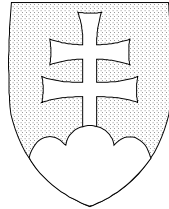


PROTIMONOPOLNÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY



ROZHODNUTIE

Číslo: 2026/KOH/SKO/3/43

Bratislava 17. septembra 2026

Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií, v správnom konaní číslo SK/0031/OK/2026 začatom dňa 28.08.2026 na základe oznámenia koncentrácie podľa § 9 ods. 1 zákona č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov podnikateľom BDS Sport Group LTD, so sídlom 12 Agias Zonis, Agia Zoni Center, 4th Floor, Office 404, 3027 Limassol, Cyprus, registračné číslo HE 318109 zastúpeným splnomocneným právny zástupcom JUDr. Michal Lučivjanský, advokát, so sídlom Belehradská 6, 831 04 Bratislava, IČO: 50 659 553

rozhodol

na základe § 11 ods. 1 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 nepriamej výlučnej kontroly podnikateľa BDS Sport Group LTD, so sídlom 12 Agias Zonis, Agia Zoni Center, 4th Floor, Office 404, 3027 Limassol, Cyprus, registračné číslo HE 318109 nad podnikateľom Marketing Investment Group Slovakia s.r.o., so sídlom Michalská 7, 811 01 Bratislava, Slovenská republika, IČO: 47 652 454, a to na základe Zmluvy o kúpe akcií o kúpe celého vydaného základného imania spoločnosti MARKETING INVESTMENT GROUP SLOVAKIA s. r. o. zo dňa 21.06.2026, ktorá bola uzatvorená medzi spoločnosťou BDS SPORT SK s.r.o., so sídlom Ivánska cesta 16, Bratislava – mestská časť Ružinov 821 04, Slovenská republika, IČO: 36 661 856 ako kupujúcim a spoločnosťou Marketing Investment Group S.A., so sídlom Osiedle Dywizjonu 303, pawilon I, 31-871 Krakov, Poľsko ako predávajúcim.

Odôvodnenie:

1. Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií (ďalej len „úrad“) bolo dňa 28.08.2026 podaním zaevidovaným pod číslom PMU/1094/2026/OK-5375/2026 od podnikateľa BDS Sport Group LTD, so sídlom 12 Agias Zonis, Agia Zoni Center, 4th Floor, Office 404, 3027 Limassol, Cyprus, registračné číslo HE 318109 (ďalej len „BDS“), zastúpeného splnomocneným právny zástupcom JUDr. Michal Lučivjanský, advokát, so sídlom Belehradská 6, 831 04 Bratislava, IČO: 50 659 553 doručené oznámenie koncentrácie (ďalej len „Oznámenie“) podľa § 9 ods. 1 zákona č. 187/2021 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon“). Týmto podaním bolo začaté správne konanie SK/0031/OK/2026 vo veci predmetnej koncentrácie. Oznámenie bolo úplné a odo dňa 31.08.2026 začala plynúť lehota na vydanie rozhodnutia o predmetnej koncentrácii.
2. Vychádzajúc z informácií a podkladov predložených v Oznámení, koncentrácia spočíva v nadobudnutí nepriamej výlučnej kontroly podnikateľa BDS nad podnikateľom Marketing Investment Group Slovakia s.r.o., so sídlom Michalská 7, 811 01 Bratislava, Slovenská republika, IČO: 47 652 454 (ďalej len „MIG Slovakia“).
3. Účastníkom správneho konania je podnikateľ BDS. Účastníkmi koncentrácie sú podnikateľ BDS na strane nadobúdateľa a podnikateľ MIG Slovakia na strane nadobúdaného (ďalej len „Účastníci“).
4. Podľa Oznámenia je spoločnosť BDS kontrolovaná [.....]
.....
.....
.....]¹ Koneční užívatelia výhod nemajú inú podnikateľskú činnosť na Slovensku okrem spoločnosti BDS a jej dcérskych spoločností. Preto sa úrad zaoberal na strane nadobúdateľa len podnikateľom BDS, ktorý podniká vo veľkoobchode a maloobchode so športovou obuvou, odevmi a vybavením, ako je ďalej uvedené.
5. Ako vyplýva z Oznámenia, MIG Slovakia je spoločnosť pôsobiaca v oblasti maloobchodného predaja športového tovaru, vrátane športovej obuvi, športového oblečenia a športového vybavenia.
6. Na základe informácií uvedených v Oznámení sa úrad zameral na aktivity Účastníkov v oblasti veľkoobchodu a maloobchodu so športovou obuvou, odevmi a vybavením.
7. Úrad sa najskôr zameral na horizontálne pôsobenie Účastníkov v oblasti maloobchodu so športovou obuvou, odevmi a vybavením, kde pôsobia obaja Účastníci, pričom sortiment ponúkaných tovarov je u oboch podobný.

¹ Dôverná informácia BDS – koneční užívatelia výhod

8. Spoločnosť **BDS** patrí do skupiny **Sport Vision**, ktorá sa venuje veľkoobchodu i maloobchodu so športovým oblečením, obuvou a vybavením v rámci strednej a juhovýchodnej Európy. V SR sa BDS venuje veľkoobchodnému aj maloobchodnému predaju týchto produktov prostredníctvom kamenných predajní ako aj internetovému predaju športového tovaru. Prevádzkuje dva koncepty predajní. Predajne **Sport Vision** sú zamerané na predaj športovej obuvi, športového oblečenia a športového vybavenia, fungujú ako online predajne (SportVision.sk) a zároveň ako sieť 18 kamenných predajní po celom Slovensku. Koncept **Buzz**, kde sa predávajú najmä tenisky (sneakers), ale aj súvisiace oblečenie a doplnky, a to online (www.buzzsneakers.sk) a v piatich kamenných predajniach. Podľa Oznámenia reťazec Buzz ponúka prémiový športový lifestyle tovar (obuv, oblečenie a doplnky), zatiaľ čo reťazec Sport Vision ponúka športovo orientovaný sortiment.
9. Spoločnosť **MIG Slovakia** sa venuje maloobchodnej činnosti aj elektronickému obchodu. Prevádzkuje 17 kamenných predajní a realizuje online predaj športového tovaru. Prevádzkuje dva koncepty predajní. Predajne **JD Sports** ponúkajú značkové športové oblečenie, streetwear a módnú obuv. Spoločnosť predáva výrobky značiek, ako sú Nike, Adidas, Puma a ďalšie, ako aj vlastné produktové rady. Predaj prebieha prostredníctvom internetového obchodu (<https://www.jdsports.sk/>) a spoločnosť prevádzkuje 7 kamenných predajní. Koncept **Sizeer** je značka, ktorá sa zameriava na tenisky, streetwear a módu inšpirovanú športom a podľa Oznámenia oslovuje mladých spotrebiteľov, ktorí sledujú trendy. Medzi kľúčové predávané značky patria Nike, Adidas, Puma, New Balance, Reebok, Converse a ďalšie, popri vlastných značkách. Predáva prostredníctvom internetového obchodu (<https://sizeer.sk/>) a prevádzkuje 4 kamenné predajne na Slovensku.
10. Podľa Oznámenia Európska komisia (ďalej „Komisia“) v rámci rozhodovacej praxe uviedla, že z tovarového hľadiska celkový maloobchodný predaj športového tovaru možno rozdeliť na samostatné produktové trhy, a to na športovú obuv, športové oblečenie a športové vybavenie². Na rozdiel od športovej obuvi a potenciálne aj športového oblečenia Komisia v rámci športového vybavenia nezistila žiadnu významnú ďalšiu subsegmentáciu medzi kategóriami pre voľný čas a pre športový výkon.
11. Úrad sa najskôr zameria na **maloobchodný predaj športového vybavenia**. Podľa Oznámenia v rámci maloobchodného predaja tejto kategórie by sa online predaj a predaj prostredníctvom kamenných predajní mal považovať za súčasť toho istého relevantného produktového trhu. To isté platí pre predaj prostredníctvom multiznačkových a monoznačkových predajní. Spotrebiteľia podľa Oznámenia čoraz častejšie nakupujú športové potreby prostredníctvom omnichannel procesu, pričom pred prijatím konečného rozhodnutia o nákupe porovnávajú ceny, dostupnosť a vlastnosti výrobkov v kamenných predajniach a na online platformách. Online predajcovia preto vyvíjajú významný konkurenčný tlak na kamenné predajne, zatiaľ čo monoznačkové predajne prevádzkované poprednými športovými značkami priamo konkurujú multiznačkovým predajcom o tých istých zákazníkov.

² M.11159 – JD Sports / Groupe Courir

12. Podľa Oznámenia relevantný priestorový trh pre maloobchodný predaj športového vybavenia možno vymedziť ako trh celoštátneho rozsahu, t.j. územie Slovenskej republiky, alebo ako lokálny trh, daný určitou spádovou oblasťou predajní.
13. Bez toho, že by úrad definitívne uzavrel produktovo relevantný trh maloobchodného predaja športového vybavenia možno konštatovať, že koncentrácia nespôsobuje súťažné obavy v tomto ohľade, keďže hlavne predaj športového vybavenia je pre oboch Účastníkov koncentrácie iba vedľajšou činnosťou, čo vyplýva z nízkeho obratu dosiahnutého a obmedzeného sortimentu oboch Účastníkov v tejto oblasti, pričom nedisponujú osobitným sortimentom v porovnaní s ich konkurentmi. Obaja Účastníci sa zameriavajú primárne na predaj obuvi a odevov. Naopak, niektorí konkurenti sa okrem zamerania na športový odev a obuv zameriavajú vo väčšom rozsahu aj na predaj športového vybavenia, a to hlavne v Oznámení uvádzaní maloobchodníci so športovým vybavením ako sú značky Decathlon, Intersport, Sportisimo alebo EXIsport (a to prostredníctvom kamenných predajní, a tiež viacerí aj prostredníctvom online predajov). V tejto súvislosti tiež v Oznámení odhadované podiely oboch Účastníkov na tomto trhu sú limitované. Úrad teda uzavrel, táto koncentrácia nespôsobuje súťažné obavy v rámci maloobchodného predaja športového vybavenia v SR (lokálnemu posúdeniu sa venuje spoločne pre všetky kategórie tovarov nižšie).
14. V rámci **maloobchodného predaja športovej obuvi** Komisia identifikovala³ podľa Oznámenia ďalšiu segmentáciu medzi maloobchodným predajom športovej obuvi pre voľný čas a maloobchodným predajom výkonnostnej športovej obuvi. Podľa Oznámenia Komisia identifikovala že podobná segmentácia sa vzťahuje aj na **maloobchodný predaj športového oblečenia**.
15. Pokiaľ ide o aktivity Účastníkov v tomto smere, Oznamovateľ uvádza, že spomedzi konceptov predajov účastníkov koncentrácie za vzájomne blízkych konkurentov považuje predajne/značky Sizeer a JD Sports (skupina BDS) a Buzz na strane druhej. Uvádza, že tieto nie sú zamerané na predaj výkonnostného športového oblečenia/obuvi – predajne Sizeer tieto kategórie nepredávajú, predajne JD Sports len zanedbateľne, rovnako ako Buzz. Z cieľovej skupiny predajne Sport Vision naopak sú zamerané aj na výkonnostný tovar.
16. Podľa Oznámenia v prípadoch oboch kategórií týchto tovarov Komisia dospela k záveru, že online predaj a predaj v kamenných predajniach tvoria súčasť toho istého trhu s produktami. Tento záver bol podložený viackanálovým (omnichannel) charakterom spotrebiteľského nákupu⁴ a skutočnosťou, že väčšina maloobchodníkov so športovým tovarom, ktorí majú kamenné predajne aj online prítomnosť, pozorne sleduje online konkurenciu a považuje čisto online predajcov za konkurenčný tlak, a tým, že hranice medzi online a offline predajom sa čoraz viac stierajú, pretože v maloobchodnom predaji športového tovaru sa tieto dva distribučné formáty čoraz viac dopĺňajú.

³ M.11159 – JD Sports / Groupe Courir, M.5721 – Otto / Primondo Assets, M.8710 – JD / Sonae MC / Balaiko / JDSH / Sport Zone

⁴ Vyznačuje sa rôznorodosťou nákupných možností, od online vyhľadávania pred návštevou predajne, cez vyskúšanie výrobku v predajni pred jeho online objednaním, až po prezeranie tovaru doma s doručením domov alebo do predajne.

17. Podľa Oznámenia Komisia tiež dospela k záveru, že multiznačkové predajne (ako sú účastníci koncentrácie) a monoznačkové predajne (ako sú napríklad predajne Nike alebo Adidas) tvoria súčasť toho istého produktového trhu. Dôvodom bolo zistenie Komisie, že zákazníci navštevujú multiznačkové a monoznačkové predajne v pomerne rovnakom pomere. Na jednej strane môžu multiznačkové predajne pomôcť určitým spotrebiteľom porovnať športovú obuv a športové oblečenie, na druhej strane sa však značný počet zákazníkov rozhoduje online a multiznačkové predajne navštevuje len kvôli dostupnosti a veľkosti.
18. Pokiaľ ide o priestorový rozsah relevantných trhov, podľa Oznámenia Komisia dospela k záveru, že najširší možný priestorový trh by mal národný rozsah. Napriek týmto národným prvkom Komisia dospela k záveru, že relevantné priestorové trhy v oblasti maloobchodného predaja športovej obuvi a maloobchodného predaja športového oblečenia (v oboch prípadoch bez ohľadu na akúkoľvek ďalšiu segmentáciu na voľnočasové a výkonnostné športové produkty) majú lokálny charakter a sú vymedzené s ohľadom na spádové oblasti v okolí predajní strán. Lokálny charakter priestorového trhu bol podložený preferenciou spotrebiteľov pre geografickú blízkosť (najmä na účely vyskúšania a zistenia správnej veľkosti obuvi), prevládajúcim podielom predaja v kamenných predajniach na celkových tržbách účastníkov konania, zhromažďovaním údajov o zákazníkoch na úrovni poštových smerovacích čísel účastníkmi konania, existenciou určitej lokálnej cenovej flexibility a lokálnymi necenovými parametrami hospodárskej súťaže (vrátane identity predajne, jej umiestnenia a zákaznickej skúsenosti), ako aj tým, že samotné strany pri rozhodovaní o otvorení predajní využívajú analýzy lokálnych spádových oblastí.
19. Podľa Oznámenia Komisia prijala nasledujúce približné hodnoty spádových oblastí na vymedzenie relevantných lokálnych trhov: (i) 30-minútová jazda autom v okolí predajní strán v menších mestách a vidieckych oblastiach; (ii) 20-minútová jazda autom v okruhu okolo predajní strán vo veľkých mestách; a (iii) 30-minútová chôdza / 3 km / 15-minútová jazda autom v okruhu okolo predajní strán v husto osídlených mestských centrách.
20. Na základe uvedeného sa úrad zamerlal v prípade športového oblečenia a športovej obuvi na posúdenie koncentrácie zo všetkých hľadísk:
- Z hľadiska celej SR, a to pokiaľ ide o výkonnostné športové oblečenie/obuv a voľnočasové športové oblečenie a tiež športovú obuv,
 - Lokálnu úroveň v oboch prípadoch so zohľadnením kategórií výkonnostné/voľnočasové športové oblečenie/obuv. Úrad identifikoval, že Účastníci sa prekrývajú na lokálnych trhoch Banská Bystrica spolu so Zvolenom, Bratislava, Košice, Nitra, Žilina spolu s Martinom. Úrad v tomto prípade neuzavrel veľkosť lokálnych trhov a vyhodnocoval prekrytia len na úrovni týchto miest, keďže už aj na tejto úrovni (resp. v rámci nej) bola identifikovaná dostatočná konkurencia.
21. V rámci uvedených miest majú Účastníci nasledovné prevádzky v obchodných centrách:

JD Sports	Sizeer	Sport Vision	Buzz
Banská Bystrica (Europa)		Banská Bystrica (Europa)	
		Zvolen (Zvolenská Európa)	
Bratislava (Avion)	Bratislava (Avion)	Bratislava (Avion)	
		Bratislava (Bory)	
Bratislava (Aupark)			
	Bratislava (Nivy)		
Bratislava (Eurovea)		Bratislava (Eurovea)	Bratislava (Eurovea)
Košice (Aupark)		Košice (Aupark)	Košice (Aupark)
Košice (Optima)		Košice (Optima)	
		Nitra (Mlyny)	Nitra (Mlyny)
	Nitra (Promenáda)		
Žilina (Aupark)	Žilina (Aupark)		
		Žilina (Dubeň)	
		Martin (Tulip)	

22. Úrad vo všetkých 5 prípadoch lokálnych trhov identifikoval v rámci športového oblečenia/športovej obuvi (a to či už voľnočasovej alebo výkonnostnej) dostatok relevantných konkurentov, z ktorých niektorí pôsobia priamo aj v rovnakých obchodných centrách ako Účastníci. Jednak sú to multiznačkoví predajcovia aj športového tovaru (oblečenia, obuvi, prípadne aj vybavenia, ktorí sa zameriavajú prevažne na voľnočasovú športovú obuv/oblečenie) ako Office Shoes, Footshop, The Streets, OFFTRENDCLUB, CRUIZEER a tiež multiznačkoví maloobchodníci zameraní primárne na šport ako Sportisimo, Decathlon, Intersport, Exisport, SportsDirect. Tiež boli v Oznámení uvedení viacerí monoznačkoví predajcovia predmetného tovaru ako Alpine Pro, 4F, Nike, Adidas, Puma, Under Armour, Skechers, ako aj regionálni maloobchodníci so športovým tovarom, prípadne hráči pôsobiaci v online priestore.

23. Viacerí z predmetných konkurentov (predovšetkým veľkí multiznačkoví predajcovia zameraní na šport) pôsobia aj v ďalších mestách, v ktorých pôsobí jeden

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.

Mgr. Peter Demčák
podpredseda
Protimonopolného úradu Slovenskej republiky

Rozhodnutie sa doručuje:

JUDr. Michal Lučivjanský
advokát
Belehradská 6
831 04 Bratislava