkurencii nevyjadril.

137. Vyššie uvedené skutočnosti potvrdzujú argumenty Oznamovateľov, že diskontný predaj kníh nie je zastupiteľný s predajom bežných kníh.

138. Na základe uvedeného úrad dospel k záveru, že diskontný predaj kníh a predaj bežných kníh nie je možné zaradiť na jeden relevantný trh a je potrebné ich posudzovať samostatne (tiež so zohľadnením členenia podľa toho, cez aký predajný kanál sa predávajú, ako je uvedené nižšie, so zohľadnením rozsahu aktivít účastníkov koncentrácie v rámci jednotlivých alternatív).

#### **AD c) Maloobchodný predaj kníh v kamenných kníhkupectvách a prostredníctvom internetu**

##### *Informácie z Oznámenia*

139. Ako už bolo vyššie uvedené, v oblasti maloobchodného predaja kníh v SR pôsobia nadobúdané spoločnosti Panta Rhei (vrátane značky KNIHY ZA GROŠ) a Ikar (bux.sk, luxusnakniznica.sk) a ďalej mall.sk spolukontrolovaný jedným z nadobúdateľov kontroly – PT<sup>155</sup>.

140. Podľa Oznámenia k maloobchodnému predaju kníh v SR dochádza dvoma základnými formami - dištančnou, a to najmä prostredníctvom internetového predaja a prezenčnou - v kamenných predajniach.

141. Podnikateľ Panta Rhei maloobchodne predáva knihy prostredníctvom kamenných predajní aj cez internet. Kamenný predaj sa uskutočňuje prostredníctvom siete 60 kamenných predajní pod značkou Panta Rhei rozmiestnených ako je uvedené vyššie a taktiež vyššie špecifikovanej siete 7 kamenných predajní pod značkou KNIHY ZA GROŠ. Internetový predaj sa uskutočňuje len pod značkou Panta Rhei, cez vlastný web - [pantarhei.sk](http://pantarhei.sk). [. . . . . ]

<sup>153</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 2377/2020 dňa 11.06.2020.

<sup>154</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

<sup>155</sup> Podnikateľ PT spolukontroľuje aj podnikateľa SV, ktorého pôsobením pri maloobchodnom predaji kníh sa, z dôvodov uvedených v tomto texte vyššie, úrad bližšie nezaoberal.



146. Pokiaľ ide o určovanie maloobchodnej ceny knihy IKAR sa vyjadril, že cenu knihy odporúča vydavateľ, [. . . . . ]<sup>163</sup> maloobchodný predajca a nezávisle si stanovuje cenu podľa vlastnej obchodnej a cenovej politiky na kamenných predajniach [. . . . . ]<sup>164</sup>

147. Podnikateľ IKAR sa k problematike kamenného a internetového maloobchodného predaja kníh vyjadril aj z pozície veľkoobchodného dodávateľa maloobchodným predajcom kníh. Uviedol, že štandardným modelom spolupráce je [. . . . . ]<sup>165</sup>

148. Podnikateľ PT pôsobí len v oblasti internetového maloobchodného predaja kníh, a to prostredníctvom stránky www.mall.sk. Podľa Oznámenia pokiaľ ide o mall.sk, knihy predávané na danej stránke nie sú na vlastnom sklade, ale sú predávané modelom „Marketplace“, t. j. odkazujú na iné e-shopy.

149. Oznamovatelia predaj kníh prostredníctvom kamenných predajní a internetu zaraďujú na jeden tovarový relevantný trh maloobchodného predaja kníh. Podľa Oznámenia možno maloobchodný predaj kníh prostredníctvom kamenných predajní a prostredníctvom internetu považovať za zastupiteľné z nasledovných dôvodov:

- 1) Základná ponuka knižných tovarov veľkého kníhkupectva a kvalitného e-shopu je porovnateľná. Hoci e-shop môže ponúkať širší sortiment (ktorého veľkú časť nemusí držať sklado), toto sa týka prakticky len veľmi okrajových knižných titulov. V hlavných predávaných tovaroch je tovarová ponuka veľmi porovnateľná.
- 2) Kamenné kníhkupectvá ponúkajú oproti e-shopom okamžitú dostupnosť tovaru, oproti tomu výhodou e-shopov sú nižšie ceny. Vyššie percentuálne zľavy sú v e-shopoch ponúkané primárne na novinky, staršie tituly sa predávajú s nižšou percentuálnou zľavou. [. . . . . ]<sup>166</sup>
- 3) Knižné siete (Panta Rhei, Martinus) umožňujú zákazníkom nákup na internete s osobným odberom a zákazníci túto možnosť veľmi často využívajú. Tým pádom sa rozdiel medzi kamenným predajom a internetovým predajom ešte viac stiera.

<sup>163</sup> [...] - obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>164</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB  
<sup>165</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM, týkajúce sa komisiého predaja verzus predaja faktúru.  
<sup>166</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

150. Oznamovatelia na podporu nimi uvádzaného vymedzenia tovarového relevantného trhu maloobchodného predaja kníh zahŕňajúceho kamenný aj internetový predaj predložili aj údaje o vývoji tržieb a počtu kusov kníh predaných v Panta Rhei za obdobie rokov 2016 – 2018 prostredníctvom týchto dvoch predajných kanálov. Podľa predmetných údajov v danom období rástol tak kamenný ako aj internetový predaj v Panta Rhei, internetový predaj ale rástol viac a jeho pomer ku kamennému predaju sa zvyšoval.

151. Vychádzajúc zo získaných podkladov a informácií možno okrem internetového predaja identifikovať aj ďalšiu formu dištančného predaja, a to prostredníctvom knižných klubov. Podľa informácií predložených zo strany účastníkov koncentrácie, [. . . . .]<sup>167</sup> S ohľadom na uvedené sa úrad touto formou predaja bližšie nezaoberal.

#### *Zistenia úradu*

152. Úrad v doterajšej rozhodovacej praxi neriešil otázku, či je predaj kníh prostredníctvom internetu a kamenných predajní zastupiteľný a teda, či tieto patria na jeden tovarový relevantný trh alebo je z pohľadu predajného kanálu potrebné definovať samostatné tovarové relevantné trhy.

153. Za účelom vyhodnotenia zastupiteľnosti kamenného a internetového predaja kníh a tým vymedzenia tovarového/ých relevantných trhov v oblasti maloobchodného predaja kníh z pohľadu predajného kanála, úrad vykonal aj prieskum oslovením viacerých podnikateľov pôsobiacich v oblasti maloobchodného predaja kníh. Išlo tak o podnikateľov, ktorí sa zaoberajú primárne maloobchodným predajom kníh, ako aj o veľkoobchodných distribútorov a/alebo vydavateľov kníh, ktorí doplnkovo prevádzkujú aj maloobchodný predaj kníh. Medzi oslovenými boli podnikatelia prevádzkujúci tak výlučne kamenný alebo výlučne internetový predaj kníh, ako aj podnikatelia využívajúci oba tieto predajné kanály.

154. Úrad zisťoval fungovanie internetového obchodu s knihami, či a aké sú rozdiely v porovnaní s kamenným predajom kníh. Zároveň u tých podnikateľov, ktorí uskutočňujú predaj len jedným z uvedených kanálov, t. j. len cez kamenné predajne alebo len cez internet, úrad zisťoval dôvody takéhoto podnikateľského rozhodnutia a náklady, (časové, finančné, administratívne, personálne, príp. iné) s ktorými by bolo spojené efektívne spustenie predaja prostredníctvom druhého predajného kanála. Taktiež zisťoval, či je z hľadiska kvalifikovaného názoru podnikateľov uskutočňujúcich (aj) internetový predaj kníh tento možné z hľadiska požiadaviek spotrebiteľa považovať za zastupiteľný s nákupom v kamennej predajni.

155. Internetový predaj kníh je dištančnou formou predaja, kedy zákazník uzatvára kúpnu zmluvu prostredníctvom internetu a k dodaniu tovaru dochádza až s určitým časovým odstupom od objednávky tovaru zákazníkovi. Do úvahy prichádzajú viaceré spôsoby dodania kníh, medzi najbežnejšie patrí dodanie prostredníctvom Slovenskej pošty, kuriérskych spoločností, osobným odberom u tretej strany (napr. zásielkovňa) alebo osobným odberom priamo na kamennej predajni maloobchodného predajcu. Pokiaľ ide o platbu, tiež prichádzajú do úvahy viaceré spôsoby, napr. vopred/pri prevzatí; rôzne spôsoby online platby (elektronické bankovníctvo, platobné brány)/

<sup>167</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

fyzická platba (v hotovosti, kartou). Konkrétni podnikatelia môžu ponúkať rôznu kombináciu vyššie uvedených spôsobov dodania a platby.

156. V prípade kamenného predaja je kniha dostupná ihneď, ku kúpe tovaru dochádza priamo v kamennej prevádzke, zákazník tovar na mieste zaplatí a tovar si okamžite odnáša.

157. Ako vyplýva z uvedeného, už samotnou podstatou formy predaja – internetový predaj/predaj v kamennej predajni sú dané viaceré zjavné rozdiely medzi týmito predajnými kanálmi, a to týkajúce sa okrem iného spôsobu uzatvorenia kúpnej zmluvy, spôsobu dodania a platby tovaru, dostupnosti tovaru. V rámci jednotlivých uvedených aspektov možno medzi internetovým a kamenným predajom identifikovať aj určité čiastkové prekryvy, napr. pokiaľ ide o spôsob dodania tovaru, kedy sa aj v prípade internetového predaja v zásade bežne realizuje osobný odber (na kamennej predajni alebo u zmluvného partnera). Na uvedené poukazujú Oznamovatelia ako na jeden z faktorov spôsobujúcich stieranie rozdielov medzi internetovým a kamenným predajom.

158. Aj v nadväznosti na uvedené úrad uvádza, že pre vyhodnotenie toho, či a nakoľko dochádza v dôsledku určitých faktorov k stieraniu alebo prehlbovaniu rozdielov medzi internetovým a kamenným predajom, resp. všeobecnejšie pre vyhodnotenie zastupiteľnosti týchto predajných kanálov, je nevyhnutné nielen identifikovať jednotlivé čiastkové aspekty, v ktorých sú tieto kanály rozdielne/podobné, ale aj v komplexe zhodnotiť dôležitosť týchto aspektov pre zastupiteľnosť uvedených predajných kanálov v kontexte maloobchodného predaja kníh.

159. Úrad nižšie uvádza charakteristiky a rozdiely internetového a kamenného predaja, ktoré identifikoval na základe získaných podkladov a informácií, najmä od účastníkov a z vykonaného prieskumu a hodnotí zastupiteľnosť týchto dvoch predajných kanálov z pohľadu dopytovej a ponukovej zastupiteľnosti.

160. Viacerí v rámci prieskumu oslovení podnikatelia poukazovali na rozdiely medzi kamenným a internetovým predajom pokiaľ ide o možnosť využiť osobné poradenstvo fyzicky prítomného kníhkupca a možnosť si tovar fyzicky prezrieť, čo je umožnené len v kamennej predajni.

161. Podnikateľ SLOVART<sup>168</sup> napríklad uviedol, že najmä pre ilustrované a polygraficky náročnejšie prevedené knihy je veľmi dôležité, aby mali zákazníci možnosť vidieť ich fyzicky. Okrem toho uviedol aj, že z toho dôvodu je pre vydavateľstvo maloobchodný predaj v kamenných kníhkupectvách „hodnotnejší“ než predaj internetový.

162. Na druhej strane aj na internete môže zákazník využívať viaceré služby, ako napr. vyhľadávanie, možnosť filtrovať ponuku podľa požiadaviek zákazníka. V rámci prieskumu bolo poukázané aj na to, že niektoré internetové stránky ponúkajú aj úryvok alebo ukážku z knihy, uvedené je však skôr výnimkou.

163. Ďalej z prieskumu trhu vyplynuli odlišnosti pokiaľ ide o šírku sortimentu kníh ponúkaných na internete a v kamennej predajni. Podľa vyjadrení viacerých oslovených

---

<sup>168</sup> Listom zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK - 2447/2020 dňa 15.6.2020.

podnikateľov sa na internete ponúka širší sortiment kníh ako v kamenných prevádzkach. Oslovení podnikatelia uvedené pripisovali najmä tomu, že v prípade internetového predaja možno ponúkať aj tovar, ktorý nemá podnikateľ zakúpený na sklade. Jeden z oslovených podnikateľov poukázal aj na to, že na internete sa ponúkajú aj knihy, ktoré v kamenných predajniach už bežne nie sú k dispozícii.

164. V tejto súvislosti podnikateľ Internet-Handel (MEGAKNIHY)<sup>169</sup> uviedol, že internetový obchod s knihami umožňuje ponúkať širší sortiment ako kamenné kníhkupectvá, ktoré sú v tomto ohľade limitované fyzickým priestorom. V internetovom obchode okrem vlastného tovaru, ktorý má maloobchodník na sklade, dodávatelia môžu poskytnúť katalógy s popisom tovaru, ktorý môže od nich maloobchodník nakúpiť a ktorý je skladovaný u dodávateľa. Tieto katalógy môže maloobchodník importovať na svoju internetovú stránku a tovar tým vystaviť. Na kamennej predajni možno vystaviť len obmedzený rozsah tovaru, ktorý má maloobchodník fyzicky k dispozícii.

165. Z oslovených podnikateľov, ktorí prevádzkujú internetový aj kamenný predaj kníh (8) väčšina (5) potvrdila, že na internete ponúka širší sortiment kníh ako v kamennom predaji. Dvaja podnikatelia ponúkajú na internete aj v kamennom predaji rovnaký sortiment kníh, jeden podnikateľ ponúka na internete užší sortiment kníh ako v kamennom predaji. Vychádzajúc z prieskumu je ponuka rovnakého alebo užšieho sortimentu kníh v internetovom predaji spojená najmä s historickou orientáciou predajcu na kamenný predaj, pričom jeden z podnikateľov ponúkajúcich rovnaký sortiment kníh v oboch kanáloch v tejto súvislosti uviedol aj dôvod nedostatočne využívaného propagácie spoločnosti a jej sortimentu v prostredí online predaja.

166. Aj Oznamovatelia poukazujú na to, že e-shop môže ponúkať širší sortiment (ktorého veľkú časť nemusí držať skladovaný) ako kamenné kníhkupectvo. Podľa Oznamenia sa toto ale prakticky týka len veľmi okrajových knižných titulov, pričom základná ponuka knižných tovarov veľkého kníhkupectva a kvalitného e-shopu je podľa Oznamenia porovnateľná. Uvedené nebolo možné z prieskumu jednoznačne potvrdiť ani vyvrátiť, nakoľko oslovení podnikatelia sa pri porovnaní šírky sortimentu bližšie nevyjadrovali k rozdielom pokiaľ ide o charakter ponúkaných titulov. Jeden z oslovených podnikateľov sa len čiastkovo vyjadril, že na internete sa ponúkajú aj knihy, ktoré v kamenných predajniach už bežne nie sú k dispozícii. Niektorí podnikatelia rozdiely v šírke sortimentu do určitej miery len kvantifikovali, avšak to len vo vzťahu k ponuke toho daného podnikateľa, keď jeden sa vyjadril, že jeho šírka ponuky na internete sa od kamennej predajne líši rádovo a jeden uviedol, že jeho sortiment na internete je 4x väčší ako v kamennom predaji. Každopádne, aj keby platilo, ako tvrdia Oznamovatelia, že rozdiely sa týkajú len okrajových knižných titulov, čo sa týka takýchto titulov kamenný a internetový predaj si nie sú alternatívou, internetový predaj v tomto ohľade kamenný predaj dopĺňa.

167. Ďalším rozdielom medzi kamenným a internetovým predajom je odlišná dostupnosť tovaru, kedy v kamennej prevádzke je dostupný ihneď, pri kúpe cez internet je tovar dodaný zákazníkovi až po uplynutí určitej doby. Tento rozdiel vyplýva už zo samotnej podstaty internetového predaja ako diaľkového predaja, pričom fakt,

---

<sup>169</sup>Listom zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK - 2431/2020 dňa 15.6.2020.



že na internete sa predávajú aj knihy, ktoré aktuálne nie sú u maloobchodníka skladom, tento rozdiel ešte umocňuje, dodacia doba sa tým predlžuje.

168. Zo získaných podkladov a informácií ďalej vyplynulo, že medzi internetovým a kamenným predajom kníh existujú rozdiely aj pokiaľ ide o cenotvorbu a cenovú úroveň. V prípade maloobchodného kamenného predaja kníh je štandardná cena knihy zvyčajne vo výške odporúčanej maloobchodnej ceny, nakoľko pri kamennom predaji je zvykom rešpektovať odporúčané ceny. Pri internetovom predaji sa štandardná cena knihy bežne určuje tak, že z odporúčanej ceny sa poskytujú zľavy, a teda na internete je úroveň cien vo všeobecnosti nižšia.

169. Pokiaľ ide o výšku zľavy pri predaji kníh na internete, napr. podnikateľ ARTFORUM<sup>170</sup> uviedol, že poskytuje nasledovné zľavy: predpredaj 20 %, novinky 10 %, bežné knihy 0-5%. Podnikateľ MARTINUS<sup>171</sup> uviedol, že zľavy závisia od dátumu vydania a atraktivity daného titulu a bežne sa pohybujú medzi 0-5% pri starších (backlistových tituloch) až po 20% pri novinkách a bestselleroch. Podnikateľ Alter Ego<sup>172</sup> sa vyjadril, že na internetovej stránke sú zadefinované zľavy na všetky knihy, na novinky vyššie a na staršie knihy nižšie. Podnikateľ ABC knihy<sup>173</sup> uviedol, že e-shopy s knihami, akým je aj on, [ . . . . . ]<sup>174</sup>.

170. Aj z vyššie uvedeného vyplýva, že pri určovaní ceny na internete maloobchodníci sledujú ceny kníh predávaných cez internet. Explicitne sa k uvedenému vyjadril napr. podnikateľ Knihy pre každého<sup>175</sup>, ktorý uviedol, že na internete ponúka individuálne zľavy na jednotlivé tituly v ponuke v podobnom rozsahu, ako majú iní internetoví predajcovia. Z tohto dôvodu sa niektoré internetové ceny môžu líšiť od cien v jeho kamenných predajniach. Podnikateľ Internet-Handel (MEGAKNIHY) sa vyjadril, že [ . . . . . ]<sup>176</sup>.

171. Aj Oznamovatelia potvrdili, že v e-shopoch sú nižšie ceny, a rovnako potvrdili, že [ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ] V tejto súvislosti úrad uvádza, [ . . . . . ] že do konečnej ceny knihy na internete vstupujú v mnohých prípadoch aj poplatky za dopravu. Zároveň ale platí, že mnohé internetové obchody ponúkajú dopravu pri nákupe nad určitú sumu zadarmo a aj v prípade, že sa za dopravu platí, ak spotrebiteľ kúpi viac ako jednu knihu, tento poplatok sa medzi knihy rozráta a teda cena každej knihy sa zvyšuje len o sumu zodpovedajúcu určitému podielu dopravného. Vplyv poplatkov za dopravu na cenový rozdiel medzi kamenným a internetovým predajom však nebolo možné bližšie kvantifikovať, nakoľko [ . . . . . ]

<sup>170</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK - 2335/2020 dňa 9.6.2020.  
<sup>171</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK - 2808/2020 dňa 1.7.2020.  
<sup>172</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK - 2383/2020 dňa 11.6.2020.  
<sup>173</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK - 2792/2020 dňa 1.7.2020.  
<sup>174</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa ABC knihy  
<sup>175</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK -2377/2020 dňa 11.6.2020.  
<sup>176</sup> [...] – obchodné tajomstvo Internet-Handel (MEGAKNIHY) ohľadne cien v internetových predajniach.

.....  
.....  
.....,] a ani z prieskumu trhu nebolo možné uvedené jednoznačne vyvodiť. [...] - *obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB*

172. V rámci prieskumu úrad oslovených podnikateľov vyzval, aby špecifikovali predajcov, ku ktorým by podľa ich názoru prešli ich zákazníci v prípade, že by neprechodne zvýšili svoje predajné ceny kníh o 5-10%.

Uvedené dokázalo špecifikovať 9 z 13 oslovených maloobchodných predajcov kníh. Z týchto 9 podnikateľov, 4 odpovede boli jednoznačne v prospech prechodu len k rovnakému predajnému kanálu a jeden (prevádzkujúci oba predajné kanály) sa vyjadril v prospech prechodu k rovnakému predajnému kanálu pokiaľ ide o kamenný predaj, pokiaľ ide o predaj internetový, jeho odpoveď bola ťažšie interpretovateľná, keďže len všeobecne uviedol, že možností prechodu je viac, pričom zákazníci sa rozhodujú na základe rôznych kritérií (ako cena, dostupnosť).

Štyria podnikatelia pripustili aj prechod zákazníkov medzi rôznymi predajnými kanálmi, kedy sa buď výslovne vyjadrili v prospech tohto prechodu (2) alebo išlo o podnikateľov (2), ktorí prevádzkujú oba predajné kanály a uvádzali prechod k podnikateľom prevádzkujúcim buď jeden alebo oba predajné kanály bez ďalšieho rozlíšenia. Jeden z takýchto podnikateľov však svoju odpoveď špecifikoval aj výslovne pokiaľ ide o internetový predaj, t. j. že pri jeho internetovom predaji by niektorí zákazníci pravdepodobne odišli aj k menším internetovým obchodom, ktoré majú agresívnu cenovú politiku.

Možno tiež zosumarizovať, že zatiaľ čo predajcovia, ktorí prevádzkujú výlučne kamenný predaj alebo oba predajné kanály uvádzali aj prechod zákazníkov do online prostredia, výlučne internetoví predajcovia vôbec neuvádzali prechod zákazníkov ku kamenným predajcom<sup>177</sup>.

173. Ako vyplýva z vyššie uvedených informácií ohľadom cenotvorby pri internetovom a kamennom maloobchodnom predaji kníh, pri internetovom predaji je štandardná cena zlacnená oproti odporúčanej cene, a teda tým aj cene v kamennom predaji (zľavy sa väčšinou pohybujú až do 20%). Napriek tomu nebadať zásadný prechod z kamenného na internetový predaj, pomer medzi nimi je pomerne zastabilizovaný, internetový a kamenný predaj teda existujú popri sebe, pričom ako uvádza aj správa o knižnom trhu z roku 2018 internetové obchody rastú a zároveň pribúdajú aj nové kamenné prevádzky.

174. Okrem otázky týkajúcej sa prechodu zákazníkov v prípade zvýšenia ceny o 5-10% si úrad možnosť zastupiteľnosti internetového a kamenného predaja overoval aj požiadavkou na identifikáciu piatich najbližších konkurentov oslovených podnikateľov, pričom v prípade, že sú títo rôzni pre predajné kanály, o ich uvedenie samostatne pre tieto kanály.

Odpovede oslovených maloobchodných predajcov kníh na otázku prechodu zákazníkov v prípade zvýšenia ceny o 5-10% a na otázku na vymedzenie najbližšej konkurencie boli na seba aj do určitej miery napojené. Niektorí z oslovených podnikateľov v súvislosti s prechodom ich zákazníkov totiž explicitne odkazovali na svoju odpoveď, v ktorej špecifikovali svojich najbližších konkurentov. Viacerí ďalší,

---

<sup>177</sup> Jeden internetový predajca nevedel predikovať, ku ktorým konkrétnym predajcom by prešli jeho zákazníci, predpokladá však, že pri internetovom predaji nehrá rolu lokálnosť, ale iné faktory, ako napr. cena.

hoci bez explicitného odkazu, uviedli prechod k podnikateľom, ktorých uvádzali aj medzi svojimi najbližšími konkurentmi.

Zásadnejším rozdielom medzi odpoveďami na dve uvedené otázky bolo to, že jeden z výlučne internetových predajcov za svoju najbližšiu konkurenciu označil aj kamenné predajne a ďalej to, že niektorí z podnikateľov prevádzkujúcich (aj) kamenný predaj, ktorí v prípade zvýšenia ceny pripúšťali prechod ich zákazníkov k e-shopom, za aktuálne najbližších konkurentov označovali len kamenné predajne.

Inak ale boli odpovede na otázku najbližšej konkurencie a jej členenia podľa predajného kanála súladné s odpoveďami týkajúcimi sa prechodu zákazníkov v prípade zvýšenia ceny o 5-10%. Väčšina výlučne internetových predajcov uvádzala ako najbližšiu konkurenciu iné internetové stránky. Maloobchodní predajcovia prevádzkujúci oba predajné kanály väčšinou v zásade nevyklúčovali konkurenciu medzi predajnými kanálmi, keďže väčšina z nich explicitne nesegmentovala najbližšiu konkurenciu podľa predajného kanála. Je ale potrebné dodať, že odpovede viacerých takýchto predajcov boli ťažšie interpretovateľné<sup>178</sup>.

175. Z prieskumu trhu ďalej vyplynulo, že cena ako kritérium výberu kníhkupectva má rozličný význam/váhu v prípade internetového a kamenného predaja kníh. Z prieskumu vyplynulo aj, že medzi týmito dvoma predajnými kanálmi existujú rozdiely aj pokiaľ ide o ďalšie kritériá výberu kníhkupectva.

176. Pokiaľ ide o kníhkupectvá prevádzkujúce v SR výlučne internetový predaj (4), väčšina (3) ako najdôležitejšie kritérium pre výber kníhkupectva uviedla cenu.

Podnikateľ, ktorý na prvom mieste neuviedol cenu, sa však vyjadroval ku kritériám výberu kamenného kníhkupectva (kamenný predaj prevádzkuje v ČR) a na prvom mieste uviedol lokalitu predajne.

177. Pokiaľ ide o predajcov prevádzkujúcich výlučne kamenný predaj kníh (2), jeden ako najdôležitejšie kritérium pre výber kníhkupectva uviedol lokalitu a dostupnosť kníhkupectva a jeden šírku sortimentu.

178. Pokiaľ ide o maloobchodných predajcov kníh prevádzkujúcich oba predajné kanály (7), títo predkladali len jeden set kritérií pre výber kníhkupectva. Štyria z nich uviedli len kritériá týkajúce sa kamenného predaja kníh, jeden výslovne uviedol, že predkladá spoločné kritériá pre oba predajné kanály a pri zvyšných (2) nebolo možné jednoznačne uzavrieť, či sa nimi predložené informácie týkajú len niektorého alebo oboch predajných kanálov.

Z podnikateľov, ktorí uvádzali kritériá pre kamenný predaj kníh, dvaja na prvom mieste uviedli lokalitu/polohu predajne, jeden atmosféru predajne a jeden uviedol, že zákazníci sa rozhodujú na základe kvality ponúkaného sortimentu a služieb s ohľadom na vzdialenosť a prístupnosť kníhkupectva. Predajca, ktorý nerozlišoval kritériá podľa predajného kanála uviedol, že rôzne typy zákazníkov môžu preferovať rôzne kritériá, preto kritériá nezoradil podľa dôležitosti, ale abecedne: cena, dostupnosť tovaru, resp. rýchlosť doručenia, služby, šírka ponuky a lokalita. Z podnikateľov, u ktorých nebolo

---

<sup>178</sup> Niektorí z nich ako najbližších konkurentov uvádzali len iné konkrétne kamenné predajne, čo ale môže sčasti súvisieť s tým, že väčšina z nich sa orientuje viac na kamenný predaj. Ďalší uviedli ako najbližšiu konkurenciu podnikateľov prevádzkujúcich oba predajné kanály, pričom ale nebolo úplne zrejmé, či majú na mysli ich kamenné a/alebo internetové predajne. Jeden podnikateľ segmentoval konkurenciu na lokálnu a celoštátnu, pričom za celoštátnych konkurentov označil najmä e-shopy, nebolo ale zrejmé, či tieto považuje za konkurenciu aj voči svojmu kamennému predaju.

jednoznačné, akého predajného kanála sa nimi uvádzané kritériá týkajú, jeden uviedol na prvom mieste cenu a jeden lokalitu.

179. Z vyššie uvedeného vyplýva, že pri internetovom predaji ide pri výbere kníhkupectva viac o cenu ako pri kamennom predaji, pri ktorom hoci bola medzi dôležitými kritériami uvádzaná aj cena, ako najdôležitejšie prevládali viac iné faktory, najmä lokalita a šírku sortimentu. Predmetné je zároveň v súlade s vyššie uvedeným zistením, že pri kamennom predaji je zvykom dodržiavať odporúčané predajné ceny.

180. Úrad identifikoval aj určité ďalšie rozdiely medzi kritériami výberu kamenného a internetového kníhkupectva, identifikoval zároveň ale aj určité prekryvy. Zatiaľ čo pri internetovom predaji sa viac skloňovala dostupnosť a rýchlosť dodania tovaru a reputácia predajcu, príp. znalosť značky, pri predaji kamennom to boli skôr kritériá ako atraktivita priestoru, úroveň služieb/personál, spomenutá bola napr. aj organizácia rôznych podujatí (besedy, autogramiády a pod.).

181. Pre oba predajné kanály je ale spoločné, že väčšina podnikateľov označila ako jedno z najvýznamnejších kritérií výberu kníhkupectva šírku ponúkaného sortimentu.

182. Niektorí z oslovených podnikateľov aj explicitne poukázali na rozdiely medzi kritériami výberu kníhkupectva pokiaľ ide o kamenný a internetový predaj kníh. Napríklad podnikateľ Alter Ego uviedol, že v maloobchodných predajniach sú ceny takmer identické, v kombinácii predajne s e-shopom je situácia iná. Ponuka v e-shopoch sa rôzni a zákazníci sa rozhodujú na základe rôznych kritérií. Niekedy je pre zákazníka dôležitá cena, inokedy zase rozhoduje rýchlosť dodania. Podnikateľ KYBEROS (Literama) sa témy kritérií výberu kníhkupectva dotkol aj pri odpovedi na otázku týkajúcu sa prechodu zákazníkov v prípade zvýšenia ceny o 5-10%, pričom uviedol, že nie je možné predikovať, ku ktorým konkrétnym predajcom by v takomto prípade prešli zákazníci, predpokladá, že pri internetovom predaji nehrá rolu lokálnosť, ale iné faktory, ako napr. cena.

183. Ďalším indikátorom rozdielných preferencií spotrebiteľov pri nákupe kníh prostredníctvom internetu a prostredníctvom kamenných predajní je identita podnikateľov s najvýznamnejšími predajmi prostredníctvom týchto kanálov. Zatiaľ čo v kamennom predaji má výrazne najväčšie predaje podnikateľ Panta Rhei, v predaji internetovom vedie MARTINUS.

184. Aj Oznamovatelia pripúšťajú existenciu odlišností pokiaľ ide o kritériá podstatné pre výber kamenného kníhkupectva a e-shopu, keď uvádzajú nasledovné.

[.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>179</sup>

185. Úrad v rámci prieskumu vyzval oslovených podnikateľov aj na vyjadrenie, či podľa ich kvalifikovaného názoru je z hľadiska požiadaviek spotrebiteľa nákup kníh v

<sup>179</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

internetovom obchode možné považovať za zastupiteľný s nákupom kníh v kamennej predajni. Zo 17 oslovených podnikateľov, ktorí sa vyjadrili k uvedenej otázke, 8 uviedlo, že tieto predajné kanály považujú za zastupiteľné.

Z nich dvaja – MARTINUS a LITTERA - dôvodili tým, že kniha-produkt je rovnaká bez ohľadu na predajný kanál. Podnikateľ LITTERA ale dodal, že z pohľadu niektorých zákazníkov úplné nahradenie predaja v kamenných obchodoch nikdy nebude možné. Podnikateľ MARTINUS uviedol, že je veľká časť zákazníkov, ktorí využívajú oba spôsoby. Celkovo sa dá podľa jeho názoru povedať, že kamenný a internetový predaj sa dobre dopĺňajú a dokážu si byť náhradou.

Viacerí z ďalších podnikateľov, ktorí sa vyjadrili v prospech zastupiteľnosti internetového a kamenného predaja, napriek tomu stále poukazovali na nemožnosť si pri internetovom predaji knihu fyzicky prezrieť, hoci niektorí poukázali aj na možnosti elektronického náhľadu do knihy. Napríklad podnikateľ HOLLYWOOD<sup>180</sup> uviedol, že nákup kníh cez internetový obchod sa dá považovať do veľkej miery za zastupiteľný oproti kamenným predajniam, avšak sú zákazníci, u ktorých ťažko zmeniť čaro fyzického kontaktu s tovarom, aj na základe ktorého sa rozhodnú pre kúpu. Podnikateľ EUGENIKA<sup>181</sup> uviedol, že internetový predaj je vo viacerých faktoroch zastupiteľný s nákupom kníh v kamenných predajniach – jedinou výnimkou je faktor fyzický, teda spotrebiteľ si chce tovar aj fyzicky uchopiť, napriek tomu že väčšina vnemov (obsah, náhľad, text, obrázky, úryvok, obálka) sa dá preniesť aj digitálne. Podnikateľ Čas na ticho<sup>182</sup> sa vyjadril, že predaj v e-shope je v zásade zastupiteľný - má isté nevýhody aj výhody v porovnaní s predajom v kamennej predajni. Nevýhodou je nemožnosť fyzicky nazrieť do knihy, výhodou možnosti virtuálneho prehliadania a filtrovania sortimentu podľa požiadaviek. Podnikateľ KYBEROS (Literama) sa vyjadril, že nákup kníh v internetovom obchode je možné považovať za zastupiteľný – spotrebiteľ kupuje väčšinou tovar cielene, vie čo alebo od koho kupuje, vie si tovar väčšinou náhľadovo prelistovať. Podnikateľ LIBRESSO uviedol, že internetový obchod dokáže plne pokryť požiadavky spotrebiteľov. Zároveň ale poukázal na to, že v rámci kamenných prevádzok zákazník dostane nielen samotnú knihu, ale aj osobný kontakt a v rámci jeho priestorov môže využiť aj služby kaviarne.

Pokiaľ ide o zvyšných 9 podnikateľov, 3 sa jednoznačne vyjadrili v prospech nezastupiteľnosti internetového a kamenného predaja, jeden ich považuje za nezastupiteľné minimálne v určitom ohľade, 2 uviedli, že je to individuálne, pričom z ich odpovedí vyplýva, že ich považujú za nezastupiteľné aspoň pre určitú skupinu zákazníkov, ďalší podnikateľ priamo neuviedol, že ich považuje za nezastupiteľné, ale zdôraznil rozdiely medzi internetovým a kamenným predajom a 2 podnikatelia sa k zastupiteľnosti nevedeli vyjadriť.

186. Podnikatelia, ktorí sa jednoznačne vyjadrili, že považujú z pohľadu požiadaviek spotrebiteľa internetový a kamenný predaj za nezastupiteľný, dôvodili najmä možnosťou si fyzicky knihu prezrieť a poradenstvom a službami kníhkupca, jeden aj skúsenosťou z šoku na trhu vyvolaného „koronakrízou“. Podnikateľ Knihy pre každého konkrétne uviedol, že v jeho obchodnej sieti vníma, že internetový obchod zďaleka nedokáže zastúpiť predaj prostredníctvom kamenných predajní. Pravdou ale je, že časť jeho zákazníkov z kamenných predajní sa presunula na internetový obchod. Do budúcnosti budú mať podľa jeho názoru kamenné predajne stále svoje miesto na trhu, pretože zákazníci si budú chcieť knihu prelistovať, prípadne sa osobne poradiť pri

<sup>180</sup>Listom zaevidovaným pod č. 154/2020/OK-2250/2020 dňa 5.6.2020.

<sup>181</sup>Listom zaevidovaným pod č. 154/2020/OK- 3368/2020 dňa 30.7.2020.

<sup>182</sup>Listom zaevidovaným pod č. 154/2020/OK-3365/2020 dňa 30.7.2020.

výbere s fundovaným predajcom. Podnikateľ ALBATROS MEDIA uviedol<sup>183</sup>, že podľa jeho názoru je kniha špecifický druh tovaru, pri kúpe ktorého nerozhodujú technické špecifikácie a cena, ale osobný kontakt kupujúceho s tovarom a jeho kvalitou a obsahom. Podnikateľ Internet-Handel (MEGAKNIHY) uviedol, že z jeho pohľadu sú oba spôsoby predaja kníh nezastupiteľné, nemajú rovnakých zákazníkov. Toto svoje tvrdenie opiera aj o to, že po šoku na trhu spôsobenom dočasným zatvorením kamenných predajní kníh v dôsledku pandémie koronavírusu, predaje internetových predajcov nenahradili predaje v kamenných kníhkupectvách.

Podnikateľ SLOVART, bol tým, ktorý považuje internetový a kamenný predaj minimálne v istom ohľade za nezastupiteľný, keď uviedol, že pre istý typ kníh (napríklad výpravné ilustrované knihy) nenahrádza internetový predaj výhody kamenných kníhkupectiev, v ktorých zákazník môže knihu vidieť a poradiť sa s predavačom.

187. Podnikatelia Alter Ego a PEMIC<sup>184</sup> majú za to, že zastupiteľnosť kamenného a internetového predaja závisí od konkrétneho zákazníka, pričom pre istú skupinu zákazníkov sú tieto kanály nezastupiteľné, najmä s ohľadom na možnosť si fyzicky knihu prezrieť. Podnikateľ PEMIC uviedol, že každý zákazník je iný, jeden si radšej objedná z domu v klude bez kontaktu s ľuďmi a druhý si radšej príde vybrať do predajne, kde knihy aj cíti a môže si zalistovať. Podľa podnikateľa Alter Ego niekomu postačuje informácia o knihe, ktorú nájde na internetovej stránke, niekto si potrebuje knihu fyzicky pozrieť a potom prípadne objednať cez internetovú stránku. Často v týchto prípadoch kamenný obchod slúži ako vzorková predajňa pre e-shop.

188. Vyššie uvedené možno zosumarizovať tak, že viac z oslovených podnikateľov sa vyjadrilo v prospech zastupiteľnosti internetového a kamenného predaja z pohľadu spotrebiteľov ako naopak. Jednoznačné závery však z odpovedí na uvedenú otázku nevyplývajú, nakoľko najmä dôvody, ktoré podnikatelia uvádzali, nie vždy zodpovedajú kritériám vymedzenia zastupiteľnosti tovarov. Viacerí z podnikateľov, ktorí sa vyjadrili v prospech zastupiteľnosti tiež stále poukazovali na určité rozdiely medzi kamenným a internetovým predajom, a to najmä na možnosť si knihu fyzicky prezrieť a na služby, ktoré sú ponúkané v kamennej predajni, najmä osobné poradenstvo, a teda zastupiteľnosť nepovažovali za univerzálnu. Taktiež zdôvodnenie podnikateľa MARTINUS pre zastupiteľnosť týchto predajných kanálov, keď hovorí o tom, že jeho zákazníci využívajú oba kanály a tieto sa vedia dopĺňať, nemusí jednoznačne znamenať, že sú zastupiteľné, prichádza do úvahy aj možnosť, že zákazník využíva tieto predajné kanály skôr doplnkovo, na nákup rôzneho typu kníh.

189. Na základe získaných podkladov a informácií, a to od účastníkov konania ako aj z prieskumu, úrad identifikoval viaceré rozdiely medzi predajom prostredníctvom internetového a kamenného predaja, z pohľadu ich prevádzky maloobchodným predajcom, a to napríklad pokiaľ ide o spôsob nákupu kníh maloobchodníkom, náklady na spustenie a efektívnu prevádzku predaja.

190. Ako bolo uvedené už aj vyššie, zatiaľ čo v kamennom predaji sa predávajú knihy, ktoré má kníhkupec k dispozícii na predajni, pri internetovom predaji možno ponúkať aj knihy, ktoré kníhkupec aktuálne k dispozícii nemá. Tieto následne nakupuje na základe konkrétnych objednávok od zákazníkov. Aj v prípade internetového predaja

<sup>183</sup> Listom zaevidovaným pod č. 154/2020/OK-3107/2020 dňa 16.7.2020.

<sup>184</sup> Listom zaevidovaným pod č. 154/2020/OK-2580/2020 dňa 22.6.2020.

má maloobchodník určité knihy nakúpené vopred, a to tie, o ktorých predpokladá, že si ich zákazníci objednávajú, ako napr. najpredávanejšie knihy.

191. S vyššie uvedeným súvisí aj spôsob nákupu kníh maloobchodníkom. Vychádzajúc zo získaných informácií sa pri nákupe kníh kníhkupcami uplatňujú dva hlavné spôsoby - nákup na faktúru a nákup na komisiu. Pri nákupe na komisiu maloobchodník svojmu dodávateľovi zaplatí za dodaný tovar až po tom, čo knihu predá spotrebiteľovi, a to na základe faktúry vystavenej mu až po nahlásení predaja dodávateľovi. Maloobchodník teda v čase predaja knihu nemá vo svojom vlastníctve. Pri nákupe na faktúru je maloobchodníkovi vystavená faktúra už na základe dodania knihy dodávateľom, maloobchodník knihu teda platí bez ohľadu na to, či došlo k predaju spotrebiteľovi.

Z prieskumu vyplynulo, že možnosť nakupovať knihy na komisiu je poskytovaná a takto nakupujú predovšetkým maloobchodníci, ktorí predávajú knihy (aj) formou kamenného predaja, pričom [. . . . .] <sup>185</sup>. Na účely internetového predaja kníh dochádza viac k nákupom kníh na faktúru.

V niektorých prípadoch dochádza k nákupom na faktúru aj na účely kamenného predaja, a to napr. keď predajca nespĺňa podmienky, aby mu bolo dodávané na komisiu (napr. obraty), ale aj keď o komisiu nemá záujem.

192. Nákup na komisiu a na faktúru sa odlišujú vo viacerých ohľadoch. Viacero z oslovených podnikateľov sa vyjadrilo, že nákup na komisiu je menej náročný z finančného hľadiska, keďže maloobchodník nie je zaťažený rizikom nepredania kníh, s čím je spojená možnosť ponúkať širší sortiment kníh. Na druhej strane nákup na komisiu je náročnejší na administratívu. Niektorí podnikatelia uviedli, že nákup na faktúru je spojený s vyššou zľavou – rabatom.

Zároveň však možno konštatovať, že aj pri nákupe na faktúru je riziko nepredania do určitej miery znížené, keďže k nákupu maloobchodníkom na faktúru dochádza v mnohých prípadoch až na základe objednávky (a v určitých prípadoch aj platby) zákazníka.

193. Aj informácie predložené v Oznámení sú v súlade s vyššie uvedenými závermi o odlišnom spôsobe nákupu maloobchodníkmi pri internetovom a kamennom predaji. Oznamovatelia ale zároveň poukázali na to, že hoci spôsob nákupu kníh maloobchodníkom na účely internetového a kamenného predaja môže byť odlišný, dodávatelia sú v prípade internetového a kamenného predaja rovnakí. Uvedené bolo prieskumom potvrdené.

194. Kamenný a internetový predaj kníh vykazujú určité rozdiely aj pokiaľ ide o prítomnosť podnikateľov v týchto predajných kanáloch. Časť podnikateľov v internetovom a kamennom predaji je odlišná, hlavné rozdiely spočívajú v tom, že na kamennom ako aj internetovom predaji sú prítomní niektorí kníhkupci, ktorí prevádzkujú len jeden predajný kanál, a že na internete priamo maloobchodne predávajú knihy aj niektorí vydavatelia (ALBATROS MEDIA, IKAR), na internete taktiež pôsobia viaceré české e-shopy.

---

<sup>185</sup>[...] – obchodné tajomstvo oslovených maloobchodných internetových predajcov kníh ohľadne formy nákupu kníh.

195. Z prieskumu trhu ako aj zo správ o knižnom trhu vyplynulo, že zatiaľ čo väčšina pôvodne kamenných maloobchodných predajcov kníh spustila aj internetový obchod, väčšina z pôvodne internetových predajcov nevstúpila do oblasti kamenného predaja. V prieskume oslovení výlučne internetoví predajcovia kníh uvedené odôvodňovali nákladnosťou spustenia a ďalšej prevádzky kamenného predaja kníh. Podnikateľ Internet-Handel (MEGAKNIHY), ktorý na slovenskom trhu prevádzkuje len internetový obchod, napríklad uviedol, že vstup do kamenného spôsobu predaja je extrémne kapitálovo náročný a najlukratívnejšie miesta pre predaj, obchodné centrá, majú z jeho veľmi malej skúsenosti z ČR politiku jedného predajcu a predpokladá že, to radšej takého, ktorý už predajne v OC má.

Vyššie uvedené skutočnosti teda poukazujú na neexistenciu ponukovej zastupiteľnosti maloobchodného internetového predaja kníh vo vzťahu k maloobchodnému predaju kníh v kamenných predajniach.

196. Podľa Správ o knižnom trhu z rokov 2016 - 2018 v oblasti internetového predaja panuje silné konkurenčné prostredie, podnikatelia o zákazníka bojujú nielen už tradične nižšou cenou, ale i rôznymi marketingovými akciami v priebehu celého roka. Noví a menší prevádzkovatelia sa často snažia prilákať extrémne vysokými zľavami, no bez väčšieho a hlavne dlhodobejšieho úspechu. Jeden z podnikateľov oslovených v rámci prieskumu [. . . . .] <sup>186</sup>

197. Oznamovatelia v súvislosti so zastupiteľnosťou kamenného a internetového predaja kníh argumentovali aj tým, že v posledných rokoch v Panta Rhei dochádza [. . . . .] <sup>187</sup>.

198. V tejto súvislosti úrad uvádza nasledovné. Pokiaľ ide o podnikateľa Panta Rhei, [. . . . .] <sup>188</sup>

Podľa Správ o knižnom trhu z rokov 2016-2018 maloobchodný predaj kníh cez internet v SR vo všeobecnosti v daných rokoch rástol, avšak rástol aj predaj kamenný. Vychádzajúc z informácií zo Správy o knižnom trhu 2019 o podiele rôznych foriem predaja kníh na maloobchodnom predaji kníh všetkými formami, internetový predaj tvoril v roku 2019 približne 21%<sup>189</sup>, kamenný predaj 57 %.<sup>190</sup> Berúc za základ len maloobchodný predaj kníh formou internetu a kamenných predajní, podiel predaja cez internet predstavuje približne 26,9 %.

199. Je potrebné dodať, že v rámci prieskumu niektorí podnikatelia poukázali na to, že internetový predaj vnímajú ako trend do budúcnosti. Podnikateľ Knihy pre každého napríklad uviedol, že internetový obchod vníma ako súčasný trend a investíciu aj do budúcnosti, nakoľko sa značná časť zákazníkov presúva na internet a predpokladá,

<sup>186</sup> [...] – dôverné informácie Internet-Handel (megaknihy.sk)

<sup>187</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB.

<sup>188</sup> [...] - obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>189</sup> Na inom mieste – na str. 12 - Správy o knižnom trhu 2018 sa uvádza, že internetový predaj tvorí približne 20-25% celkového maloobchodného predaja s knihami.

<sup>190</sup> Str. 7 Správy o knižnom trhu z roku 2018.



že tento trend bude rásť. Podnikateľ TRANSOCIUS označil online predaj ako jeden z trendov, ktorým sa podľa jeho názoru bude uberať forma kontaktu so zákazníkom (popri spájaní služieb kníhkupectva s inými činnosťami - kaviarne, vytváranie literárnych klubov, priestorov, kde zákazníci radi trávia čas).

Čo sa týka možného budúceho vývoja internetového a kamenného predaja, je vhodné poukázať aj na vyjadrenie jedného podnikateľa osloveného v rámci prieskumu, z ktorého vyplýva, že [.....]  
.....]<sup>191</sup>

200. Za účelom definície relevantného trhu s ohľadom na predajný kanál úrad analyzoval aj aktuálnu relevantnú rozhodovaciu prax EK a členských štátov EÚ.

201. EK vo svojich aktuálnejších rozhodnutiach neidentifikovala samostatné relevantné trhy kamenného a internetového maloobchodného predaja kníh (túto otázku buď neuzavrela<sup>192</sup> alebo posudzovala všetky predajné kanály ako súčasť jedného trhu<sup>193</sup> maloobchodného predaja kníh).<sup>194</sup>

202. Pokiaľ ide o členské štáty EÚ, ich rozhodovacia prax sa rôzni, tieto štáty prevažne neposudzovali kamenný a internetový maloobchodný predaj kníh ako samostatné relevantné trhy (v niektorých z týchto prípadov nechali definíciu relevantného trhu otvorenú), niektoré štáty tieto predajné kanály posudzovali samostatne. Je potrebné však prihliadať na to, že súťažné prostredie v jednotlivých štátoch môže vykazovať rôzne špecifiká.

## Záver

203. Z uvedeného vyplýva, že existujú určité faktory svedčiace v prospech najmä jednostrannej dopytovej zastupiteľnosti predaja kníh prostredníctvom kamenných predajní predajom kníh cez internet. Neplatí to však opačne, t. j. pri posudzovaní z pohľadu internetového predaja, takíto predajcovia sú vystavení predovšetkým konkurenčnému tlaku zo strany iných internetových predajcov, nie tak zo strany predajcov predávajúcich cez kamenné predajne.

Na otázku potreby exaktného zadefinovania trhu v tejto súvislosti je potrebné nazerať aj optikou posudzovania daného konkrétneho prípadu, t. j. o akú koncentráciu ide.

V tomto prípade, pri hypotetickom vymedzení samostatného trhu internetového predaja kníh nedochádza k významnému horizontálnemu prekrytiu aktivít účastníkov koncentrácie.

Pri hypotetickom samostatnom trhu predaja kníh cez kamenné predajne nedochádza k horizontálnemu prekrytiu aktivít vôbec.

<sup>191</sup> [...] – obchodné tajomstvo Martinus ohľadne budúceho vývoja internetového a kamenného predaja.

<sup>192</sup> Rozhodnutie EK M. 5838 BERTELSMANN/PLANETA/ CIRCULO z 5.7.2010.

<sup>193</sup> Rozhodnutie EK M.4611 - EGMONT / BONNIER (BOOKS) z 15.10.2007 – v tomto prípade EK vychádzala z podmienok na trhu, aké boli v danom čase v Dánsku, územia ktorého sa posudzovaná koncentrácia týkala.

<sup>194</sup> Najaktuálnejšie sa EK možnému členeniu predaja kníh z hľadiska predajného kanála venovala v prípade M.6789 BERTELSMANN/PEARSON/ PENGUIN RANDOM HOUSE z 5.4.2013, avšak to vo vzťahu k trhu, ktorý nazvala ako dodávky kníh predajcom („dealerom“). EK z tohto pohľadu zvažovala členenie maloobchodníkov podľa predajného kanála, jeden z nich tvorili internetoví predajcovia. Prieskum vykonaný v danej veci nepotvrdil tvrdenia účastníkov danej koncentrácie, že nie je nevyhnutné segmentovať trh na základe predajného kanála. V prieskume bolo poukázané na viacero rozdielov medzi predajnými kanálmi. V konečnom dôsledku však EK nechala otázku presnej definície relevantného trhu v tomto prípade otvorenú, nakoľko koncentrácia nevyvolávala súťažné obavy pri žiadnej alternatíve relevantného trhu.

204. Pointou posudzovania je v tomto prípade vertikálny vzťah dodávateľ kníh do maloobchodu – predaj v maloobchode. Z tohto pohľadu je možné preto pracovať s predpokladmi neuzavretia definície maloobchodného trhu z pohľadu predajného kanálu, nakoľko pri oboch alternatívach vzniká ovplyvnený trh (podiel cez 30%), ak by išlo len o predaj cez kamenné predajne je tento podiel významne vyšší. Uvedené je však možné vziať do úvahy z hľadiska samotného hodnotenia, či v dôsledku danej koncentrácie je možné uzavretie prístupu k vstupom/prístupu k zákazníkom, a to s ohľadom na dôležitosť daných predajných kanálov, celkový charakter pôsobenia účastníka koncentrácie na maloobchode, a to v porovnaní s jeho konkurentmi.

#### Vymedzenie pôsobenia heureka.sk a mall.sk v knižnej oblasti

205. Ako bolo uvedené vyššie, jeden z nadobúdateľov kontroly – PT - spolukontroluje spoločnosť Internet Mall Slovakia s.r.o., Galvaniho 6, 821 04 Bratislava (ďalej len „Mall“), ktorá prevádzkuje internetový obchod mall.sk a spoločnosť Heureka Shopping s.r.o., so sídlom Karolinská 650/1, Karlín, 186 00 Praha 8 (ďalej len „Heureka“), ktorá prevádzkuje portál heureka.sk.

206. Úrad v rámci správneho konania zisťoval, aký je charakter pôsobenia mall.sk a heureka.sk v knižnej oblasti, vzťah ich aktivít k aktivitám nadobúdaných podnikateľov Panta Rhei a IKAR a dopad koncentrácie v tomto ohľade. Pritom vychádzal najmä z Oznámenia, z informácií zverejnených na internetových stránkach mall.sk a heureka.sk a z odpovedí v rámci prieskumu oslovených maloobchodných predajcov kníh. Uvedené zistenia ohľadne charakteru pôsobenia týchto portálov uvádza úrad na tomto mieste, a to vzhľadom na ich relevanciu vo vzťahu k vymedzeniu maloobchodného predaja kníh prostredníctvom internetu. Následne, vzhľadom na tu uvádzané zistenia, v časti dopady koncentrácie posúdil v tomto dôsledku vzniknuté horizontálne ako aj nehorizontálne vzťahy.

207. Podľa získaných informácií sa prostredníctvom mall.sk ako aj heureka.sk predávajú v obmedzenom rozsahu aj knihy. Vo všeobecnosti možno heureka.sk aj mall.sk pri predaji kníh označiť za určité platformy – sprostredkovateľov predaja kníh, v konkrétnostiach ale medzi ich pôsobením v tomto smere existujú viaceré odlišnosti.

208. V Oznámení sa uvádza, že heureka.sk je cenový porovnávač. Cenové porovnávače umožňujú zákazníkom porovnávať ponuky viacerých e-shopov a vybrať si najvhodnejšiu ponuku. Prítomnosť na online porovnávačoch je pre e-shopy výhodná z dôvodu vytvorenia nového predajného kanálu. Cez heureka.sk podľa Oznámenia predáva knihy [. . . . .]<sup>195</sup>.

209. Úrad zistil, že na stránke heureka.sk je možné porovnávať ceny širokého spektra tovarov, medzi nimi aj kníh. Tieto tovary možno prostredníctvom heureka.sk aj kúpiť. Vo všeobecnosti prichádzajú do úvahy dva spôsoby nákupu. Každý tovar je možné kúpiť s využitím linku/odkazu zobrazeného pri výsledkoch porovnania na heureka.sk, ktorý zákazníka presmeruje na stránku ním vybraného internetového obchodu, a teda k nákupu dochádza na stránke internetového obchodu, na ktorú je zákazník presmerovaný. Niektoré tovary (konkrétne aj niektoré knihy) je možné kúpiť aj priamo na stránke heureka.sk. Uvedené umožňuje služba Heureka Košík.

<sup>195</sup> [...] - obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

210. Podľa stránky heureka.sk aj v prípade, že spotrebiteľ objedná tovar s využitím služby Heureka Košík priamo na heureka.sk, predajcom zostáva e-shop, ktorý prostredníctvom heureka.sk knihu ponúka. Tento je vždy identifikovaný pri predávanom produkte. Tento e-shop ako predajca zabezpečuje fakturáciu, dodanie tovaru, poskytuje záruku a pod. Heureka.sk poskytuje spotrebiteľom tzv. garanciu nákupu, ktorá spočíva napr. v zabezpečení bezpečnej úhrady tovaru, v pomoci so sťažnosťami, s vybavením reklamácie atď.

211. Heureka Košík je spoplatnenou službou ponúkanou zo strany Heureka e-shopom, a teda možnosť tovar objednať aj priamo na heureka.sk závisí od rozhodnutia konkrétneho e-shopu svoj tovar ponúkať aj takýmto spôsobom (za predpokladu, že e-shop spĺňa príslušné podmienky). Podľa stránky heureka.sk vďaka tejto službe pre e-shop odpadá medzikrok s presmerovaním a riziko straty zákazníka je podstatne nižšie.

212. Mall.sk je internetovým maloobchodným predajcom rôznych kategórií spotrebného tovaru, napr. elektroniky, potrieb pre dom a záhradu, oblečenia, obuvi, chovateľských potrieb, športových potrieb, drogérie a kozmetiky. V obmedzenom rozsahu predáva aj knihy.

213. Podľa Oznámenia mall.sk v roku 2018 predal knihy v objeme [. . . .]<sup>196</sup>. EUR. Pri tom [. . . .]<sup>197</sup> z týchto kníh je distribuovaných alebo vydaných spoločnosťou IKAR (zvyšok je Vivantis). Mall.sk pritom nedrží knihy na vlastnom sklade, ale predáva ich výhradne formou marketplace. Celkovo tvoria knihy podľa Oznámenia iba [. . . .]<sup>198</sup> tržieb mall.sk. V Oznámení sa ďalej uvádza, že aj všeobecne je aktuálny objem predaja v týchto formách skôr okrajový.

214. Podľa stránky mall.sk model marketplace (alebo tzv. „partnerský predaj“) je postavený na spôsobe priameho predaja tovaru koncovému zákazníkovi na stránke mall.sk a jeho následnému odkúpeniu od partnera – dodávateľa tovaru, za predajné ceny z webu mall.sk ponížené o dohodnutú maržu. Podľa zverejnených informácií partner za predaj prostredníctvom mall.sk platí mesačný zalistovací poplatok, bez ohľadu na počet ponúkaných produktov a variantov a je mu účtovaný poplatok za každú zrealizovanú objednávku cez mall.sk.

215. Partner určuje cenu tovaru a zabezpečuje jeho doručenie. Pri partnerskom predaji si zákazník tovar (a teda konkrétne aj knihy) objednáva priamo na stránke mall.sk, pričom pri tovare je uvedená informácia, že ide o partnerský predaj spolu s identifikáciou partnera. Stránka mall.sk neobsahuje linky/odkazy, ktoré by zákazníka presmerovali do internetového obchodu partnera. Vychádzajúc zo zverejnených informácií, s výnimkou spôsobu doručenia tovaru, sa z pohľadu zákazníka proces nákupu prostredníctvom partnerského predaja nelíši od nákupu na mall.sk mimo partnerského predaja. V zmysle zverejnených obchodných podmienok pri partnerskom predaji v pozícii predávajúceho vo vzťahu k spotrebiteľovi vystupuje spoločnosť Mall.

---

<sup>196</sup> [...] - obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>197</sup> [...] - obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>198</sup> [...] - obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

216. V rámci vykonaného prieskumu úrad u oslovených maloobchodných predajcov kníh zisťoval, či považujú mall.sk a heureka.sk za svojich konkurentov. Zatiaľ čo mall.sk oslovení podnikatelia označovali skôr za konkurenta, heureka.sk označovali skôr za obchodného partnera, ktorého služby využívajú najmä ako podporu pri zviditeľnení, na reklamu svojho e-shopu. Boli ale aj takí podnikatelia, ktorí sa vyjadrili, že platformy všeobecne za konkurentov nepovažujú, alebo naopak, že by ich čiastočne bolo možné považovať za ich konkurentov.

217. Ako bolo uvedené vyššie, viacerí oslovení maloobchodní predajcovia kníh uviedli, že mall.sk sa dá považovať za ich konkurenta. Zároveň však niektorí poukázali na obmedzenú šírku sortimentu kníh mall.sk a jeden poukázal aj na nižšie zľavy. Podnikateľ ABC Knihy uviedol, že mall.sk vníma ako [.....]  
.....  
.....] <sup>199</sup>.

218. Na základe získaných podkladov a informácií – od Oznamovateľov, z prieskumu ako aj z verejných zdrojov, úrad dospel k nasledovným záverom ohľadom vzťahu aktivít heureka.sk a mall.sk (spolukontrolovaných jedným z nadobúdateľov kontroly – PT) a aktivít nadobúdaných podnikateľov Panta Rhei a IKAR:

- z hľadiska horizontálneho:

- Heureka.sk nemožno považovať za konkurenta maloobchodných predajcov kníh (tohto názoru sú aj Oznamovatelia). Medzi aktivitami heureka.sk a nadobúdaných spoločností preto nedochádza k horizontálnym prekryvom.
- Mall.sk možno považovať za maloobchodného predajcu kníh (tohto názoru sú aj Oznamovatelia), pričom v tomto zmysle ho možno zaradiť k forme internetového predaja kníh. Jeho každopádne limitovaným pôsobením v tejto oblasti sa úrad zaoberá v rámci vyhodnotenia horizontálnych dopadov koncentrácie.

- z hľadiska ne-horizontálneho:

- medzi pôsobením mall.sk a heureka.sk a nadobúdaných spoločností Panta Rhei a Ikar možno identifikovať vertikálny vzťah, a to
  - heureka.sk ako poskytovateľ služieb pre internetových maloobchodných predajcov kníh na dodávateľskej úrovni – Panta Rhei a IKAR ako prevádzkovatelia maloobchodných internetových obchodov s knihami na odberateľskej úrovni
  - mall.sk ako maloobchodný internetový predajca prostredníctvom tzv. „partnerského predaja“ ako podnikateľ poskytujúci túto službu na dodávateľskej úrovni - Panta Rhei a IKAR ako maloobchodní predajcovia kníh – (potenciálni) partneri mall.sk na úrovni odberateľov jeho služieb.

---

<sup>199</sup> [...] – obchodné tajomstvo ABC Knihy

## Priestorový relevantný trh

### *Informácie uvádzané v Oznámení*

219. Podľa Oznámenia existuje homogénnosť súťažných podmienok v rámci celého relevantného trhu. Čiastočné regionálne rozdiely súťažných podmienok, ktoré môžu existovať v oblasti maloobchodného predaja kníh Oznamovatelia nepovažujú za podstatné. Regionálne rozdiely podľa Oznámenia existujú v kúpyschopnosti obyvateľstva (a teda dopyte po tovaroch) ako aj v prevádzkových nákladoch (najmä nájomné). Vo všeobecnosti je možné konštatovať, že najvyššia kúpyschopnosť ale aj najvyššie náklady sú v kníhkupectvách v Bratislave. Na druhej strane vyššia kúpyschopnosť znamená aj vyšší celkový počet kníhkupectiev a vyšší počet obchodných centier. V konečnom dôsledku je možné dosahovať rovnakú ziskovosť, resp. rentabilitu (percento zisk/tržby), v kníhkupectvách v rôznych mestách a skutočná dosiahnutá rentabilita je určená ďalšími faktormi, ako je už spomenutý počet kníhkupectiev v meste, plocha kníhkupectva a pod. Z pohľadu možnosti dosahovania zisku a rentability tak Oznamovatelia považujú jednotlivé priestorové trhy v rámci trhu SR za zastupiteľné.

V Oznámení bolo teda predložené vymedzenie priestorového relevantného trhu maloobchodného predaja kníh bez rozdielu podľa predajného kanálu, pričom tento priestorový trh je podľa Oznámenia tvorený územím SR.

### *Zistenia úradu*

220. Ako bolo uvedené vyššie, úrad dospel k záveru, že s ohľadom na predajný kanál prichádzajú do úvahy viaceré alternatívy tovarových relevantných trhov v oblasti maloobchodného predaja kníh<sup>200</sup>. Pokiaľ ide o alternatívy z hľadiska predajného kanálu vymedzené ako (i) predaj prostredníctvom internetu ako samostatný relevantný trh a (ii) predaj prostredníctvom internetu a kamenných predajní ako jeden spoločný tovarový relevantný trh, s ohľadom na charakter tejto koncentrácie nie je nevyhnutné venovať sa podrobnejšej analýze ich priestorovej dimenzie, pričom s ohľadom na získané informácie možno pri posúdení tejto koncentrácie vychádzať z priestorového vymedzenia relevantného trhu tak, ako ho navrhli Oznamovatelia, t. j. ako územie SR. Úrad avšak poukazuje na to, že k uvedenému záveru ho nevedli v Oznámení predložené argumenty ohľadom porovnateľnej ziskovosti kamenných predajní s knihami v rôznych regiónoch SR, ktoré úrad nepovažuje za dostatočné.

221. Vo vzťahu k predajnému kanálu – kamenný predaj kníh, sa vychádzajúc zo získaných informácií sumarizovaných nižšie nemožno stotožniť s vymedzením priestorového relevantného trhu územím SR ako navrhujú Oznamovatelia. V Oznámení predložené argumenty ohľadom podobnej ziskovosti kamenných predajní s knihami v rôznych regiónoch v rámci SR úrad ani v tomto ohľade nepovažuje za dostatočné na preukázanie (ponukovej) zastupiteľnosti pri definícii geografického relevantného trhu.

---

<sup>200</sup> Ako bolo uvedené vyššie, rozlišovanie z hľadiska predajného kanála prichádza do úvahy aj pre alternatívy relevantného trhu predaj bežných kníh/diskontný predaj kníh. Zistenia ohľadom priestorového vymedzenia relevantného trhu uvedené nižšie sa vzťahujú aj na jednotlivé tieto spôsoby predaja.

222. Ako bolo uvedené vyššie, Panta Rhei prevádzkuje v SR 60 maloobchodných kamenných predajní (z toho 41 v obchodných centrách) pod značkou Panta Rhei v 34 mestách.

Vo všetkých krajoch SR ďalej prevádzkuje sieť kamenných kníhkupectiev podnikateľ Martinus – 11 predajní v 10 mestách<sup>201</sup> a vo väčšine krajov podnikateľ Knihy pre každého - 15 predajní v 13 mestách<sup>202</sup>. V SR ale pôsobí aj viacero menších, len regionálnych alebo len lokálnych kníhkupcov prevádzkujúcich jednu alebo niekoľko kamenných predajní, napr. kníhkupectvo TRANOSCIUS – 4 predajne (Dolný Kubín, Liptovský Hrádok, Liptovský Mikuláš (2x)), LIBRESSO – 2 predajne (Námestovo, Dolný Kubín), alter ego – 1 predajňa v Kežmarku, ČAS NA TICHU - 2 predajne (Snina, Humenné), LITTERA – 1 predajňa v Martine, Kníhkupectvo Viera Ševt – 1 predajňa v Nitre (podobne ďalšie lokálne kníhkupectvá). V SR ďalej pôsobí aj zoskupenie nezávislých kníhkupectiev vystupujúcich pod spoločným obchodným názvom Artforum – Bratislava, Žilina, Košice, Pezinok, Banská Bystrica, Prešov, Nové Zámky.

223. Úrad si od Oznamovateľov vyžiadal zoznam konkurenčných kamenných predajní vo vzťahu k jednotlivým kamenným predajniam Panta Rhei. Z uvedeného zoznamu vyplynulo, že štruktúra konkurencie jednotlivých predajní Panta Rhei je do veľkej miery v jednotlivých lokalitách rozdielna, a to pokiaľ ide o identitu konkurentov (väčší sieťoví, regionálni/lokálni), ako aj ich počet.

224. Na účely vymedzenia priestorového relevantného trhu, a teda identifikácie, ktoré (kde umiestnené) kamenné predajne predstavujú pre zákazníka kníhkupectva reálnu alternatívu pre nákup kníh, úrad analyzoval aj charakteristiky dopytu, a to aktuálny spôsob nákupu zákazníkmi. Na tieto účely úrad zisťoval informácie o spádovej oblasti kamenných predajní s knihami.

225. Oznamovatelia v tejto súvislosti uviedli, že predpokladajú, že bežná základná spádová oblasť pre kníhkupectvo v obchodnom centre [.....] .....]<sup>203</sup> a [.....].<sup>204</sup> Ďalej predpokladajú, že bežná základná spádová oblasť pre kníhkupectvo mimo OC je na úrovni mesta, v ktorom sa kníhkupectvo nachádza a priľahlých miest vo vzdialenosti [.....].<sup>205</sup>

226. Úrad zisťoval spádovú oblasť kamenných predajní aj od ďalších podnikateľov prevádzkujúcich kamenné maloobchodné predajne s knihami. Išlo tak o prevádzkovateľov väčších sietí kníhkupectiev, ako aj menších regionálnych a lokálnych kníhkupcov.<sup>206</sup> Týchto v rámci prieskumu požiadal o predloženie odhadu vzdialenosti, z ktorej sa do ich predajní dopravuje typický zákazník. Túto vzdialenosť mali vyjadriť v km a v minútach jazdy autom. V prípade, že sa táto vzdialenosť pre rôzne predajne (v zmysle ich geografického umiestnenia v jednotlivých mestách, umiestnenia v nákupných centrách a pod.) líši, mala byť špecifikovaná pre jednotlivé predajne samostatne.

<sup>201</sup> Bratislava (2x), Trnava, Nitra, Lučenec, Banská Bystrica, Žilina, Považská Bystrica, Martin, Košice, Poprad

<sup>202</sup> Banská Bystrica, Bratislava (3x), Košice, Liptovský Mikuláš, Martin, Partizánske, Piešťany, Považská Bystrica, Prievidza, Trenčín, Trnava, Zvolen, Žiar nad Hronom

<sup>203</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

<sup>204</sup> [...] - obchodné Tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>205</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

<sup>206</sup> MARTINUS, Knihy pre každého, kníhkupectvo ARTFORUM (Bratislava), TRANOSCIUS, LIBRESSO, alter ego, ČAS NA TICHU, LITTERA, Kníhkupectvo Viera Ševt

227. Pokiaľ ide o dojazdovú vzdialenosť v km, oslovení podnikateľa väčšinou odhadovali pre svoje prevádzky dojazdovú vzdialenosť hodnotou v rámci intervalu do 20 kilometrov, najväčšia predložená vzdialenosť bola 30 km. Pokiaľ ide o vzdialenosť meranú časom dojazdu autom do kamennej predajne, oslovení podnikateľa odhadovali pre jednotlivé svoje prevádzky väčšinou čas dojazdu, ktorý sa pohyboval v rámci rozmedzia 20 - 30 minút, [. . . . . ]<sup>207</sup>.

228. Niektorí oslovení podnikateľa spádovú oblasť svojich prevádzok vyjadrili slovné, napr. podnikateľ ARTFORUM s prevádzkou v Bratislave sa vyjadril, že prevažnú časť jeho zákazníkov tvoria zákazníci zo širšieho okolia kníhkupectva, podnikateľ LITTERA s prevádzkou v Martine uviedol, že v jeho predajni nakupuje v prevažnej miere zákazník z okresu Martin.

229. Odpovede predložené v rámci prieskumu možno zosumarizovať tak, že aj keď sa odhadovaná spádová oblasť kamenných prevádzok umiestnených v rôznych mestách do istej miery líšila, nešlo o významné rozdiely. Z prieskumu trhu ďalej vyplynulo, že aj keď určitý podnikateľ pod svojou značkou prevádzkuje len jednu alebo niekoľko kamenných prevádzok, ich spádová oblasť je porovnateľná (nie je zásadne väčšia) ako spádová oblasť prevádzok kníhkupectiev s väčším počtom predajní.

230. Z prieskumu teda vyplynulo, že typický zákazník jednotlivých podnikateľov sa za nákupom v kamenných predajniach dopravuje len do určitej vzdialenosti.

231. Úradom zistené informácie teda poukazujú na lokálne vymedzenie priestorových relevantných trhov kamenného predaja kníh. K vymedzeniu lokálnych priestorových relevantných trhov v oblasti maloobchodného predaja tovaru pritom bežne dochádza v praxi úradu<sup>208</sup> ako aj zahraničných súťažných autorít<sup>209</sup>.

232. S ohľadom na charakter tejto koncentrácie úrad ale nepovažuje za nevyhnutné uzavrieť presnú definíciu priestorového relevantného trhu predaja kníh prostredníctvom kamenných kníhkupectiev. Z horizontálneho hľadiska nedochádza pri kamennom predaji kníh medzi účastníkmi koncentrácie k prekryvom (kamenné prevádzky v SR prevádzkuje len podnikateľ Panta Rhei). Z pohľadu vertikálneho posúdenia dochádza v každom prípade k vzniku ovplyvnených trhov (už len z dôvodu postavenia IKAR), pričom pri vyhodnocovaní vertikálnych dopadov bude úrad zohľadňovať celkový charakter pôsobenia Panta Rhei v oblasti maloobchodného predaja kníh (v rámci toho aké predajné kanály prevádzkuje, počet kamenných predajní a ich umiestnenie), a to v porovnaní s jeho konkurentmi. V tejto súvislosti prihliadne aj na vyššie uvedené odlišnosti, pokiaľ ide počet a charakter lokálnej konkurencie, ktorá bola na vyžiadanie špecifikovaná Oznamovateľmi.

<sup>207</sup> [...] -obchodné tajomstvo podnikateľa MARTINUS

<sup>208</sup> Napríklad rozhodnutia úradu č.: 2012/FH/3/1/018 zo dňa 30. 04. 2012 (predaj liekov); 2013/FH/3/1/020 zo dňa 21. 08. 2013 (tovar dennej spotreby); 2014/FH/3/1/019 zo dňa 17. 07. 2014 (elektronika), č. 2019/KOH/SKO/3/37 z 28.11.2019 (nábytok/bytové doplnky).

<sup>209</sup> Napríklad rozhodnutie EK COMP/M.6506 Groupe Auchan/Magyar Hipermarket zo dňa 18. 04. 2012, rozhodnutie nemeckého súťažného úradu (Bundeskartellamt) vo veci Thalia-Gruppe / Mayersche KG / B.O.B. Best of Books GmbH zo 7.5.2019 (maloobchodný predaj kníh).

### III. POSÚDENIE ÚČINKOV KONCENTRÁCIE NA PODMIENKY HOSPODÁRSKEJ SÚŤAŽE

#### III.1 Posúdenie horizontálnych účinkov koncentrácie

233. K znižovaniu intenzity hospodárskej súťaže na relevantnom trhu, a teda k negatívnym horizontálnym účinkom koncentrácií môže dochádzať v prípadoch, ak účastníci koncentrácie (resp. podnikatelia z ich ekonomických skupín) pôsobia na rovnakom relevantnom trhu, pričom k značnému narušeniu podmienok hospodárskej súťaže na relevantnom trhu môže dochádzať najmä vytvorením alebo posilnením individuálneho alebo kolektívneho dominantného postavenia. Úrad posudzoval v tomto prípade, vzhľadom na aktivity účastníkov koncentrácie a existujúce prekryvy týchto aktivít v kontexte charakteristiky predmetných trhov len unilaterálne horizontálne efekty koncentrácie.

234. Z hľadiska posudzovania horizontálnych *unilaterálnych* účinkov predmetnej koncentrácie úrad zisťoval, či v dôsledku predmetnej koncentrácie dochádza k zníženiu intenzity hospodárskej súťaže (aktuálnej/potenciálnej) na ovplyvnených relevantných trhoch, pričom:

a) V rámci tzv. upstream trhu vydavateľskej činnosti<sup>210</sup>, t.j. nákupu práv na vydávanie kníh v slovenskom jazyku<sup>211</sup> - v tomto smere k horizontálnemu prekryvu aktivít nedochádza, keďže je tu aktívny len podnikateľ IKAR.<sup>212</sup>

b) V rámci downstream trhu vydavateľskej činnosti – t.j. dodávka kníh od vydavateľa k veľkoobchodníkovi vo vzťahu k SR, tu rovnako takmer nedochádza k prekrytiu aktivít účastníkov koncentrácie. Podnikateľ IKAR, ako je vyššie uvedené, využíva dodávky veľkoobchodníkom len v špecifických prípadoch [( . . . . . ) . . . . . ]<sup>213</sup>, podnikateľ EMG len zanedbateľne, aj z toho podstatnú časť dodal podnikateľovi IKAR ako veľkoobchodníkovi, t.j. tu možno charakterizovať skôr vertikálny vzťah, ako je i uvedené ďalej v texte.<sup>214</sup> Vzhľadom na uvedené a tiež na skutočnosť, že EMG dodáva do SR prevažne knihy v českom jazyku, úrad zhodnotil, že akékoľvek prekrytie aktivít na tejto úrovni je zanedbateľné a nie je potrebné ho bližšie skúmať. - [...] – *obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM*

c) V rámci trhu nákupu kníh veľkoobchodníkmi za účelom ich predaja do maloobchodu, priestorovo vymedzenom SR, k prekrytiu aktivít účastníkov koncentrácie nedochádza, resp. ak by aj úrad pripustil takéto prekrytie, je

<sup>210</sup> E -knihy ani audioknihy EMG nedodáva do SR, preto ak úrad posudzoval či existujú horizontálne prekrytia aktivít v rámci vydavateľskej alebo veľkoobchodnej činnosti, ide o prekrytia vo vzťahu k fyzickým výtlačkom kníh.

<sup>211</sup> Oblasť nákupu práv na vydanie knihy v inom ako slovenskom jazyku úrad neriešil, nakoľko jednak rozhodujúca časť kníh umiestňovaná na trh v SR je v slovenskom jazyku, v cudzom jazyku sa knihy dostávajú na trh v SR predovšetkým prostredníctvom dovozu cez veľkoobchodníkov a v tejto oblasti tiež nedochádza k prekrytiu aktivít účastníkov koncentrácie, nakoľko podnikateľ IKAR knihy v inom ako slovenskom jazyku nevydáva.

<sup>212</sup> V prípade podnikateľa EMG úrad zistil, že dodáva na trh v SR (do veľkoobchodu aj do maloobchodu) aj zanedbateľné množstvo kníh v slovenskom jazyku, pričom nie je zrejmé, či ide o knihy z vlastnej vydavateľskej činnosti alebo z jeho činnosti ako veľkodistribútora. Ide však o absolútne zanedbateľné množstvá, napr. v roku 2019 to bolo [...] % z jeho celkových dodávok na SR trh, ktoré boli vo výške cca [...] eur (t.j. max. by išlo o tržby v sume [...] eur). Rovnako úrad zistil, že pokiaľ ide o e-knihy a audioknihy, tieto EMG do SR nedodáva. - [...] – obchodné tajomstvo EMG, prístupné PT

<sup>213</sup> Ako je uvedené vyššie v časti textu k definícii maloobchodného trhu podľa typu predajne, supermarkety často majú jedného veľkoobchodníka ako exkluzívneho dodávateľa pre knižný sortiment.

<sup>214</sup> Konkrétne išlo o [...] % pre IKAR z jeho celkových dodávok do veľkoobchodu v SR. - [...] – obchodné tajomstvo EMG, prístupné PT



zanedbateľné. Podnikateľ EMG odberateľom dodáva prevažne literatúru v češtine, t.j. je zrejmé, že aj v súvisiacej oblasti veľkoobchodného nákupu kníh pôsobí najmä pokiaľ ide o knihy v českom jazyku, nákup kníh v slovenskom jazyku od vydavateľov veľkoobchodne tak uskutočňuje z účastníkov koncentrácie fakticky len podnikateľ IKAR.

d) V rámci veľkoobchodnej dodávky kníh do maloobchodu - kníhkupectiev v SR, pôsobí účastník koncentrácie IKAR a rovnako tak podnikateľ EMG. Podnikateľ IKAR má síce podiel na tomto trhu podľa zistenia úradu na úrovni [30-40]<sup>215</sup>% za rok 2019. Avšak trhový podiel podnikateľa EMG je na úrovni [0-5]<sup>216</sup>%.<sup>217</sup> Keďže je to zanedbateľný podiel a vzhľadom na to, že prevažná väčšina kníh dodávaných EMG je v českom jazyku (t.j. ani v tomto smere nepredstavuje blízkeho konkurenta IKARU), len [...] <sup>218</sup>% distribuovaných kníh od EMG je v slovenskom jazyku, úrad sa ďalej touto horizontálou nezaoberal.

e) V rámci predaja kníh inštitucionálnym odberateľom dochádza k horizontálnemu prekrytiu aktivít účastníkov koncentrácie, keďže inštitucionálnym odberateľom dodávajú IKAR, Panta Rhei, SV a zanedbateľne aj EMG. V prípade týchto odberateľov ide o špecifický odberný kanál, pričom tiež z hľadiska obsahu odoberá minimálne časť týchto odberateľov (školy a pod.) knihy prevažne odborného zamerania. Úrad v tomto smere nemal k dispozícii údaje ohľadne celkového trhu, ani o jednotlivých hráčoch, ktorí tu pôsobia, čo však v tomto prípade nebolo potrebné. Pre hrubý odhad postavenia účastníkov koncentrácie na tomto trhu použil údaj ohľadne trhu predaja učebníc<sup>219</sup>. Pri takomto odhade bol podiel účastníkov koncentrácie (Panta Rhei, IKAR, SV, EMG) maximálne okolo [5-10]<sup>220</sup>% trhu predaja učebníc. Vzhľadom na uvedené sa úrad ďalej týmto trhom nezaoberal.

f) V rámci maloobchodu s knihami predávanými v kníhkupectvách dochádza k prekrytiu aktivít, pokiaľ ide o niektoré z alternatív vymedzených trhov, ktoré úrad posúdil samostatne nižšie.

### **Maloobchodný predaj kníh v špecializovaných predajniach**

235. Ako vyplýva zo state Vymedzenie relevantných trhov, možno v tomto prípade uvažovať o viacerých alternatívach trhov, pričom k horizontálnemu prekrytiu aktivít dochádza na úrovni maloobchodu len v prípade niektorých z nich<sup>221</sup>, konkrétne:

a) V prípade alternatívne vymedzeného relevantného trhu maloobchodného predaja bežných (nie diskontný predaj) kníh v špecializovaných kamenných

<sup>215</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné podnikateľovi IM

<sup>216</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa EMG, prístupné podnikateľovi PT

<sup>217</sup> Pozícia IKAR a EMG na veľkoobchode je podrobnejšie v časti textu ohľadne vertikálnych účinkov koncentrácie.

<sup>218</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa EMG, prístupné podnikateľovi PT

<sup>219</sup> S tým, že je zrejmé, že učebnice sa nepredávajú len cez inštitucionálnych odberateľov a naopak, predaje pre inštitucionálnych odberateľov zahŕňajú širšie portfólio kníh ako len učebnice. Pre účely odhadu bol však takýto postup, vzhľadom na minimálne predaje inštitucionálnym odberateľom zo strany účastníkov koncentrácie dostatočný (u účastníkov koncentrácie mal úrad k dispozícii údaje za predaj inštitucionálnym odberateľom pre knihy bez ohľadu na obsah, t.j. nielen učebnice).

<sup>220</sup> [...] – obchodné tajomstvo účastníkov koncentrácie, pričom údaj je vypočítaný z dát, ktoré im nie sú vzájomne prístupné.

<sup>221</sup> Vo vzťahu k niektorým alternatívam trhov dochádza k horizontálnemu prekrytiu pokiaľ ide o audioknihy. Avšak vzhľadom na skutočnosti, ktoré úrad uviedol vyššie v časti. Aktivitu účastníkov koncentrácie, sa úrad audioknihami ďalej nezaoberal.

predajniach (kníhkupectvách) nie je žiadne horizontálne prekrytie, nakoľko tu pôsobí z účastníkov koncentrácie len podnikateľ Panta Rhei.

b) Vo vzťahu k maloobchodnému predaju kníh formou diskontu prostredníctvom kamenných predajní nedochádza k horizontálnemu prekrytiu aktivít, nakoľko tu pôsobí len podnikateľ Panta Rhei (prostredníctvom Knihy za Groš), rovnako platí v prípade diskontného maloobchodného predaja kníh na internete, kde pôsobí z účastníkov koncentrácie len IKAR.

c) V prípade alternatívne vymedzeného trhu maloobchodného diskontného predaja kníh bez ohľadu na predajný kanál dochádza k prekrytiu aktivít (Panta Rhei a IKAR) (v rozsahu, ako je posúdené nižšie).

d) V prípade alternatívy samostatného relevantného trhu maloobchodného predaja bežných kníh prostredníctvom internetu dochádza k horizontálnemu prekrytiu aktivít, nakoľko tu pôsobí účastník koncentrácie IKAR, rovnako tak aj Panta Rhei (v rozsahu ako je posúdené nižšie).

e) Rovnako tak dochádza k prekrytiu aktivít v prípade alternatívy maloobchodného trhu predaja bežných kníh bez ohľadu na formu predaja (t.j. kamenné predajne a predaj cez internet spolu), kde pôsobia ako IKAR, tak aj spoločnosť Panta Rhei (ako je posúdené nižšie).

#### Ad písm. c) Maloobchodný diskontný predaj kníh v kníhkupectvách a online v rámci SR

236. Z účastníkov koncentrácie na tomto trhu pôsobí podnikateľ Panta Rhei (prostredníctvom siete predajní Knihy za Groš) a podnikateľ IKAR.

237. Úrad v prvom rade zisťoval informácie o štruktúre predmetného relevantného trhu. Dáta pre vymedzenie postavenia jednotlivých hráčov na trhu úrad získaval priamo od najväčších predajcov na trhu a zo Správ o knižnom trhu za roky 2016, 2017, 2018 a 2019 (ohľadne celkovej veľkosti trhu)<sup>222</sup>. Úrad pritom oslovil predovšetkým všetkých významných maloobchodných predajcov kníh, ktorých za konkurentov označil účastník konania.

238. Úrad na tomto mieste uvádza podiely na trhu vychádzajúc z dát ohľadne tržieb oslovených maloobchodných predajcov. Celkovú veľkosť diskontného trhu úrad vyčíslil nasledovným spôsobom. Z údajov od oslovených subjektov vypočítal pomer diskontného trhu kamenných predajní za každý rok 2016-2019 ku celkovému trhu kamenných predajní (oslovení podnikatelia predstavovali spolu v rokoch 2016-2019 približne 68% do 73% celkového predaja kníh prostredníctvom kamenných kníhkupectiev). Následne tieto podiely úrad aplikoval na celý trh a tak dostal číslo

<sup>222</sup> Úrad teda pre odhad celkového trhu vychádzal z rovnakého zdroja ako Oznamovatelia, avšak použil presnejšiu metodiku. Oznamovatelia z celkového trhu, ako je uvedené vyššie správne odrátali predaje učebníc, avšak neodráтали iné typy maloobchodného predaja. Nakoľko Správa o stave knižného trhu tieto dáta obsahovala a relevantný trh bol definovaný ako trh maloobchodného predaja kníh v kníhkupectvách (v alternatívach ako je v časti trhy), úrad použil údaj o odhade celkového trhu očistený nielen o predaj učebníc, ale aj o predaj v supermarketoch a „door to door“ predaj pre všetky roky, pre roky 2018 a 2019 bol tiež v Správe odhadnutý predaj prostredníctvom predajní, ktoré majú knihy ako vedľajší tovar, ktorý úrad rovnako odrátal. Uvedené platí pre všetky alternatívy maloobchodných trhov.

veľkosti diskontného trhu kamenných predajní za jednotlivé roky. Rovnako vypočítal pomery diskontného trhu internetového predaja za každý rok od 2016-2019 na celkovom trhu internetového predaja z dát od oslovených subjektov (ktoré spolu predstavovali v rokoch 2016-2019 od 78% do 90% trhu internetového predaja kníh). Následne tieto podiely úrad aplikoval na celý trh a tak dostal číslo veľkosti diskontného trhu internetového predaja za jednotlivé roky. Zrátaním uvedeného úrad vyčíslil veľkosť trhu diskontného predaja celkovo za jednotlivé roky.

Tabuľka č. 4 Podiely predajcov kníh na trhu diskontného predaja kníh v kníhkupectvách a online v SR

<b>Predajcovia</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b><i>Panta Rhei</i></b>	[0-5] <sup>223</sup> %	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%
<b><i>Ikar</i></b>	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
<b><i>Spolu</i></b>	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%	[20-30]%
<b>Knihy pre každého</b>	[50-60]%	[60-70]%	[50-60]%	[50-60]%
<b>Martinus</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Čas na ticho</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Ostatní</b>	[30-40]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%

239. Z uvedeného vyplýva, že Panta Rhei začala na tomto trhu pôsobiť v roku 2017, pričom svoj podiel postupne zvyšuje - v roku 2019 dosahuje už cca [10-20]<sup>224</sup>% podiel, na trhu pôsobí prostredníctvom 7 predajní Knihy za Groš, z toho 3 sú umiestnené v obchodných centrách. Naopak IKAR na tomto trhu [. . . . .]<sup>225</sup>. Ich spoločný podiel siete vyrástol v roku 2019 na cca [20-30]<sup>226</sup>%, avšak na tomto trhu je jednoznačným lídrom podnikateľ Knihy pre každého, ktorý na trhu pôsobí prostredníctvom 15 kamenných predajní, z toho 12 v obchodných centrách a tiež predáva knihy na online. Prieskumom nepokrytý zvyšok trhu, vymedzený v tabuľke ako „Ostatní“ predstavujú menšie kníhkupectvá rôzneho zamerania, plnosortimentné aj špecificky zamerané (odborná literatúra, cudzojazyčná literatúra a podobne). Pri týchto nie je z hľadiska ich podielov na trhu v SR predpoklad, že by dosahovali podiely vyššie ako subjekty uvedené v tabuľke (minimálne väčšina z nich), nakoľko úrad získal informácie od podnikateľov, ktorí sa vzájomne označovali za konkurentov<sup>227</sup>.

240. Pokiaľ ide o charakter maloobchodného predaja účastníkov koncentrácie, napriek tomu, že v tomto prípade ide o alternatívu vymedzenia trhu maloobchodného predaja kníh prostredníctvom internetu a kamenných predajní spoločne, úrad zobral do úvahy, že IKAR nedisponuje žiadnou kamennou predajňou, t.j. trhovú podiel sa z tohto hľadiska neposilní na úrovni žiadnej konkrétnej lokality, naopak, podnikateľ Knihy pre každého je z tohto pohľadu komplexným hráčom. Na základe uvedených skutočností úrad dospel k záveru, že koncentrácia z tohto hľadiska nevyvoláva súťažné obavy.

#### Ad písm. d) Maloobchodný predaj bežných kníh prostredníctvom internetu v rámci SR

<sup>223</sup> [...] – obchodné tajomstvo, pričom podiely Panta Rhei a IKAR, ako aj ich podiel spolu sú prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>224</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>225</sup> [...] - obchodné tajomstvo Ikar, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>226</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>227</sup> Prípadne aj informácie o maloobchodnom predaji, ktoré úrad získal v rámci prieskumu trhu od subjektu, ktorý primárne podniká ako vydavateľ a veľkoobchodník, ktorý predáva maloobchodne len v malom rozsahu je v tabuľke zaradený. Uvedené platí pre všetky alternatívy maloobchodných trhov.

241. Z účastníkov koncentrácie na tomto trhu pôsobí Panta Rhei, prostredníctvom svojho e.shopu pantarhei.sk a IKAR, prostredníctvom web stránok [www.luxusnakniznica.sk](http://www.luxusnakniznica.sk), [www.bux.sk](http://www.bux.sk). Rovnako tu pôsobí aj podnikateľ PT prostredníctvom platformy mall.sk. Oznamovateľ uviedol, že knihy z celkových tržieb mall.sk tvorili v roku 2018 iba [. . . .]%,<sup>228</sup> čo je cca [. . . . .] eur<sup>229</sup>. Tieto tržby tvorili približne [. . . .]%,<sup>230</sup> trhu predaja kníh prostredníctvom internetu, preto sa úrad týmto ďalej osobitne, pokiaľ ide o štruktúru daného trhu nezaoberal.

242. Úrad v prvom rade zisťoval informácie o štruktúre predmetného relevantného trhu. Dáta pre vymedzenie postavenia jednotlivých hráčov na trhu úrad získaval priamo od najväčších predajcov na trhu a zo Správ o knižnom trhu za roky 2016, 2017, 2018 a 2019 (ohľadne celkovej veľkosti trhu). Úrad pritom oslovil predovšetkým všetkých významných maloobchodných predajcov kníh, ktorých za konkurentov označil účastník konania.

243. Úrad na tomto mieste uvádza podiely na trhu vychádzajúc z dát ohľadne tržieb oslovených MO predajcov.

244. Pokiaľ ide o celkovú veľkosť trhu za rok 2019, úrad vychádzal zo Správy o knižnom trhu 2019, kde bola veľkosť trhu predaja kníh vyčíslená na 110 miliónov eur, z toho podiel predaja prostredníctvom internetu bol odhadnutý na 21%<sup>231</sup>. Na základe týchto informácií úrad stanovil veľkosť trhu predaja kníh prostredníctvom internetu na 23,1 milióna eur. Tento údaj bol ešte očistený o veľkosť tržieb diskontného predaja prostredníctvom internetu a to nasledovnou metodikou. Úrad mal z prieskumu k dispozícii dáta o obratoch za predaj bežných kníh ako aj diskontných kníh najväčších predajcov, ktorí tvoria približne 90% trhu (čo úrad zistil porovnaním veľkosti ich spoločných tržieb a celkových tržieb vyčíslených zo Správy o knižnom trhu 2019). Úrad vyčíslil percentuálny podiel diskontného predaja u týchto predajcov a aplikoval ho na celkový trh. Tento podiel odpočítal od celkového trhu, čím očistil bežné knihy od diskontu.

Tabuľka č. 5 Podiely predajcov kníh na trhu online obchodu bežných kníh

<b>Predajcovia</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Panta Rhei	[5-10] <sup>232</sup> %	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Ikar	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
<i>Spolu</i>	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Martinus	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
Megaknihy.sk	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Knihy pre každého	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

<sup>228</sup> [...] –obchodné tajomstvo; prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>229</sup> [...] –obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>230</sup> [...] –obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>231</sup> Úrad uvádza informácie obsiahnuté v Správe o knižnom trhu 2019: .. Str. 8: „Vzhľadom na nedostupnosť oficiálnych štatistických presných a kompletných údajov o tržbách na slovenskom knižnom trhu, je veľmi ťažké určiť presne tak celkový obrat trhu ako aj podiel jednotlivých subjektov.“ ... Správa o knižnom trhu 2019 taktiež uvádza, že poradie subjektov uvádzaných v správe vychádza z porovnávania tržieb vyjadrených v rôznych cenách - vydavateľských alebo veľkoobchodných a maloobchodných a súčasne sú v týchto obratoch zahrnuté aj obraty za iný ako knižný sortiment; taktiež jednotlivé spoločnosti vykazujú údaje v neidentických obdobiach (kalendárny rok, fiškálny rok)“. Nakoľko však prieskumom zistené údaje o tržbách na danom relevantnom trhu priamo od jednotlivých subjektov tu pôsobiacich predstavovali v súčte 90% veľkosti trhu podľa Správy, úrad tu uvádzané rezervy odhadu celkovej veľkosti trhu nebral do úvahy.

<sup>232</sup> [...] – obchodné tajomstvo, pričom podiely Panta Rhei a IKAR, ako aj ich podiel spolu sú prístupné všetkým účastníkom konania

Littera	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Artforum	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Literama kyberos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Mojakniha.sk	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Alter ego	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Eugenika	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Čas na ticho	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Tranoscius	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ostatní	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%

Zdroj: zistenia úradu na základe oslovenia predajcov kníh a zo Správ o knižnom trhu

245. Ako vyplýva z vyššie uvedeného, na tomto trhu je lídrom dlhodobu MARTINUS, so stagnujúcim podielom pohybujúcim sa v rokoch 2016 až 2019 od [50-60]<sup>233%</sup> do [50-60]<sup>234%</sup>. Podiel Panta Rhei na tomto trhu pred koncentráciou rástol. Z podielu [0-5]<sup>235%</sup> v roku 2016 sa spoločnosť dostala na podiel [10-20]<sup>236%</sup> v roku 2019. Podiel predajcu IKAR [. . . . .]<sup>237</sup> približne okolo [0-5]<sup>238%</sup>. Ich spoločný podiel ako účastníkov koncentrácie postupne rastie z podielu cca [10-20]<sup>239%</sup> v roku 2016 na podiel cca [10-20]<sup>240%</sup> v roku 2019. Pomerne významným hráčom na tomto trhu sú Megaknihy s približne [10-20]<sup>241%</sup> podielom. Nasleduje niekoľko účastníkov trhu, cca 3 (z ktorých väčšina maloobchodne predáva aj prostredníctvom kamenných predajní) s podielom okolo [0-5]<sup>242%</sup>. Ostatní účastníci trhu majú zanedbateľné podiely.

246. Napriek postupnému rastu trhového podielu Panta Rhei a aj spoločného rastu Panta Rhei a IKAR, majú tieto spoločnosti po koncentracii nízky trhový podiel, pohybujúci sa na hranici ovplyvneného trhu. Rovnako tak úrad zobral do úvahy skutočnosť, že v prípade podnikateľa IKAR je charakter jeho maloobchodného predaja kníh cez internet odlišný. Na rozdiel od Panta Rhei, MARTINUSu, prípadne aj ďalších predajcov, sa zameriava len na užšie vymedzený sortiment, prostredníctvom www.luxusnakniznica.sk ponúka predaj špeciálnych knižných projektov v menšej miere predaj zahraničných luxusných knižných edícií (napr. vydavateľstvo Assouline) a prostredníctvom bux.sk [. . . . .]<sup>243</sup> Vzhľadom najmä na stabilný podiel najväčšieho hráča na tomto trhu, odstup podielu účastníkov koncentrácie po jej uskutočnení, ako aj vzhľadom na odlišné zameranie maloobchodného predaja spoločnosti IKAR úrad konštatuje, že predmetná koncentrácia nevyvoláva obavy z narušenia súťaže z tohto hľadiska.

Ad písm. e) Maloobchodný predaj bežných kníh (mimo diskontného predaja) prostredníctvom kamenných predajní a internetu

247. Z účastníkov koncentrácie na tomto trhu pôsobí Panta Rhei, prostredníctvom svojho e-shopu pantarhei.sk a prostredníctvom kamenných predajní uvedených

<sup>233</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>234</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>235</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>236</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>237</sup> [...] – obchodné tajomstvo Ikar. Prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>238</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>239</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľov Panta Rhei a IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>240</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei a IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>241</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Megaknihy

<sup>242</sup> [...] – obchodné tajomstvo

<sup>243</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM.

vyššie, ako aj IKAR prostredníctvom web stránok [www.luxusnakniznica.sk](http://www.luxusnakniznica.sk), [www.bux.sk](http://www.bux.sk). Rovnako tu pôsobí aj podnikateľ PT prostredníctvom platformy mall.sk. Oznamovateľ uviedol, že knihy z celkových tržieb mall.sk tvorili v roku 2018 iba [. . . . . ]%<sup>244</sup>, čo je cca [. . . . . ]<sup>245</sup> Eur. Tieto tržby tvorili približne [. . . . . ]%<sup>246</sup> trhu predaja kníh prostredníctvom kamenných predajní a internetu, preto sa úrad týmto ďalej nezaoberal.

248. Úrad v prvom rade zisťoval informácie o štruktúre predmetného relevantného trhu. Dáta pre vymedzenie postavenia jednotlivých hráčov na trhu úrad získaval priamo od najväčších predajcov na trhu a zo Správ o knižnom trhu za roky 2016, 2017, 2018 a 2019 (ohľadne celkovej veľkosti trhu). Úrad pritom oslovil predovšetkým všetkých významných predajcov kníh, ktorých za konkurentov označil účastník konania.

249. Úrad na tomto mieste uvádza podiely na trhu vychádzajúc z dát ohľadne tržieb oslovených MO predajcov. Pokiaľ ide o celkovú veľkosť trhu za rok 2019, úrad vychádzal zo Správy o knižnom trhu 2019<sup>247</sup>, kde bola veľkosť trhu vyčíslená na 110 miliónov eur, z toho podiel predaja prostredníctvom internetu bol odhadnutý na 21% a podiel predaja prostredníctvom kamenných predajní na 57%, čo činilo spoločný podiel 78%. Na základe týchto informácií úrad stanovil veľkosť trhu kamenných predajní a internetu na 85,8 milióna eur. Tento údaj bol ešte očistený o veľkosť tržieb diskontného predaja a to nasledovnou metodikou. Úrad mal z prieskumu k dispozícii dáta o obratoch za predaj bežných kníh ako aj diskontných kníh najväčších predajcov, ktorí tvoria približne 78% trhu (čo úrad zistil porovnaním veľkosti ich spoločných tržieb a celkových tržieb vyčíslených zo Správy o knižnom trhu 2019). Úrad vyčíslil percentuálny podiel diskontného predaja u týchto predajcov a aplikoval ho na celkový trh. Tento podiel odpočítal od celkového trhu, čím očistil bežné knihy od diskontu.

250. V obrate za trh kamenných predajní v rokoch 2016 a 2017 nie sú zahrnuté len klasické kamenné predajne, ale aj iné maloobchodné predajne (supermarkety nie). Keďže úrad nedisponoval údajmi za iné maloobchodné predajne, tieto tu nechal zarátané v prospech oznamovateľa.

Tabuľka č. 6 Podiely predajcov kníh na trhu kamenných predajní a online predaja spolu

<b>Predajcovia</b>	<b>2016<sup>248</sup></b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Panta Rhei	[30-40] <sup>249</sup> %	[30-40]%	[30-40]%	[40-50]%
Ikar	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<i>Spolu</i>	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%	[40-50]%
Martinus	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
Megaknihy.sk	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Knihy pre každého	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Artforum	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

<sup>244</sup> [...] – Obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>245</sup> [...] – Obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>246</sup> [...] – Obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB.

<sup>247</sup> K rezervám v rámci dát vychádzajúc zo Správy o knižnom trhu viď predošlú poznámku pod čiarou.

<sup>248</sup> V obrate za trh kamenných predajní v rokoch 2016 a 2017 nie sú zahrnuté len klasické kamenné predajne, ale aj iné maloobchodné predajne (supermarkety nie). Keďže nebolo možné odrátať obrat za tieto iné predajne, úrad nechal údaj bezo zmeny, t.j. v prospech oznamovateľa.

<sup>249</sup> [...] – obchodné tajomstvo, pričom podiely Panta Rhei a IKAR, ako aj ich podiel spolu sú prístupné účastníkom konania

Littera	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Alter ego	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Tranoscius	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ABCknihy	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Literama kyberos	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Mojakniha.sk	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Libresso	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Čas na ticho	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Eugenika	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ostatní	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%

Zdroj: zistenia úradu na základe oslovenia predajcov kníh a zo Správ o knižnom trhu

251. Ako vyplýva z vyššie uvedeného, na tomto trhu je lídrom dlhodobo Panta Rhei s podielom za roky 2016 až 2019 od [30-40]<sup>250%</sup> do [40-50]<sup>251%</sup>. Touto koncentráciou by sa tento podiel pohyboval na hranici [40-50]<sup>252%</sup>. Druhým najvýznamnejším hráčom na trhu je podnikateľ MARTINUS s podielom [20-30]<sup>253%</sup> až [20-30]<sup>254%</sup>, nasledujú traja podnikatelia s podielom okolo [0-5]<sup>255%</sup>, ostatní účastníci trhu majú zanedbateľné podiely.

252. Touto koncentráciou sa pozícia Panta Rhei ako jednotky na uvedenom trhu mierne posilňuje, jej podiel sa dostáva na hranicu [40-50]<sup>256%</sup>, avšak prírastok trhového podielu je v kontexte aj charakteru pôsobenia podnikateľa IKAR na trhu minimálny. Pokiaľ ide o charakter maloobchodného predaja účastníkov koncentrácie, napriek tomu, že v tomto prípade ide o alternatívu vymedzenia trhu maloobchodného predaja kníh prostredníctvom internetu a kamenných predajní spoločne, úrad zobral do úvahy, že IKAR nedisponuje žiadnou kamennou predajňou, t.j. trhový podiel sa z tohto hľadiska neposilní na úrovni žiadnej konkrétnej lokality, naopak, dochádza k posilneniu trhového podielu na internete, kde je druhý najvýznamnejší hráč celkovo, podnikateľ MARTINUS, rozhodujúcim hráčom.

253. Vzhľadom na uvedené skutočnosti úrad dospel k záveru, že koncentrácia z tohto hľadiska nevyvoláva súťažné obavy.

### **III.2 Nehorizontálne účinky koncentrácie**

254. V kontexte vertikálnej nadväznosti podnikateľských činností: nákup práv na vydanie knihy - vydávanie kníh – veľkoobchod s knihami - maloobchod s knihami, úrad skúmal vplyv získania spoločnej kontroly Oznamovateľmi PT a LB nad podnikateľom Panta Rhei a Oznamovateľmi PT, LB a IM nad podnikateľom IKAR na podmienky hospodárskej súťaže na relevantnom trhu.

255. V tomto prípade ide, vzhľadom na aktivity účastníkov koncentrácie a ich ekonomických skupín predovšetkým o nehorizontálne účinky predmetnej

<sup>250</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>251</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>252</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei a IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>253</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>254</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>255</sup> [...] – obchodné tajomstvo

<sup>256</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei a IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

koncentrácie, kde úrad posudzuje, či takáto koncentrácia môže zmeniť schopnosť a motiváciu účastníkov koncentrácie správať sa na relevantnom trhu spôsobom obmedzujúcim hospodársku súťaž v konečnom dôsledku v neprospech spotrebiteľov. Protisúťažné obavy v prípade nehorizontálnych koncentrácií môžu vzniknúť ako dôsledok unilaterálnych účinkov alebo koordinačných účinkov. V tomto prípade, vzhľadom najmä na štruktúru ovplyvnených trhov, rozsah a charakter aktivít účastníkov koncentrácie (a ich ekonomických skupín na daných trhoch) a charakter konkurentov a ich aktivít na daných trhoch, bolo relevantné sa zaoberať len unilaterálnymi nehorizontálnymi účinkami predmetnej koncentrácie.

256. Negatívne unilaterálne efekty vertikálnej koncentrácie vznikajú v prípade, ak v jej dôsledku dochádza k obmedzeniu prístupu k trhu, a to vo forme obmedzenia prístupu k vstupom (pre konkurentov na odberateľskom trhu) alebo obmedzenia prístupu k zákazníkom (pre konkurentov na dodávateľskom trhu).

257. Pri posudzovaní pravdepodobnosti scenára obmedzenia prístupu k vstupom sa skúma: (1) či subjekt po koncentrácii bude mať schopnosť brániť alebo znevýhodňovať prístup konkurentov k vstupom, (2) či bude mať motiváciu uskutočniť uvedené a (3) či táto stratégia bude mať výrazný škodlivý účinok na hospodársku súťaž na odberateľskom trhu.

258. V prípade obmedzenia prístupu k zákazníkom sa skúma: (1) či subjekt bude mať po koncentrácii schopnosť zabrániť alebo znevýhodňovať prístup konkurentov k odberateľom znížením alebo znevýhodnením svojich nákupov od svojich konkurentov na dodávateľskom trhu, (2) či bude mať motiváciu na takéto obmedzenie a (3) či táto stratégia bude mať značný škodlivý vplyv na konkurentov na dodávateľskom a v konečnom dôsledku aj odberateľskom trhu.

259. Subjekt po koncentrácii môže vertikálnou integráciou tiež získať prístup k citlivým obchodným informáciám týkajúcim sa činností konkurentov na dodávateľskom alebo odberateľskom trhu.

260. Úrad ohľadne vymedzenia možných vertikálnych vzťahov medzi účastníkmi koncentrácie (a ich ekonomickými skupinami), vzhľadom na ich aktivity, popísané v časti trhov zistil nasledovné :

I. K vertikálnemu prepojeniu na úrovni predaj kníh v SR od vydavateľa (IKAR, EMG) k veľkoobchodníkovi (IKAR, EMG):

a) nedochádza, pokiaľ ide o slovenskú literatúru (pôvodnú aj prekladovú), nakoľko ako je uvedené vyššie, IKAR do veľkoobchodu knihy nedodáva<sup>257</sup>, aktivity EMG pokiaľ ide o literatúru v slovenskom jazyku sú zanedbateľné,

b) dochádza, pokiaľ ide o cudzojazyčnú literatúru, nakoľko, ako je uvedené vyššie, EMG dodáva do veľkoobchodu knihy v češtine, IKAR ako veľkoobchodný distribútor môže byť odberateľom na dolnom trhu, pričom v tejto alternatíve úrad posúdil pozíciu EMG ako dodávateľa najmä českej literatúry do veľkoobchodu v SR bez ohľadu na to, či išlo o knihy z jeho vydavateľskej činnosti alebo z vydavateľskej činnosti tretích strán.

<sup>257</sup> Ikar len v rámci špecifických dodávok veľkoobchodníkovi, ktorý dodáva ďalej knihy do špecifického kanála – hypermarket, čo však nebolo predmetom záujmu v tomto konaní.



II. K vertikálnemu prepojeniu na úrovni predaj kníh od veľkoobchodníka (IKAR, EMG) do maloobchodu, t.j. do kníhkupectiev<sup>258</sup> (Panta Rhei, IKAR) dochádza v nasledovných alternatívach trhov:

- a) veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný predaj kníh (len tlačené knihy)<sup>259</sup>, v kamenných kníhkupectvách (bez diskontného predaja), a to na celonárodnej ako aj lokálnej úrovni (v rámci priestorového vymedzenia trhov kamenných predajní)
- b) veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný predaj kníh (len tlačené knihy) v kamenných kníhkupectvách aj online (bez diskontného predaja) v SR
- c) veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný predaj kníh online v SR (len tlačené knihy)
- d) veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný diskontný predaj kníh (len tlačené knihy)<sup>260</sup> v kamenných predajniach<sup>261</sup>, a to na celonárodnej aj lokálnej úrovni.

261. Relevantné trhy súvisiace s vydavateľskou činnosťou, a to nákup práv na vydanie knihy v slovenčine (v členení na pôvodnú a prekladovú literatúru) – podnikateľ IKAR a relevantný trh nákupu kníh v slovenskom jazyku veľkoobchodníkmi od tretích strán (najmä vydavateľov) na účely ich distribúcie/trh poskytovania služieb distribúcie tretím stranám (najmä vydavateľom), kde súťaží podnikateľ IKAR ako veľkoobchodník s ostatnými distribútormi o nákup kníh od vydavateľov, priamo súvisia s vertikálnou integráciou podnikateľa IKAR. Preto bolo nevyhnutné zaoberať sa nielen trhmi, kde vzniká priama vertikála, ale aj tu uvedenými trhmi z hľadiska ich štruktúry, fungovania a teda postavenie IKAR na týchto trhoch bolo nevyhnutné posúdiť v kontexte vertikálneho prepojenia vznikajúceho touto koncentraciou, t.j. veľkoobchod s knihami (IKAR) a maloobchod s knihami (Panta Rhei) – v príslušných alternatívach trhov.

III. Vertikálne prepojenie vzniká tiež, pokiaľ ide o

- a) heureka.sk ako poskytovateľ služieb pre internetových maloobchodných predajcov kníh na dodávateľskej úrovni – Panta Rhei a IKAR ako prevádzkovatelia maloobchodných internetových obchodov s knihami na odberateľskej úrovni
- b) mall.sk ako maloobchodný internetový predajca [. . . . .] ako podnikateľ poskytujúci túto službu na dodávateľskej úrovni - Panta Rhei a Ikar ako maloobchodní predajcovia kníh – (potenciálni) partneri mall.sk na úrovni odberateľov jeho služieb. S ohľadom na minimálny objem predaja kníh na mall.sk [. . . . .] (v roku 2018 len [. . . . .]<sup>262</sup> EUR) a s ohľadom na skutočnosť, že [. . . . .]<sup>263</sup> takto predaných kníh bolo prostredníctvom mall.sk [. . . . .]<sup>264</sup> - úrad dospel k záveru, že koncentrácia nepovedie k negatívnym dopadom na hospodársku súťaž v dôsledku obmedzenia prístupu k vstupom – službám partnerského predaja podnikateľa Mall.

<sup>258</sup> Viď vyššie v časti trhy, kde úrad vylúčil VO predaj do supermarketov (a aj predaj v supermarketoch na MO) do samostatných trhov.

<sup>259</sup> Panta Rhei e-knihy nepredáva, k audioknihám sa úrad vyjadril v časti textu týkajúcej aktivít účastníkov koncentrácie.

<sup>260</sup> Úrad v ďalšom texte v prípade týchto vertikálnych prepojení pre zjednodušenie používa pojem knihy, v závere hodnotenia vertikálnych prepojení zdôrazňuje, že ide o záver vo vzťahu k tlačným knihám.

<sup>261</sup> Online nie, nakoľko Panta Rhei nepredáva diskontne knihy online, len IKAR ako maloobchodník, t.j. tu vertikála s veľkoobchodom nevzniká.

<sup>262</sup> [...] –obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>263</sup> [...] –obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>264</sup> [...] - obchodné tajomstvo Oznamovateľov koncentrácie, prístupné všetkým účastníkom konania

Rovnako koncentrácia nepovedie k negatívnym dopadom na hospodársku súťaž ani v dôsledku obmedzenia prístupu k odberateľom - Panta Rhei a Ikar ako maloobchodným internetovým predajcom kníh, s ohľadom na skutočnosť, že spoločnosti Panta Rhei a Ikar nemožno považovať za významnú zákaznícku bázu pre platformy podobné mall.sk, ktoré predávajú širokú škálu rôznych tovarov.<sup>265</sup>

262. Vzhľadom na vyššie uvedené sa teda úrad ďalej v stručnosti v texte osobitne zaoberal tiež vertikálnym prepojením uvedeným pod bodom I. b) a III. a). Avšak predovšetkým sa zaoberal vertikálnym prepojením vo vzťahu k veľkoobchodu s knihami verzus maloobchod s knihami – bod II vyššie v príslušných alternatívach, čo predstavuje vzhľadom na rozsah aktivít účastníkov koncentrácie (najmä Panta Rhei a IKAR) najdôležitejší a najvýznamnejší vertikálny vzťah.

### **III.2.1 Vertikálne prepojenie dodávok kníh v českom jazyku od vydavateľa/a veľkoobchodníka (EMG) k veľkoobchodníkovi (IKAR)**

#### *Vyjadrenie Oznamovateľov*

263. Vychádzajúc z Oznámenia, podnikateľ EMG dodáva do SR tituly [. . . . .] v českom jazyku, [. . . . .] anglické tituly a [. . . . .] v slovenčine.<sup>266</sup>

264. Podľa Oznamovateľov uvedené vertikálne prepojenie nevzbudzuje súťažné obavy, a to predovšetkým vzhľadom na rozsah aktivít EMG na tomto trhu, možnosť nákupu českej literatúry aj od iných subjektov, ako aj klesajúci význam českých titulov dodávaných do SR.

265. Podľa Oznámenia<sup>267</sup> na slovenský trh sa dostávajú aj knihy zo zahraničných vydavateľstiev, teda knihy primárne určené pre iné trhy – jedná sa (stále tradične) o knihy v českom jazyku, knihy v maďarskom jazyku a samozrejme aj knihy v angličtine a ostatných jazykoch (nemčina, ruština, atď.). Zatiaľ čo objem kníh v českom jazyku [. . . . .], podiel kníh v angličtine [. . . . .].<sup>268</sup>

#### *Posúdenie úradu*

266. Predovšetkým úrad zistil, vo vzťahu k titulom v cudzích jazykoch, že tieto sú dodávané do SR najmä prostredníctvom veľkoobchodníkov, prípadne aj vydavateľov – v prípade EMG ide o vertikálne integrovaný subjekt, t.j. vydavateľa aj veľkoobchodníka. [. . . . .]<sup>269</sup>, a to na ďalšiu distribúciu do veľkoobchodu a aj do maloobchodu (zanedbateľne aj inštitúciám).

<sup>265</sup> V Oznámení sa pritom uvádza, že aktuálny objem predaja kníh v týchto formách je skôr okrajový. Ako príklad Oznamovateľa uvádzajú, že na tržbách Mall tvorí predaj kníh len [. . . . .]. - [...] – obchodné tajomstvo

<sup>266</sup> [...] - obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>267</sup> Príloha č. 14 doplnenia Oznámenia z 6.3.2020.

<sup>268</sup> [...] - obchodné tajomstvo Oznamovateľov, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>269</sup> [...] - obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

267. V tomto smere vzniká vertikálne prepojenie dodávok kníh podnikateľom EMG do veľkoobchodu, kde pôsobí podnikateľ IKAR. Podľa Oznámenia<sup>270</sup>, spoločnosť EMG realizovala v roku 2019 tržby so Slovenskom v celkovej výške [.....] €, z čoho [.....]% bolo v českom jazyku, [.....]% v anglickom, [.....]% slovenskom, [.....]% ostatné jazyky. Úrad ďalej vzhľadom na drvivú väčšinu kníh dodaných EMG v českom jazyku a tiež na aj Oznamovateľmi uvádzané určité osobité postavenie češtiny oproti iným cudzím jazykom, sa ďalej sústredil na identifikáciu dopadov vzniku predmetného vertikálneho prepojenia v tomto užšom poňatí, t.j. v kontexte dodávok českých kníh do veľkoobchodu v SR. - [...] – obchodné tajomstvo EMG, prístupné PT

268. Úrad v rámci uvedenej vertikály posudzoval možnosť obmedzenia prístupu k vstupom (t.j. k dodávkam českých kníh) pre odberateľov - konkurentov spoločnosti IKAR na veľkoobchode a možnosť obmedzenia prístupu k odberateľom pre konkurentov spoločnosti EMG v rámci dodávok českých kníh do slovenského veľkoobchodu.

269. Z hľadiska možnosti obmedzenia prístupu k vstupom úrad zistil nasledovné. Podnikateľ EMG dodával do SR ako je vyššie uvedené napr. za rok 2019 knihy v objeme tržieb za cca [.....] Eur<sup>271</sup>. Z toho však viac ako polovica obratu bola realizovaná s maloobchodnými odberateľmi. S veľkoobchodom zrealizovala EMG obrat celkovo v roku 2019 v hodnote cca [.....] eur. Veľkoobchodne dodávala pritom štyrom odberateľom, s výrazne najvýraznejším podielom dodávok [.....] .- [...] – obchodné tajomstvo EMG, prístupné PT

270. Pre konkurentov IKARU na veľkoobchode z tohto pohľadu teda neprestavovala EMG pred koncentráciou významný vstup z pohľadu objemu dodávok. Napríklad druhý najväčší odberateľ, podnikateľ PARTNER TECHNIC zrealizoval s EMG v roku 2019 obrat len vo výške [.....]<sup>272</sup> eur pritom celkové tržby Partner Technic boli na úrovni [.....]<sup>273</sup> eur za rok 2019, objemy u ďalších dvoch boli významne menšie [.....] <sup>274</sup>.

271. Súčasne napríklad Partner Technic v súvislosti s touto vertikálou uviedol<sup>275</sup>, že EMG je síce veľká česká distribučná spoločnosť, [.....] <sup>276</sup>. Z uvedeného dôvodu by podľa tohto podnikateľa predmetná koncentrácia nemala mať negatívne účinky vo vzťahu k dodávkam kníh v českom jazyku na územie SR, a to v tom zmysle, že knihy dodávané EMG podnikateľovi Partner Technic sa dodávajú na územie SR aj inými

<sup>270</sup> Doplnenie Oznámenia zo dňa 1.12.2020.

<sup>271</sup> Úrad abstrahoval od prepočtov podľa jazyka dodávaných kníh, nakoľko drvivá väčšina bola dodaná v českom jazyku, rovnako tak v prípade niektorých odberateľov poskytli Oznamovatelia údaje aj o odberoch podľa jazyka, kde bola štruktúra dodávok kníh podľa jazyka obdobná.

<sup>272</sup> [...] - obchodné tajomstvo EMG, prístupné PT

<sup>273</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Partner Technic

<sup>274</sup> [...] - obchodné tajomstvo EMG, prístupné PT

<sup>275</sup> Zápisnica z osobného stretnutia dňa 24.9.2020 č. 154/2020/OK-IZ-527/2020.

<sup>276</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Partner Technic ohľadne svojich dodávateľoch a možnej nahraditeľnosti ich dodávok prostredníctvom iných dodávateľov.

veľkoobchodnými kanálmi ako len cez spoločnosť EMG, naviac dopyt beletrie vydanej v českom jazyku na Slovensku klesá.

272. Na základe uvedených skutočností úrad neidentifikoval schopnosť po koncentrácii obmedziť prístup veľkoobchodníkov v SR k vstupom – t.j. knihám od vydavateľov/veľkoobchodníkov v českom jazyku.

273. Z hľadiska posúdenia možnosti obmedzenia prístupu k odberateľom na veľkoobchode pre konkurentov EMG úrad zistil nasledovné. Spoločnosť EMG už pred koncentraciou tvorila [. . . . .]. Súčasne z Oznámenia<sup>277</sup> vyplýva, že podnikateľ IKAR pred koncentraciou [. . . . .]. [..]- obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM

274. Z tohto pohľadu rovnako nebola preukázaná schopnosť obmedziť prístup k odberateľom pre konkurentov EMG v oblasti dodávok českých kníh do veľkoobchodu v SR.

275. Úrad súčasne zbral do úvahy vyjadrenie Oznamovateľov ohľadne klesajúceho podielu českých kníh v SR a tiež ohľadne skutočnosti, že do značnej miery ide o odborné tituly (pričom zameranie podnikateľa IKAR je skôr široké portfólio titulov, s prevažujúcou beletriou v rôznych žánroch<sup>278</sup>). Konkrétne napríklad k uvedenému za EMG Oznamovatelia uviedli, že na Slovensko dodáva knihy [. . . . .].<sup>279</sup>

S uvedeným korešponduje napríklad aj vyjadrenie PARTNER TECHNIC<sup>280</sup>, že predaj časti literatúry vydanej v českom jazyku, ktorú označil za „komerčnú“, má v SR klesajúci trend (uvedené súvisí napríklad s klesajúcou schopnosťou čitateľov v SR čítať daný typ kníh v českom jazyku; taktiež so skutočnosťou, že v súčasnosti už neplatí, že na vydanie daného titulu v slovenskom jazyku je potrebné oveľa dlhšie čakať ako na jeho vydanie v českom jazyku). Z literatúry vydanej v českom jazyku sa predáva najmä odborná literatúra, čo je spôsobené skutočnosťou, že v ČR je oveľa širšia akademická obec ako v SR, resp. viac takýchto kníh sa tu publikuje. Taktiež uviedol, že na odbornú literatúru [. . . . .]<sup>281</sup> ako na literatúru, ktorá nie je odborná.

276. Na základe uvedených skutočností dospel úrad k záveru, že predmetná koncentrácia nevzbudzuje obavy zo zníženia účinnej súťaže, pokiaľ ide o vertikálne prepojenie EMG ako vydavateľ/veľkoobchodník v oblasti dodávok (najmä českých) kníh do veľkoobchodu v SR.

<sup>277</sup> Doplnenie Oznámenia z 1.12.2020.

<sup>278</sup> Doplnenie Oznámenia z 1.12.2020.

<sup>279</sup> [...] – obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania.

<sup>280</sup> Zápisnica z osobného stretnutia dňa 24.9.2020 č. 154/2020/OK-IZ-527/2020.

<sup>281</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Partner Technic, ohľadne marže

### III.2.2 Vertikálne prepojenie cenový porovnávač (Heureka) ako dodávateľ a maloobchodní predajcovia kníh prostredníctvom internetu (Panta Rhei a IKAR)

#### Vyjadrenie Oznamovateľov

277. Podľa Oznámenia na Slovensku predáva prostredníctvom Heureka knihy [. . . . .] <sup>282</sup> a ich obrat vygenerovaný Heurekou je [. . . . .] <sup>283</sup>. EUR (menej než cca [. . . . .] <sup>284</sup> z celkového obratu Heureka).

278. V Oznámení sa uvádza, že Heureka nemá záujem zvýhodňovať Panta Rhei alebo IKAR oproti iným spolupracujúcim spoločnostiam, a to hneď z niekoľkých dôvodov, napr.:

- i. Heureka.sk má jednoznačnú motiváciu mať čo najširšiu ponuku produktov za najnižšie ceny a preto sa aktívne snaží vyhľadávať nové e-shopy a zaraďovať ich do „marketplace“.
- ii. PT (ako jeden z nadobúdateľov kontroly v tejto koncentrácii) vlastní na Heureka len [. . . . .] <sup>285</sup> a ostatní vlastníci by zo zneužívania trhového postavenia v prospech IKAR alebo Panta Rhei nemali prospech.
- iii. Knižný trh tvorí na celkových tržbách Heureka len zanedbateľnú časť.

#### Posúdenie úradu

279. Medzi Heureka na jednej strane a Panta Rhei a IKAR na strane druhej existuje vertikálny vzťah. [. . . . .] <sup>286</sup>

280. Ako bolo uvedené vyššie, úrad v tomto prípade neuzavrel definíciu relevantného trhu z pohľadu predajného kanála, t. j. či kamenný a internetový maloobchodný predaj kníh patria na jeden tovarový relevantný trh. Heureka.sk poskytuje služby podnikateľom prevádzkujúcim maloobchodný internetový predaj kníh. K vertikálnemu vzťahu teda dochádza len vo vzťahu k internetovému predaju kníh (a teda len k alternatívam kamenný + internetový maloobchodný predaj kníh a samostatný internetový maloobchodný predaj kníh).

281. Pri oboch alternatívach je pritom základom posúdenia vzťah cenového porovnávača typu heureka.sk k aktivitám internetového maloobchodného predaja kníh. Nie je preto účelné nižšie samostatne uvádzať posúdenie pre jednotlivé alternatívy vymedzenia trhu maloobchodného predaja kníh z pohľadu predajného kanála. Úrad uvádza len spoločnú analýzu, výsledky ktorej platia pre obe vyššie uvedené alternatívy tovarového relevantného trhu maloobchodného predaja kníh.

<sup>282</sup> [...] –obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>283</sup> [...] –obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>284</sup> [...] –obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>285</sup> [...] –obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>286</sup> [...] –obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania.

282. Z pohľadu vertikálneho sa posudzuje, či koncentrácia povedie k protisúťažnému obmedzeniu prístupu k vstupom (službám Heureka) alebo k odberateľom (Panta Rhei a Ikar ako prevádzkovateľom maloobchodných e-shopov s knihami).

283. Pokiaľ ide o obmedzenie prístupu k vstupom, úrad vyhodnocuje, či by po koncentrácii mohlo dôjsť k obmedzeniu prístupu maloobchodných e-shopov s knihami (konkurentov Panta Rhei a IKAR) k službám Heureka (vstupom) a ak áno, či by uvedené malo negatívne dopady na hospodársku súťaž pri maloobchodnom (internetovom) predaji kníh. Pod obmedzením prístupu k vstupom úrad chápe a v toho rámci posudzuje aj prípadné preferovanie Panta Rhei a IKAR zo strany spoločnosti Heureka na jej internetovej stránke (najmä v rámci výsledkov cenového porovnania).

284. Úrad konštatuje, že v tomto prípade nebolo účelné a efektívne zaoberať sa postavením Heureka na trhu cenových porovnávačov, a to vzhľadom najmä na reálne fungovanie cenových porovnávačov vo vzťahu k predaju (internetovému) kníh. Ako je uvedené vyššie, prostredníctvom Heureka podľa Oznámenia predáva knihy [. . . . .] <sup>287</sup> a ich obrat vygenerovaný Heurekou je [. . . . .] <sup>288</sup> EUR. Vo vzťahu k celkovému objemu maloobchodného internetového predaja kníh predstavuje predaj sprostredkovaný Heurekou len zanedbateľný objem. Služby Heureka - predaj prostredníctvom heureka.sk preto nemožno považovať za podstatný vstup pre podnikateľov pôsobiacich v oblasti maloobchodného internetového predaja kníh. Cena kníh vo všeobecnosti, v porovnaní s inými produktami, ktoré sa predávajú cez cenové porovnávače (napríklad elektronika), tiež môže ovplyvniť význam cenového porovnávača vo vzťahu k tomuto produktu, a teda aj jeho význam pre pôsobenie v oblasti maloobchodného (internetového) predaja kníh. Významnosť vstupu (t.j. cenového porovnávača) je pritom dôležitým faktorom v rámci hodnotenia schopnosti obmedziť prístup k vstupom.

285. Teda už na základe uvedeného nezistenia schopnosti obmedziť prístup k vstupom je možné uzavrieť, že v tomto prípade koncentrácia nevzbudzuje z daného hľadiska súťažné obavy.

286. Pokiaľ ide o obmedzenie prístupu k odberateľom, úrad vyhodnocuje, či by obmedzenie prístupu k odberateľom – k Panta Rhei a IKAR ako prevádzkovateľom maloobchodných internetových obchodov s knihami, znamenalo pre konkurentov Heureka zamedzenie prístupu k významnej zákazníckej báze. Ak by uvedené bolo preukázané, či by to viedlo k zhoršeniu podmienok poskytovania služieb konkurentov Heureka a v toho dôsledku k oslabeniu konkurentov Panta Rhei a IKAR ako prevádzkovateľov maloobchodných internetových obchodov s knihami a tým k negatívnym dopadom na hospodársku súťaž pri maloobchodnom (internetovom) predaji kníh.

287. V tejto súvislosti úrad uvádza, že na cenových porovnávačoch sa porovnáva široké spektrum tovarov a teda okrem internetových obchodov s knihami využíva

<sup>287</sup> [...] –obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>288</sup> [...] –obchodné tajomstvo PT, prístupné všetkým účastníkom konania

takéto služby mnoho ďalších internetových obchodov s iným tovarom. Uvedené možno demonštrovať na príklade spoločnosti Heureka, na ktorej tržbách podľa Oznámenia knižný trh tvorí len zanedbateľnú časť [ . . . . . ]<sup>289</sup>. Internetové obchody s knihami aj podľa vyjadrenia Oznamovateľov nepredstavujú významnú časť zákazníkov cenových porovnávačov - konkurentov Heureka. Panta Rhei a Ikar preto nemožno považovať za významnú zákaznícku bázu pre konkurentov Heureka. Uvedené je dôležitým faktorom pre vyhodnotenie schopnosti Panta Rhei a Ikar obmedziť prístup k odberateľom.

288. S ohľadom na vyššie uvedené úrad neidentifikoval schopnosť obmedziť prístup k spoločnostiam Panta Rhei a IKAR ako k odberateľom cenových porovnávačov tak, aby došlo k negatívnym dopadom na hospodársku súťaž.

### **III.2.3 Vertikálne prepojenie vydavateľská činnosť - veľkoobchodná dodávka kníh a maloobchodný predaj kníh v kníhkupectvách**

289. Vzhľadom na možné spôsoby, akými sa v rámci SR knihy dodávajú do kníhkupectiev/maloobchodu, úrad sa v rámci posúdenia, či v tejto súvislosti môže dochádzať k zníženiu účinnej súťaže, ako je vyššie uvedené nevyhnutne zaoberal všetkými úrovňami trhu, na ktorých pôsobia účastníci koncentrácie v rámci vertikálneho reťazca vydavateľ – veľkoobchodník – maloobchodník.

290. Uvedené vyplýva zo skutočnosti, že ako bolo zistené, knihy sú do maloobchodu dodávané buď:

- Od vydavateľov, ktorí sú aj veľkoobchodníkmi len vo vzťahu k vlastnej vydavateľskej produkcii (napríklad SLOVART<sup>290</sup>, ALBATROS MEDIA),
- Od podnikateľov, ktorí sú vydavateľmi a veľkoobchodníkmi, a to vo vzťahu k vlastnej produkcii ako aj k produkcii iných vydavateľov (IKAR, EUGENIKA-zhruba polovicu predstavuje cudzia produkcia),
- Od nezávislých veľkoobchodníkov alebo prevažne len veľkoobchodníkov (PARTNER TECHNIC a PEMIC – v rámci ekonomickej skupiny uvedených podnikateľov pôsobí aj vydavateľstvo, avšak vo veľkoobchode významne prevažuje cudzia produkcia Inform Lib),
- V zanedbateľnej miere aj priamo od malých vydavateľov.<sup>291</sup>

291. V prvom rade bolo teda nevyhnutné zamerať sa na štruktúru a postavenie účastníkov koncentrácie (a ich ekonomických skupín) v rámci celého vertikálneho reťazca, keďže koncentráciou môže byť dotknutá ktorákoľvek úroveň daného reťazca, a to:

<sup>289</sup> [...] – obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>290</sup> Podnikateľ SLOVART sa vyjadril, že na pravidelnej báze veľkoobchodnú distribúciu iným vydavateľom kníh v slovenskom jazyku neposkytuje: predmetný podnikateľ uviedol, že veľkoobchodne predáva v slovenskom jazyku na 99,9 % knihy svojej produkcie a len výnimočne pomôže s distribúciou nekomerčného titulu. Podnikateľ SLOVART taktiež distribuuje cudzojazyčné knihy (najmä v anglickom jazyku) nezávislých vydavateľstiev, nejde však o významný objem.

<sup>291</sup> Tento spôsob dodávok je však zanedbateľný, čo potvrdili jednak Oznamovatelia ([ . . . . . ] - [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB), uvedené bolo potvrdené i prieskumom – napr. podnikateľmi SLOVART (uviedol, že len malá časť vydavateľstiev takto dodáva svoje knihy - bod 11 listu č. 154/2020/OK - 2447/2020), PARTNER TECHNIC (uviedol, že iný spôsob dodávky kníh maloobchodným predajcom ako cez veľkoobchod/vydavateľa s vlastnou distribúciou je zanedbateľný - bod 11 listu č. 154/2020/OK -3177/2020), INFORM LIB (uviedol, že k priamym dodávkam vydavateľstvami nedochádza z dôvodu nízkej efektivity – bod 11 listu č. 154/2020/OK-3550/2020), EUGENIKA (uviedol, že priame zásobovanie vydavateľom sa realizuje minimálne – bod 11 listu č. 154/2020/OK – 3368/2020).





295. Oznamovatelia taktiež uviedli<sup>292</sup>, že nie sú si vedomí žiadneho očakávania vstupu podnikateľa, ktorý by mal v krátkom čase dosiahnuť alebo prekročiť podiel 5 %. Zo stredno a dlhodobého hľadiska je možné očakávať vstup [.....  
 .....  
 .....  
 .....].<sup>293</sup>

296. Vo vzťahu k zhodnoteniu účinkov koncentrácie na spotrebiteľov, dodávateľov a odberateľov sa v Oznámení uvádza: „[.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....]. - [...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR a podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

297. Podľa názoru Oznamovateľov ohľadne vplyvu predmetnej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže na relevantnom trhu sa v Oznámení uvádza, že koncentrácia nebude mať dopad na konkurenčné prostredie trhu s knihami v SR: jednak z hľadiska horizontálneho dochádza len k relatívne malej horizontálnej integrácii na maloobchodnom trhu, jednak jednotlivé knihy nie sú zastupiteľný produkt a kníhkupectvá spoločnosti Panta Rhei majú širokú ponuku kníh rôznych vydavateľstiev – [.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....]. - [...] obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

298. Ohľadne vertikálnej integrácie najväčších podnikateľov pôsobiacich v knižnom odvetví v SR sa v Oznámení tiež uvádza<sup>294</sup> nasledujúca tabuľka:

Tabuľka č. 7

	Veľkoobchodná činnosť	Veľkoobchodná distribúcia – vlastné tovary	Veľkoobchodná distribúcia – cudzie tovary	Maloobchodná činnosť
<b>IKAR</b>	Áno	Áno	Áno	Len internet
<b>SLOVART</b>	Áno	Áno	Áno	Len internet
<b>ALBATROS MEDIA</b>	Áno	Áno	nie	Len internet

<sup>292</sup> Strana 60 Oznámenia zo dňa 27.05.2020.

<sup>293</sup> [...] - obchodné tajomstvo IKAR prístupné IM

<sup>294</sup> Strana 54 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<b>PARTNER TECHNIC</b>	Okrajovo	Okrajovo	Áno	Okrajovo
<b>PEMIC</b>	nie	nie	Áno	nie

299. Ďalej sa v Oznámení uvádza, že medzi spoločnosťou IKAR a Panta Rhei naďalej zostane bežný obchodný vzťah (na plne konkurenčnom trhu) keďže značná časť trhu je rozdrobená, prípadne sú na ňom aj iní významní hráči a z dôvodu zachovania podielu a s tým súvisiaceho renomé, musí IKAR prihliadať na obchodných partnerov s férovo nastavenými podmienkami. Po uskutočnení koncentrácie Panta Rhei a IKAR sa nepredpokladá vertikálna integrácia.

#### I. Vydavateľský trh (nákup práv na vydanie knihy v slovenčine – pôvodná a prekladová literatúra)

##### *Informácie uvádzané v Oznámení*

300. Oznamovatelia uviedli<sup>295</sup>, že [.....]  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
..... ]<sup>296</sup>, pričom podiel najväčších vydavateľov odhadli nasledovne:

Tabuľka č. 8

	2016	2017	2018
[.....]	[10-20] %	[10-20] %	[20-30] %
[.....]	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
[.....]	[10-20] %	[5-10] %	[5-10] %
[.....]	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
[.....]	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %

Zdroj: Oznámenie

[...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania.

301. Oznamovatelia na výzvu úradu uviedli<sup>297</sup> odhadované objemy tržieb za vydavateľskú činnosť a odhadované podiely konkurenčných vydavateľov na základe verejne prístupných informácií ohľadne iných vydavateľstiev ako IKAR, a to nasledovne:

Tabuľka č. 9

	2016		2017		2018	
	tržby v mil. EUR	podiel	tržby v mil. EUR	podiel	tržby v mil. EUR	podiel
[.....]	[.....]	[10-20] %	[.....]	[10-20] %	[.....]	[10-20] %
[.....]	[.....]	[10-20] %	[.....]	[10-20] %	[.....]	[10-20] %
[.....]	[.....]	[5-10] %	[.....]	[5-10] %	[.....]	[5-10] %
[.....]	[.....]	[0-5] %	[.....]	[0-5] %	[.....]	[0-5] %
[.....]	[.....]	[0-5] %	[.....]	[0-5] %	[.....]	[0-5] %
spolu vyššie uvedení podnikatelia*	[.....]	[40-50] %	[.....]	[40-50] %	[.....]	[40-50] %
Objem celého trhu*	cca 45,00	100 %	cca 49,00	100 %	cca 52,00	100 %

<sup>295</sup> Strany 46 a 47 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>296</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania.

<sup>297</sup> Príloha č. 29 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020. Následne v doplnení Oznámenia z 1.12.2020. Oznamovatelia doplnili údaje o objeme tržieb za rok 2019, tieto sa v podstatnej miere zhodovali s dátami za rok 2018.

Zdroj: Oznámenie, pričom Oznamovatelia uviedli, že:

- vychádzali zo správ Združenia vydavateľov a kníhkupcov SR, roky 2016, 2017 a 2018, [www.finstat.sk](http://www.finstat.sk), manažérske odhady tržieb za kalendárny rok IKAR,
- pri výpočte podielu vychádzali: z predpokladaného priemerného vydavateľského rabatu [ . . . ] %; očistili ročnú hodnotu veľkosti knižného trhu o trh učebníc; trhový podiel SLOVART vychádza z údajov, ktoré obsahujú aj distribúciu cudzojazyčnej literatúry

\* výpočet úradu na základe informácií poskytnutých Oznamovateľmi v tabuľke [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

## Zistenia úradu

302. Úrad predovšetkým k vyššie uvedenému postupu Oznamovateľmi odhadovaného trhového podielu IKAR vo vydavateľskej činnosti uvádza, že s týmto postupom nie je možné plne súhlasiť. Dôvodom je najmä skutočnosť, že pokiaľ sa za základ, z ktorého sa odhaduje podiel vydavateľa vo vydavateľskej činnosti, zoberie objem tržieb z kníh predaných na maloobchodnej úrovni konečným odberateľom, takto vypočítaný podiel je značne skresľujúci.

303. Na jednej strane, maloobchodný predajca ponúka širší rozsah titulov kníh ako sú tituly kníh, ktoré vydali vydavatelia vydávajúci knihy v slovenskom jazyku, t. j. jedná sa najmä o cudzojazyčnú literatúru ponúkanú na maloobchodnej úrovni (napríklad v maloobchodnej sieti Panta Rhei bol pomer literatúry podľa jazykov v roku 2019 nasledovný: slovenčina [ . . . ]%, iné jazyky – najmä čeština, angličtina, maďarčina spolu [ . . . ]<sup>298</sup>. [ . . . ]<sup>299</sup> - [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB

304. Na strane druhej, nie všetky knihy vydané vydavateľmi v SR sa k čitateľom dostávajú prostredníctvom maloobchodných predajní.

305. Avšak na rozdiel od ďalších v tomto texte uvádzaných trhov<sup>300</sup>, v oblasti vydávania kníh pôsobí veľký počet malých subjektov/vydavateľov, ako uvádzali i účastníci koncentrácie (nižšie). Taktiež účastníci koncentrácie nemali vedomosť o zdroji, ktorý by mohol slúžiť ako presný odhad celkovej veľkosti trhu nákupu práv na vydanie kníh slovenčine (v alternatívach pôvodná literatúra a prekladová). Úrad teda nemal k dispozícii informáciu o celkovej veľkosti tohto vydavateľského trhu (v jeho alternatívach) a získavať dáta prieskumom trhu od všetkých/väčšiny vydavateľov nebolo reálne a efektívne.

306. Úrad sa v prvom kroku preto zaoberal zisťovaním jednak okruhu vydavateľov, ktorých bolo nevyhnutné vyzvať na poskytnutie informácií tak, aby bol získaný čo najvierohodnejší rozsah informácií o predmetnom relevantnom trhu a jednak zvažoval metódu, na základe ktorej by bolo možné dostatočne presne odhadnúť pozíciu IKAR

<sup>298</sup> Doplňenie Oznámenia z 01.12.2020.

<sup>299</sup> [...] - obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>300</sup> V prípade veľkoobchodnej distribúcie kníh pre tretie strany a tiež veľkoobchodných dodávok kníh do maloobchodu bolo možné zistiť takmer všetkých účastníkov trhu a dožiadať relevantné dáta na zistenie ich pozície a určiť aj celkovú veľkosť trhu. V prípade maloobchodu bolo možné vychádzať z aspoň základného určenia veľkosti trhu odhadnutej Správou o knižnom trhu, pričom úrad prieskumom zistil, že zistené dáta zodpovedajú vysokému % odhadovanej celkovej veľkosti trhu, čo naznačuje, že takto zistené podiely jednotlivých hráčov sú dostatočne presné.

a jeho najväčších konkurentov na predmetnom relevantnom trhu v SR celkom a v jeho alternatívnych identifikáciách.

307. Čo sa týka okruhu vydavateľov, ktorých úrad vyzval na poskytnutie informácií, úrad vychádzal z informácie uvádzanej v Oznámení<sup>301</sup>, že celkový počet vydavateľov – [.....].<sup>302</sup> Správy o knižnom trhu hovoria o počte okolo 1500 vydavateľov.<sup>303</sup>

308. K vyššie uvedenému úrad konštatuje, že v rámci identifikácie okruhu podnikateľov pôsobiacich na relevantnom trhu nadobúdania práv na vydávanie literárnych diel v slovenskom jazyku (alternatívne v členení na pôvodnú a prekladovú literatúru) nie je možné brať do úvahy prípady, kedy bolo takéto literárne dielo vydané samotným autorom, keďže v danom prípade sa nejedná o poskytovanie služieb, kde by sa stretávala ponuka týchto služieb s dopytom po týchto službách (nakoľko tu vydavateľstvo/autor nesúťaží o práva na vydanie vlastnej knihy). Z uvedeného je zrejmé, že okruh podnikateľov pôsobiacich na danom relevantnom trhu je podstatne nižší ako sa uvádza v Oznámení (aj Oznamovatelia poukázali na skutočnosť, že pomerne bežne autor sám si vydá knihu)<sup>304</sup>. Správy o knižnom trhu tiež zahŕňajú vydavateľov bez ohľadu na to, o vydávanie akých publikácií a akého zamerania ide a teda aj bez ohľadu na to, či sa ich publikácie následne predávajú prostredníctvom kníhkupectiev.

309. Úrad preto pristúpil k zisťovaniu relevantných konkurentov spoločnosti IKAR vo vydavateľskej činnosti. Oznamovatelia za konkurenciu na trhu knižných vydavateľstiev, ktorá je relevantná pre IKAR, uviedli<sup>305</sup>: [.....].<sup>306</sup>

310. ALBATROS MEDIA ako 5 najbližších konkurentov vo vydavateľskej činnosti uviedol<sup>307</sup> IKAR, SLOVART, TATRAN, MOTÝĽ, PREMEDIA.

311. SLOVART ako 5 najbližších konkurentov vo vydavateľskej činnosti uviedol<sup>308</sup> IKAR, ALBATROS MEDIA, FORTUNA LIBRI, OTTOVO NAKLADATEĽSTVO, TATRAN.

312. Podnikateľ EUGENIKA ako svojich 5 najväčších konkurentov vo vydavateľskej činnosti uviedol<sup>309</sup> IKAR, Noxi, CITADELLA, Gardenia, Príroda (táto značka patrí do skupiny IKAR) – vydavateľstvá, ktoré vydávajú rovnako zamerané tituly, na ktoré sa predmetný vydavateľ špecializuje.

<sup>301</sup> Strana 51 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>302</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM.

<sup>303</sup> Napríklad Správa o knižnom trhu za rok 2018 na strane 5 uvádza až 1 659 vydavateľov.

<sup>304</sup> Strana 34 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>305</sup> Strany 46 a 47 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>306</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>307</sup> List zaevidovaný úrad pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.06.2020, bod 7.

<sup>308</sup> List zaevidovaný úrad pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020, bod 7.

<sup>309</sup> List zaevidovaný pod číslom 154/2020/OK-3368/2020 dňa 30.07.2020.

313. Združenie vydavateľov a kníhkupcov uviedlo<sup>310</sup>: „Podľa nám dostupných informácií by podľa dosahovaného obratu malo byť poradie piatich najväčších vydavateľov v SR nasledovné:

- Ikar, a.s.
- Albatros Media, s.r.o.
- Vydavateľstvo SLOVART, spol. s r.o.
- SPN – Mladé letá, s.r.o.
- Wolters Kluwer SR s.r.o.

314. Združenie vydavateľov a kníhkupcov tiež uviedlo<sup>311</sup>: „Medzi vyššie uvedenými piatimi vydavateľmi v posledných piatich rokoch dochádza k jedinej trvalej zmene – spoločnosť Albatros Media, s.r.o. postupne zvyšuje svoje tržby a svoj podiel na slovenskom trhu. Rast tejto spoločnosti (ktorá je súčasťou českej vydavateľskej skupiny) je organický a nesúvisí s akvizíciami ani inými majetkovými zmenami.“

315. Spolok spisovateľov za najväčších vydavateľov na Slovensku označil<sup>312</sup>: IKAR, SLOVART, PT – Marenčín, TATRAN, Motýľ.

316. V analýze vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže, sa úrad z tohto hľadiska zameril na vydavateľov, ktorí môžu pre podnikateľa IKAR z hľadiska nimi vydávaných kníh predstavovať blízkych konkurentov. Oslovil teda najmä vydavateľov, ktorí sa najčastejšie opakovali vo vyššie uvádzaných odpovediach, pričom prihliadol i na vyjadrenie Oznamovateľov, že [.....] <sup>313</sup> a tiež, z hľadiska posudzovania vertikálneho účinku tejto koncentrácie v odpovediach veľkoobchodníkov<sup>314</sup> a maloobchodníkov ohľadne najväčších dodávateľov. Rovnako prihliadol úrad na zameranie jednotlivých vydavateľov (napríklad neoslovoval vydavateľov odbornej literatúry alebo špecializovaných len na určitý segment<sup>315</sup>). Ohľadne činnosti jednotlivých vydavateľov pritom zistil nasledovné<sup>316</sup>:

317. V Oznámení sa uvádza<sup>317</sup>, že IKAR je popredné slovenské vydavateľstvo, ktoré prináša prekladovú (zahraničnú) aj pôvodnú slovenskú literatúru v rôznych žánroch vrátane obrazových publikácií. Zameriava sa na výrobu kníh, e-kníh a audiokníh. Podnikateľská stratégia v oblasti vydavateľskej činnosti je založená na propagácii vlastných 6 značiek pre rôzne žánre kníh:

IKAR – široké spektrum titulov vrátane pôvodnej a prekladovej beletrie,  
Príroda (od roku 2016) – populárno-náučné knihy, encyklopédie, obrazové knihy,  
ODEON – kvalitná svetová próza,

<sup>310</sup> List zaevidovaný úrad pod číslom 154/2020/OK-3899/2020 dňa 03.09.2020, bod 2.

<sup>311</sup> List zaevidovaný úrad pod číslom 154/2020/OK-3899/2020 dňa 03.09.2020, bod 4.

<sup>312</sup> List zaevidovaný úrad pod číslom 154/2020/OK-4124/2020 dňa 18.09.2020, bod 1.

<sup>313</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>314</sup> Do odpovedí úrad zahrnul aj vydavateľstvo Citadella Publishing, keďže od tohto subjektu získal informácie v rámci jeho prepojenia na veľkoobchodníka Partner Technic. Rovnako tak v prípade podnikateľa EUGENIKA.

<sup>315</sup> Napríklad vydavateľstvo Wolters Kluwer, zamerané na odbornú literatúru, vydavateľstvo EASTONE GROUP, s.r.o., zameriava sa predovšetkým na prekladovú manažérsku a biznis literatúru, tituly z oblasti motivácie a osobného rozvoja, životného štýlu a spirituálnej oblasti.

<sup>316</sup> Odpoveď vydavateľstva Svojtka & Co., bola zväčša len heslovitá, úrad ju bral do úvahy len v častiach, kde podnikateľ odpovedal komplexne.

<sup>317</sup> Strany 40 a 41 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

YOLI – literatúra označovaná „young adult“,  
Stonožka – detská literatúra,  
Ajna – duchovná a spirituálny literatúra.

Okrem týchto značiek, IKAR na propagáciu svojich kníh využíva aj webové adresy [ikar.sk](http://ikar.sk), [severskekrimi.sk](http://severskekrimi.sk), [mamtalent.sk](http://mamtalent.sk), [stonozka.sk](http://stonozka.sk), [odeon.sk](http://odeon.sk), [yoli.sk](http://yoli.sk), [priroda.sk](http://priroda.sk) a [anja.sk](http://anja.sk).

IKAR zároveň od roku 2017 výlučne kontroluje vydavateľstvo Slovenský spisovateľ, ktoré sa zameriava na výrobu kníh a e-kníh. Slovenský spisovateľ je jedno z najstarších slovenských vydavateľstiev. Orientuje sa najmä na vydávanie beletrie, a to pôvodnej i preloženej. Najznámejšou edíciou vydavateľstva je Zelená knižnica.

Podľa predložených informácií IKAR zároveň [. . . . .]  
[. . . . .]  
[. . . . .]  
[. . . . .] <sup>318</sup>, čo je informácia postačujúca ohľadne tohto vydavateľstva z hľadiska posúdenia vertikálnych účinkov koncentrácie.

318. Vydavateľstvo ALBATROS vzniklo na Slovensku v roku 2011 pod hlavičkou českej materskej firmy. Na Slovensku vydáva knihy pod značkami štyroch samostatných nakladateľstiev Albatros, Lindeni, Cooboo a Fragment, široké spektrum mediálnych produktov - kníh, e-kníh a audiokníh. Z hľadiska portfólia sa zameriava najmä na vydávanie beletrie a non-fiction literatúry pre deti a dospelých ako aj populárno náučné knihy vydávané vo forme tlačenej a elektronickej kníh. Má aj samostatnú službu [distri.sk](http://distri.sk), ktorá je knižnou a distribučnou sieťou. Ako už bolo vyššie uvedené, veľkoobchodne distribuuje len tituly z vlastnej ekonomickej skupiny.

319. Vydavateľstvo SLOVART, podľa poskytnutej odpovede vydáva knižné tituly v slovenskom jazyku, a výnimočne aj v iných jazykoch, prináša celé spektrum kníh určených pre kníhkupecký trh. Vydáva knihy z viacerých kategórií, konkrétne beletria, detské knihy, non-fiction. Podľa web stránky, cit. „Vydavateľstvo Slovart pôsobí na slovenskom knižnom trhu od roku 1991. Od začiatku sme sa snažili prinášať našim čitateľom knihy, v ktorých rovnako dôležitú úlohu zohráva obsah i forma, teda v ktorých sa kvalitný a náročný obsah spája s polygraficky i výtvarne bezchybnou formou.“ Ako už bolo vyššie uvedené, veľkoobchodne distribuuje len tituly z vlastnej produkcie.

320. Vydavateľstvo TATRAN sa zameriava na vydávanie neperiodických publikácií v tvrdej a mäkkej väzbe, každá publikácia je vydávaná aj ako e-kniha, vydané úspešné publikácie aj ako audio-knihy. Zameriava sa najmä na beletriu, motivačnú literatúru, knihy pre mládež a detskú literatúru.

321. Podnikateľ EUGENIKA, ktorý je personálne prepojený s Vydavateľstvom Alexander Giertli Pbl., uviedol, že sa špecializuje na vydávanie špecializovaných kníh a literatúry z oblasti motivačnej literatúry zameranej na rozvoj osobnosti ako po stránke fyzickej tak aj psychickej.

---

<sup>318</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

322. Vydavateľstvo CITADELLA uviedlo, že sa orientuje na tituly z histórie, osobného rozvoja, self-help, motivačnej literatúry, pedagogiky a zdravého životného štýlu.

323. Z informácií získaných z prieskumu trhu, ako aj z verejne dostupných informácií (web stránky vydavateľstiev) a zo Správ o knižnom trhu ohľadne hlavnej činnosti vybraných vydavateľstiev pôsobiach v SR vyplýva, že sa vydavateľstvá zameriavajú na rôzne obsahové zameranie kníh, respektíve najväčšie vydávajú širší rozsah žánrov. Je možné špecifikovať vydavateľstvá zamerané na vydávanie kníh v slovenskom jazyku, ktoré primárne nie sú knihami odbornými (napríklad IKAR, SLOVART, ALBATROS MEDIA), vydavateľov odborných kníh rôzneho zamerania, ako napríklad právo, ekonómia, zdravotníctvo, vydavateľov vydávajúcich odbornú aj ne-odbornú literatúru, vydavateľov učebníc.

324. Vzhľadom na vyššie uvádzané množstvo subjektov, pôsobiach v oblasti vydávania kníh a problematické získavanie informácií ohľadne celkovej veľkosti tohto trhu, tiež vzhľadom na nemožnosť identifikovať a odčleniť subjekty, ktoré nepôsobia na danom trhu, nakoľko ide o jednu osobu autora/vydavateľa, ako je uvedené vyššie, úrad určoval pozíciu IKAR na danom trhu v kontexte jeho porovnania s najväčšími uvádzanými konkurentmi, ponúkajúcimi široký sortiment vo svojej vydavateľskej činnosti. Úrad konkrétne porovnal vydavateľstvá IKAR, SLOVART, ALBATROS a TATRAN (čiastkovo), a to z hľadiska výdavkov vynaložených na získavanie autorských práv, z hľadiska tržieb za predaj svojej produkcie a tiež z hľadiska porovnania výdavkov týchto vydavateľov na marketing.<sup>319</sup>

### Výdavky na nákup autorských práv<sup>320</sup>

Tabuľka č. 10

<b>Výdavky na autorské práva za domácu literárnu tvorbu</b>				
	<b>výdavky 2018</b>	<b>podiel 2018</b>	<b>výdavky 2019</b>	<b>podiel 2019</b>
<i>Ikar</i>	[.....]	[.....]%	[.....]	[.....]%
<b>Albatros</b>	30 000	[.....]%	30 000	[.....]%
<b>Slovart</b>	75 000	[.....]%	75 000	[.....]%
<b>Tatran</b>	5 000	[.....]%	5 000	[.....]%

Tabuľka č. 11

<b>Výdavky na autorské práva za prekladovú literárnu tvorbu</b>				
	<b>výdavky 2018</b>	<b>podiel 2018</b>	<b>výdavky 2019</b>	<b>podiel 2019</b>
<i>Ikar</i>	[.....]	[.....]%	[.....]	[.....]%
<b>Albatros</b>	300 000	[.....]%	300 000	[.....]%
<b>Slovart</b>	400 000	[.....]%	400 000	[.....]%
<b>Tatran</b>	150 000	[.....]%	150 000	[.....]%

<sup>319</sup> Podporne možno uviesť, že obdobné metódy použila aj Európska komisia vo vzťahu k vydavateľskému trhu, napr. rozhodnutie M.6789 – prostredníctvom obdobného porovnania výdavkom na nákup autorských práv (v tomto prípade vzhľadom na danú koncentráciu a zadefinovanie trhov v podrobnejšom členení) kontrolovala, či možno informácie o vydavateľskom trhu zistiť z porovnania objemu predajov na dolnom trhu.

<sup>320</sup> obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM.

Tabuľka č. 12

<b>Výdavky na autorské práva za domácu aj prekladovú tvorbu spolu</b>				
	<b>výdavky 2018</b>	<b>podiel 2018</b>	<b>výdavky 2019</b>	<b>podiel 2019</b>
<b>Ikar</b>	[.....]	[.....]%	[.....]	[.....]%
<b>Albatros</b>	330 000	[.....]%	330 000	[.....]%
<b>Slovart</b>	475 000	[.....]%	475 000	[.....]%
<b>Tatran</b>	155 000	[.....]%	155 000	[.....]%

[...] – obchodné tajomstvo, pričom údaje o výdavkoch a podiele IKAR ako aj podiele konkurentov sú prístupné IM

325. Do uvedených výdavkov nie sú podľa vyjadrení konkurentov zahrnuté len poplatky za vydanie knihy, ale aj royalties – teda poplatky za už vydané knihy, ak výška vydaných publikácií presiahne zálohovú platbu. Podnikateľ ALBATROS úradu uviedol rozptyl výdavkov, nie presnú sumu, úrad nepoužil strednú hodnotu poskytnutého rozmedzia, ale najvyššiu hodnotu rozptylu, t.j. postupoval v prospech podnikateľa IKAR. Ostatní podnikatelia poskytli presné hodnoty. Z uvedených dát vyplýva, že IKAR je [.....] silný najmä pri vydaných dielach napísaných v slovenskom jazyku, kde dosahuje vyše [....]% v roku 2019 z týchto účastníkov trhu, keď vynaložil zároveň [.....] výdavkov ako druhý hráč na tomto trhu. Pri prekladových dielach je z tohto pohľadu rovnako [.....] najsilnejší s podielom vo výške [.....]% z týchto hráčov v roku 2019, čo je takmer [.....] ako druhý hráč na tomto trhu. Obdobný záver platí aj pre alternatívu vymedzenia jedného trhu nákupu autorských práv pôvodnej aj prekladovej literatúry. - [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

Z hľadiska výdavkov na marketing, bolo porovnanie uvedených vydavateľov nasledovné:

Tabuľka č. 13

<b>Priemerné výdavky na marketing za posledné 3 roky</b>		
	<b>výdavky</b>	<b>podiel</b>
<b>Ikar</b>	[.....]	[.....]%
<b>Albatros</b>	300 000	[.....]%
<b>Slovart</b>	120 000	[.....]%
<b>Tatran</b>	50 000	[.....]%

[...] – obchodné tajomstvo, pričom údaje o výdavkoch IKAR a podieloch IKAR ako aj konkurentov sú prístupné IM

326. Podnikateľ IKAR poskytol úradu hodnoty svojich výdavkov jednotlivo za uvedené roky, úrad vypočítal priemer týchto výdavkov za 3 roky. Podnikatelia Slovart a Tatran poskytli úradu len priemernú výšku svojich marketingových výdavkov za posledné 3 roky. Vydavateľ Albatros poskytol rozptyl svojich výdavkov za uvedené roky. Úrad nepoužil strednú hodnotu, ale najvyššiu hodnotu rozptylu, t.j. postupoval v prospech podnikateľa IKAR. Z uvedeného vyplýva, že podnikateľ IKAR z hľadiska



výdavkov na marketing uvedených podnikateľov [.....] prevyšoval (druhého hráča [.....]).<sup>321</sup>

327. Ohľadne veľkosti vo vydavateľskej činnosti jednotlivých najväčších vydavateľov kníh v SR je možné usudzovať taktiež z odhadu objemu (v EUR) dodávok ich vlastnej vydavateľskej produkcie do ďalších článkov vertikálneho reťazca a jeho vývoja za sledované obdobie rokov 2016 až 2019 tak, ako uvádza nasledujúca tabuľka.

Tabuľka č. 14

	2016	2017	2018	2019
<b>Ikar</b>	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
<b>Albatros</b>	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
<b>Slovart</b>	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%

[...] – obchodné tajomstvo

328. K prepočtu uvedenom v tabuľke úrad uvádza, že disponoval údajmi za týchto účastníkov trhu ako veľkoobchodníkov, t.j. zohľadnil ich dodávky do maloobchodu s knihami. Podnikatelia ALBATROS aj SLOVART pritom dodávajú výlučne svoju produkciu (a nedodávajú ju prostredníctvom tretích strán, s výnimkou dodávok do supermarketov, ako je uvedené vyššie). Z celkovej distribúcie IKAR tvorí časť vlastná produkcia a časť produkcia tretích strán. Úrad v tomto prípade počítal len podiel veľkoobchodných tržieb IKARU ([.....]<sup>322</sup>%), ktorý prináležal vlastnej produkcii. Úrad si uvedomuje určité limitácie dát, z ktorých vychádzal, najmä fakt, že veľkoobchodná marža u jednotlivých subjektov mohla byť v rôznej výške. Uvedené však nemá zásadný vplyv na výsledky porovnania postavenia najväčších vydavateľov kníh v SR, vzhľadom na [.....]<sup>323</sup> odstup IKAR od ostatných vydavateľov ako aj vzhľadom na to, že úrad vyhodnocoval jeho postavenie z viacerých hľadísk, pričom výsledky všetkých porovnaní poukazujú rovnakým smerom.

329. Z tohto porovnania rovnako vyšiel podnikateľ IKAR ako najsilnejší subjekt spomedzi uvedených vydavateľov, ktorých najčastejšie uvádzali veľkoobchodníci a maloobchodníci ako svojich dodávateľov, resp. aj vydavateľa ako konkurentov.

330. Z hľadiska posúdenia predmetnej koncentrácie sa úrad taktiež zaoberal výberom vydavateľstva zo strany autora, a naopak, a kritériami dôležitými v tejto súvislosti, a teda aj prípadnými bariérami vstupu na tento trh.

331. Podnikateľ TATRAN<sup>324</sup> z hľadiska výberu vydavateľa autorom alebo naopak uviedol (z hľadiska výšky autorskej odmeny), že neplatia všeobecné pravidlá, všetko závisí od mnohých kritérií, či ide o známeho autora alebo bestseller, ktorého

<sup>321</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR prístupné IM

<sup>322</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM

<sup>323</sup> [...] - obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>324</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. PMU/90/2021/OK – 288/2021 dňa 20.1.2021.

predajnosť sa vyšplhala do vysokých čísel na celom svete, uviedol pritom konkrétne orientačné výšky odmeny v prípade slovenských a zahraničných autorov.

332. Napríklad vydavateľ SLOVART uviedol<sup>325</sup>, že získavanie práv na vydávanie kníh je veľmi komplexný proces. Niekedy osloví vydavateľstvo konkrétneho autora s návrhom na napísanie (prípadne zostavenie alebo ilustrovanie) konkrétnej knihy, väčšinou autori oslovujú vydavateľstvá, o ktorých si myslia, že ich knihy môžu vydať a uviesť na trh najúspešnejšie (čo nemusí nutne vždy znamenať len ekonomický úspech, ale napríklad aj prestíž v určitých odborných kruhoch). Vo všeobecnosti, väčší vydavatelia zdanlivo môžu ponúknuť autorom lepšie podmienky, ale v praxi si autori často vyberajú menších vydavateľov, ktorí sa špecializujú na istý typ literatúry a je väčšia pravdepodobnosť, že autorovej knihe budú venovať väčšiu pozornosť po stránke marketingu a propagácie.

333. Podľa vyjadrenia Spolku Slovenských spisovateľov<sup>326</sup>, IKAR aj SLOVART majú exkluzívne práva na TOP autorov, čo zásadne zvyšuje ich podiel na trhu ( IKAR – Dan Brown, Táňa Keleová Vasilková, Jozef Banáš; SLOVART – Dominik Dán, Juraj Červenák). V rámci vyjadrenia tiež boli uvedení ďalší vydavatelia, ktorí majú v ponuke TOP autorov, napr. PT Marenčin – Gustáv Murín).

334. Podnikateľ IKAR vo vzťahu k výberu vydavateľstva zo strany zahraničného agenta uviedol<sup>327</sup>, že, cit. „[.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....]“<sup>328</sup>.

335. Pokiaľ ide teda o kontrahovanie autora zo strany vydavateľstva, z uvedeného možno konštatovať, že autor sa pri výbere vydavateľstva nerozhoduje výlučne na základe najvyššej cenovej ponuky<sup>329</sup>, ale zvažuje tiež kritériá ako možnosť podpory svojho diela prostredníctvom marketingových aktivít, ale tiež reputácia a prípadne špecializácia vydavateľstva, t.j. nemusí rozhodovať veľkosť vydavateľstva.

336. V rámci reťazca vydávanie kníh až po maloobchodný predaj kníh je teda dôležitá i marketingová podpora zo strany vydavateľov.

337. Napríklad podnikateľ TATRAN<sup>330</sup> uviedol, cit: „Marketingová podpora kníh je jednoznačnou záležitosťou vydavateľstva. Vydávame vlastné vydavateľské katalógy, platíme reklamy v časopisoch, platíme za prednostné umiestnenie našich kníh

<sup>325</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.6.2020, bod 6.

<sup>326</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK - 4124/2020 dňa 18.9.2020.

<sup>327</sup> List zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK-5718/2020.

<sup>328</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM.

<sup>329</sup> Uvedené korešponduje aj so zistením ohľadne vydavateľského trhu v prípade posudzovanom EK M. 6789 (bod 94), kde sa uvádzali jednak necenové faktory, ako napríklad reputácia, zručnosti v rámci marketingu a propagácie a tiež cenové (t.j. zálohy a royalties).

<sup>330</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. PMU/90/2021/OK – 288/2021 dňa 20.1.2021.



342. Podnikateľ TATRAN tiež akcentoval dôležitosť skladovacích priestorov, keď uviedol, cit.: „Každé vydavateľstvo musí disponovať skladovými priestormi, nech už je forma skladovania akákoľvek, pretože obrátkovosť kníh sa pohybuje od 3 do 5 rokov“.

343. Z uvedených skutočností ohľadne trhu nákupu práv na vydanie knihy v rámci pôvodnej tvorby/a alebo prekladovej literatúry úrad sumarizuje nasledovné závery. Podnikateľ IKAR patrí do prvej trojky najvýznamnejších vydavateľstiev, a to pokiaľ ide o porovnanie ich tržieb, marketingových výdavkov, ako aj výdavkov na nákup autorských práv. V prípade oboch alternatív trhov predstavuje porovnaním týchto kategórií u dvoch jeho najväčších konkurentov číslo jedna. Jeho pozícia sa javí byť [. . . . . ]<sup>336</sup> v prípade domácej literárnej tvorby. Uvedené môže byť istou výhodou pri výbere vydavateľstva autorom. Autor sa však rozhoduje pre výber vydavateľa na základe nielen cenových, ale aj necenových parametrov, z ktorých z hľadiska možností propagácie (výdavkov vynaložených na marketing a propagáciu) je IKAR [. . . . . ]<sup>337</sup> spomedzi prvej trojky vydavateľov. Pokiaľ ide o iné kritériá necenovej súťaže, na základe ktorých autor volí vydavateľa nebolo možné uzavrieť, že by podnikateľ IKAR mal v oblasti nákupu práv na vydanie diela (pôvodná a/alebo prekladová literatúra) výrazne výhodnejšie postavenie oproti svojim dvom najbližším konkurentom (viď vyjadrenia ohľadne výberu vydavateľstva aj na základe osobných preferencií autora, prípadnej špecializácie vydavateľstva a pod).

*Vyjadrenia podnikateľov v rámci prieskumu vo vzťahu k vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže ohľadne nákupu práv na vydanie diela<sup>338</sup>:*

344. Vydavateľstvo SLOVART<sup>339</sup> uviedlo nasledovné, cit: „a) v oblasti vydavateľskej činnosti patrí Ikar už od 90-tych rokov k lídrom trhu a nie je pravdepodobné, že by sa jeho postavenie výrazne zmenilo. Najrýchlejšie rastúcou veľkou spoločnosťou je ALBATROS MEDIA a každý rok sa na trhu objavujú nové menšie vydavateľstvá, ktoré svojimi titulmi získavajú dostatočné postavenie na trhu na to, aby boli rešpektovanými účastníkmi“. Zároveň uviedol, že na jeho činnosť spojenie IKAR a Panta Rhei nebude mať dôsledky.

345. Vydavateľstvo ALBATROS uviedlo<sup>340</sup>, že pokiaľ nedôjde k zmene správania sa subjektov, vplyv bude neutrálny. Taktiež uviedol, že neočakáva negatívny vplyv koncentrácie na hospodársku súťaž ani svoju podnikateľskú činnosť.

346. TRANOSCIUS<sup>341</sup> je vydavateľstvo najmä náboženskej literatúry, taktiež vedeckej; uviedol, že vplyv koncentrácie na knižný trh nevie posúdiť, avšak v prípade posudzovaných subjektov koncentrácie ide o silných partnerov predstavujúcich konkurenciu tak vo vydavateľskej ako aj obchodnej činnosti.

347. Vydavateľ EUGENIKA, uviedol<sup>342</sup>, že nevie odhadnúť vplyv predmetnej koncentrácie na jeho podnikateľskú činnosť a ani na podmienky hospodárskej súťaže v rámci jednotlivých činností.

<sup>336</sup> [...] - obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>337</sup> [...] - obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>338</sup> Úrad odpovede podnikateľov, ktorí podnikajú na viacerých úrovniach vertikálneho reťazca, zaraďuje k príslušnému trhu vždy relevantnú časť odpovede.

<sup>339</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020.

<sup>340</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.06.2020, body 8. a 31.

<sup>341</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK- 2433/2020 dňa 15.6. 2020, bod 28.

<sup>342</sup> List zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK-3368/2020 dňa 30.07.2020, bod 31.

348. Vydavateľstvo SVOJTKA uviedlo<sup>343</sup>, že oproti súčasnej situácii nedôjde danou koncentráciou k veľkej zmene.

### *Záveru úradu*

349. Úrad sa ďalej zaoberal otázkou, či a akým spôsobom posudzovaná koncentrácia ovplyvní postavenie IKAR na predmetnom relevantnom trhu (v jeho alternatívach) a teda skúmal, či by IKAR po koncentrácii bol v dôsledku spojenia sa s najväčšou maloobchodnou sieťou predajní kníh a trhovej dvojky v rámci maloobchodného internetového predaja schopný získať do svojho portfólia autorov a či by v takomto prípade mohlo dôjsť v tomto dôsledku k obmedzeniu konkurentov (vydavateľov) v prístupe k autorom, čím by došlo vlastne k obmedzeniu nevyhnutného vstupu pre vydavateľov pre realizáciu ich vydavateľskej činnosti. V takom prípade by v dlhodobom dôsledku mohlo dôjsť k odchodu vydavateľov aj pokiaľ ide o dodávky nimi vydaných diel (do veľkoobchodu alebo maloobchodu), čím by došlo k zníženiu súťaže a ujme pre spotrebiteľov, vo forme možného zvýšenia cien alebo obmedzenia výberu a inovácií.

350. Úrad sa v posudzovaní odvíjal od kritérií, ktoré vydavatelia uvádzali ako dôležité pre výber vydavateľstva autorom (a opačne). Tu jednak skúmal, či by IKAR v dôsledku danej koncentrácie bol schopný unilaterálne zvýšiť svoje výdavky na autorské práva (t.j. zálohy a tzv. royalties), platené autorom v rámci trhu nákupu autorských práv na pôvodnú literárnu tvorbu a autorských práv na prekladovú literatúru a tak vytláčať vydavateľov z trhu. Úrad predovšetkým konštatuje, že IKAR vynakladal [. . . . .] . . . . . ]<sup>344</sup> už v súčasnosti, t.j. bez ohľadu na koncentráciu.<sup>345</sup> Úrad tiež zoberal do úvahy, že aj napriek skutočnosti, že IKAR podľa tu uvádzaných porovnaní vychádza ako najväčší vydavateľ, aj ostatní vydavatelia získavali zaujímavých a tzv. best selling autorov do svojho portfólia (viď vyššie uvádzané vyjadrenie Spolku slovenských spisovateľov v tejto súvislosti).

351. Pokiaľ ide o túto „cenovú súťaž“ o autora, úrad prihliadol aj na odlišný spôsob nákupu autorských práv na pôvodnú literárnu tvorbu, kedy sa nakupujú práva priamo od autora a zahraničnú literárnu tvorbu, kde sa nakupuje zväčša cez tendre od agentov. V prípade domácej tvorby, ako bolo uvedené, pritom autor často osloví vydavateľa a má záujem, aby dané konkrétne vydavateľstvo vydalo jeho titul, t.j. často ide o výber autora.

352. V prípade oboch trhov (pôvodnej aj prekladovej literatúry) však úrad prihliadol predovšetkým na zásadnú skutočnosť, že kritériá, na základe ktorých si autor vyberá vydavateľa svojho diela, resp. ktoré sú dôležité v súťaži o autora sú vo veľkej miere aj necenového charakteru. Podnikatelia tu uvádzali zhodne viaceré necenové kritériá a uvádzali, že veľkosť vydavateľstva nemusí byť určujúca pre rozhodnutie autora

<sup>343</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom PMU/90/2021/OK - 257/2021, bod 20.

<sup>344</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM.

<sup>345</sup> Napríklad v roku 2019 vydal celkovo 521 titulov a výdavky na nákup práv celkovo predstavovali cca [...] eur, v prípade vydavateľstva Albatros vydal v roku 2019 celkovo cca 300 diel, s výdavkami na nákup autorských práv celkovo 300 000 eur. - [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM

ohľadne vydavateľstva. V tomto smere išlo napríklad o prestíž v určitých kruhoch (ako uviedol SLOVART vyššie) alebo konkrétne zameranie vydavateľstva alebo tiež marketing a propagácia. Pokiaľ ide o marketing a propagáciu, spomedzi troch najväčších vydavateľstiev vynakladal IKAR [ . . . . . ],<sup>346</sup> teda spojenie s Panta Rhei v tomto smere neznamená zmenu.

353. Taktiež vyjadrenia konkurenčných vydavateľov k tomuto aspektu spojenia IKAR – Panta Rhei nesmerovali, vyššie uvádzané vyjadrenia vydavateľov sú skôr všeobecné, resp. ak tak, skôr ide o vyjadrenia v ponímaní ďalších nadväzujúcich trhov, ku ktorým sa úrad vyjadruje nižšie.

354. V tomto prípade úrad teda neidentifikoval súvislosť medzi skutočnosťou, že IKAR ako vydavateľ bude v jednej ekonomickej skupine s najväčším maloobchodným predajcom kníh a možnosťou, že by v tomto dôsledku dochádzalo k obmedzeniu súťaže na úrovni vydavateľskej – v súťaži o autora, t.j. pokiaľ ide o nákup práv na vydanie diela pôvodnej literatúry a nákup práv na vydanie diela prekladovej literatúry.

355. Pokiaľ ide o pozíciu IKAR na trhu ako vydavateľa, ktorý zároveň svoju produkciu umiestňuje do maloobchodu priamo, uvedené úrad vzal do úvahy pri hodnotení ďalších úrovni trhov v rámci tejto koncentrácie.

II. Trh nákupu kníh v slovenskom jazyku veľkoobchodníkmi od tretích strán (najmä vydavateľov)/trh poskytovania služieb distribúcie tretím stranám (najmä vydavateľom) a trh veľkoobchodného predaja/distribúcie kníh maloobchodníkom/kníhkupectvám v SR

*Informácie z Oznámenia koncentrácie*

356. V Oznámení sa uvádza<sup>347</sup>, že IKAR je ako vydavateľ, tak aj veľkoobchodný predajca kníh (v rámci veľkoobchodnej činnosti využíva výlučne značku IKAR). Veľkoobchodne dodáva knihy aj do Panta Rhei, pričom sa jedná o knihy: (1) pochádzajúce z vydavateľskej činnosti IKAR ako vydavateľa kníh, (2) pochádzajúce z vydavateľskej činnosti Slovenský spisovateľ, ktorého IKAR výlučne kontroluje, (3) iných slovenských a v minoritnom rozsahu aj zahraničných vydavateľstiev. Pre tieto účely IKAR prevádzkuje knižný sklad a distribučné centrum v Bratislave [ . . . . . ].<sup>348</sup>

357. V Oznámení sa taktiež uvádza, že [ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ]  
[ . . . . . ]

<sup>346</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM.  
<sup>347</sup> Strany 35 a 41 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.  
<sup>348</sup> [...] - obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

.....  
.....] <sup>349</sup>.

358. V Oznámení<sup>350</sup> sa uvádza nasledujúci odhad podielov IKAR a ďalších podnikateľov pôsobiacich vo veľkoobchodnej distribúcii kníh (ide o celkový trh distribúcie, t.j. vrátane vnútro skupinovej distribúcie):

Tabuľka č. 15

	2016	2017	2018
[...]	[20-30] %	[20-30] %	[30-40] %
[.....]	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
[.....]	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
[.....]	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
[.....]	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %

[...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR – prístupné všetkým účastníkom konania

### Zistenia úradu

359. Ako vyplýva podporne z rozhodovacej praxe<sup>351</sup>, vnútro skupinová veľkoobchodná distribúcia kníh nie je súčasťou relevantného trhu poskytovania veľkoobchodnej distribúcie tretím stranám/nákupu kníh na účely distribúcie do maloobchodu od vydavateľov. Avšak vzhľadom na to, že poskytovanie služieb veľkoobchodnej distribúcie kníh je spojené s vysokými fixnými nákladmi, charakteristika jednotlivých podnikateľov pôsobiacich v rámci poskytovania služieb veľkoobchodnej distribúcie kníh tretím stranám nie je možná bez toho, aby bola zohľadnená vnútro skupinová veľkoobchodná distribúcia kníh, ak ju daný podnikateľ poskytuje (zvyšuje sa tak nákladová efektívnosť využitia existujúcich kapacít). Toto potvrdil prieskum vykonaný úradom (napríklad vyjadrenie podnikateľa SLOVART, z ktorého vyplýva nevyhnutnosť dosiahnuť minimálny rozsah distribúcie na to, aby bolo poskytovanie danej služby efektívne). Pre poskytovanie služby veľkoobchodnej distribúcie je teda typické dosahovanie významných úspor z rozsahu.

360. Z vyššie uvedených dôvodov teda úrad v rámci analýzy vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže na relevantnom trhu poskytovania veľkoobchodnej distribúcie kníh tretím stranám zohľadnil aj skutočnosť, či a v akom rozsahu podnikatelia pôsobiaci na danom relevantnom trhu tieto služby poskytujú aj vnútro skupinovo.

361. Keďže poskytovanie služieb distribúcie kníh tretím stranám do maloobchodu a poskytovanie distribúcie „vlastných“ titulov do maloobchodu, má určité spoločné črty, predpoklady fungovania a tiež faktory, ktoré sa zohľadňujú z hľadiska zákazníkov pri výbere veľkoobchodného distribútora, úrad uvádza charakteristiky a podmienky na týchto trhoch v spoločnej stati s tým, že podiely vyčísluje osobitne.

362. Pokiaľ ide o trh poskytovania služieb distribúcie tretím stranám/trh nákupu kníh na účely distribúcie do maloobchodu od tretích strán, ako už bolo v časti trhy uvedené,

<sup>349</sup> Strana 47 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020; [...] obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR – prístupné všetkým účastníkom konania.

<sup>350</sup> Strana 48 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>351</sup> Napríklad prípad EK M. 2978 LAGARDERE/NATEXIS/VUP, body 154 až 158.

na tomto trhu pôsobí z účastníkov koncentrácie podnikateľ IKAR<sup>352</sup>, ktorý tu súťaží s ďalšími veľkoobchodníkmi o zákazníka. Zväčša je takýmto zákazníkom vydavateľ, avšak zriedkavejšie dochádza aj k nákupu kníh od iných veľkoobchodníkov (napríklad v prípade titulov v cudzom jazyku).

363. Úrad taktiež zistil, že za najväčších poskytovateľov veľkoobchodnej distribúcie kníh vydaných v slovenskom jazyku pre tretie strany, je možné považovať podnikateľov IKAR, PARTNER TECHNIC a PEMIC. Tento záver úradu potvrdzuje vyjadrenie podnikateľa SLOVART, ktorý za najväčších veľkoobchodných distribútorov kníh, ktorí poskytujú služby tretím stranám (vydavateľom) označil<sup>353</sup> rovnako týchto podnikateľov. Okrem uvedených pôsobia podľa ďalších vyjadrení na tomto trhu aj podnikatelia EUGENIKA a Inform LIB.

364. Úrad v prvom kroku zisťoval štruktúru vymedzeného relevantného trhu, t.j. postavenie IKAR a jeho konkurentov. V tomto smere z prieskumu úradu, ako aj napríklad zo Správ o knižnom trhu vyplynulo, že počet a identita hráčov na tomto trhu je ustálená a sú to v podstate len vyššie uvedené subjekty.

365. Úrad v tomto prípade vychádzal z tržieb za veľkoobchodnú distribúciu kníh uvedených subjektov do maloobchodu (bez dodávok inštitucionálnym odberateľom) a zároveň zistil pomery, v akých sa na týchto tržbách podieľala vnútroskupinová produkcia daného distribútora (vlastné vydavateľstvo v rámci skupiny) a distribúcia titulov nezávislých vydavateľov/tretích strán. Nakoľko na danom trhu ide o hospodársku súťaž na úrovni veľkoobchodu o nákup titulov od nezávislých subjektov, úrad vychádzal len z tejto časti veľkoobchodných tržieb jednotlivých subjektov. Celkovú veľkosť trhu, vzhľadom na zistený konečný počet hráčov tu pôsobiacich predstavovali ich tržby spolu. Úrad si uvedomuje určité limitácie dát, z ktorých vychádzal, najmä fakt, že veľkoobchodná marža u jednotlivých subjektov mohla byť v rôznej výške. Uvedené však nemá zásadný vplyv na výsledky porovnania postavenia predmetných subjektov.

Tabuľka č. 16

	2016	2017	2018	2019
<b>Ikar</b>	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[30-40]%
<b>Partner Technic</b>	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
<b>Pemic</b>	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
<b>Inform Lib</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Eugenika</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

[...] – obchodné tajomstvo, pričom údaje IKAR sú prístupné všetkým účastníkom konania

366. Vychádzajúc z uvedeného, situácia na tomto trhu je vyrovnaná medzi troma najväčšími hráčmi, ktorými sú najväčší PARTNER TECHNIC, spoločnosť IKAR a PEMIC. Nasledujú s výraznejším odstupom Inform Lib a EUGENIKA.

<sup>352</sup> Podnikateľa SV tu úrad nebral do úvahy z dôvodov ako je uvedené vyššie v rozhodnutí, rovnako ani podnikateľa EMG, ktorý, ako už bolo uvedené, dodáva knihy vydané najmä v češtine (t.j. z českých vydavateľstiev).

<sup>353</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020, bod 14.



367. Úrad taktiež zisťoval, akým spôsobom dochádza k výberu veľkoobchodného distribútora vydavateľom, resp. k výberu vydavateľa veľkoobchodným distribútorom<sup>354</sup>.

368. Úradom oslovení veľkoobchodní distribútori, ktorí knihy od vydavateľov nakupujú (napríklad PEMIC, PARTNER TECHNIK, EUGENIKA) uviedli:

369. PEMIC uviedol, že spolupráca funguje obojstranne, oslovuje vydavateľ distribútora alebo naopak. Doplnil, že má snahu predávať kompletný sortiment kníh, preto z hľadiska kritérií pre výber vydavateľa nie je zaujímavý konkrétny vydavateľ, skôr konkrétna kniha.

370. PARTNER TECHNIC uviedol<sup>355</sup>, že sa nedá jednoznačne povedať, kto vyvinie prvú aktivitu k uzavretiu dohody o distribúcii kníh. Mnohokrát ide o informácie a odporúčania na základe dlhoročných skúseností a genézy vývoja spoločnosti a jej kreditu.

371. Podnikateľ EUGENIKA ako veľkoobchodný distribútor uviedol<sup>356</sup>, že spravidla malý, prípadne nový či nezávislý vydavateľ iniciuje obchodný vzťah, ak sa potrebuje etablovať na trhu a podľa dosahu veľkosti distribúcie a jej predajných kanálov a trhového postavenia sa snaží dostať svoje tituly do portfólia určitého podnikateľa. Opačný proces nastáva vtedy ak nový, resp. malý subjekt vydá autora alebo titul, ktorý sa stretol s obrovským záujmom, prípadne mediálnou prezentáciou je kniha veľmi žiadaná – vtedy o obchodnú spoluprácu prejavujú záujem distribúcie a oslovujú tieto subjekty oni.

372. Oznamovatelia za podnikateľa IKAR v tejto súvislosti uviedli<sup>357</sup>, že na úrovni vydavateľ – veľkoobchod je výber viac na strane [. . . . . ]<sup>358</sup>

373. Oslovení vydavateľa, ktorí spolupracujú s takýmito externými distribútormi, sa vyjadrili k faktorom dôležitým pre výber distribútora nasledovne.

374. Vydavateľstvo Tatran, ktoré spolupracuje s viacerými distribúciami – IKAR, Partner Technic aj Pemic<sup>359</sup>, sa vyjadril, cit: „Nášho najväčšieho distribučného partnera Ikar a.s. sme vybrali na základe rozhodnutia, že načas sme mali zaplatené všetky predané knihy a nikdy sme sa s ním nedostali do obchodných problémov. Pri kontrole našich kníh sme zistili, že pokrýva celé územie Slovenska a naše knihy sú pomerne dobre vystavené vo všetkých predajniach.“

<sup>354</sup> Otázka číslo 18. výzvy úradu listom číslo 154/2020/OK-2104/6/2020 zo dňa 28. 05. 2020: „V prípade, že veľkoobchodne predávate knihy nezávislých vydavateľstiev (t. j. ktoré nie sú z rovnakej ekonomickej skupiny ako Vaša spoločnosť), popíšte, ako funguje výber obchodného partnera vo vzťahu medzi vydavateľom a veľkoobchodníkom, a to najmä ktorý z uvedených subjektov spravidla iniciuje obchodný vzťah (či vydavateľ oslovuje veľkoobchodného predajcu alebo naopak), kritériá na ktorých základe dochádza k výberu obchodného partnera, a to tak na strane vydavateľa (napr. portfólio, trhové postavenie atď.), ako aj na strane veľkoobchodného predajcu kníh (napr. pokrytie istého územia alebo typu odberateľa veľkoobchodníkom, poskytovanie istého rozsahu služieb atď.).“

<sup>355</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3177/2020 dňa 20.07.2020, bod 18.

<sup>356</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3368/2020 dňa 30.07.2020, bod 18.

<sup>357</sup> Oznámenie z 27.5.2020, str. 57.

<sup>358</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>359</sup> V Odpovedi zahrnuli do distribúcie aj spoločnosť Martinus, táto však distribúciu neposkytuje.

375. Vydavateľstvo Svojtka (ktorého medzi najväčšie zaradili Oznamovatelia) uviedlo, že na Slovensko dodáva prostredníctvom distribučných spoločností, nakoľko nemá na Slovensku vlastné sklady ani distribučné kapacity, pričom spolupráca s distribútormi je na základe historicky dobrých skúseností (používa distribútorov IKAR a PEMIC).

376. Z uvedených odpovedí vyplýva, že z pohľadu veľkoobchodných distribútorov sú pre pôsobenie na tomto trhu dôležité jednak atraktivita a komplexnosť portfólia (nakoľko toto je následne dôležité kritérium pre ich maloobchodného zákazníka, ako je i nižšie potvrdené maloobchodníkmi), taktiež dosah distribúcie a predajných kanálov, t.j. možnosti následného umiestnenia knihy, možnosť skladovacích priestorov, pričom výber veľkoobchodníka sa orientuje aj skúsenosťami z predošlej spolupráce. Uvedené sa prelína s faktormi, dôležitými pre pôsobenie na trhu, ktoré uvádzali veľkoobchodníci vo vzťahu k trhu veľkoobchodných dodávok kníh do maloobchodu.

377. Pokiaľ ide o trh veľkoobchodných dodávok kníh do maloobchodu, z účastníkov koncentrácie tu pôsobí IKAR a EMG. V tomto prípade, okrem v tabuľke vyššie uvedených subjektov, veľkoobchodné dodávky realizujú ďalší podnikatelia, ktorí sú, podobne ako IKAR, vertikálne integrovanými hráčmi, neposkytujú však distribúciu pre tretie strany, sú veľkoobchodníkmi výlučne pre tituly z vlastnej vydavateľskej produkcie, konkrétne SLOVART a ALBATROS MEDIA.

378. Vychádzajúc zo Správ o knižnom trhu, ako aj z informácií v prieskume, podnikatelia uvedení nižšie v tabuľke predstavujú ustálený a v zásade konečný počet subjektov aktívnych na tomto trhu.

379. Úrad v tomto prípade vychádzal z tržieb za veľkoobchodnú distribúciu kníh uvedených subjektov do maloobchodu (bez dodávok inštitucionálnym odberateľom)<sup>360</sup>:

Tabuľka č. 17

	2016	2017	2018	2019
<b>ikar</b>	[30-40] <sup>361</sup> %	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
<b>Partner Technic</b>	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
<b>Slovart</b>	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
<b>Pemic</b>	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
<b>Albatros</b>	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
<b>Inform Lib</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

<sup>360</sup> V tomto prípade nebolo možné presne určiť výšku podielov na úradom zaevidovanom veľkoobchodnom trhu dodávok do kníhkupectiev, t.j. bez supermarketov. Dôvodom je, že nie všetci podnikatelia dodávajú priamo veľkoobchodne do supermarketov a tiež nie všetci boli schopní poskytnúť údaje v zodpovedajúcom členení. V niektorých prípadoch veľkoobchodní dodávatelia dodávajú do supermarketov prostredníctvom iného veľkoobchodného dodávateľa, pričom tržby v takomto členení neboli k dispozícii. Úrad mal však k dispozícii minimálne percentuálny pomer dodávok do supermarketov u troch dodávateľov, z ktorého vyplýva, že tento bol [...]. Z toho dôvodu a tiež na základe skutočnosti, že vyčistenie tržieb by sa týkalo rovnako dodávateľov, ktorí dodávajú do supermarketov nepriamo (cez iných dodávateľov) úrad má za to, že podiely by neboli výrazne iné, jednak pokiaľ ide o poradie hráčov a jednak pokiaľ ide o pomery odstupov medzi nimi. [...] – obchodné tajomstvo, vychádza z informácií, ktoré sú predmetom obchodného tajomstva

<sup>361</sup> [...] – obchodné tajomstvo, pričom podiel IKAR je prístupný všetkým účastníkom konania

<b>Eugenika</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
-----------------	--------	--------	--------	--------

380. Z uvedeného vyplýva, že v rámci veľkoobchodnej distribúcie (zahŕňajúc distribúciu vlastných ako aj titulov tretích strán) je podnikateľ IKAR [. . . . . ]<sup>362</sup> najväčším hráčom z hľadiska dosahovaných tržieb, s podielom na úrovni okolo [40-50]<sup>363</sup>%, [. . . . . ].<sup>364</sup> Ďalší hráč, podnikateľ Partner Technic, dosahuje o [. . . . . ]<sup>365</sup> menšie podiely, nasledovaný troma hráčmi s podielmi na obdobnej úrovni.

381. Úrad následne zisťoval ďalšie faktory, ktoré sú dôležité pre pôsobenie na danom trhu, pokiaľ ide o veľkoobchodné dodávky kníh vo všeobecnosti (tu vrátane požiadaviek zákazníkov – maloobchodných odberateľov), pričom ako je uvedené vyššie, odpovede ohľadne faktorov, ktoré sú pre presadenie sa na trhu veľkoobchodných dodávok do maloobchodu dôležité, sa prelínali s kritériami dôležitými pre pôsobenie vo vzťahu k distribúcii kníh tretích strán.

382. V Oznámení boli ako hlavné faktory vstupu na trh veľkoobchodného predaja kníh uvedené: potreba skladu, zabezpečenie dopravy alebo služieb pre spotrebiteľov.

383. Podnikateľ PARTNER TECHNIC za faktory, ktoré sú rozhodujúce na presadenie sa a efektívne fungovanie v oblasti veľkoobchodného predaja kníh uviedol, že najdôležitejší faktor je mať v distribúcii najžiadanejšie tituly a mať široké portfólio knižných titulov.

Podnikateľ PARTNER TECHNIC taktiež uviedol<sup>366</sup> vo vzťahu k exkluzivite, že, cit. „[. . . . . ]<sup>367</sup>.

384. Pre pôsobenie v oblasti veľkoobchodného predaja kníh je podľa podnikateľa PEMIC nevyhnutné mať spoľahlivých partnerov na strane dodávateľov – vydavateľov, ako aj na strane odberateľov – maloobchodných predajcov, taktiež logistický systém zabezpečujúci plynulé a včasné zásobovanie; na úspešné presadenie sa je nevyhnutné mať široký sortiment, rýchlosť dodania, správnu cenu.

385. Rozhodujúcimi faktormi na presadzovanie sa vo veľkoobchodnej činnosti podľa podnikateľa SLOVART sú<sup>368</sup>: prekročenie minimálneho objemu predaja, ktoré umožní financovať súvisiace náklady; dostatočný výskyt žiadaných titulov, ktorý spôsobí, že kníhkupectvo sa voči veľkoobchodu snaží dodržiavať platobnú disciplínu, pretože inak

<sup>362</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>363</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>364</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>365</sup> [...] – obchodné tajomstvo  
<sup>366</sup> Zápis z osobného stretnutia dňa 24.9.2020 č. 154/2020/OK-IZ-527/2020.  
<sup>367</sup> [...] – obchodné tajomstvo Partner Technic  
<sup>368</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.6.2020, bod 13.

by prišlo o časť predajnej produkcie; veľkosť pokrytého územia nie je faktorom, nakoľko samotné Slovensko je malé. Pre spoločnosť, ktorá chce poskytovať veľkoobchodné služby iným vydavateľom (tretím stranám), je disponovanie skladovými priestormi nevyhnutnosť. Taktiež doplnil, že vo väčšine rozvinutých európskych krajin (aj oveľa menších než je Slovensko) poskytuje veľkoobchodné služby vydavateľstvám len malý počet spoločností.

386. Podnikateľ ALBATROS MEDIA<sup>369</sup> za faktory rozhodujúce pre presadenie sa a efektívne pôsobenie na trhu veľkoobchodného predaja kníh považuje nasledovné: (i) logistika, distribúcia, (ii) kvalitný a operatívny objednávací systém, (iii) široká a kvalitná ponuka, (iv) vysoko informovaní a ústretoví obchodní zástupcovia, (v) rabatové podmienky.

387. Podnikateľ EUGENIKA<sup>370</sup> ako hlavné faktory na vstup do veľkoobchodnej činnosti uviedol: celkové náklady a technologické a logistické zázemie; v posledných 5 rokoch nezaznamenal žiadny vstup do veľkoobchodnej distribúcie kníh. Uviedol, že pre presadenie sa a efektívne fungovanie v oblasti veľkoobchodného predaja kníh je dôležitá kombinácia viacerých faktorov, a to: portfólio, skladové priestory, IT a logistické systémy. Teda mať aktuálne a žiadané tituly a vedieť ich rýchlo a efektívne nasmerovať do predajných kanálov.

388. Podnikateľ INFORM LIB<sup>371</sup> za nevyhnutné predpoklady pre pôsobenie v oblasti veľkoobchodného predaja kníh považuje efektívnosť, kontrolu procesov a nákladov.

389. Okrem uvedeného sa ohľadne výberu ich veľkoobchodného partnera/partnerov vyjadrovali aj zákazníci – kníhkupectvá pôsobiace na maloobchode, zväčša ako jeden z faktorov presadzovania sa na predmetnom maloobchodnom relevantnom trhu uviedli, že je potrebné mať čo najširšiu škálu knižných titulov požadovaných ich odberateľmi. Z tohto dôvodu aj veľkoobchodní dodávatelia (ak sa nešpecializujú na istý typ literatúry ako je tomu v prípade podnikateľa EUGENIKA (ktorý sa špecializuje na motivačnú literatúru) a podnikateľa INFORM LIB (ktorý sa zameriava na veľkoobchodnú distribúciu prevažne odborných kníh) majú motív zabezpečiť si čo najširšie portfólio kníh rôzneho zamerania v (najpredávanejších) jazykoch, ktoré maloobchodný odberateľ požaduje.

390. Z uvedeného vyplýva, že za najdôležitejšie faktory pre úspešné pôsobenie na trhu veľkoobchodných dodávok do maloobchodu možno považovať najmä široké portfólio titulov/šírka sortimentu, atraktívne tituly v ponuke, logistické zázemie – skladové priestory, prepracované IT systémy a logistické kanály, určitá „veľkosť“ resp. dosahovanie určitých objemov predaja.

391. Úrad vo svetle týchto faktorov, ako aj vyššie uvedených, na trhu veľkoobchodnej distribúcie kníh od tretích strán, zisťoval charakteristiky jednotlivých účastníkov trhu, ktoré v kontexte s trhovým podielom umožňujú presnejšie určiť význam a silu

<sup>369</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.06.2020.

<sup>370</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3368/2020 dňa 30.7.2020.

<sup>371</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3550/2020 dňa 12.08.2020.

jednotlivých podnikateľov tu pôsobiacich. Úrad sa zaoberal najmä faktormi ako šírka a rozsah portfólia, prípadná exkluzivita portfólia, logistické možnosti (skladovacie priestory).

392. Podnikateľ IKAR<sup>372</sup>, ako už bolo uvedené, je vertikálne integrovaná spoločnosť, poskytujúca služby distribútora tretím stranám (zväčša vydavateľia) a veľkoobchodne dodávajúca do maloobchodu knihy z vlastnej vydavateľskej produkcie, ako aj od tretích strán. Vychádzajúc zo Správy o knižnom trhu z roku 2019 disponuje rozsiahlymi a modernými skladovými priestormi o rozlohe 8700 m<sup>2</sup>, kde skladuje knihy v objeme cca 4.5 mil. ks a zabezpečuje aj logistické služby pre partnerov. V portfóliu má cca 100 000 titulov vlastnej produkcie a produkcie tretích strán.

393. Pokiaľ ide o šírku portfólia IKAR veľkoobchodne predáva rozsiahle portfólio kníh rôzneho obsahového zamerania, najmä v kategóriách beletria a poézia (pôvodná aj prekladová), populárno náučná literatúra, detská literatúra.

394. IKAR má v portfóliu do [.....] vydavateľov (veľké množstvo z nich má len [.....], pričom zo 100 % dodávok IKAR ako veľkoobchodníka bolo takmer [.....] % objemu kníh vydaných vydavateľstvami IKAR a Slovenský spisovateľ, [....] % od Euromedia Group, zvyšok [.....] % tvorili ostatné vydavateľstvá [.....] ]<sup>373</sup>.

395. Podľa Oznámenia<sup>374</sup>, pokiaľ ide o skladovanie, IKAR, a.s. [.....] ]<sup>375</sup>.

396. Podľa informácií uvedených v Správe o knižnom trhu 2018 došlo v danom roku k významnej zmene: z trhu odišiel jeden z dlhodobu najväčších veľkoobchodov – Slovart Store, dodávateľ kníh pre sieť hypermarketov a supermarketov TESCO – jeho činnosť prevzala knižná distribúcia IKAR.

397. Podľa vyjadrenia Spolku Slovenských spisovateľov<sup>376</sup>, IKAR aj SLOVART majú exkluzívne práva na TOP autorov, čo zásadne zvyšuje ich podiel na trhu ( IKAR – Dan Brown, Táňa Keleová Vasilková, Jozef Banáš; SLOVART – Dominik Dán, Juraj Červenák). V rámci vyjadrenia tiež boli uvedení ďalší vydavateľia, ktorí majú v ponuke TOP autorov, avšak títo nemajú vlastnú veľkoobchodnú distribúciu. Význam týchto exkluzívnych práv na vydavateľskom trhu sa v prípade existencie vlastnej distribúcie premieta aj do trhu veľkoobchodných dodávok do maloobchodu.

<sup>372</sup> Oznámenie z 27.5.2020.

<sup>373</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM, ohľadne štruktúry dodávateľov

<sup>374</sup> Doplnenie Oznámenia z 1.12.2020.

<sup>375</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné IM

<sup>376</sup> Listom zaevidovaným úradom pod č. 154/2020/OK - 4124/2020 dňa 18.9.2020.

398. PARTNER TECHNIC vznikol v roku 1991 ako firma špecializovaná na predaj odbornej technickej a počítačovej literatúry zameranej na strojárstvo a architektúru<sup>377</sup> (je prepojený s vydavateľstvom CITADELLA PUBLISHING <http://www.citadella.sk/>) uviedol<sup>378</sup>, že predáva knihy nezávislých vydavateľstiev, a to aj na exkluzívnej báze a taktiež prepojeného vydavateľstva CITADELLA PUBLISHING; okrem všetkých knižných maloobchodných predajní, škôl a knižníc v SR zásobuje knihami hypermarket pôsobiaci v SR v plnom rozsahu (hypermarket Kaufland); pôsobí na území SR. Taktiež uviedol, že nevlastní skladové priestory – tie si prenajíma (Bratislava, o rozlohe 2 500 m<sup>2</sup>).

Podľa Správy o stave knižného trhu z roku 2019 tiež poskytuje pre veľkoobchodníkov internetový systém a knižné e-shopy. Niektoré z vydavateľstiev ponúka exkluzívne, [

..... ]<sup>379</sup>.

Podľa vlastného vyjadrenia má v portfóliu takmer [.....]<sup>380</sup> vydavateľov, pokiaľ ide o postavenie na trhu veľkoobchodnej distribúcie kníh do maloobchodu od tretích subjektov, tak sa vyjadril, že má porovnateľné postavenie ako IKAR, s tým rozdielom, že PARTNER TECHNIC distribuuje skôr umeleckú literatúru a IKAR skôr mainstreamovú<sup>381</sup>.

399. PEMIC (vydavateľská činnosť prostredníctvom Bookmedia <http://www.bookmedia.cz/>) uviedol<sup>382</sup>, že svoje knihy dodáva výhradne cez svoj veľkoobchod, pôsobí na celom území SR, vlastnými skladovacími priestormi nedisponuje; na území SR dodáva knihy ako z vlastnej vydavateľskej činnosti [..... ]), tak aj knihy nezávislých vydavateľov, exkluzívne pre [..... ]].

Podnikateľ PEMIC uviedol, že predáva takmer kompletnú ponuku toho, čo sa v slovenčine vydáva, na nič sa nezameriava.

Podľa Správy o stave knižného trhu disponuje cca 70 000 titulmi a dodáva knihy okrem kníhkupectiev aj do reťazca Metro. - [...] *obchodné tajomstvo podnikateľa PEMIC*

400. ALBATROS MEDIA uviedol<sup>383</sup>, že využíva vlastnú veľkoobchodnú distribúciu svojej produkcie ako aj produkcie materskej spoločnosti Albatros Media, a.s., Na Pankráci 30/1618, 140 00 Praha 4, ČR (t. j. veľkoobchodné dodávky kníh zo zdroja mimo svojej ekonomickej skupiny nerealizuje), a to vo vzťahu k celému územiu SR (má distribučný sklad v Pezinku s rozlohou približne 1 900 m<sup>2</sup>); jej výhodou je nezávislosť od distribúcií tretích strán, lepšie služby zákazníkom, spätná väzba o záujme kupujúcich. ALBATROS MEDIA knihy distribuuje v 5 distribučných kanáloch<sup>384</sup>: voľný trh (nezávislé kníhkupectvá), Klub mladých čitateľov (školy a materské školy), eshop (priamy predaj zákazníkom cez internet), špeciálne operácie (mimoriadne objednávky od zákazníkov) a elektronické knihy. Iné veľkoobchodné distribúcie využíva v prípade špeciálnych kanálov, kde nemá obchodné zastúpenie.

<sup>377</sup> Zdroj: <http://www.partnertechnic.sk/#onas>

<sup>378</sup> List zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK – 3177/2020 dňa 20.7.2020, body 9., 10., 12., 13., 14., 15., 20., 21. a 26.

<sup>379</sup> List zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK – 4178/2020 dňa 22.9.2020; [...] – obchodné tajomstvo Partner Technic

<sup>380</sup> [...] – obchodné tajomstvo Partner Technic

<sup>381</sup> Zápis z osobného stretnutia dňa 24.9.2020 č. 154/2020/OK-IZ-527/2020.

<sup>382</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2569/2020 dňa 22.06.2020, body 1., 3., 10., 12., 13., 14., 15., 16. a 17.

<sup>383</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.6.2020, body 3., 4., 5., 10., 12. a 15.

<sup>384</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2705/2020 dňa 26.6.2020, bod 9.

Spektrum ponúkaných kníh je rôznorodé: od detskej literatúry cez beletriu až po populárne náučné knihy. Od vymaľovaniek a kníh aktivít, cez romány až po odborné vedecké príručky.

401. SLOVART uviedol<sup>385</sup>, že pôsobí v prenajatých skladových priestoroch s rozlohou niekoľko tisíc metrov štvorcových, nevykonáva pritom distribúciu pre tretie strany<sup>386</sup>, distribuuje len svoje tituly, v tomto prípade sa teda nebolo potrebné zaoberať rozsahom exkluzivity. Dodáva knihy z viacerých kategórií, konkrétne beletria, detské knihy, non-fiction.

402. INFORM LIB sa zameriava na veľkoobchodný predaj tlačенých kníh najmä z oblasti spoločenských vied, odbornej literatúry a učebníc<sup>387</sup> (čo je zrejme aj z predmetným podnikateľom uvedených 5 najväčších dodávateľov, ktorí sú odlišní [ . . . . . ]<sup>388</sup>. Knihy žiadneho z vydavateľov nedistribuuje exkluzívne. Jeho odberateľmi sú: internetové obchody (70 %), kníhkupectvá (20 %), knižnice (5 %), inštitúcie (5 %) – 5 najväčších odberateľov: [ . . . . . ]<sup>389</sup> aj uvedeným sa odlišuje od svojich konkurentov a odráža to jeho špecifické zameranie. Podnikateľ INFORM LIB podľa svojho vyjadrenia knihy distribuuje na celom území SR a disponuje skladovými priestormi o veľkosti 210 m<sup>2</sup> v Žiline.

403. EUGENIKA ako knižný veľkoobchod pôsobí na celom území SR (knižný sklad má v prenájme v Bratislave, rozloha 400 m<sup>2</sup>), nezameriava sa na celé spektrum kníh ale špecializuje sa na motivačnú literatúru.

404. Úrad taktiež pri vymedzení postavenia a dôležitosti veľkoobchodných dodávateľov pre maloobchodníkov, vychádzal zo zistených údajov ohľadne pomeru dodávok od jednotlivých veľkoobchodných dodávateľov, ktoré poskytli oslovení maloobchodníci<sup>390</sup>, a to nasledovne.

405. Panta Rhei za svojich 5 najväčších dodávateľov kníh označil<sup>391</sup>: [ . . . . . ] %.

406. MARTINUS uviedol<sup>392</sup>, že má viac ako [.....] rôznych dodávateľov, pričom [ . . . . . ]. Na výzvu úradu uviesť 5 najväčších dodávateľov kníh s určením ich podielu na celkových dodávkach kníh uviedol: [ . . . . . ]

<sup>385</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.06.2020, bod 12.

<sup>386</sup> Ako bolo uvedené už vyššie, len v obmedzenom rozsahu distribuuje určité cudzojazyčné knihy (najmä v angličtine).

<sup>387</sup> Zdroj: <http://www.inform-za.sk/o-firme>

<sup>388</sup> [...] – obchodné tajomstvo Inform Lib

<sup>389</sup> [...] – obchodné tajomstvo Inform Lib

<sup>390</sup> Úrad nižšie neuvádza a nezohľadňuje informáciu o dodávateľoch predloženú internetovým maloobchodným predajcom kníh Internet-Handel (MEGAKNIHY), nakoľko uviedol dodávateľov spolu pre všetky geografické trhy, na ktorých pôsobí.

<sup>391</sup> Strana 51 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020. [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>392</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2808/2020 dňa 1.7.2020, bod 20.

..... ], čo je spolu [.....] %. - [...] *obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus*

407. Dodávateľmi ARTFORUM sú: Knižný veľkoobchod KOSMAS, ČR (20 %), PARTNER TECHNIC (20 %), IKAR (15 %), SLOVART (15 %), ALBATROS (12 %), niekoľko desiatok menších slovenských a českých vydavateľov (10 %), vlastné vydavateľstvo (8 %). Taktiež uviedol<sup>393</sup>, že vzhľadom na to, že pre väčšinu titulov platí, že ich dodáva len jeden z dodávateľov, bolo by vypovedanie zmluvy či akékoľvek obmedzenie dodávok vážnym problémom vo fungovaní kníhkupectva. Napríklad knihy vydavateľstva SLOVART sú k dostaniu len v SLOVARTe; mnoho kníh malých, ale významných vydavateľov je k dostaniu len v PARTNER TECHNIC alebo v IKARe.

408. Podnikateľ Knihy pre každého uviedol<sup>394</sup>, že podiel nákupov pre kamenné predajne a pre internetový predaj jednotlivých dodávateľov je nasledujúci: IKAR 40 %, Partner Technic 15 %, Albatros 10 %, Pemic 8 %, Slovart 7 %, ostatní 20 %, pričom prerušenie spolupráce s podnikateľom IKAR by bolo najciteľnejšie: práve šírka sortimentu a predajnosť daných titulov, ktoré má IKAR v ponuke, sú rozhodujúce.

409. Najväčší dodávateľia alter ego<sup>395</sup>: Megabooks (20 %), Ing. Ján Strapec OXICO (14 %), IKAR (10 %), PEMIC (8 %), PARTNER TECHNIC (7 %).

410. Podnikateľ Libresso ako svojich najväčších dodávateľov uviedol<sup>396</sup>- [.....] - [...] *obchodné tajomstvo podnikateľa Libresso*

411. Najväčší dodávateľia ČAS NA TICH<sup>397</sup>: [.....] - [...] *dôverná informácia podnikateľa Čas na ticho*

412. Najväčší dodávateľia TRANOSCIUS: [.....] - [...] *obchodné tajomstvo podnikateľa TRANOSCIUS*

413. Ako svojich najväčších dodávateľov LITTERA (ktorého prevládajúca časť predaja sú jazykové učebnice) uviedol<sup>398</sup>: IKAR, Partner Technic, Albatros Media, EUROMEDIA, Slovart.

414. Internetový predajca kníh HOLLYWOOD uviedol<sup>399</sup> nasledujúcich najväčších dodávateľov: IKAR (30 %), Partner Technic (25 %), INFORM LIB (20 %), SLOVART (15 %), Albatros Media (10 %). Taktiež uviedol<sup>400</sup>, že vzhľadom na to, že každý

<sup>393</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2251/2020 dňa 5.6.2020, bod 24.

<sup>394</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2377/2020 dňa 11.6.2020, bod 20. a bod 24.

<sup>395</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2272/2020 dňa 8.6.2020, bod 20.

<sup>396</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2594/2020 dňa 22.6.2020, bod 20.

<sup>397</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3010/2020 dňa 13.7.2020, bod 2.

<sup>398</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2939/2020 dňa 15.6.2020, bod 15.

<sup>399</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2250/2020 dňa 5.6.2020, bod 20.

<sup>400</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2250/2020 dňa 5.6.2020, bod 24.



dodávateľ dodáva vlastný sortiment odlišný od iného dodávateľa, bolo by veľmi ťažké, ak nie nemožné pokryť dodávku rovnakých titulov od iného dodávateľa.

415. Internetový predajca kníh KYBEROS<sup>401</sup> uviedol nasledovných dodávateľov: IKAR 35,98 %; PARTNER TECHNIC 22,56 %; PEMIC 20,02 %; ALBATROS MEDIA 10,96 %, SLOVART 10,48 %.

KYBEROS taktiež ohľadne dôsledkov straty dodávateľa uviedol:

ALBATROS MEDIA – dopad straty 10 % - väčšinou výlučná distribúcia ich vlastných titulov

IKAR – dopad straty 35 % obratu, zrejme zavretie e-shopu, väčšinou výlučná distribúcia ich vlastných titulov

PEMIC – dopad straty 10 % obratu, možnosť nahradiť 50 % ich sortimentu od iného dodávateľa

PARTNER TECHNIC - možnosť nahradiť 50 % ich sortimentu od iného dodávateľa

SLOVART – dopad straty 10 % obratu, výlučná distribúcia ich vlastných titulov

416. Internetový predajca kníh ABC knihy uviedol, že jeho najväčšími dodávateľmi sú podnikatelia: [. . . . . ]- [. . . . . ]- *obchodné tajomstvo podnikateľa ABC knihy.*

417. Na otázku úradu ohľadne hlavných faktorov, ktoré ovplyvňujú vstup na trh v oblasti veľkoobchodného predaja kníh, taktiež ohľadne toho, či oslovený podnikateľ v období posledných 5 rokov zaznamenal vstup/výstup/expansionu na trhu v oblasti veľkoobchodného predaja kníh a z akých dôvodov úradom oslovení podnikatelia uviedli nasledovné.

418. PARTNER TECHNIC uviedol,<sup>402</sup> že v poslednom období 5-10 rokov nezaznamenal žiadnu expansionu na knižnom trhu; knižný trh na Slovensku je uzavretý kolobeh a nie je priestor na vstup ďalšieho subjektu; dochádza len k lokálnym zmenám v distribučnej činnosti. Taktiež uviedol, že tým, že je to uzavretý kruh dlhoročne fungujúci, nie je veľký priestor k extrémnemu rozširovaniu či expanzii.

419. SLOVART (ktorý pravidelne neposkytuje veľkoobchodnú distribúciu kníh iným vydavateľom v SR) uviedol<sup>403</sup>, že hlavným faktorom pre vstup prípadného nového veľkoobchodu na trh je dôvera vydavateľstiev. Za posledných mnoho rokov (viac než 5) nezaznamenal vstup nového relevantného veľkoobchodného hráča na trh s knihami.

420. Rovnako Oznamovatelia sa vyjadrili, že vstup na tento trh je zložitejší, a to najmä z pohľadu nutnosti vybudovať si logistiku a tiež z hľadiska nárokov na poskytované služby, ako je vyššie uvedené.

*Záver k charakteristikám predmetných trhov, vymedzeniu IKAR na nich a posúdenie dopadov vo vzťahu k veľkoobchodným trhom*

<sup>401</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2222/2020 dňa 4.6.2020.

<sup>402</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3177/2020 dňa 20.7.2020, body 29. a 30.

<sup>403</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.6.2020, bod 29.

421. Z uvedeného vymedzenia štruktúry oboch trhov a ich charakteristík vyplynuli z pohľadu posudzovanej koncentrácie nasledujúce skutočnosti:

1. Podnikateľ IKAR je jednoznačne najkomplexnejším subjektom pôsobiacim na tomto trhu z pohľadu vertikálnej integrácie.
2. Je jednak číslom jedna pokiaľ ide o vydavateľstvo širokého portfólia kníh v slovenčine, pričom z hľadiska nákupu práv na vydanie diela pôvodnej literárnej tvorby je vzhľadom na vynaložené výdavky na nákup týchto práv jednoznačným lídrom (ako je vyššie v časti charakteristiky vydavateľského trhu špecifikované).
3. Takisto je IKAR nesporne najvýznamnejším veľkoobchodným dodávateľom kníh do maloobchodu s výrazným odstupom od svojho najbližšieho konkurenta.
4. Rovnako tak predstavuje jedného z fakticky troch najväčších distribútorov ponúkajúcich distribučné služby pre vydavateľstvá (ako druhý najväčší hráč, avšak podiely prvých troch sú tu vyrovnané). Pritom ďalší dvaja významní hráči vo vydavateľskej činnosti (SLOVART a ALBATROS), distribúciu pre tretie strany nerealizujú.
5. Z hľadiska faktorov rozhodujúcich pre zákazníka na trhu distribúcie pre tretie strany disponuje IKAR najväčšími skladovacími priestormi, širokým záberom logistiky možností distribučných kanálov, keďže vzhľadom na jeho významnosť z hľadiska podielu dodávok je predpoklad zabezpečenia dostupnosti a atraktívneho umiestnenia v širokej sieti maloobchodníkov.
6. Z hľadiska faktorov dôležitých pre zákazníkov na trhu veľkoobchodných dodávok kníh do maloobchodu rovnako disponuje efektívnou distribúciou, najväčším objemom titulov k dispozícii – ako najväčší vydavateľ a zároveň druhý najväčší distribútor titulov pre tretie strany. Rovnako tu predstavuje nespornú výhodu vertikálna integrácia IKAR ako veľkoobchodníka a vydavateľa a tiež exkluzivita vo vzťahu k časti distribuovaných vydavateľov, čím napína požiadavku na stabilitu vydavateľských partnerov. Disponuje tiež širokým portfóliom titulov.
7. Pokiaľ ide o význam podnikateľa IKAR vyjadrený cez podiely na dodávkach u jednotlivých maloobchodníkov, z celkovo 11 oslovených bol IKAR na prvom mieste u [...] <sup>404</sup> subjektov, pričom viacerí sa vyjadrili špecificky, že v prípade práve tohto subjektu by obmedzenie jeho dodávok mohlo byť problematické z hľadiska ich podnikateľskej činnosti, vzhľadom najmä na rozsah dodávok, šírku sortimentu, skutočnosť, že v časti ide o produkciu IKAR, ktorú nemožno zaobstarať z iného zdroja.

422. Uvedené skutočnosti poukazujú na významné postavenie spoločnosti IKAR na oboch uvedených trhoch, čo úrad následne posúdil v kontexte charakteristík trhov maloobchodného predaja kníh v kníhkupectvách a pozície podnikateľa Panta Rhei v tejto súvislosti.

---

<sup>404</sup> [...] – obchodné tajomstvo

### III. Maloobchodný predaj kníh v kníhkupectvách

#### *Informácie uvedené v Oznámení koncentrácie*

423. V Oznámení sa ohľadne odhadu celkovej veľkosti relevantného trhu na maloobchode uvádza<sup>405</sup>, že Oznamovatelia vychádzali z údajov, ktoré zbiera Združenie vydavateľov a kníhkupcov Slovenskej republiky a publikuje ich v podobe analýzy v rámci Správy o knižnom trhu. Údaje uvedené v tejto analýze predstavujú kompilát presných údajov a odhadov, Oznamovatelia ich pre účely odhadu veľkosti relevantného trhu považujú za dostatočné (taktiež uviedli, že žiadny iný presnejší informačný zdroj nie je k dispozícii).

424. Z hľadiska finančného podľa Správ o knižnom trhu (Oznamovatelia vychádzali z roku 2017), ide o obrat na tomto trhu vo výške cca 90-95 mil. EUR. Analýza odhaduje veľkosť celého knižného trhu v SR na 105-110 mil. EUR, pre určenie veľkosti relevantného trhu do výpočtu Oznamovatelia nezahŕňajú predaj školských učebníc (nejedná sa o maloobchodný predaj, prebieha úplne odlišným kanálom). Veľkosť relevantného trhu v objemových jednotkách, vychádzajúc zo Správ o knižnom trhu je podľa Oznamovateľov možné odhadovať len približne, a to vychádzajúc z odhadovanej finančnej veľkosti trhu 90 – 95 mil. EUR (po odrátaní učebníc) a priemernej koncovej maloobchodnej ceny knihy približne 10 EUR, čo predstavuje celkovú veľkosť relevantného trhu 9,0 – 9,5 mil. kusov kníh.

425. Oznamovatelia odhadli<sup>406</sup> trhovú podiel Panta Rhei [. . . . .]  
.....  
..... ]<sup>407</sup>. Zároveň uviedli<sup>408</sup>, že trhovú podiel Panta Rhei predstavuje klasický podiel spoločnosti na trhu – v tomto prípade maloobchodného trhu, ktorého veľkosť reprezentuje veľkosť celého knižného trhu v SR. [. . . . .]  
..... ]<sup>409</sup>.

426. Vo vzťahu k najväčším konkurentom na maloobchode uviedli nasledovné podiely, pričom vychádzali z údajov z účtovných závierok za rok 2018 (s odhadom odpočítania tržieb neknižného sortimentu).

Tabuľka č. 18

<b>Spoločnosť</b>	<b>Odhad predaja kníh v mil. EUR</b>	<b>Odhadovaný podiel na trhu</b>
[. . . . . ..]	[. . . . .]	[20-30]%
[. . . . . ...]	[. . . . .]	[0-5]%

<sup>405</sup> Strany 41 a 42 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>406</sup> Strany 42 a 43 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>407</sup> [...] obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné LB

<sup>408</sup> Strana 43 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>409</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania.

[..... ..... .....]	[.....]	[0-5]%
---------------------------	---------	--------

[...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania.

427. Pokiaľ ide o samostatný predajný kanál internet, Oznamovatelia uviedli podnikateľa Martinus ako rozhodujúceho hráča v tomto segmente.

428. Vo vzťahu k diskontnému predaju uviedli ohľadne najväčšieho konkurenta nasledovné, cit: Rozhodujúcim hráčom na trhu je firma KNIHY PRE KAŽDÉHO s.r.o. V roku 2018 dosiahli tržby za predaj tovaru 3823 tis. EUR a odhadujeme, že diskontný predaj generoval približne dve tretiny predaja“, teda cca 2,3 mil. EUR. Takisto Oznamovatelia uvádzali, že, cit. „...[.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....]“<sup>410</sup>

429. Pokiaľ ide o kamenné kníhkupectvá, ako je uvedené v časti trhy, Oznamovatelia na výzvu úradu odhadli spádovú oblasť predajní, pričom uviedli, že bežná základná spádová oblasť pre kníhkupectvo v obchodnom centre je cca v okruhu [.....]<sup>411</sup> [.....  
.....] <sup>412</sup>. Taktiež uviedli predpoklad bežnej základnej spádovej oblasti pre kníhkupectvo mimo obchodného centra, a to na úrovni mesta, v ktorom sa kníhkupectvo nachádza a priľahlých miest vo vzdialenosti [.....]<sup>413</sup>. Súčasne na žiadosť úradu uviedli v tomto zmysle prehľad konkurencie na lokálnej úrovni.

#### Zistenia úradu

430. Ako je vyššie v časti úvodu k nehorizontálnym dopadom koncentrácie uvedené, predmetnou koncentráciou vznikajú vertikálne prepojenia v prípade viacerých alternatív vymedzených trhov maloobchodu, a to konkrétne:

- veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný predaj kníh v kamenných kníhkupectvách (bez diskontného predaja), a to na celonárodnej ako aj lokálnej úrovni (v rámci priestorového vymedzenia trhov kamenných predajní),
- veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný predaj kníh v kamenných kníhkupectvách aj online spolu (bez diskontného predaja) v SR,
- veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný predaj kníh online v SR
- veľkoobchodný predaj kníh v SR a maloobchodný diskontný predaj kníh v kamenných predajniach, a to na celonárodnej aj lokálnej úrovni.

<sup>410</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB.

<sup>411</sup> [...] - obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB.

<sup>412</sup> [...] - obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>413</sup> [...] - obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB.

431. Úrad zistil štruktúru jednotlivých alternatív predmetných trhov<sup>414</sup>, pričom ako už bolo uvedené v časti Horizontálne posúdenie koncentrácie, vychádzal z dát získaných z prieskumu s odhadom celkovej veľkosti jednotlivých alternatív trhov, s určitými limitáciami dát, ako je popísané v danej časti, ktoré však nemali vplyv na závery úradu.

432. V časti Horizontálne posúdenie koncentrácie sú pritom uvedené štruktúry tých alternatív trhov, pri ktorých dochádzalo k horizontálnemu prekrytiu aktivít. Úrad na tomto mieste bude odkazovať na príslušné tabuľky vyššie.

433. V ostatných prípadoch (písmená a) a d)) uvádza úrad zistenú štruktúru trhov ďalej v tomto texte, pritom pre tieto zároveň platí, že úrad zistil štruktúru trhu na úrovni SR z hľadiska tržieb na celonárodnej úrovni. Nakoľko však v týchto prípadoch ide o lokálne trhy, zbral do úvahy štruktúru trhov na úrovni lokalít, pre účely hodnotenia vertikálnych prepojení. Tu vychádzal z dát od Oznamovateľov (a zistených prieskumom) ohľadne počtu a charakteru hráčov v jednotlivých lokalitách pôsobenia podnikateľa Panta Rhei a ďalej v texte špecifikuje lokality, ktoré sa vyznačujú nižším počtom konkurenčných hráčov.

434. Pokiaľ ide o alternatívu maloobchodného predaja bežných kníh v kníhkupectvách – samostatne online predaj, ako vyplýva z tabuľky č.5, tu predstavuje rozhodujúceho hráča podnikateľ MARTINUS, s dlhodobou stabilným s podielom pohybujúcim sa v rokoch 2016 až 2019 od [50-60]<sup>415</sup>% do [50-60]<sup>416</sup>%. Podiel Panta Rhei na tomto trhu pred koncentráciou rástol. Z podielu [5-10]<sup>417</sup>% v roku 2016 sa spoločnosť dostala na podiel [10-20]<sup>418</sup>% v roku 2019. Podiel predajcu IKAR stagnuje približne okolo [5-10]<sup>419</sup>%. Spoločný podiel účastníkov koncentrácie je na úrovni cca [10-20]<sup>420</sup>% v roku 2019. Vo vzťahu k ďalším tu pôsobiacim subjektom úrad v plnom rozsahu odkazuje na už uvedenú tabuľku.

435. Pokiaľ ide o alternatívu trhu maloobchodného predaja bežných kníh v kamenných kníhkupectvách a online spolu, ako vyplýva z tabuľky č.6, na tomto trhu je lídrom dlhodobo Panta Rhei s podielom za roky 2016 až 2019 od [30-40]<sup>421</sup>% do [40-50]<sup>422</sup>%. Touto koncentráciou by sa tento podiel pohyboval na hranici [40-50]<sup>423</sup>%. Druhým najvýznamnejším hráčom na trhu je podnikateľ MARTINUS s podielom [20-

---

<sup>414</sup> Ako bolo už vyššie uvedené, predmetné vertikálne prepojenia vznikajú vo vzťahu k tlačným knihám (audioknihy úrad osobitne neposudzoval vzhľadom na skutočnosti uvedené vyššie), nakoľko e-knihy Panta Rhei nepredáva, pričom úrad ďalej používa len pojem knihy. V dátach od jednotlivých subjektov, konkurentov Panta Rhei sú však zarátané aj tržby za e-knihy. Nakoľko tieto však podľa Oznamovateľov predstavovali celkový objem vo výške cca [.....] (ide o objem celkovo, nielen v maloobchodných predajniach tohto typu) a získanie presnejších dát od všetkých subjektov bolo problematické, úrad bral do úvahy dáta za tržby tak, ako boli predložené. Uvedený postup (vzhľadom na neprítomnosť Panta Rhei v tomto segmente) je v prospech Oznamovateľov. [...] - Obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB.

<sup>415</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>416</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>417</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>418</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>419</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>420</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei a IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>421</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>422</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>423</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei a IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

30]<sup>424</sup>% až [20-30]<sup>425</sup>%, nasledujú traja podnikatelia s podielom okolo [0-5]<sup>426</sup>%, ostatní účastníci trhu majú zanedbateľné podiely.

Ad a) V prípade alternatívy trhu maloobchodného predaja kníh samostatne v kamenných predajniach na území SR, v tomto prípade nedochádzalo k horizontálnemu prekrytiu aktivít účastníkov koncentrácie, úrad preto z hľadiska vymedzenia vertikálneho prepojenia a zistenia dopadov tejto vertikály uvádza štruktúru trhu na tomto mieste.

Kamenné predajne bežné knihy  
Tabuľka č. 19

<b>Predajcovia</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Panta Rhei	[50-60]%	[40-50]%	[40-50]%	[50-60]%
Martinus	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Knihy pre každého	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Artforum	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Alter ego	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Tranoscius	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ABCknihy	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Littera	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Libresso	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Čas na ticho	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Eugenika	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Ostatní	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[20-30%] <sup>427</sup>

[...] – obchodné tajomstvo, pričom výška podielu podnikateľa Panta Rhei je prístupná všetkým účastníkom konania

436. Z uvedeného vyplýva, že hľadiska územia SR, je na maloobchodnom predaji Panta Rhei jednoznačne lídrom, s [...] ]<sup>428</sup> podielom v posledných troch rokoch, za rok 2019 s podielom [50-60%]<sup>429</sup>, nasledovaný značným odstupom podnikateľom MARTINUS, s podielom v roku 2019 na úrovni [10-20%]<sup>430</sup> podiel ďalších hráčov sa pohybuje v rozmedzí jednotiek percent. V sekcii ostatní ide o lokálne kníhkupectvá, lokálnu prítomnosť Panta Rhei úrad hodnotí ďalej.<sup>431</sup>

437. Z hľadiska lokálneho pôsobenia Panta Rhei, úrad vychádzal zo zoznamu konkurencie predloženej účastníkmi konania na výzvu úradu, ktorí predpokladali konkurentov na úrovni jednotlivých miest.<sup>432</sup>

438. Ako vyplýva z tabuľky č. 2 uvedenej v časti Maloobchodné trhy, Panta Rhei prevádzkuje maloobchodné predajne v 34 mestách.

<sup>424</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>425</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus

<sup>426</sup> [...] – obchodné tajomstvo

<sup>427</sup> [...] - Obchodné tajomstvo, vyplývajúce z vykonaného prieskumu

<sup>428</sup> [...] -Obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB

<sup>429</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>430</sup> [...] – obchodné tajomstvo

<sup>431</sup> Obdobne sumarizuje lokálne subjekty aj Správa o knižnom trhu, napr. z roku 2018, podľa tohto zdroja, nezávislé kníhkupectvá, ku ktorým predmetná správa zaradila aj malé „siete“ zahŕňajúce v sebe 3-4 kníhkupectvá, realizujú približne 25 % celkového knižného obratu.

<sup>432</sup> Listom zaevidovaným úradom pod číslom 154/2020/OK-2960/2020.

439. Úrad z predloženého prehľadu konkurencie zistil, že v niektorých mestách:<sup>433</sup>
- Pôsobia minimálne dve alebo tri sieťové kníhkupectvá<sup>434</sup> a tiež v niektorých prípadoch aj lokálne kníhkupectvá, pričom v týchto prípadoch má Panta Rhei v danom meste 1 prevádzku, ako aj každý z uvedených konkurentov [ . . . . . ]].
  - Pôsobí jeden zo sieťových hráčov a minimálne jeden ďalší lokálny podnikateľ alebo viacerí lokálni/regionálni podnikatelia, pričom Panta Rhei má v danom meste 1 prevádzku ([. . . . .] 2 lokálni konkurenti, [. . . . .] 2 lokálni konkurenti, [. . . . .] – 2 lokálni konkurenti, Liptovský Mikuláš – sieťový konkurent a lokálny konkurent, [. . . . .] – 2 lokálni konkurenti, [. . . . .] – sieťové kníhkupectvo a lokálny konkurent),
  - Pôsobí 1 lokálny konkurent alebo sieťové kníhkupectvo a 1 prevádzka Panta Rhei – [. . . . .] (sieťový konkurent v posledných troch mestách),
  - Pôsobia síce viaceré konkurenčné sieťové kníhkupectvá (alebo minimálne jedno sieťové a ďalšie lokálne), avšak počet prevádzok Panta Rhei je tu vyšší alebo rovnaký ako konkurentov spolu ([. . . . .] – 13x Panta Rhei, 6 prevádzok ostatných sieťových spolu, pričom uviedli aj viacerých lokálnych konkurentov, [. . . . .] – 3x Panta Rhei, 2 prevádzky sieťové, [. . . . .] – 3x Panta Rhei, 2 prevádzky sieťových konkurentov, [. . . . .] – 3x Panta Rhei a dve prevádzky konkurentov, [. . . . .] – 3x Panta Rhei a 2 prevádzky sieťových konkurentov, [. . . . .] – 3x Panta Rhei a 2/3 prevádzky (sieťové a nesieťové kníhkupectvo), [. . . . .] – 2x Panta Rhei a jedno sieťové a jedno lokálne kníhkupectvo),
  - Pôsobí 1 konkurent a viac prevádzok Panta Rhei – [. . . . .] – 3x Panta Rhei a 1x sieťový konkurent, [. . . . .] – 2x Panta Rhei a 1x sieťový konkurent,
  - Nepôsobí žiadny konkurent – [. . . . .] . [...] – *obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB*

Ad d) V prípade alternatívy maloobchodného diskontného predaja samostatne v kamenných predajniach na území SR, nedochádza k horizontálnemu prekrytiu aktivít účastníkov koncentrácie, úrad preto z hľadiska vymedzenia vertikálneho prepojenia a zistenia dopadov tejto vertikály uvádza štruktúru trhu na tomto mieste. Pokiaľ ide o metodiku výpočtu trhových podielov, vychádzal rovnako ako v predošlých prípadoch z tržieb zistených prieskumom a z odhadu celkovej veľkosti trhu (s obdobnými limitáciami dát ako tam uvedené, ktoré však nemali podstatný vplyv na závery).

Kamenné predajne diskont  
Tabuľka č. 20

<b>Predajcovia</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b><i>Panta Rhei</i></b>	<b>[0-5]%</b>	<b>[0-5]%</b>	<b>[10-20]%</b>	<b>[10-20]%</b>
<b>Knihy pre každého</b>	[60-70]%	[60-70]%	[50-60]%	[50-60]%
<b>Čas na ticho</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

<sup>433</sup> Úrad nevylučuje, že na úrovni niektorých miest môžu pôsobiť aj ďalšie lokálne kníhkupectvá, uvedené zhrnutie vychádza z Oznamovateľmi uvedených najväčších konkurentov na lokálnej úrovni.

<sup>434</sup> Oznamovatelia považovali Artforum za sieťové kníhkupectvo, pričom ako úrad zistil, ide o skupinu nezávislých kníhkupectiev, združených formou obdobnej franšize. Na tieto účely akceptoval zaradenie v rámci konkurencie medzi sieťové kníhkupectvá.

<b>Martinus</b>	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Ostatní</b>	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[20-30]%

[...] – obchodné tajomstvo, pričom výška podielu Panta Rhei je prístupná všetkým účastníkom konania

440. V tomto prípade možno prisvedčiť argumentácii navrhovateľa, že na tomto segmente je jednoznačne najväčším hráčom podnikateľ Knihy pre každého s podielom cez [50-60]<sup>435</sup>%, Panta Rhei je druhým najväčším hráčom, no so značným odstupom. [.....]  
 .....  
 .....<sup>436</sup> Ostatní hráči uvádzali, že v tejto oblasti sú aktívni ak tak skôr cez výpredajové akcie, nie však prostredníctvom osobitných špecializovaných predajní.

441. Na úrovni lokálnej takmer vo všetkých lokalitách, kde pôsobí Panta Rhei prostredníctvom diskontného predaja Knihy za groš (t.j. 7 predajní, 2x v Trnave, po jednej v Bratislave, Banskej Bystrici a v Prešove - z toho v Košiciach, v Prešove a jedna v Trnave umiestnené v nákupnom centre), pôsobí aj podnikateľ Knihy pre každého. Celkovo prevádzkuje 15 kamenných predajní, z toho 12 v obchodných centrách, a to v nasledovných mestách – Banská Bystrica, Bratislava 3x, Košice, Liptovský Mikuláš, Martin, Partizánske, Piešťany, Považská Bystrica, Prievidza, Trenčín, Trnava, Zvolen a Žiar nad Hronom.  
 Predajne len diskontného predajcu Knihy za groš (Panta Rhei) sa teda nachádzajú v mestách Žilina a Prešov, v rámci mesta Trnava disponuje dvoma predajňami, podnikateľ Knihy pre každého jednou.

442. Po zistení štruktúry trhu úrad následne uvádza základné charakteristiky jednotlivých konkurenčných hráčov z pohľadu šírky portfólia/zamerania a vnímania konkurencie, rozsahu pôsobenia v maloobchode (online/kamenné predajne), vertikálnej integrácie v knižnej oblasti a charakteristiky daných trhov z pohľadu cenotvorby, rozhodujúcich faktorov pre výber kníhkupectva zo strany zákazníkov/spotrebiteľov, bariér vstupu a expanzie na trhu, faktorov dôležitých v rámci dodávateľských vzťahov, ako aj významnosť jednotlivých maloobchodných predajcov z pohľadu objemu dodávok veľkoobchodníkov. Tieto charakteristiky uvádza úrad pre všetky alternatívy maloobchodných trhov spoločne, ak je to relevantné, v konkrétnom prípade špecifikuje, vo vzťahu ku ktorej z alternatív danú skutočnosť uvádza.

#### *Základné charakteristiky jednotlivých maloobchodníkov*

443. Podnikateľ **Panta Rhei**, ako už bolo uvedené vyššie, pôsobí v rámci maloobchodného predaja kníh, pričom prevádzkuje 60 predajní, v 34 mestách, z toho 41 v obchodných centrách. Niektoré z predajní sú spojené tiež s prevádzkou kaviarenských služieb. Z Oznámenia vyplýva, že predajne Panta Rhei sú rôzneho formátu, od [.....]<sup>437</sup>. Prevádzkuje tiež e-shop [www.pantarhei.sk](http://www.pantarhei.sk). Pôsobí na trhu aj prostredníctvom diskontných predajní, ako je vyššie uvedené, prevádzkuje 7 predajní. Podľa vyjadrenia Oznamovateľov sa

<sup>435</sup> [...] – obchodné tajomstvo

<sup>436</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>437</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné LB



nešpecializuje na určitý typ literatúry, ponúka široké portfólio kníh, od beletrie až po náučnú literatúru, a to v slovenskom jazyku ako i cudzojazyčné knihy. Nejde o vertikálne integrovaný subjekt.

[.....]  
.....  
.....  
.....  
.....<sup>438</sup> Časť týchto lokálnych predajcov úrad oslovil so žiadosťou o informácie.

444. Podnikateľ **IKAR** podľa Oznámenia maloobchodne predáva knihy len cez internet. Používa 2 vlastné webové kanály [bux.sk](http://bux.sk) a [luxusnakniznica.sk](http://luxusnakniznica.sk). Prvý webový kanál [.....]  
.....  
.....<sup>439</sup> Druhý kanál v podstatnej miere slúži na predaj a propagáciu vlastných špeciálnych projektov, v menšej miere predaj zahraničných luxusných knižných edícií (napr. vydavateľstvo Assouline).

445. Podnikateľ **MARTINUS** je maloobchodný predajca kníh prostredníctvom internetu a siete 11 kamenných pobočiek (Bratislava – 2, Trnava, Nitra, Lučenec, Banská Bystrica, Žilina, Považská Bystrica, Martin, Košice, Poprad). Celková plocha všetkých kamenných predajní Martinusu je [..]m<sup>2</sup>, pričom priemerná plocha predajne je cca [..]m<sup>2</sup>. Rovnako ponúka široké spektrum literárnych žánrov, nešpecializuje sa na konkrétny typ literatúry. Pokiaľ ide o diskontný predaj, tento neprevádzkuje. Nejde o vertikálne integrovaný subjekt (vydavateľstvo, veľkoobchodná distribúcia). MARTINUS za svojich konkurentov označil, pokiaľ ide o kníhkupectvá<sup>440</sup>: [.....]  
.....  
.....  
.....<sup>440</sup> Taktiež uviedol, že knižný trh tvorí viacero subjektov, pričom sú 3 veľké siete (vrátane MARTINUS) a veľa malých predajcov. Značná časť zo všetkých predajcov prevádzkuje aj internetový obchod. - [...] – *obchodné tajomstvo podnikateľa Martinus*

446. Podnikateľ **Knihy pre každého** pôsobí na trhu prostredníctvom 15 kamenných predajní v 12 mestách, z toho 12 predajní sa nachádza v nákupných centrách a tiež prostredníctvom internetového predaja. Podľa vyjadrenia tento podnikateľ sa rovnako nešpecializuje na určitý žáner, ponúka celý sortiment kníh. Podľa zistení úradu z hľadiska dosahovaných tržieb diskontný predaj dosahuje približne rovnaké tržby (2,1 milióna Eur za rok 2019) ako predaj bežných kníh (2,0 milióny Eur za rok 2019), možno konštatovať, že pomer tržieb za predaj diskontných kníh voči bežným knihám je u tohto podnikateľa výrazne väčší ako v prípade ostatných oslovených subjektov . Podnikateľ nie je vertikálne integrovanou spoločnosťou na knižnom trhu. Za svojich konkurentov označil Panta Rhei, Martinus, Knihy za Groš, Artforum, pri internetovom predaji pantarhei.sk, martinus.sk, megaknihy.sk, preskoly.sk, littera.sk.

<sup>438</sup> [...] - Obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>439</sup> [...] - Obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania  
<sup>440</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2808/2020 dňa 1.7.2020, bod 14.

447. Podnikateľ **ARTFORUM** je vydavateľ ako aj maloobchodný predajca kníh v 1 kamennom kníhkupectve v Bratislave, približne 130 m<sup>2</sup>, tiež prostredníctvom internetu. Ako uviedol, vytvoril skupinu tzv. malých kníhkupectiev zoskupenú formou podobnou franšíze (celkovo ide o 7 kníhkupectiev: Bratislava, Žilina, Košice, Pezinok, Banská Bystrica, Prešov, Nové Zámky). Predáva celé spektrum kníh, nešpecializuje sa na konkrétny žáner, podľa vyjadrenia sa zameriava na „dobré, hodnotné knihy“. Uviedol, vo vzťahu ku konkurencii, že, cit: „Vzhľadom na naše zameranie nemáme priamu konkurenciu. Samozrejmyými konkurentmi sú najbližšie kníhkupectvá, v našom prípade Martinus a Panta Rei.

448. Podnikateľ **LIBRESSO** uviedol<sup>441</sup>, že má 2 maloobchodné prevádzky kníh (Námestovo – 146 m<sup>2</sup> a Dolný Kubín – 234 m<sup>2</sup>), internetový obchod neprevádzkuje; diskontný tovar neponúka – spotrebiteľia jeho prevádzok vyhľadávajú skôr novšie tituly. Nezameriava sa špecificky na určitý typ literatúry, ponúka široké portfólio kníh. Nie je vertikálne integrovaným subjektom.

Vo vzťahu ku konkurencii uviedol, cit. „Prevádzka Libresso Námestovo, v rámci svojich služieb nemá podobného konkurenta v oblasti Hornej Oravy. V rámci mesta Námestovo sa nachádzajú prevádzky, ktoré majú v rámci svojich prevádzok zaradené knihy, jedná sa však o konkrétny sortiment kníh (detská literatúra, aktuálne knihy, náboženská literatúra). Prevádzka Libresso Dolný Kubín, v rámci svojich služieb nemá podobného konkurenta v oblasti Dolnej Oravy. V meste Dolný Kubín sa nachádza len kníhkupectvo, ktoré je zamerané na predaj náboženskej literatúry.“

449. **ALTER EGO** predáva knihy čitateľom a inštitúciám, má 1 maloobchodnú predajňu v Kežmarku (predajná plocha 150 m<sup>2</sup>) a prevádzkuje aj internetový predaj (alterego.sk), diskontný predaj neprevádzkuje. Nie je vertikálne integrovaným subjektom. Predáva plný sortiment kníh. Za konkurentov označil z kníhkupectiev Panta Rhei, Martinus a Christiania, pôsobiace v meste Poprad.

450. **LITTERA** je maloobchodný predajca kníh – najmä jazykových učebníc prostredníctvom 1 kamennej predajne v Martine a prostredníctvom internetového predaja: littera.sk a jazykovaliteratura.sk. Nie je vertikálne integrovaný, ani neprevádzkuje diskontný predaj. Za svojich konkurentov považuje Panta Rhei a MARTINUS.

451. Maloobchodný predajca **Kníhkupectvo VIERA ŠEVT – KNIHA** uviedol, že má 1 predajňu mimo obchodného centra, predáva celé spektrum kníh a neprevádzkuje diskontný predaj. Nie je tiež vertikálne integrovaný na knižnom trhu. Konkurenciu tento podnikateľ neuviedol.

452. Maloobchodný predajca **ČAS NA TICHO** uviedol, že je prevádzkovateľom kamenného kníhkupectva v meste Humenné (65 m<sup>2</sup>), taktiež v Snine (45 m<sup>2</sup>); zároveň prevádzkuje e-shop. Nie je vertikálne integrovaný na knižnom trhu. Ponúka plný sortiment kníh, aj knihy v diskontne. Konkurentov uviedol nasledovne (pokiaľ ide o kníhkupectvá): „Na miestnej úrovni je v Humennom kníhkupectvo Na korze, Pantha Rhei a potom ešte jedno "poloknižkupectvo" s papiernictvom. V Snine je jedno

---

<sup>441</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2594/2020 dňa 22.6.2020.

kníhkupectvo. V Michalovciach je ďalšie kníhkupectvo Panta Rhei. Na celoštátnej úrovni je najväčší kolega predpokladám Martinus (s dcérou Gorila), potom Pantha Rhei a Bux, čiže Ikar. Nie som si istý, či Knihy pre každého zodpovedajú vašej definícii diskontného predaja - z môjho pohľadu by sa snád' o nich dalo takto uvažovať.“

453. **MEGAKNIHY** v SR predáva iba prostredníctvom internetu (megaknihy.sk). Nie je vertikálne integrovanou spoločnosťou. Predáva všetky žánre kníh. MEGAKNIHY ako svojich hlavných konkurentov uviedol spoločnosti prevádzkujúce internetový obchod s tlačnými knihami: [. . . . . ]<sup>442</sup>.

454. Maloobchodný internetový predajca o.i. aj kníh (okrem e-kníh a diskontných kníh) **HOLLYWOOD**<sup>443</sup> predáva celé spektrum kníh a to prostredníctvom niagara.sk a mojakniha.sk. Nie je vertikálne integrovanou spoločnosťou. Ako svojich najväčších konkurentov uviedol: [www.martinus.sk](http://www.martinus.sk), [www.panta-rhei.sk](http://www.panta-rhei.sk), [www.bux.sk](http://www.bux.sk), [www.litera.sk](http://www.litera.sk), [www.vydavatel.sk](http://www.vydavatel.sk), [www.megaknihy.sk](http://www.megaknihy.sk), [www.najlacniejsieknihy.sk](http://www.najlacniejsieknihy.sk), [www.knihyprekazdeho.sk](http://www.knihyprekazdeho.sk).

455. Maloobchodný internetový predajca celého spektra tlačných kníh (nie e-kníh) **KYBEROS** (prostredníctvom Literama.sk) neprevádzkuje kamenné predajne, taktiež nie je vertikálne integrovaným subjektom v rámci knižného trhu, neprevádzkuje diskontný predaj. Ku konkurencii sa vyjadril nasledovne: „na lokálnej úrovni (Prievidza): 2x predajňa Panta Rhei, 1x predajňa Kníhkupectvo Ezop, 1x predajňa Knihy pre každého – všetky spomenuté sú kamenné kníhkupectvá. Najbližšia konkurencia na internete: z tohto hľadiska (lokality) sa to nedá posúdiť, sú to úplne všetci, ktorí predávajú obdobný sortiment

456. Podnikateľ **ABC knihy** prevádzkuje internetový obchod, v ktorom ponúka široký sortiment kníh, neprevádzkuje diskontný predaj a nie je vertikálne integrovaným subjektom. Ako svojich najväčších konkurentov označil e-shopy [. . . . . ]<sup>444</sup>.

457. Podnikateľ **TRANSOCIUS** pôsobí na trhu ako vydavateľ vlastných publikácií, predajca v maloobchode (prostredníctvom predajní a eshopu) a veľkoobchode. V rámci predaja vydavateľ ponúka na predaj aj knihy a publikácie iných zmluvných partnerov formou komisionálneho predaja. Spoločnosť vykonáva predaj v 4 vlastných kamenných predajniach, a to Dolný Kubín - rozloha: 31m<sup>2</sup>, Liptovský Hrádok - rozloha: 45m<sup>2</sup>, Liptovský Mikuláš 2x - rozloha: 110 m<sup>2</sup> a 122m<sup>2</sup>, ako aj cez internet. Ako konkurentov uviedli [. . . . . ]<sup>445</sup>.

458. Z uvedených skutočností vyplýva, že podnikateľ Panta Rhei je oproti ostatným konkurentom [. . . . . ] najväčším a [. . . . . ] maloobchodným

<sup>442</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Internet-Handel (megaknihy.sk)  
<sup>443</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2250/2020 dňa 5.6.2020.  
<sup>444</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa ABC knihy  
<sup>445</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Transocius

predajcom kníh, s najväčším počtom predajní obsiahnutých v najviac lokalitách, a to na [ . . . . . ] (v obchodných centrách a centrách miest), ponúka tiež samostatnú formu diskontného predaja a predaj cez internet, z hľadiska portfólia rovnako ponúka široký sortiment tovaru. [...] – *obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania*

459. Pokiaľ ide o kritériá pre výber kníhkupectva zákazníkmi, z odpovedí vyššie oslovených subjektov, ktorí sa k danej problematike vyjadrili (viacerí menší sa nevedeli relevantne vyjadriť) vyplynuli, ako už bolo uvedené v časti Maloobchodné trhy (časť venujúca sa zastupiteľnosti maloobchodného predaja a online), najčastejšie kritériá pre výber kníhkupectva. Takýmito kritériami boli vo všetkých prípadoch lokalita/poloha predajne (pre kamenné kníhkupectvá) a šírka a kvalita sortimentu, niektoré kamenné kníhkupectvá uvádzali tiež atmosféru a atraktivitu predajne, kvalifikovanosť personálu, podporné služby (organizácia podujatí), cena bola rovnako uvádzaná (ktorá sa však skôr zdôrazňovala v prípade internetových predajní-spolu s rýchlosťou dodania, a tiež napr. reputáciou predajcu).

460. Pokiaľ ide o faktory, ktoré sú rozhodujúce pre fungovanie maloobchodného predajcu z hľadiska dodávateľsko-odberateľských vzťahov, z odpovedí vyššie oslovených konkurentov Panta Rhei a IKAR, ktorí sa k danej problematike vyjadrili (viacerí menší sa nevyjadrili komplexne) vyplynuli nasledovné skutočnosti. Maloobchodní predajcovia sa väčšinou zhodne vyjadrovali, že medzi hlavné faktory patrí rýchlosť dodania, viacerí tiež zdôrazňovali rýchly prístup k novinkám alebo knihám top autorov či bestsellerom. Väčšina sa vyjadrovala, že dôležitým faktorom je šírka sortimentu dodávateľa, resp. jeho prístup k top autorom, prípadne tiež prístup k vydavateľom, ktorí ponúkajú mediálnu podporu, viacerí tiež uvádzali ako dôležitý faktor osobitne cenu (rabat, marža).<sup>446</sup>

461. Pokiaľ ide o spôsob určovania ceny na maloobchode, úrad zistil nasledovné skutočnosti.

462. SLOVART uviedol<sup>447</sup>, že maloobchodník dohodne s dodávateľom tzv. „rabat“, t. j. časť z odporúčanej maloobchodnej predajnej ceny, ktorá mu zostane ako jeho odmena. Táto sa pohybuje od 25 % pri najmenších príležitostných obchodíkoch s knihami až po 50 % pri najväčších sieťach. Ak pre vydavateľa zabezpečuje dodávky kníh do kníhkupectiev veľkoobchod, väčšinou dohodne svoj rabat na úrovni 48-55 % a z neho poskytuje ďalej rabat maloobchodníkovi podľa objemu obchodu a dohody.

<sup>446</sup> Napríklad podnikateľ Martinus uvádzal nasledovné, cit: „hlavné faktory patria obchodné/rabatové podmienky, šírka ponuky a elektronická komunikácia/doklady. Pri kľúčových tituloch a vydavateľoch vyžadujeme najmä rýchlosť dodania, spoľahlivosť a kvalitu balenia. Pri výbere nového dodávateľa zvažujeme aj šírku ponuky a prácu s komisiou (vrátenie tovaru, zodpovednosť za tovar, kvalita dodaného tovaru).

Podnikateľ Artforum uvádzal, cit: „Rozhodujúce pre kníhkupectvo je rýchlosť v dodávaní noviniek a schopnosť odhadnúť počty jednotlivých objednaných kníh tak, aby zákazník našiel v dostatočnom počte ním žiadané knihy na pulte resp. v policiach kníhkupectva – a teda rýchlosť dodávania doobjednávok podľa požiadaviek kníhkupcov.

Podnikateľ Transocius uviedol, cit. „Najdôležitejším faktorom maloobchodného predaja v spolupráci s dodávateľom je dodanie nových titulov – noviniek na knižný trh. Samozrejme skutočnosťou ovplyvňujúcou obchodnoprávny vzťah sú korektné vzťahy, dodržiavanie termínu dodávok a platobná disciplína.“

Podnikateľ Hollywood uviedol, cit. „Podľa nášho názoru je rozhodujúca cena (závislá od marže) a výška sortimentu. V prípade nešpecializovania sa na určitý segment, z nášho pohľadu je potrebné mať v ponuke knihy od vydavateľov, ktorých uvádzame v bode 20.“

Podnikateľ Alter ego za najdôležitejšie považuje mať v ponuke knihy od najväčších vydavateľov, ktorí svojim knihám poskytujú silnú mediálnu podporu, ktorá sa následne odrazí aj vo výške tržieb predajne.

<sup>447</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.6.2020, bod 19.

463. Vydavateľ a maloobchodný predajca kníh ARTFORUM uviedol<sup>448</sup>, že na slovenskom knižnom trhu takmer všetky kníhkupectvá knihy predávajú za ceny doporučované vydavateľom; zľavy na niektoré vybrané knihy sú len v rámci promo akcií vytváraných jednotlivými kníhkupectvami (či sieťami kníhkupectiev) na podporu predaja, často v spolupráci s vydavateľstvami. Taktiež poukázal<sup>449</sup> na nepísanú dohodu o dodržiavaní predajných cien odporúčaných vydavateľstvami. ARTFORUM uviedol, že výška rabatu od jednotlivých dodávateľov je výsledkom dlhoročnej spolupráce a obchodných jednaní; dôležité je zameranie a množstvo odoberaných kníh; obchodné podmienky sú menené len sporadicky.

464. Veľkoobchodný distribútor kníh PARTNER TECHNIC uviedol<sup>450</sup>, že maloobchodnú odporúčanú cenu určuje vydavateľ; od nej sa odvíja cena pre maloobchod; maloobchodná cena závisí od rôznych faktorov a dohôd, výšky rabatu – ten sa pohybuje v rozmedzí 15 až 45 % v závislosti od titulu, vydavateľa a druhu literatúry.

465. Veľkoobchodný distribútor kníh PEMIC uviedol<sup>451</sup>, že rabat pre veľkoobchod je 10 až 15 %, pre maloobchod 30 až 40 %.

466. Maloobchodný predajca MARTINUS uviedol<sup>452</sup>, že maloobchodné ceny si nastavuje každý obchodník podľa svojej stratégie; bežná prax je taká, že vydavateľ stanoví odporúčanú maloobchodnú predajnú cenu; do maloobchodnej ceny MARTINUS najviac vstupuje cenová stratégia, nákupné podmienky a náklady spojené s predajom konkrétneho produktu.

467. Maloobchodný predajca KNIHY PRE KAŽDÉHO uviedol<sup>453</sup>, že ceny noviniek určuje vydavateľ. Prípadné zľavy pri novinkách sú odkonzultované s vydavateľom a prispôbujú sa požiadavkám vydavateľa a momentálnej situácii na trhu. Veľa ľudí čaká na uvedenie rôznych noviniek od populárnych autorov a sú ochotní za ne zaplatiť aj plnú cenu, čo sa prejaví na tržbách, ktoré by bez týchto kníh boli výrazne nižšie. Zároveň sú knižné novinky marketingovo silno podporované za strany vydavateľstiev, vďaka čomu ich zákazníci vyhľadávajú aj v našej sieti kníhkupectiev.

Taktiež uviedol<sup>454</sup>, že bežnú maloobchodnú cenu na trhu určuje vydavateľ. Na eshope ponúka miernu zľavu v podobnom rozsahu ako ponúkajú internetoví predajcovia. Pri ponuke starších kníh, ktoré zaraďuje medzi zlacnené knihy a má ich odkúpené od vydavateľov na vlastné riziko, bez možnosti vrátenia, si určuje cenu individuálne podľa svojich skúseností.

468. Veľkoobchodný distribútor a maloobchodný predajca kníh EUGENIKA uviedol<sup>455</sup>: Obchodné podmienky závisia spravidla od objemov objednaného tovaru,

<sup>448</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2251/2020 dňa 5.6.2020, body 16., 18. a 21.

<sup>449</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2251/2020 dňa 5.6.2020, bod 28.

<sup>450</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3177/2020 dňa 20.7.2020, bod 24.

<sup>451</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2569/2020 dňa 22.6.2020, bod 24.

<sup>452</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2808/2020 dňa 1.7.2020, bod 18.

<sup>453</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2377/2020 dňa 11.6.2020, body 8. a 9.

<sup>454</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2377/2020 dňa 11.6.2020, bod 18.

<sup>455</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3368/2020 dňa 30.7.2020, bod 24.

od platobnej bilancie, histórie a schopnosti generovať predaje. Veľkoobchodná cena knihy závisí od nákladov na jej výrobu (formát, kvalita, náklad, autorský honorár, preklad) na základe toho sa určuje jej maloobchodná cena a rabatové podmienky vo vzťahu – vydavateľ – veľkoobchod – maloobchod sa určuje podľa tejto maloobchodnej ceny tak, aby 100 % jej ceny bolo rozdelených všetkým trom zúčastneným podľa obchodných podmienok, zvyčajne je to 50 % vydavateľ, 50 % veľkoobchod a maloobchod.

469. Maloobchodný predajca kníh *alter ego* uviedol<sup>456</sup>, že maloobchodnú cenu určuje vydavateľ, on je odmeňovaný percentuálnym rabatom. V prípade nákupu od malého vydavateľa, ktorý nedistribuuje svoje knihy cez veľkoobchodné siete, sa cena stanovuje podľa nákupnej ceny (platca/neplatca DPH) a rabatu, ktorý sa daný podnikateľ snaží držať vo výške 30 %. Výška rabatu je stanovená od výšky obratu (podľa interných pravidiel jednotlivých odberateľov) a vplyv má aj dlhodobé pôsobenie na trhu a dobrá platobná disciplína. Zmluvy sú uzatvárané väčšinou na dobu neurčitú. Interné pravidlá firiem sa však môžu a niekedy aj menia, aj medziročne.

470. LITTERA ako maloobchodný predajca kníh (ktorého prevládajúca časť predaja sú jazykové učebnice) prostredníctvom 1 kamennej predajne v Martine a prostredníctvom internetu uviedol<sup>457</sup>, že nikdy cenu knihy netvoril – ceny kníh dostáva z vydavateľstva ako odporúčané predajné.

471. Maloobchodný predajca kníh *Kníhkupectvo Viera* uviedol<sup>458</sup>, že cenu kníh [. . . . . ]<sup>459</sup>.

472. TRANOSCIUS uviedol<sup>460</sup>, že cena pri knihách od iných vydavateľov závisí od obstarávateľskej ceny a určenej výšky obchodného rozpätia – marže. Výška rabatu od dodávateľov závisí od celkovej výšky odberu kníh od každého dodávateľa; veľkosť predajne nie je rozhodujúcim faktorom na tvorbu rabatu; zmluvy sa uzatvárajú na dobu neurčitú.

473. LIBRESSO uviedol<sup>461</sup>, že maloobchodnú cenu knihy si kníhkupec určuje sám na základe rabatu s jednotlivými vydavateľstvami. Častokrát majú knihy doporučené maloobchodné ceny od vydavateľstiev, je na obchodníkovi či ich dodrží alebo nie.

474. Maloobchodný internetový predajca o.i. aj kníh (okrem e-kníh a diskontných kníh) HOLLYWOOD uviedol<sup>462</sup>, že najčastejšie býva predajná cena odporúčaná od vydavateľov, táto sa môže meniť v závislosti od konkurencie v nadväznosti na možnosti zmien ceny podľa obchodných podmienok s jednotlivými dodávateľmi.

<sup>456</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2272/2020 dňa 8.6.2020, body 18. a 23.

<sup>457</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2939/2020 dňa 8.7.2020, bod 18.

<sup>458</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2881/2020 dňa 03. 07. 2020, bod 12. a body 21.

<sup>459</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Kníhkupectva Ševt

<sup>460</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2433/2020 dňa 15.6.2020, bod 18. a 21.

<sup>461</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2594/2020 dňa 22.6.2020, bod 18.

<sup>462</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2250/2020 dňa 5.6.2020, bod 18.



m<sup>2</sup>, ročný obrat do 100 – 200 tis. eur) – prenajatie lokálneho priestoru v meste a zabezpečenie úvodných zásob. V nákupných centrách, ktoré sú relevantným odbytovým kanálom, si treba pozíciu zabezpečiť často už pred výstavbou obchodného centra (aj niekoľko rokov dopredu) a pravidelne o tieto miesta býva viacero záujemcov. V prípade internetového predaja sú bariéry na vstup nižšie, nakoľko teoreticky stačí na to aj open-source systém na e-shop a netreba objednať žiadny tovar vopred, ale vybavovať ho až na základe objednávok od zákazníkov. Takýto prístup však zvyčajne veľmi limituje následnú výkonnosť obchodu. Prípadné vyššie investície do technológií, skladu či reklamy umožňujú poskytovať zákazníkovi lepší servis, ktorý je v dlhodobom horizonte nevyhnutný na väčší rast obchodu.

480. Z hľadiska hlavných faktorov, ktoré ovplyvňujú vstup na trh maloobchodného predaja kníh maloobchodný predajca KNIHY PRE KAŽDÉHO uviedol<sup>466</sup>, že pre vytvorenie novej siete maloobchodných predajní za najväčší problém považuje získanie si nových zákazníkov, ktorí sú už zvyknutí nakupovať u konkrétnych predajcov a vyhovuje im ich kultúra predaja. Knižný trh je špecifický a citlivý na vedomosti (napríklad aký tovar dať do výlohy a v akom časovom období, kedy a koľko konkrétneho titulu nakúpiť, aby sa nevypredal) čo sa dá získať len dlhoročnými skúsenosťami získanými v danom segmente. Nie je jednoduché získať dobrý priestor, kde by sa pohybovalo dostatok ľudí a zároveň náklady na jeho prevádzku boli prijateľné pre daný sortiment.

481. Internet-Handel<sup>467</sup> (internetový predajca megaknihy.sk) uviedol, že vstup do kamenného spôsobu predaja je podľa podnikateľa MEGAKNIHY extrémne kapitálovo náročný a lukratívnejšie miesta na predaj (obchodné centrá) majú podľa jeho skúseností z ČR obchodnú politiku jedného predajcu, najlepšie ktorý už predajne v OC má. Ak by chceli mať relevantné pokrytie slovenského trhu, potrebovali by približne 30 až 60 menších kníhkupectiev, [ . . . . . ]<sup>468</sup>.

482. Z hľadiska významnosti jednotlivých maloobchodných predajcov z pohľadu objemu dodávok od veľkoobchodníkov mal úrad k dispozícii nasledovné informácie.

483. Najväčší odberatelia IKAR<sup>469</sup>: Panta Rhei [ . . . ] %, Martinus [ . . . ] %, Tesco Stores [ . . . ] %, Knihy pre každého [ . . . ] %, Distribučná agentúra AD REM [ . . . ] %<sup>470</sup>.

484. SLOVART uviedol<sup>471</sup>, že podľa tržieb za rok 2019 dodávky najväčším maloobchodným zákazníkom predstavovali: [ . . . . . ]

<sup>466</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2377/2020 dňa 11.6.2020, bod 26.

<sup>467</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2431/2020 dňa 15.6.2020, body 7. a 11.

<sup>468</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Internet-Handel (megaknihy.sk)

<sup>469</sup> Strana 55 Oznámenia zo dňa 27. 05. 2020.

<sup>470</sup> [...] - obchodné tajomstvo podnikateľa IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>471</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.6.2020, bod 20.



.....  
..... ], čo je spolu [ . . . ] %. - [...] *obchodné tajomstvo podnikateľa SLOVART*

485. Ako svojich najväčších odberateľov veľkoobchodných dodávok kníh ALBATROS MEDIA uviedol: Panta Rhei 40 %, Martinus 30 %, Knihy pre každého 3 %, Peter Skubák AD REM 3 %, Artforum 1 %, čo je spolu 77 %.

486. Odberatelia PARTNER TECHNIC: Panta Rhei (40 %), Martinus (30 %), Internet Handel, Kaufland, Knihy pre každého, Littera a Adrem, (spolu 30 %), ostatní sa skladajú z cca 200 odberateľov (malé internetové obchody, malí predajcovia, knižnice).

487. PEMIC - najväčší odberatelia: [ . . . . . ] . - [...] *obchodné tajomstvo podnikateľa PEMIC*

488. Veľkoobchodný distribútor INFORM LIB nie je v ekonomickej skupine s vydavateľom kníh; zameriava sa na veľkoobchodný predaj tlačенých kníh najmä z oblasti spoločenských vied, odbornej literatúry a učebníc (čo je zrejmé aj z predmetným podnikateľom uvedených 5 najväčších dodávateľov)<sup>472</sup>. Jeho odberateľmi sú internetové obchody (70 %), kníhkupectvá (20 %), knižnice (5 %), inštitúcie (5 %) – 5 najväčších odberateľov: [ . . . . . ]<sup>473</sup>.

489. Najväčší odberatelia EUGENIKA<sup>474</sup>: Panta Rhei 40 %, PEMIC 30 %, Martinus 15 %, INFORM LIB 10 %, Partner Technic 5 %.

490. Z uvedených dát možno vyvodit' všeobecný záver ohľadne významnosti podnikateľa Panta Rhei ako odberateľa, pričom u väčšiny oslovených dodávateľov predstavoval odberateľa číslo jeden, [ . . . . . ] . Výnimku predstavoval podnikateľ [ . . . . . ] a tiež podnikateľ [ . . . . . ] , čo však v tomto prípade vyplýva z portfólia tohto podnikateľa. - [...] – *obchodné tajomstvo*

### Záver k pozícii Panta Rhei a IKAR v rámci maloobchodných trhov

491. Z informácií popísaných vyššie úrad vyvodil, že postavenie Panta Rhei na maloobchodných trhoch predaja kníh v kníhkupectvách je významné, pričom prepojením s vertikálne integrovaným subjektom IKAR sa posilní:

1. Z hľadiska podielu na trhu na úrovni SR vymedzenia je pozícia Panta Rhei a IKAR v rámci jednotlivých alternatív trhov rôzna, pričom však z pohľadu

<sup>472</sup> Zdroj: <http://www.inform-za.sk/o-firme>

<sup>473</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Inform Lib

<sup>474</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3368/2020 dňa 30.7.2020, bod 20.

vertikálneho posúdenia je dosiahnutá úroveň ovplyvneného trhu už podielom IKAR na veľkoobchodných dodávkach kníh (viac ako 30%).

2. V prípade predaja bežných kníh v kamenných kníhkupectvách a v prípade predaja bežných kníh v kamenných kníhkupectvách a online spolu, oba v rámci SR, je podiel vyšší ako 30% (úroveň ovplyvneného trhu) na oboch stranách vertikály, t.j. veľkoobchod aj maloobchod. V prípade predaja bežných kníh v kamenných predajniach pritom [.....]<sup>475, 476</sup>
3. Z hľadiska lokálneho vymedzenia trhu maloobchodu s bežnými knihami je viacero lokalít/miest, kde predajne Panta Rhei prevažujú nad predajňami konkurentov, resp. mestá, kde bol identifikovaný len jeden (zväčša lokálny) predajca alebo žiaden.
4. Prítom z hľadiska faktorov dôležitých pre pôsobenie na trhu sú predajne Panta Rhei umiestnené vo veľkej miere v atraktívnych lokalitách/obchodných centrách (najmä v porovnaní s predajňami lokálnych konkurentov v lokalitách, kde je nižší počet konkurentov).
5. Rovnako tak lokálny predajca nedisponuje výhodou svojho sieťového konkurenta, pokiaľ ide o možnosti cenotvorby (vzhľadom na vyššie uvádzanú výšku rabatu s dodávateľmi, ktorá sa odvíja aj od odoberaného objemu).
6. Z hľadiska vstupu na trh a možných bariér vstupu z prieskumu vyplynuli vysoké bariéry, pokiaľ ide o vybudovanie siete kníhkupectiev.

#### IV. Obmedzenie prístupu k zákazníkom

492. Nakoľko hráči na trhu nákupu kníh od vydavateľov a na trhu veľkoobchodného predaja kníh do maloobchodu sa prelínajú, dôsledky prípadných obmedzení sa môžu pretaviť aj do fungovania podnikateľov na nadväzujúcom trhu. Rovnako platí, že k dopadom na trh sa vyjadrovali oslovení podnikatelia bez rozlišovania úrovni trhu. Úrad nasledovné možnosti z tohto dôvodu posudzuje spolu vo vzťahu k veľkoobchodníkom/vydavateľom.

493. Nakoľko v tomto prípade ide o dve úrovne veľkoobchodného trhu, prostredníctvom ktorých sa priamo i nepriamo dostávajú knihy do maloobchodu, úrad v tomto prípade posudzoval, či v dôsledku tejto koncentrácie nedôjde k obmedzeniu prístupu k zákazníkom – teda do maloobchodu Panta Rhei, a to tým, že by prístup do Panta Rhei bol umožnený v rozhodujúcej miere len cez podnikateľa IKAR (a to ako pre vydavateľov na trhu nákupu kníh za účelom distribúcie pre tretie strany, ako aj priamo pre veľkoobchodníkov na úrovni veľkoobchodných dodávok do maloobchodu).

*Vyjadrenia podnikateľov (predovšetkým veľkoobchodníkov a vydavateľov) k možným dopadom koncentrácie v rámci veľkoobchodných trhov*

494. Podnikateľ PARTNER TECHNIC uviedol<sup>477</sup>, že koncentrácia vydavateľskej činnosti, veľkoobchodnej distribúcie a maloobchodného predaja má evidentný vplyv

<sup>475</sup> [...] - Obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>476</sup> Úrad vychádza z Usmernenia EK o posudzovaní horizontálnych koncentrácií medzi podnikateľmi, *Official Journal C 031*, 05/02/2004 P. 0005 – 0018, bod 17 a nasl.

<sup>477</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3177/2020 dňa 20.7.2020, bod 31.

na hospodársku súťaž už tak jednoznačne daného a uzavretého trhu. Koncentráciu môže dôjsť k obmedzeniu obchodnej činnosti spoločnosti voči subjektu Panta Rhei. Toto svoje vyjadrenie neskôr doplnil o nasledovné<sup>478</sup>: „doposiaľ nedošlo zo strany Panta Rhei a IKAR k žiadnym negatívnym krokom, ktoré by boli dôsledkom ich pozície na trhu vydávania kníh, veľkoobchodu a maloobchodu s knihami, pričom možnosť obmedzovania tu vzhľadom na ich postavenie existuje, keďže sa jedná o najväčšieho vydavateľa, veľkoobchodného predajcu kníh a maloobchodného predajcu kníh v SR“.

495. Knižný veľkoobchod PEMIC vplyv koncentrácie na veľkoobchodnú činnosť nevedel posúdiť, rovnako sa vyjadril vo vzťahu k maloobchodnej činnosti.

496. INFORM LIB<sup>479</sup>: ohľadne vplyvu predmetnej koncentrácie na hospodársku súťaž vo veľkoobchodnej činnosti uviedol, cit: „marginalizovanie konkurenčných veľkoobchodov, ktoré budú ponúkať periférne, nízkoobrátkové knižné tituly“.

497. Podnikateľ SLOVART uviedol<sup>480</sup>, že predmetná koncentrácia môže mať vplyv na schopnosť najmä malých vydavateľstiev bez prekážok dodávať svoju produkciu do spoločnosti Panta Rhei. Na druhej strane uviedol vyvažujúcu silu spoločnosti MARTINUS na maloobchode. Na činnosť SLOVART ako veľkoobchodníka uvedená koncentrácia nebude mať podľa odpovede negatívny vplyv.

498. CITADELLA PUBLISHING uviedol<sup>481</sup>, že v prípade koncentrácie vydavateľskej činnosti s distribúciou a maloobchodným predajom môže dôjsť k redukcii predaja jeho titulov, uprednostňovaniu v naskladňovaní na predajne, obmedzení marketingových aktivít.

#### Zistenia úradu vo vzťahu k trhu nákupu kníh od vydavateľov

499. Pokiaľ ide o trh nákupu kníh od vydavateľov, t.j. distribúcia pre tretie strany, úrad v tomto prípade posudzoval, či v dôsledku spojenia IKAR s podnikateľom Panta Rhei môže dôjsť k zužovaniu možností pre vydavateľov, pokiaľ ide o voľbu veľkoobchodného distribútora ich titulov, t.j. k ich získavaniu do portfólia IKAR, (v čoho dôsledku by mohlo dochádzať aj k oslabeniu postavenia konkurentov IKAR aj na trhu veľkoobchodných dodávok kníh do maloobchodu – ako už úrad uvádzal vyššie, obmedzenie na jednom trhu môže mať následok obmedzenia činnosti na trhu nadväzujúcom). Úrad teda skúmal, či v dôsledku koncentrácie budú mať spojení podnikatelia Panat Rhei/IKAR (ďalej len „spojenie Panta Rhei/IKAR“) schopnosť a motiváciu znížiť pre vydavateľov možnosti voľby veľkoobchodného distribútora na tomto trhu, resp. zúžiť túto možnosť na IKAR a tak obmedziť konkurenčných veľkoobchodných distribútorov vo vzťahu ku knižnej produkcii vydavateľstiev, ktoré nemajú vlastnú distribúciu a následne aké sú dopady takéhoto správania.

500. Nakoľko časť vydavateľov kníh disponuje vlastnou distribúciou a dodáva do maloobchodu priamo (resp. niektorí dodávajú do maloobchodu priamo na vyžiadanie

<sup>478</sup> Zápis z osobného stretnutia dňa 24.9.2020 zaevidovaný úradom pod č. 154/2020/OK-IZ-527/2020.

<sup>479</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3550/2020 dňa 12.8.2020, body 8. a 31.

<sup>480</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.6.2020, bod 31.

<sup>481</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3177/2020 dňa 20.7.2020, bod 9.

aj keď nedisponujú vlastnou distribúciou), na trhu nákupu kníh od vydavateľov sa nesúťaží o celý objem vydaných kníh, ale len o tú časť, ktorá nie je vo vlastnej distribúcii ich vydavateľov.

501. Ako vyplynulo zo zistení vyššie, v tomto prípade sa teda nesúťaží o produkciu troch najväčších vydavateľov, ale o produkciu menších vydavateľstiev (napríklad podnikateľ IKAR má takto v portfóliu cca [. . . . .]<sup>482</sup>, podnikateľ Partner Technic viac ako [. . .]<sup>483</sup>. Menšie vydavateľstvá si svoju produkciu zväčša pritom nedistribuuju sami, potrebujú preto spoluprácu s veľkoobchodníkom. Napríklad podnikateľ SLOVART uviedol<sup>484</sup>, že priame zásobovanie kníhkupectiev bez veľkoobchodného článku je výhodnejšie len ak je produkcia vydavateľstva dosť veľká na to, aby sa obratom dali odfinancovať vzniknuté náklady navyše (obchodné zastúpenie, skladovanie, balenie doprava a pod.).

502. Úrad sa pri posudzovaní dopadov koncentrácie z tohto pohľadu odvíjal od kritérií, ktoré vydavatelia a veľkoobchodníci uvádzali ako dôležité pre výber veľkoobchodníka, ako sú uvedené vyššie a od záverov tam prijatých.

503. Z týchto predovšetkým podľa názoru úradu jednoznačne vyplýva schopnosť spojenia IKAR/Panta Rhei po koncentracii získavať vydavateľov do portfólia IKAR (a tak obmedzovať konkurentov IKARU na nákupe kníh od vydavateľov). Východiskom pre posúdenie schopnosti je jednak pozícia IKARU na tomto trhu už pred koncentraciou, kedy na pomerne koncentrovanom trhu predstavuje druhý najsilnejší subjekt, s najväčšími skladovacími priestormi a prepracovaným logistickým systémom. Predovšetkým však v tomto prípade ide o možnosti Panta Rhei, vďaka jej pozícii na maloobchode s knihami (ako je nižšie uvedené), zvyhodňovať podnikateľa IKAR pri dodávkach do Panta Rhei a tým ho zvyhodňovať v súťaži o nákup kníh od vydavateľov, prípadne obmedzovať vydavateľov v prístupe k maloobchodnému trhu pre prípad, ak daný vydavateľ odmietne spolupracovať s podnikateľom IKAR na veľkoobchodnej distribúcii.

Spojením IKAR/ Panta Rhei vzniká teda pre IKAR významná konkurenčná výhoda oproti konkurentom, ktorá je dôležitým kritériom pre výber veľkoobchodníka zo strany vydavateľstva, a to možnosť následného umiestnenia knihy (a jej prípadnej propagácie/prednostného/exkluzívneho vystavenia a pod.) v najväčšej maloobchodnej sieti kamenných predajní a druhej najväčšej z hľadiska predajov na internete. Takouto výhodou nedisponuje žiadny z konkurenčných veľkoobchodníkov. Prepojenie s Panta Rhei teda podnikateľovi IKAR umožňuje ponúkať vydavateľom výhody spojené s ich umiestnením do Panta Rhei, ktoré nie sú schopní ponúknuť jeho konkurenti na trhu nákupu kníh od vydavateľov.

504. Úrad sa ďalej zaoberal motiváciou IKAR/Panta Rhei reálne takúto schopnosť využiť a dopadmi takéhoto správania. Ako už bolo uvedené, zo získaných informácií vyplynulo, že vydavatelia, ktorí nemajú vlastné zásobovanie, nedodávajú do maloobchodu zväčša napriamo, ale využívajú distribučné spoločnosti. Napríklad v prípade Panta Rhei je štruktúra piatich najväčších dodávateľov nasledovná [. . . . .

<sup>482</sup> [...] – Obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania.

<sup>483</sup> [...] – obchodné tajomstvo podnikateľa Partner Technic

<sup>484</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2447/2020 dňa 15.6.2020, bod 5.

.....] <sup>485</sup> dodávajú spolu títo piati najväčší.

505. Spojenie Panta Rhei/IKAR bude schopné a taktiež bude mať motív získať na úkor konkurenčných veľkoobchodníkov ďalších vydavateľov na exkluzívnej báze (existujúcich aj budúcich<sup>486</sup>), ktorí nemajú vlastnú veľkoobchodnú distribúciu. Tým bude mať IKAR schopnosť upevňovať si už existujúcu významnú pozíciu v oblasti nákupu kníh na úkor konkurentov a následne na trhu veľkoobchodnej distribúcie. Uvedené nemusí byť nevyhnutné spojené s ponúknutím výhodnejších cenových podmienok vydavateľom, keďže z hľadiska kritérií pre výber veľkoobchodníka je pre vydavateľa dôležitá tiež schopnosť ponúknutia výhodnejších podmienok umiestnenia titulu a prípadnej propagácie v rámci siete predajní (čo má vplyv na zvýšenie predajnosti), čo je v tomto prípade naplnené možnosťou umiestňovania titulov v najširšej maloobchodnej sieti predaja kníh Panta Rhei. Rovnako tak podnikateľ Panta Rhei, z dlhodobého hľadiska pri takejto stratégii, získaním vydavateľov do portfólia IKAR bude schopný získať centralizovanejšie veľkoobchodné dodávky, čo je faktor, ktorý maloobchodníci berú do úvahy, ako je vyššie uvedené.

506. IKAR má podľa jeho vyjadrenia voľné veľkoobchodné kapacity a vedel by v dôsledku vyššie uvedeného ich efektívnejšie využiť, čo by celkovo zefektívnilo jeho veľkoobchodnú činnosť, a teda aj veľkoobchodné dodávky ním doposiaľ veľkoobchodne dodávaných kníh, t. j. predovšetkým z vlastnej produkcie IKAR ako vydavateľa a vydavateľov, ktorým veľkoobchodne distribuuje knihy na exkluzívnej báze. Avšak s ohľadom na posilnenie významnej pozície IKAR ako aj Panta Rhei v dôsledku predmetnej koncentrácie nie je možné predpokladať, že pozitívne efekty zvýšenia efektívnosti veľkoobchodnej distribúcie IKAR dlhodobo prispievajú k zvýšeniu prospechu konečných spotrebiteľov – čitateľov kníh, keďže štruktúra jednotlivých vertikálne prepojených trhov v dôsledku koncentrácie (významná pozícia spojenia Panta Rhei/IKAR na každom úrovni tohto vertikálneho reťazca) nezabezpečí prenos pozitívnych efektov na spotrebiteľa.

507. Pokiaľ ide o dopady takéhoto správania, jednak ide o zužovanie možností voľby veľkoobchodného distribútora pre vydavateľa, čo sa môže prejavovať z dlhodobého hľadiska v uplatnení horších obchodných podmienok zo strany IKAR voči vydavateľom. Uvedené je previazané na skutočnosť, že z dlhodobého hľadiska dôjde v dôsledku takéhoto správania k oslabeniu konkurentov na trhu nákupu kníh od vydavateľov ich vytlačaním z distribuovania žiadaných titulov. Ako uviedol i vyššie podnikateľ Inform Lib, toto by pre distribútorov znamenalo obmedzenie ich ponuky (na menej žiadané, periférne tituly). Takýmto spôsobom by sa vyššie popísaný mechanizmus obmedzovania prístupu konkurenčných veľkoobchodníkov k žiadaným titulom zo strany spojenia Panta Rhei/IKAR pretavil do veľkoobchodného trhu ako oslabenie nielen týchto veľkoobchodníkov dodávajúcich Panta Rhei, ale aj ostatným maloobchodníkom (z hľadiska ponúkania užšieho alebo menej zaujímavého

<sup>485</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>486</sup> Ako už bolo vyššie uvedené, na trhu pôsobí množstvo vydavateľov, často ide o vydavateľov 1 – 2 knižných titulov a aj podľa vyjadrenia SLOVART vyššie v časti k vydavateľskému trhu, každý rok vznikajú nové vydavateľstvá práve takéhoto charakteru s často úspešnými titulmi

sortimentu) a v konečnom dôsledku by tak dochádzalo i k oslabeniu ich pozície na úrovni veľkoobchodných dodávok do maloobchodu celkovo, kde je IKAR najväčším veľkoobchodníkom. Tiež by v tomto dôsledku mohlo dochádzať vo vzťahu k vydavateľom k prenosu senzitívnych informácií v dôsledku už existujúcej vertikálnej integrácie IKAR na úrovni vydavateľ – veľkoobchodník.

508. Pokiaľ ide o argumentáciu, že k takémuto správaniu nemôže dochádzať, nakoľko Panta Rhei potrebuje mať zastúpené široké portfólio titulov, a teda nebolo by žiaduce, aby sa v prípade odmietnutia spolupráce vydavateľa s IKAR (t.j. ak by vydavateľ realizoval dodávky cez konkurenčnú distribúciu) určité tituly dostávali len do konkurenčných kníhkupectiev, úrad uvádza nasledovné. Skutočnosť, že jednotlivé články tohto vertikálneho reťazca vydavateľ – veľkoobchodník – maloobchodník, sa navzájom potrebujú pre svoju činnosť je nepopierateľná. Avšak v tomto prípade je pozícia Panta Rhei na maloobchode (spolu s pozíciou IKAR na vydavateľskom trhu, trhu nákupu kníh od vydavateľov, ako aj vo veľkoobchode) významná, na maloobchode možno uvažovať o významnej trhovej sile v prípade kamenných predajní. V tomto dôsledku je teda pre rozhodujúcu väčšinu kníh umiestňovaných na maloobchodný trh do kníhkupectiev nevyhnutným partnerom Panta Rhei. Na druhej strane, ako už bolo uvedené vyššie, toto obmedzenie sa netýka najväčších vydavateľstiev, ktoré distribuujú tituly sami, ale menších vydavateľstiev, ktorých je veľké množstvo (napríklad v Panta Rhei tvoria traja najväčší vydavatelia spolu podiel na dodávke [. . .]<sup>487</sup>, teda stále významná časť vydavateľov je dodávaná cez veľkoobchodných distribútorov), Z toho tiež vyplýva, že spojenie Panta Rhei/IKAR si môže v zásade vyberať, vo vzťahu ku ktorým titulom a vydavateľom takúto stratégiu uplatní.

**509. Na základe vyššie uvedených skutočností úrad dospel k záveru, že predmetnou koncentráciou dôjde k obmedzovaniu prístupu konkurentov podnikateľa IKAR (konkurenčných veľkoobchodných distribútorov pre tretie strany) ku knižným titulom (existujúcim i budúcim) vydavateľov, ktorí nemajú vlastnú veľkoobchodnú distribúciu a tým k zníženiu ich schopnosti vyvíjať konkurenčný tlak na najväčšieho veľkoobchodného distribútora kníh v SR – podnikateľa IKAR, čím dôjde k zníženiu intenzity hospodárskej súťaže vo veľkoobchodnej distribúcii kníh v SR, a teda koncentrácia je v rozpore s § 11 ods. 1 zákona.**

#### Obmedzovanie prístupu k zákazníkom (maloobchodníkom) pre konkurentov IKAR na veľkoobchode

510. Úrad posudzoval, či v dôsledku koncentrácie bude mať spojenie IKAR/Panta Rhei schopnosť a motiváciu obmedziť konkurentov IKAR na úrovni veľkoobchodu, pokiaľ ide o prístup k zákazníkom (do maloobchodu Panta Rhei), a ak áno, aké by boli dopady takéhoto správania na veľkoobchodný trh dodávky kníh do maloobchodu.

<sup>487</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

511. Na tomto mieste úrad predovšetkým v plnom rozsahu odkazuje na vyššie uvádzané zistenia ohľadne významu Panta Rhei na maloobchodných trhoch predaja kníh (v jednotlivých alternatívach). Úrad pritom v tejto súvislosti poukazuje najmä na pozíciu Panta Rhei pokiaľ ide o maloobchodný trh predaja bežných kníh v kamenných predajniach, ako aj pri alternatíve kamenné predajne a internet spolu a to z pohľadu celoslovenského, nakoľko zo strany veľkoobchodných dodávateľov ide o dodávky vo vzťahu k celému územiu SR. Rovnako tak je dôležitá pozícia podnikateľa IKAR na trhu veľkoobchodných dodávok kníh do maloobchodu, kde predstavuje najvýznamnejšieho hráča.

512. Avšak v tomto prípade je potrebné vziať do úvahy, že na tomto trhu pôsobia ako dodávatelia aj podnikatelia, ktorí distribuujú svoju produkciu vo vlastnej réžii, t.j. SLOVART a ALBATROS, pričom ich dodávky spolu predstavovali [. . .]<sup>488</sup>% z celkových dodávok do Panta Rhei. Rovnako ďalší veľkoobchodníci, ktorí distribuujú sčasti produkciu vlastnej vydavateľskej skupiny, resp. sčasti tiež exkluzívne určité vydavateľstvá (Partner Technic má cca [. . .]<sup>489</sup>% objemu dodávaného exkluzívne, Pemic dodáva [. . . . .]<sup>490</sup> a tiež sčasti exkluzívne určité vydavateľstvá – pomer nešpecifikoval, EUGENIKA nemá podľa vlastných slov exkluzívne vydavateľstvá v ponuke – ale je prepojená s vydavateľstvom A.Giertli Pbl., ktorý tvorí 50% jej dodávateľov.

513. Ako je vyššie uvedené, je teda zrejmé, že v celej vertikálnej schéme vydavateľ – veľkoobchodník – maloobchodník funguje do určitej miery vzájomná potreba jednotlivých článkov. Vydavatelia a veľkoobchodníci majú záujem umiestňovať tituly v Panta Rhei, ale rovnako tak Panta Rhei potrebuje mať vo svojej maloobchodnej sieti umiestnené tituly, ktoré sú žiadané. Časť titulov pritom vzhľadom na vertikálnu integráciu najmä SLOVART a ALBATROS a tiež vzhľadom na exkluzivitu distribúcie niektorých vydavateľov je možné získať len z jedného zdroja.

Snahou o vytlačenie/obmedzovanie konkurentov IKAR v prístupe do Panta Rhei na tejto úrovni by teda Panta Rhei mohla stratiť tú časť portfólia, ktoré vzhľadom na viazanosť niektorých vydavateľstiev na distribúciu vlastnej podnikateľskej skupiny/exkluzívnu distribúciu nie je možné získať z iného zdroja.

514. Uvedené teda platí vo vzťahu k vydavateľom, disponujúcim vlastnou distribúciou (SLOVART a ALBATROS), ktorých rozsah dodávok do Panta Rhei je uvedený vyššie, a i pre ostatných veľkoobchodných distribútorov, v rozsahu časti distribúcie ich vlastného vydavateľského portfólia alebo exkluzívne distribuovaných vydavateľov/titulov. Úrad tiež vzal do úvahy, pokiaľ ide o veľkoobchodné dodávky, ktoré nie sú distribuované exkluzívne, že veľkoobchodní distribútori majú k dispozícii určité portfólio titulov od veľkého množstva rôznych vydavateľov, pričom snahou Panta Rhei je predávať široké portfólio titulov.

Z dôvodov uvedených vo vzťahu k exkluzívne dodávaným vydavateľom ako aj pre uvádzanú komplexnosť veľkoobchodných dodávateľov dodávajúcich tituly tretích strán, na tejto úrovni trhu nemá spojenie IKAR/Panta Rhei po koncentrácii motiváciu

<sup>488</sup> [...] – obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

<sup>489</sup> [...] – obchodné tajomstvo Partner Technic

<sup>490</sup> [...] – obchodné tajomstvo PEMIC

obmedzovať prístup k zákazníkom. Časť veľkoobchodných dodávateľov však môže byť obmedzená pokiaľ ide o upstream trh súťaže o vydavateľov (tento aspekt vplyvu koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže úrad samostatne posúdil tak, ako je uvedené vyššie, čo sa premieta aj do možnosti zníženia atraktivity ich portfólia a oslabenia ich pozície na trhu veľkoobchodných dodávok do maloobchodu.

515. V tomto prípade nebolo preukázané, že v dôsledku spojenia Panta Rhei/IKAR, napriek schopnosti obmedzovať prístup k zákazníkom (v dôsledku pozície Panta Rhei na vybraných maloobchodných trhoch, ako je uvedené vyššie), bude na tejto úrovni trhu dochádzať k zníženiu účinnej súťaže a teda koncentrácia je v tomto ohľade v súlade s § 11 ods. 1 zákona.

#### V. Obmedzenie prístupu k vstupom pre konkurentov Panta Rhei na maloobchode

516. Úrad sa ďalej zaoberal otázkou či a akým spôsobom posudzovaná koncentrácia ovplyvní postavenie Panta Rhei (a IKAR) v rámci maloobchodného predaja kníh (v jednotlivých alternatívach trhov).

517. Teda skúmal, či po koncentrácii v dôsledku spojenia s IKARom, ako najväčším veľkoobchodným predajcom a vydavateľom, bude mať koncentráciou vzniknutá entita schopnosť obmedzovať prístup pre konkurentov Panta Rhei (a IKAR) na maloobchode k vstupom - veľkoobchodným dodávkam kníh, ktoré predstavujú nevyhnutný vstup na ich fungovanie na maloobchodných trhoch. Tiež sa zaoberal skutočnosťou, či by malo spojenie IKAR/Panta Rhei motiváciu na takéto správanie a dopady takéhoto správania na trh maloobchodného predaja kníh, teda či by v dôsledku takéhoto obmedzovania mohlo dochádzať k vytlačaniu maloobchodných predajcov z trhu, čím by došlo k zníženiu súťaže na tomto trhu a ujme pre spotrebiteľov, vo forme napríklad možného zvýšenia cien alebo obmedzenia výberu a inovácií.

518. Úrad uvedené posúdil samostatne vo vzťahu k trhom maloobchodného predaja bežných kníh a samostatne k trhu maloobchodného predaju diskontných kníh v kamenných predajniach (tu v prípade online diskontu nedochádza k vertikálnemu prepojeniu). Pozíciu Panta Rhei a IKAR, pokiaľ ide o bežné knihy vymedzil v jednotlivých alternatívach trhov, ako boli vyššie uvedené, t.j. online a kamenné predajne, pričom dopady posúdil pre všetky alternatívy trhov členených podľa predajných kanálov spoločne, a to z dôvodu, že ako bolo vyššie uvedené, vo vzťahu k veľkoobchodným dodávkam kníh, tieto sa nečlenili na samostatné trhy podľa predajného kanála (veľkoobchodníci uvádzali, že často nemajú ani vedomosť o tom, prostredníctvom akého predajného kanála sa nimi dodaná kniha do maloobchodu následne predá).

#### *Vyjadrenia maloobchodných predajcov*

519. MARTINUS uviedol<sup>491</sup>: Uvedená koncentrácia môže mať vplyv na zhoršenie dodávateľských podmienok (rabat), uprednostňovanie "vlastnej" maloobchodnej siete oproti ostatným maloobchodným predajcom napr. pri rýchlosti vybavovania objednávok (veľkoobchodných aj maloobchodných), pri dodávaní tovaru s limitovanou

<sup>491</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2808/2020 dňa 1.7.2020, bod 28.



dostupnosťou, exkluzívnym umiestňovaním produktov výlučne do vlastnej siete, sústredením marketingovej podpory zo strany vydavateľa na “vlastné” kníhkupectvo a pod. Takisto teoreticky môže dôjsť k zdieľaniu obchodných tajomstiev a informácií, ktoré sa subjekt dozvie pri svojej vydavateľskej alebo veľkoobchodnej činnosti, a posunutie týchto informácií kníhkupeckej časti subjektu, čo môže znamenať neférovú konkurenčnú výhodu oproti ostatným kníhkupeckým. Zdôrazňujeme, že ide o hypotetické možnosti a netvrdíme, že nevyhnutne nastanú.

520. Podnikateľ Knihy pre každého – ako je vyššie uvedené, maloobchodný predajca kníh okrem e-kníh prostredníctvom 15 kamenných predajní a prostredníctvom internetového predaja uviedol, že nepociťuje žiadny vplyv koncentrácie na svoju činnosť a jej vplyv do budúcnosti nevie posúdiť.

521. Artforum<sup>492</sup> - ako je vyššie uvedené vydavateľstvo a maloobchodný predajca (1 kamenný obchod + 6 franšízových (skupina kníhkupectiev nemá spoločnú obchodnú politiku) a internetový obchod) uviedol, že predmetná koncentrácia nebude mať žiadny vplyv ak nedôjde k preferovaniu niektorých kníhkupectiev (napríklad niektoré tituly kníh by boli dostupné len určitému počtu kníhkupectiev) alebo pri nedodržiavaní nepísanej dohody o dodržiavaní predajných cien odporúčaných vydavateľmi alebo k zásadnej zmene obchodných podmienok (napríklad platba vopred za nakupované knihy).

522. LIBRESSO uviedol<sup>493</sup>, že a) Spojenie spoločností Panta Rhei a IKAR môže viesť k narušeniu hospodárskej súťaže v rámci maloobchodného predaja na slovenskom trhu. Pri spojení týchto dvoch spoločností môže dôjsť k tomu, že sa stratí konkurenčná výhoda iných maloobchodných predajní. Faktom je, že obidve spoločnosti majú dominantné postavenie na trhu vo svojich oblastiach už teraz. Uviedol tiež, že ak by tieto spoločnosti vytvorili monopol bol by nútený prevziať ich nové obchodné podmienky aj keď by boli nevýhodné. Nastalo by tak nerovnomerné rozdelenie trhových podmienok pre nezávislých kníhkupcov.

523. Podnikateľ LITTERA (ktorého prevládajúca časť predaja sú jazykové učebnice) sa k vplyvu koncentrácie na jeho podnikateľskú činnosť a na podmienky hospodárskej súťaže nevedel vyjadriť<sup>494</sup>.

524. ČAS NA TICHU uviedol<sup>495</sup>, že rozširovanie siete Panta Rhei už spôsobilo zánik menších predajcov v rôznych kútoch SR a naďalej pokračuje jej expanzia aj do menších miest, čo môže spôsobiť zánik ďalších menších kníhkupcov. To môže posilňovať vyjednávaciu pozíciu tejto siete k distribútorom a vydavateľstvám a tým aj konkurenčnú výhodu vo vzťahu k zvyšku preživších malých kníhkupcov.

---

<sup>492</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2251/2020 dňa 5.6.2020, bod 28.

<sup>493</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2594/2020 dňa 22.6.2020, bod 28.

<sup>494</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2939/2020 dňa 8.7.2020, bod 28.

<sup>495</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-3010/2020 dňa 13.7.2020, bod 28.

525. Podnikateľ alter ego (maloobchodný predajca kníh v 1 kamennej predajni v meste Kežmarok a prostredníctvom internetového obchodu) uviedol<sup>496</sup>, že vplyv predmetnej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže z hľadiska jedného kníhkupectva v okresnom meste nevie posúdiť. Taktiež uviedol, že nezaznamenal žiadne ťažkosti s dodávkou, prípadne s termínmi dodania tovaru; ak by v meste Kežmarok predmetná sieť predajní otvorila svoju pobočku, situácia by bola podľa predmetného podnikateľa samozrejme iná.

526. Podnikateľ KNÍHKUPECTVO VIERA ktorý prevádzkuje kamennú predajňu v Nitre-uviedol<sup>497</sup>, že predmetná koncentrácia neovplyvní jeho podnikateľskú činnosť a ani podmienky hospodárskej súťaže.

527. Maloobchodný internetový predajca kníh (okrem e-kníh) KYBEROS uviedol<sup>498</sup>: „možné zhoršenie obchodných podmienok, zníženie rabatov, obmedzenie dodávanie určitého rozsahu sortimentu“ a ohľadne vplyvu koncentrácie na jeho podnikateľskú činnosť v tejto oblasti uviedol: „prepúšťanie, hľadanie iného alternatívneho sortimentu na predaj, hľadanie iného predmetu podnikateľskej činnosti“. Svoje tvrdenia neodôvodnil.

528. Maloobchodný internetový predajca HOLLYWOOD o.i. aj kníh (prostredníctvom internetových obchodov: [www.moja-kniha.sk](http://www.moja-kniha.sk) a [www.niagara.sk](http://www.niagara.sk)) uviedol<sup>499</sup>, že vzhľadom na to, že je malým predajcom s minimálnym podielom na trhu, je toho názoru, že v najbližšom období koncentrácia nebude mať na neho významný vplyv.

529. MEGAKNIHY (predajca kníh len prostredníctvom internetu) uviedol<sup>500</sup>, že vplyv koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže v tejto súvislosti nevie odhadnúť.

#### *Zistenia úradu*

530. Ako bolo uvedené vyššie, podnikateľ IKAR je jednoznačne najkomplexnejším subjektom pôsobiacim v knižnom segmente z pohľadu vertikálnej integrácie, a to najmä na úrovniach po maloobchod, keďže je jednak číslom jedna pokiaľ ide o vydavateľstvo širokého portfólia kníh v slovenčine, jednak významným hráčom v oblasti nákupu knižných titulov od iných vydavateľov do distribúcie. Vo vzťahu k maloobchodu je nesporne najvýznamnejším veľkoobchodným dodávateľom kníh do maloobchodu [. . . . .]<sup>501</sup> od svojho najbližšieho konkurenta. Ako bolo vyššie uvedené, predstavuje dodávateľskú jednotku u [. . .] oslovených subjektov, s podielom na dodávkach, pohybujúcim sa u niektorých úradom oslovených maloobchodných predajcov až na úrovni [. . .]%, [...] – *obchodné tajomstvo*

531. Niektorí z oslovených maloobchodných predajcov sa vyjadrili tiež k možnej strate/obmedzeniu dodávok zo strany ich dodávateľov a k negatívnemu dopadu na ich podnikateľskú činnosť, a to s ohľadom najmä na exkluzivitu dodávaných

<sup>496</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2272/2020 dňa 8.6.2020, bod 28.

<sup>497</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2881/2020 dňa 3.7.2020, bod 28.

<sup>498</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2222/2020 dňa 4.6.2020, bod 28.

<sup>499</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2250/2020 dňa 5.6.2020, bod 28.

<sup>500</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2572/2020 dňa 22.6.2020, bod 28.

<sup>501</sup> [...] - obchodné tajomstvo IKAR, prístupné všetkým účastníkom konania

titulov/vydavateľov len určitými distribútormi. Viacerí sa vyjadrili špecificky, že práve v prípade IKAR by obmedzenie jeho dodávok mohlo byť problematické z hľadiska ich podnikateľskej činnosti, vzhľadom najmä na rozsah dodávok, šírku sortimentu jeho predajnosť, skutočnosť, že v časti ide o produkciu IKAR, ktorú nemožno zaobstarať z iného zdroja. Napríklad podnikateľ Knihy pre každého na výzvu úradu<sup>502</sup> uviedol, že najcitlivejší dopad by malo prerušenie spolupráce so spoločnosťou IKAR – práve šírka sortimentu a predajnosť daných titulov, ktoré majú v ponuke, je rozhodujúca<sup>503</sup>, obdobne sa vyjadril aj podnikateľ KYBEROS<sup>504</sup>.

532. V prípade podnikateľa IKAR pritom vlastná produkcia, ktorú dodáva do maloobchodu predstavuje takmer [...] <sup>505</sup>% jeho dodávok, ďalších [...] <sup>506</sup>% predstavujú exkluzívne zazmluvnené vydavateľstvá, a teda vysoký podiel dodávok IKAR z jeho celkových dodávok do maloobchodu je nenahraditeľný z iného (veľkoobchodného) zdroja.

533. Na základe uvedených skutočností možno konštatovať, že spojenie Panta Rhei/IKAR má schopnosť po koncentrácii obmedzovať prístup k vstupom – knihám z veľkoobchodnej činnosti IKAR (minimálne v rozsahu vlastná produkcia a exkluzívne distribuované knihy) pre konkurentov Panta Rhei na maloobchode, a to pokiaľ ide o bežné knihy a aj pokiaľ ide o diskontné knihy.

534. Pokiaľ ide o motiváciu IKAR/Panta Rhei na takéto správanie, úrad v tomto prípade dospel k odlišným záverom, pokiaľ ide o oblasť maloobchodu s bežnými knihami a maloobchodu s knihami diskontnými.

535. Vo vzťahu k maloobchodným predajom bežných kníh úrad nerozporuje, že vo vertikálnom reťazci veľkoobchod – maloobchod, veľkoobchodník typu IKAR potrebuje distribuovať svoje tituly do čo najširšej siete maloobchodu, vzhľadom na rozsah svojich aktivít by bolo pre neho neefektívne fungovať len s maloobchodníkom Panta Rhei ako svojim výhradným odberateľom. Vyššie uvedené námietky maloobchodných hráčov smerovali však, ani nie tak k obmedzeniu prístupu k dodávkam IKAR absolútne, ale najmä k možnosti zvýhodňovania Panta Rhei v rámci dodávok kníh od IKAR oproti konkurentom Panta Rhei, čím sa podporí predaj v Panta Rhei a naopak oslabí predaj IKAR titulov u konkurenčných knihkupectiev a znevýhodní sa ich postavenie voči najväčšiemu maloobchodnému predajcovi bežných kníh v SR.

536. Obmedzenie prístupu k vstupom pre konkurentov Panta Rhei nemusí znamenať vylúčenie konkurentov z tohto prístupu, môže spočívať aj v poskytovaní vstupov za nevýhodnejších podmienok a tým v zvýhodnení predajov cez „vlastného“ maloobchodného predajcu. V tejto súvislosti sú dôležité parametre ako [.....

<sup>502</sup> „Vyjadrite sa k dopadu na Vašu spoločnosť pre prípad, že by zo strany niektorého z Vašich 5 najvýznamnejších dodávateľov kníh došlo k zhoršeniu obchodných podmienok alebo k vypovedaniu zmluvy, a to predovšetkým z hľadiska možnosti zabezpečiť si dodávku porovnateľného sortimentu od iného dodávateľa. Ak by sa dopady líšili v závislosti od konkrétneho dodávateľa, tohto špecifikujte a zdôvodnite.“

<sup>503</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2377/2020 dňa 11.6.2020, bod 24.

<sup>504</sup> List zaevidovaný úradom pod číslom 154/2020/OK-2222/2020 dňa 4.6.2020, bod 24.

<sup>505</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM

<sup>506</sup> [...] – obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM

(ako uvádzali i maloobchodníci vyššie).

537. Pozícia Panta Rhei na jednotlivých maloobchodných trhoch pokiaľ ide o bežné knihy (aj v ich alternatívach) je pritom významná, a to vzhľadom na jej rozsah siete kamenných predajní, umiestnenie predajní, šírku portfólia – predstavuje nespornú jednotku na trhu maloobchodných kamenných predajní. Taktiež vo vzťahu k online trhu jeho význam rastie, [. . . . .].<sup>508</sup> Takže podnikateľ IKAR v dôsledku koncentrácie bude mať motiváciu uprednostňovať Panta Rhei voči konkurenčným maloobchodným predajcom, pokiaľ ide o dôležité parametre konkurenčného boja medzi maloobchodníkmi – najmä čo sa týka prednostného umiestňovania najpredávanejších titulov a knižných novínok z vlastnej produkcie vydavateľstva IKAR (a exkluzívnej distribúcie IKAR) v Panta Rhei z hľadiska časového, pokiaľ ide o rozsah poskytovania marketingovej podpory na predaj titulov z produkcie vydavateľstva IKAR v Panta Rhei oproti iným kníhkupectvám a aj z hľadiska rabatovej politiky (marža maloobchodníkov je vyššia ako marža veľkoobchodu), Podpora predajnosti v dôsledku predmetnej koncentrácie ekonomicky prepojenej najväčšej siete kníhkupectiev v SR akou je Panta Rhei a tým presmerovanie spotrebiteľského dopytu z konkurenčných kníhkupectiev je motivujúcim faktorom pre spojenie Panta Rhei/IKAR správať sa uvedeným spôsobom. V kontexte uvedeného je z pohľadu koncentráciou vznikajúcej vertikálnej integrácie možné tiež získavanie senzitívnych informácií od vydavateľov naprieč vertikálnym reťazcom, čo môže znamenať konkurenčnú výhodu pre Panta Rhei.

538. Vyjadrenia Oznamovateľov ohľadne existencie konkurenčných sietí kníhkupectiev nepreukazujú neexistenciu uvedenej schopnosti a motivácie obmedzovať súťaž vyššie uvedeným spôsobom. Naopak, obaja podnikatelia prevádzkujúci konkurenčné siete predajní vyjadrili ku koncentrácii výhrady práve v zmysle možnosti obmedzenia prístupu k vstupom. Navyše, podnikateľ Panta Rhei sa v prípade mnohých lokalít stretáva v súťaži len s menším lokálnym kníhkupectvom. Motivácia uprednostniť Panta Rhei a teda obmedziť konkurenčné kníhkupectvá môže byť v prípade takejto stratégie selektívna, v tomto smere úrad odkazuje na vyššie uvedené zhrnutie ohľadne lokálnej prítomnosti Panta Rhei a konkurenčných hráčov. Takýmto správaním teda môže dôjsť k posilneniu postavenia Panta Rhei na jednotlivých lokálnych trhoch, na úkor konkurentov a v konečnom dôsledku na úkor spotrebiteľov, z hľadiska zníženia účinnej súťaže, najmä pokiaľ ide o zúženie možností výberu (dostupnosti) kníh a to aj z dlhodobého hľadiska v prípade úspešného vytlačania konkurenta.

Pokiaľ ide [. . . . .] Ako vyplýva napríklad i z vyjadrenia Spolku slovenských spisovateľov, Amazon je predovšetkým internetové kníhkupectvo. Nepredpokladá, že Amazon v dohľadnej dobe vstúpi na slovenský vydavateľský a kníhkupecký trh. Slovenský trh je podľa jeho názoru jednak z pohľadu objemu obchodov marginálny, jednak sú na Slovensku už zavedené knižné e-shopy.

<sup>507</sup> [...] – Obchodné tajomstvo IKAR, prístupné IM.

<sup>508</sup> [...] - obchodné tajomstvo Panta Rhei, prístupné všetkým účastníkom konania

[.....  
.....  
.....]

Spolok slovenských spisovateľov, ale hovoria o vstupe Amazon len ako internetového predajcu.

S ohľadom na uvedené nemožno v krátkom čase predpokladať vstup Amazon na trh maloobchodného predaja kníh. Ak by aj k jeho vstupu v budúcnosti došlo, takýto by sa týkal s najväčšou pravdepodobnosťou len internetového predaja kníh.<sup>509</sup>

539. Úrad tiež zbral do úvahy vyššie uvedené vysoké bariéry vstupu, pokiaľ ide o vybudovanie siete kamenných kníhkupectiev a i skutočnosť, že žiaden z existujúcich maloobchodných predajcov nebude disponovať rovnakou výhodou vertikálnej integrácie s veľkoobchodníkom a vydavateľom (ak, tak v neporovnateľne menšej miere), takže z tohto pohľadu ani možnosť samoregulácie trhom v podobe odvetných mechanizmov nie je v tomto prípade reálna.

**540. V dôsledku predmetnej koncentrácie dôjde v uvedenom ohľade k významným prekážkam hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v oblasti maloobchodného predaja bežných kníh, a teda úrad zistil, že predmetná koncentrácia nie je v súlade s § 11 ods. 1 zákona.**

541. Úrad tiež konštatuje, pokiaľ ide o maloobchodný trh diskontného predaja kníh v kamenných predajniach, že vzhľadom na skutočnosť, že v tomto prípade je jednoznačným číslom jedna na trhu podnikateľ Knihy pre Každého, spojenie Panta Rhei/IKAR nemá motiváciu správať sa uvedeným spôsobom. Vzhľadom na túto skutočnosť v tomto prípade prevažuje predpoklad, že potreba IKAR umiestniť svoje tituly na predajniach podnikateľa Knihy pre každého, nepoukazuje na jeho motiváciu zvýhodňovať predajne Knihy za Groš voči konkurenčným maloobchodným predajcom uvedeným spôsobom.

Úrad zistil, že v uvedenom ohľade koncentrácia je v súlade s § 11 ods. 1 zákona.

#### **IV. PODMIENKY A S NIMI SÚVISIACE POVINNOSTI**

542. Dňa 24.5.2021 bol úradu zo strany účastníkov konania predložený Konečný návrh podmienok na odstránenie úradom identifikovaných vertikálnych súťažných obáv podrobne popísaných v predchádzajúcej časti tohto rozhodnutia.

543. Na odstránenie súťažných obáv z obmedzenia prístupu k zákazníkovi (stať III.2.3. – IV. Obmedzenie prístupu k zákazníkovi) boli predložené podmienky uvedené v Časti I., bod 1 výroku tohto rozhodnutia. Tieto podmienky sú koncipované ako všeobecný záväzok (Časť I., bod 1.1 výroku tohto rozhodnutia) a záväzky, ktoré sú premietnutím všeobecného záväzku na konkrétne situácie, ktoré, vychádzajúc podporne z prieskumu vykonaného v priebehu správneho konania, môžu byť najčastejšie sa vyskytujúcimi (Časť I., bod 1.1.1 a 1.1.2 výroku tohto rozhodnutia).

544. Podstatou podmienok týkajúcich sa obmedzenia prístupu k zákazníkovi je záväzok, že Panta Rhei a IKAR nebudú vyvíjať diskriminačné aktivity, ktoré by

<sup>509</sup> [...] - Obchodné tajomstvo prístupné všetkým účastníkom konania

vydavateľov bez vlastnej distribúcie zvyhodňovali alebo naopak znevýhodňovali pri prístupe do kamenných predajní Panta Rhei v závislosti od toho, či budú svoje knihy do Panta Rhei dodávať prostredníctvom veľkoobchodného distribútora IKAR. K diskriminácii nemôže dochádzať ani nepriamo prostredníctvom zvyhodňovania IKAR zo strany Panta Rhei voči iným veľkoobchodným distribútorom kníh. Niektoré pojmy používané v týchto podmienkach, ako napr. pojem obchodné podmienky, sú doplnené aj o zátvorky s príkladmi toho, čo typicky môže byť predmetom zvyhodňovania/znevýhodňovania, nejde teda o vyčerpávajúci zoznam. Vo vzťahu k záväzkom na strane IKAR bola definovaná výnimka vzťahujúca sa na určité marketingové akcie IKAR, ktoré sa nebudú považovať za porušenie podmienok.

Uvedenými podmienkami účastníci konania reagovali na úradom identifikované obavy, že koncentrácia povedie k zníženiu možnosti vydavateľov bez vlastnej distribúcie zvoliť si veľkoobchodného distribútora, prostredníctvom ktorého budú dodávať tlačene knihy do Panta Rhei resp. k zúženiu tejto možnosti na IKAR. Týmto by mohlo dochádzať k obmedzeniu prístupu konkurenčných veľkoobchodných distribútorov ku knižnej produkcii vydavateľstiev bez vlastnej distribúcie, tým k zníženiu schopnosti týchto veľkoobchodných distribútorov vyvíjať konkurenčný tlak na IKAR a v konečnom dôsledku k zníženiu intenzity hospodárskej súťaže vo veľkoobchodnej distribúcii kníh v SR.

Keďže predmetná obava sa netýkala vydavateľov kníh, ktorí majú vlastnú distribúciu, z dôvodov, ako je špecifikované vyššie v tomto rozhodnutí, ani predložené podmienky sa netýkajú takýchto vydavateľov.

545. Na odstránenie súťažných obáv z obmedzenia prístupu k vstupom (stať III.2.3 – V. Obmedzenie prístupu k vstupom pre konkurentov Panta Rhei na maloobchode) boli predložené podmienky uvedené v Časti I., bod 2 výroku tohto rozhodnutia. Podstatou podmienky uvedenej v Časti I., bod 2.1 výroku tohto rozhodnutia je zavedenie nediskriminačného princípu, pokiaľ ide o podmienky, za ktorých bude IKAR veľkoobchodne dodávať tlačene knihy (z vlastnej, ako aj cudzej produkcie) maloobchodným predajcom. Skupina podmienok uvedených v časti I., bod 2.2 výroku tohto rozhodnutia upravuje záväzok IKAR ako veľkoobchodného dodávateľa nezvyhodňovať Panta Rhei, pokiaľ ide o konkrétne tam uvedené aspekty týkajúce sa knižných noviniek a ponúkaného sortimentu. Priamo v podmienkach sú ďalej uvedené aj výnimky, resp. popísané správanie, ktoré sa nebude považovať za porušenie podmienky. Takéto výnimky sa týkajú aspektov, ktoré úrad v tomto konkrétnom prípade nevyhodnotil ako rozhodujúce pre pôsobenie na danom trhu.

Týmito podmienkami účastníci konania reagovali na úradom identifikovanú obavu, že IKAR ako veľkoobchodný dodávateľ tlačenej kníh bude zvyhodňovať Panta Rhei ako maloobchodného predajcu kníh oproti jej konkurentom, čo by viedlo k významným prekážkam hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v oblasti maloobchodného predaja bežných kníh v SR.

546. To, že sa účastníci konania v podmienkach zaväzujú na určité správanie neznamena, že nesmú prijímať žiadne obchodné rozhodnutia, ale znamená, že ich musia prijímať tak, aby boli dodržané princípy uvedené v podmienkach, konkrétne teda najmä nediskriminačný princíp. Pre vylúčenie akýchkoľvek pochybností v tomto smere, účastníci konania v rámci Konečného návrhu podmienok predložili aj nižšie uvedené doplňujúce vysvetlenie podmienok. Je nevyhnutné zdôrazniť, že tieto

vysvetlenia žiadnym spôsobom podmienky nemodifikujú, platia len pri súčasnom zachovaní záväzkov a princípov uvedených v podmienkach.

547. Ide o nasledovné vysvetlenia.

Pri zachovaní princípov nediskriminácie vymedzených v podmienkach týkajúcich sa obmedzenia prístupu k zákazníkom (Časť I., bod 1 výroku rozhodnutia) platí, že:

- porušením podmienky uvedenej v Časti I., bode 1.1.1, písm. B výroku tohto rozhodnutia týkajúcej sa podnikateľa Panta Rhei nie je zmena (vrátane sprísnenia) štandardných obchodných podmienok (vrátane vydania všeobecných zmluvných podmienok) pre veľkoobchodných distribútorov (vrátane IKAR) pri porovnateľnom plnení a porovnateľných okolnostiach,
- podmienkou uvedenou v Časti I., bode 1.1.1, písm. C výroku tohto rozhodnutia nie je dotknuté právo Panta Rhei rozhodnúť, ktoré knihy bude vo svojich kamenných predajniach vystavovať, a ktoré knihy nebude vystavovať,
- vo vzťahu k podmienkam týkajúcim sa podnikateľa IKAR ako veľkoobchodného distribútora platí, že IKAR je oprávnený získavať nových zákazníkov (ďalších vydavateľov) a usilovať o ich prechod k IKAR od jeho konkurentov tým, že bude vydavateľom ponúkať výhodnejšie podmienky.

548. Pri zachovaní princípov nediskriminácie vymedzených v podmienkach týkajúcich sa obmedzenia prístupu k vstupom (Časť I., bod 2 výroku tohto rozhodnutia) platí, že:

- pokiaľ ide o podmienku uvedenú v Časti I., bode 2.2, písm. B výroku tohto rozhodnutia, IKAR je oprávnený rozhodnúť sa, že určitý tovar bude dodávať výlučne formou priameho predaja za úhradu bez možnosti jeho vrátenia a nebude ho dodávať ako komisionár,
- znevýhodnením maloobchodného predajcu zo strany IKAR nie je, ak IKAR odmietne objednávku knihy, ktorá nespadá pod vlastnú produkciu IKAR, ale ju IKAR iba distribuuje, a táto je bežne dostupná u iného distribútora,
- porušením podmienok týkajúcich sa IKAR nie je zmena (vrátane sprísnenia) štandardných obchodných podmienok (vrátane vydania všeobecných zmluvných podmienok) pre maloobchodných predajcov (vrátane Panta Rhei) pri porovnateľnom plnení a porovnateľných okolnostiach,
- porušením podmienok nie je konanie IKAR, ktoré si vyžaduje zmluva s autorom alebo dodávateľom predmetného tovaru (najmä povinnosť stiahnuť tovar z obehu z dôvodu ukončenia licencie alebo z iného dôvodu predvídaného zmluvou).

549. Ďalej bola predložená podmienka uvedená v Časti I., bode 3 výroku tohto rozhodnutia, ktorá sa týka zavedenia informačných bariér medzi Panta Rhei a IKAR, čo reaguje na obavu zo zdieľania citlivých informácií o konkurentoch, ktoré by Panta Rhei a IKAR poskytovali konkurenčnú výhodu. Výnimkou je zachovanie status quo - aktuálnej štruktúry obsadenia v štatutárnych a dozorných orgánoch spoločností Panta Rhei a IKAR.

Na zabezpečenie plnenia a dosiahnutie účelu podmienky informačnej bariéry boli predložené aj súvisiace povinnosti (Časť II., bod 1 výroku tohto rozhodnutia).

550. Ďalej bol účastníkmi konania predložený záväzok – povinnosť, ktorá sa týka správania účastníkov konania v období medzi nadobudnutím právoplatnosti tohto

rozhodnutia a uskutočnením koncentrácie (Časť II., bod 2 výroku tohto rozhodnutia), ktorá slúži na zabezpečenie plnenia podmienok a dosiahnutie ich účelu.

551. Na účely kontroly dodržiavania podmienok a povinností bol predložený záväzok – povinnosť ustanoviť monitorovacieho správcu. Účastníci konania ďalej vymedzili aj proces jeho ustanovenia, jeho funkcie, ich záväzky vo vzťahu k monitorovaciemu správcovi a proces jeho zmeny (Časť II., bod 3 výroku tohto rozhodnutia). Podmienky a povinnosti sú časovo obmedzené, pričom konkrétne obdobie bolo označené a uznané ako predmet obchodného tajomstva. Konkrétne výrazy, používané v podmienkach, boli účastníkmi konania definované a používané definície sú uvedené v rámci relevantných častí výroku rozhodnutia (v rámci poznámok pod čiarou).

552. Úrad v rámci hodnotenia podmienok uvedených v Konečnom návrhu podmienok z hľadiska ich spôsobilosti odstrániť úradom identifikované súťažné obavy zohľadnil najmä druh podmienok, ich rozsah, časový horizont a pravdepodobnosť ich úspešnej a úplnej implementácie, a to v kontexte štruktúry a charakteristík dotknutých trhov. Povinnosti uvedené v Konečnom návrhu podmienok úrad zhodnotil z pohľadu ich dostatočnosti na zabezpečenie plnenia podmienok, dosiahnutia ich účelu a na kontrolu ich plnenia.

553. Úrad podľa § 12 ods. 7 zákona č. 136/2001, vykonal aj prieskum návrhu podmienok a povinností oslovením viacerých podnikateľov pôsobiacich na tých istých trhoch ako pôsobia nadobúdané spoločnosti Panta Rhei a IKAR. Z odpovedí oslovených podnikateľov nevyplynuli vecné výhrady voči predloženému návrhu podmienok a povinností, resp. ak aj boli určité pripomienky predložené, tieto nemali charakter zásadných výhrad voči zmyslu navrhovaných podmienok a povinností (na základe jednej z pripomienok sa návrh podmienok mierne modifikoval formulačne).

554. Na základe vyššie uvedeného úrad zistil, že podmienky a povinnosti obsiahnuté v Konečnom návrhu podmienok, **a teda podmienky uložené podnikateľom IM, PT a LB v Časti I. výroku tohto rozhodnutia zabezpečia, že predmetná koncentrácia bude v súlade s § 11 ods. 1 zákona, a že povinnosti súvisiace s predmetnými podmienkami uložené IM, PT a LB v Časti II. výroku tohto rozhodnutia zabezpečia plnenie predmetných podmienok, dosiahnutie ich účelu a kontrolu ich plnenia.**

555. S ohľadom na vyššie uvedené úrad rozhodol tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozhodnutia.



**Poučenie:**

Podľa § 27 ods. 1 zákona č.187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov (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, Drieňová 24, 826 03 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. Správneho súdneho poriadku po vyčerpaní riadnych opravných prostriedkov.

*(elektronický podpis)*  
JUDr. Erika Lovásová  
riaditeľka odboru koncentrácií

**Rozhodnutie sa doručuje:**

Advokátska kancelária RELEVANS s.r.o.  
Dvořákovo nábrežie 8A  
811 02 Bratislava  
(ako spoločný zástupca na doručovanie účastníkov konania)