



UOHSX0046WPZ

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE



ROZHODNUTÍ

Č. j.: ÚOHS-S472/2011/KS-7043/2012/840/RPI

V Brně dne 12. 4. 2012

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S472/2011/KS, zahájeném dne 4. 10. 2011 podle § 44 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, a § 15 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, v souladu s § 21 téhož zákona, na základě návrhu účastníka řízení, společnosti AGROFERT HOLDING, a.s., se sídlem Praha 4, Pyšelská 2327/2, IČ: 26185610, zastoupeného JUDr. Pavlem Dejlem, LL.M., Ph.D., advokátem, se sídlem Praha 1, Jungmannova 745/24, na povolení spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 a násl. téhož zákona, vydává toto

ROZHODNUTÍ:

Spojení soutěžitelů AGROFERT HOLDING, a.s., se sídlem Praha 4, Pyšelská 2327/2, IČ: 26185610, a EURO BAKERIES HOLDING a.s., se sídlem Praha 5, Pekařská 1/598, IČ: 28974646, ke kterému má dojít podle § 12 odst. 3 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, na základě Smlouvy o úplatném převodu listinných cenných papírů uzavřené společnostmi EUROPEAN UNITED BAKERIES S.A., se sídlem Lucemburské velkovévodství, Luxembourg, Route d'Esch 412 F, jako prodávajícím, a AGROFERT HOLDING, a.s., jako kupujícím, v jejímž důsledku má společnost AGROFERT HOLDING, a.s. nabýt akcie představující 100% podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech společnosti EURO BAKERIES HOLDING a.s., a tím i přímou výlučnou kontrolu nad touto společností, se dle § 16 odst. 5 ve spojení s § 17 odst. 4 téhož zákona,

POVOLUJE

za podmínky splnění těchto závazků ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže, které v průběhu správního řízení účastník řízení přijal:

- I. Účastník řízení, společnost AGROFERT HOLDING, a.s., se sídlem Praha 4, Pyšelská 2327/2, IČ: 26185610, se zavazuje k tomu, že ve lhůtě [...obchodní tajemství...] ode dne nabytí možnosti kontrolovat společnost EURO BAKERIES HOLDING a.s., se sídlem Praha 5, Pekařská 1/598, IČ: 28974646 (dále též „Cílová

společnost“), nabytím akcií Cílové společnosti převede [...obchodní tajemství...] podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech [...obchodní tajemství...], na niž formou rozdělení odštěpením sloučením či formou odštěpením se založením nové společnosti či převodem majetkových hodnot přejde:

a) část jmění společnosti [...obchodní tajemství...], kontrolované [...obchodní tajemství...], představovaná:

- i. všemi movitými věcmi náležícími ke středisku [...obchodní tajemství...],
- ii. všemi movitými věcmi náležícími ke středisku [...obchodní tajemství...],
- iii. všemi movitými věcmi náležícími ke středisku [...obchodní tajemství...],

a to vždy včetně všech souvisejících majetkových práv vyplývajících ze smluv či ze zákona, jakož i všech souvisejících práv a povinností vyplývajících z pracovněprávních vztahů,

b) část jmění společnosti [...obchodní tajemství...], kontrolované [...obchodní tajemství...], představovaná všemi nemovitými věcmi užívanými k provozování

- i. střediska [...obchodní tajemství...],
- ii. střediska [...obchodní tajemství...],
- iii. střediska [...obchodní tajemství...],

(vše uvedené v bodech a) a b) společně dále též „Převáděná část [...obchodní tajemství...]“), a

c) část jmění [...obchodní tajemství...], kontrolované [...obchodní tajemství...], představovaná všemi movitými a nemovitými věcmi náležícími ke středisku [...obchodní tajemství...], a to včetně všech souvisejících majetkových práv vyplývajících ze smluv či ze zákona, jakož i všech souvisejících práv a povinností vyplývajících z pracovněprávních vztahů (dále též „Převáděná část [...obchodní tajemství...]“),

na takového nabyvatele, který v době realizace daného převodu bude na účastníkovi řízení vlastnicky, finančně a personálně nezávislý a který má předpoklady k udržení a rozvoji Převáděné části [...obchodní tajemství...] a Převáděné části [...obchodní tajemství...], a to po předchozím souhlasu Úřadu uděleném v případě splnění podmínek nabytí uvedených v tomto rozhodnutí.

- II. Účastník řízení, společnost AGROFERT HOLDING, a.s., se zavazuje k tomu, že do dne realizace závazku uvedeného v bodě I. nebude majetkovou účast ve společnosti [...obchodní tajemství...] a/nebo Převáděnou část [...obchodní tajemství...] a/nebo Převáděnou část [...obchodní tajemství...] zatěžovat závazky nad rámec běžné činnosti (zejména pak závazky týkajícími se rozsahu a kvality poskytovaných služeb, obchodních a jiných smluvních vztahů a majetkových či jiných hodnot) tak, aby v důsledku takových závazků nedošlo k poklesu hodnoty obchodního jmění společnosti [...obchodní tajemství...] a/nebo hodnoty Převáděné části [...obchodní tajemství...]

tajemství...] a/nebo hodnoty Převáděné části [...obchodní tajemství...] ke dni vydání rozhodnutí o povolení spojení soutěžitelů.

- III. Účastník řízení, společnost AGROFERT HOLDING, a.s., se zavazuje k tomu, že do [...obchodní tajemství...] nahradí stávající linku na výrobu [...obchodní tajemství...] nacházející se ve středisku [...obchodní tajemství...] novou linkou na výrobu [...obchodní tajemství...], která bude disponovat minimálně stejnými výrobními kapacitami ([...obchodní tajemství...]) jako linka stávající.
- IV. Účastník řízení, společnost AGROFERT HOLDING, a.s., se zavazuje k tomu, že po dobu 5 let ode dne realizace závazku uvedeného v bodě I. nenabude on sám nebo jím přímo či nepřímo kontrolovaná osoba zpět vlastnictví k majetkové účasti na společnosti [...obchodní tajemství...] a/nebo k hmotným a nehmotným aktivům, které jsou součástí Převáděné části [...obchodní tajemství...] a/nebo Převáděné části [...obchodní tajemství...].
- V. Účastník řízení, společnost AGROFERT HOLDING, a.s., se zavazuje doložit realizaci shora uvedených závazků Úřadu nejpozději do 30 dnů od splnění závazku dle bodu I.

ODŮVODNĚNÍ

1. Skutečnost, že se Úřad spojením zabývá, byla v souladu s § 16 odst. 1 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, zveřejněna v Obchodním věstníku č. 41/2011 ze dne 12. 10. 2011.
2. Ve snaze využít všechny dostupné způsoby k získání informací potřebných k náležitému zjištění skutkového stavu v oblasti dotčené předmětným spojením soutěžitelů Úřad oslovil vybrané konkurenty, odběratele a dodavatele spojujících se soutěžitelů, případně jejich sdružení, se žádostí o poskytnutí informací a stanovisek k dopadům předmětného spojení na hospodářskou soutěž. Některé z oslovených subjektů ve svých vyjádřeních sdělily Úřadu svoje námitky proti posuzovanému spojení soutěžitelů.
3. Na základě podkladů poskytnutých účastníkem řízení, společností AGROFERT HOLDING, a.s., se sídlem Praha 4, Pyšelská 2327/2, IČ: 26185610 (dále jen „AGROFERT HOLDING“), a oslovenými subjekty a na základě závěrů provedené analýzy vycházející ze všech ve správním řízení shromážděných informací o spojení dotčených trzích i o souvisejících oblastech dospěl Úřad v rámci třicetidenní lhůty ve smyslu § 16 odst. 2 zákona *in fine* k závěru, že posuzované spojení soutěžitelů vzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže.
4. S ohledem na výše uvedené sdělil Úřad dopisem č.j. ÚOHS-S472/2011/KS-18208/2011/840/RPI ze dne 14. 11. 2011 účastníkovi správního řízení, že ve smyslu § 16 odst. 2 *in fine* zákona bude v řízení nadále pokračovat a že rozhodnutí ve věci bude vydáno v souladu s § 16 odst. 5 zákona ve lhůtě pěti měsíců od zahájení správního řízení.¹ Na základě analýz provedených v další fázi šetření Úřad dospěl k závěru, že jeho obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže v důsledku uskutečnění posuzovaného spojení nadále přetrvávají. Z tohoto důvodu Úřad dne 5. 3. 2012 v dopise č.j. ÚOHS-S472/2011/KS-4345/2012/840/RPI sdělil účastníkovi

¹ Tato písemnost byla účastníkovi řízení doručena dne 16. 11. 2011.

řízení svoje výhrady ke spojení soutěžitelů AGROFERT HOLDING a EURO BAKERIES HOLDING a.s., se sídlem Praha 5, Pekařská 1/598, IČ: 28974646 (dále též „Sdělení výhrad“).

5. Společnost AGROFERT HOLDING v reakci na Sdělení výhrad doručila Úřadu dne 15. 3. 2012 svoje podání, v němž vyjádřila svoje nesouhlasné stanovisko k některým argumentům Úřadu. Nicméně součástí uvedeného podání účastníka řízení byl rovněž návrh závazků ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže, k nimž by se účastník řízení zavázal v případě povolení posuzovaného spojení soutěžitelů. Navržené závazky a případná potřeba jejich doplnění byly následně diskutovány na ústních jednáních ze dne 20. 3. 2012 a 22. 3. 2012, v písemném doplnění ze dne 2. 4. 2012 a 5. 4. 2012 pak byly závazky upřesněny do konečné podoby, v jaké jsou uvedeny ve výroku tohoto rozhodnutí.
6. Při posuzování spojení soutěžitelů Úřad vycházel zejména z návrhu na povolení spojení, dotazníku k povolení spojení, listiny zakládající spojení, výročních zpráv a účetních závěrek spojujících se soutěžitelů nebo informací jimi doplněných v průběhu správního řízení a dalších všeobecně známých skutečností týkajících se spojujících se soutěžitelů. Rovněž tak Úřad vycházel z vyjádření a stanovisek oslovených subjektů k předmětnému spojení, jakož i příslušných vyjádření účastníka řízení na ně reagujících. Úřad zohlednil také svoji předchozí rozhodovací praxi a přihlédl k rozhodovací praxi Evropské komise.

I. Notifikační podmínky

7. K navrhované transakci má dojít na základě Smlouvy o úplatném převodu listinných cenných papírů (dále též „Smlouva“), kterou [...obchodní tajemství...] uzavřela společnost AGROFERT HOLDING, jako kupující, a společnost EUROPEAN UNITED BAKERIES S.A., se sídlem Lucemburské velkovévodství, Luxembourg, Route d'Esch 412 F (dále též „EUB“), jako prodávající. Na základě výše uvedené Smlouvy má společnost AGROFERT HOLDING nabytí akcie představující 100% podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech společnosti EURO BAKERIES HOLDING a.s., se sídlem Praha 5, Pekařská 1/598, IČ: 28974646 (dále jen „EBH“), v důsledku čehož má společnost AGROFERT HOLDING získat možnost vykonávat rozhodující vliv, a tím i kontrolu, na činnost této společnosti.
8. Předmětná transakce tedy představuje spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 odst. 3 písm. a) zákona. Podle citovaného ustanovení se totiž za spojení soutěžitelů ve smyslu zákona považuje situace, kdy jedna nebo více osob, které nejsou podnikateli, ale kontrolují již jeden podnik, anebo jestliže jeden nebo více podnikatelů získá možnost přímo nebo nepřímo kontrolovat jiný podnik nabytím účastnických cenných papírů, obchodních nebo členských podílů.
9. V dalším se Úřad zabýval otázkou, zda předmětné spojení splňuje také druhé notifikační kritérium, stanovené v § 13 zákona. Vzhledem k tomu, že celkový čistý obrat všech spojujících se soutěžitelů dosažený za poslední účetní období na trhu České republiky je vyšší než 1,5 miliardy Kč a alespoň dva ze spojujících se soutěžitelů dosáhli každý za poslední účetní období na trhu České republiky čistého obratu vyššího než 250 milionů Kč, je notifikační podmínka stanovená v § 13 písm. a) zákona splněna, a spojení soutěžitelů podléhá povolení Úřadu.

II. Charakteristika spojujících se soutěžitelů

10. Společnost AGROFERT HOLDING je mateřskou společností podnikatelské skupiny AGROFERT sdružující výrobní a obchodní společnosti na území České republiky i v zahraničí, které se zabývají zejména činnostmi v různých oblastech zemědělství, potravinářství a chemického průmyslu (dále též „skupina AGROFERT“). Jediným akcionářem společnosti AGROFERT HOLDING je pan Ing. Andrej Babiš, který tuto společnost kontroluje.
11. Ze společností náležejících do skupiny AGROFERT působí většina v sektoru zemědělství. Jedná se o společnosti typu ZZN (zemědělské zásobování a nákup) či ACHP (agrochemické podniky), které se zabývají obchodováním potřebami pro zemědělskou prvovýrobu (průmyslová hnojiva, pesticidy, mořidla) a rovněž poskytováním služeb pro zemědělce (např. sklizňové služby, posklizňový výkup plodin a jejich uskladnění a ošetření). Většina společností typu ZZN rovněž vyrábí krmné směsi pro zvířata, dále se zabývá výkrmem drůbeže či prasat. Obchod v rámci zemědělské větve holdingu je realizován zejména v oblasti zemědělských komodit, a to především obilí, olejnin, v omezené míře luštěnin, ale i dalších rostlinných komodit. Skupina AGROFERT rovněž obchoduje osivy či komponenty do krmných směsí. Podniky ACHP se zabývají především obchodem hnojiv a přípravky na ochranu rostlin.
12. V rámci majetkové struktury skupiny AGROFERT působí mimo jiné též potravinářské společnosti Kostelecké uzeniny, a.s., Krahulík – MASOZÁVOD Krahulčí, a.s., KMOTR – Masna Kroměříž a.s., Procházka Holding, a.s. či Animalco a.s., které se zabývají porážkou, zpracováním a maloobchodním i velkoobchodním prodejem vepřového, hovězího a drůbežího masa a výrobou a prodejem masných výrobků, uzenin a konzerv, a společnost Vodňanská drůbež, s.r.o., která působí v oblasti výroby, zpracování a maloobchodního i velkoobchodního prodeje drůbežího masa.
13. Do skupiny AGROFERT náleží dále společnosti Recht, s.r.o. a jí kontrolované společnosti,² působící v oblastech výroby a prodeje obilovin, výroby a prodeje olejnin, chovu a prodeje jatečných prasat, jatečného skotu a jatečných kuřat, prodeje nezpracovaného kravského mléka, zpracování mléka, výroby a prodeje vajec a ovoce, a ZEDNÍČEK a.s., která je činná v oblasti masných výrobků z vepřového, hovězího a drůbežího masa a v oblasti výrobků z rybího masa, sýrů a lahůdek.
14. Od roku 2004 působí skupina AGROFERT rovněž v mlýnsko-pekárenském průmyslu prostřednictvím své majetkové účasti ve společnosti PENAM, a.s. (dále též „PENAM“), která současně kontroluje společnost Pekařna Zelená louka, a.s., jejímž předmětem činnosti je rovněž pekařství a cukrářství. Činnost společnosti PENAM lze členit na tři samostatné oblasti, a to i) výroba a prodej pekárenských výrobků, tj. chleba, rohlíků, housek a ostatního čerstvého a trvanlivého běžného pečiva, ii) výroba a prodej cukrářských výrobků, tj. čerstvého a trvanlivého cukrářského pečiva, a iii) výroba a prodej mlýnských výrobků, tj. zejména mouky pšeničné a žitné. Společnost PENAM má svoje provozovny rozmístěny prakticky na území celé Moravy a části východních Čech. Kromě produkce pekárenských (12 provozoven, a to v Brně, Břeclavi, Českých Budějovicích, Olomouci, Ostravě, Prostějově, Rosicích, Sviadnově, Šumperku, Třebíči, Velké Hleďsebi a Zlíně) a mlýnských (4 provozovny, a to mlýny v Brněnci, Kroměříži,

² Společnost Recht, s.r.o. kontroluje následující subjekty: Agrohelo a.s., AGROPODNIK Hodonín a.s., ZERA, a.s., VSV, a.s., VHM družstvo, DM Morava, družstvo a RK Náklo, družstvo.

Vojkovicích a Znojmě) výrobků, provozuje společnost PENAM rovněž sítí maloobchodních prodejen pečiva (40 provozoven pod označením „Pekařství u Golema“ a „Maková bába“, a to zejména v Brně, Bruntále, Břeclavi, Českých Budějovicích, Českém Těšíně, Frýdku-Místku, Hodoníně, Jeseníku, Jihlavě, Karviné, Kyjově, Mikulově, Olomouci, Ostravě, Otrokovicích, Praze, Prostějově, Svatobořicích-Mistříně, Sviadnově, Šumperku, Třebíči, Velešíně, Vyškově a Zlíně). Mimo území České republiky provozuje skupina AGROFERT pekárny a cukrárny na Slovensku a v Maďarsku. Prostřednictvím společnosti PROFROST a.s. je skupina AGROFERT na tuzemském trhu činná i v oblasti výroby a prodeje předpečeného a zamraženého pečiva.

15. V oblasti zpracování mléka a produkce mléčných výrobků je skupina AGROFERT v České republice činná prostřednictvím společností OLMA, a.s. a její dceřiné společnosti OLMAMILK s.r.o. a společnosti Mlékárna Hlinsko, s.r.o.
16. Svým působením pokrývají zemědělské a potravinářské společnosti skupiny AGROFERT území celé České republiky, některé působí v menší míře též v zahraničí, zejména ve Slovenské republice a ve Spolkové republice Německo.
17. Skupina AGROFERT působí také v oblasti chemického průmyslu, a to jak v sektoru anorganické, tak i organické chemie, a to zejména prostřednictvím majetkových účastí ve společnostech DEZA a.s., PRECHEZA a.s., Lovochemie, a.s., Fatra, a.s., dále pak slovenské společnosti Duslo, a.s. a rovněž německé společnosti SKW Stickstoffwerkepiesteritz GmbH.
18. Skupina AGROFERT dále prostřednictvím společnosti AGROTEC a.s. působí v oblasti prodeje zemědělské techniky.
19. Součástí skupiny AGROFERT jsou rovněž subjekty zabývající se prodejem a zpracováním surového dříví, produkcí řeziva a prodejem sypaných materiálů a poskytování komplexních lesnických služeb.³ Skupina AGROFERT se rovněž zabývá prodejem pohonných hmot.
20. Společnost EBH je přímo a výlučně kontrolována ze strany společnosti EUB, která je jejím jediným akcionářem. Společnost EBH je holdingovou společností bez vlastní výrobní činnosti, přičemž v České republice kontroluje především společnost UNITED BAKERIES a.s. (dále též „UB“). Tato společnost se zabývá zejména produkcí a prodejem pekářských a cukrářských výrobků, přičemž v České republice provozuje pekařství a cukrářství v Brandýse nad Labem, Brně, Karviné, Liberci, Pardubicích, Plzni, Praze, Rumburku, Strakonících, Uherském Brodě, Uničově, Znojmě a v Žatci. Mimoto společnost EBH provozuje pekárny a cukrárny na území Slovenska.
21. Dále společnost EBH kontroluje v České republice společnost UB REAL ESTATE a.s., působící v oblasti správy a pronájmu nemovitostí, bytů a nebytových prostor.

III. Relevantní trhy

22. Za účelem zjištění, zda navrhované spojení soutěžitelů nebude mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže, zejména proto, že by jím vzniklo, nebo bylo posíleno dominantní postavení spojujících se soutěžitelů nebo některého z nich, Úřad vymezuje relevantní trh.

³ Jedná se například o společnosti Wotan Forest, a.s., Wotan Forest Service, a.s. ALFA Plywood, a.s. či UNILES, a.s.

23. Za relevantní trh se obecně pokládá místo, kde se střetává nabídka s poptávkou po zboží, které je schopno uspokojit určitou konkrétní potřebu spotřebitele. Věcně relevantní trh v souladu s § 2 odst. 2 zákona zahrnuje všechny výrobky nebo služby, které spotřebitel pokládá vzhledem k jejich vlastnostem, ceně a způsobu použití za shodné nebo vzájemně zaměnitelné. Geograficky relevantní trh zahrnuje v souladu s § 2 odst. 2 zákona území, na němž jsou podmínky hospodářské soutěže dostatečně homogenní a které může být odlišeno od ostatních území zejména tím, že podmínky hospodářské soutěže na těchto jiných územích jsou zřetelně odlišitelné.
24. Při vymezování relevantních trhů v jednotlivých případech spojení soutěžitelů, k nimž dochází podle § 12 odst. 3 zákona, se Úřad zaměřuje na činnosti, které na území České republiky provozuje nabývaný soutěžitel, a z nich pak zejména na ty, které se zároveň překrývají s činnostmi navrhovatele.

III.1 Vymezení věcně relevantního trhu

25. Nabývaná společnost EBH je v České republice činná především v oblasti výroby a prodeje pekárenských a cukrářských výrobků a dále v oblasti správy a pronájmu nemovitostí. Kromě jiných shora uvedených oblastí působí skupina AGROFERT, stejně jako společnost EBH, v oblasti výroby a prodeje pekárenských a cukrářských výrobků. Zatímco společnost EBH působí pouze na velkoobchodní úrovni prodeje pekárenských a cukrářských produktů, tj. na trhu, kde výrobci tohoto zboží dodávají své pekárenské a cukrářské výrobky jejich velkoobchodním odběratelům, kteří pak toto zboží prodávají v maloobchodních prodejnách konečným spotřebitelům, skupina AGROFERT je činná jak na velkoobchodní tak i na maloobchodní úrovni prodeje předmětných produktů. Skupina AGROFERT tak dodává pekárenské a cukrářské výroby maloobchodním prodejcům tohoto zboží, tak i těmto maloobchodním prodejcům přímo konkuruje prostřednictvím vlastní sítě maloobchodních prodejen. V uvedené oblasti výroby a velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských produktů tedy dochází k překrytí činností spojujících se soutěžitelů.
26. Skupina AGROFERT působí i v oblasti, která činností pekárenského a cukrářského výrobce předchází (tj. na *upstream* trhu), tedy v oblasti výroby a prodeje mlýnských produktů, především mouky, která je základním surovinovým zdrojem při výrobě pekárenských a cukrářských produktů, ale i v oblasti, která na činnosti pekárenského a cukrářského výrobce navazuje (tj. na *downstream* trhu), a to v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků. Kromě těchto vertikálně předcházejících či navazujících oblastí je skupina AGROFERT činná i v oblasti, která s výrobou pekárenských a cukrářských produktů úzce souvisí, a to v oblasti výroby tzv. předpečeného a zamraženého pečiva, které nakupují maloobchodní prodejci (například obchodní řetězce), kteří tyto výrobky dopékají a prodávají společně s čerstvým pečivem.

III.1.1 Vymezení produktového relevantního trhu v oblasti velkoobchodních dodávek pekárenských a cukrářských výrobků

III.1.1.1 Předcházející rozhodovací praxe Úřadu

27. Pekárenské a cukrářské výrobky lze charakterizovat jako výrobky z moučného těsta, které jsou určeny k přímé konzumaci. Hlavním kritériem, na jehož základě lze rozlišovat mezi jednotlivými pekárenskými a cukrářskými výrobky, je doba jejich trvanlivosti.

Vedle čerstvého pečiva nebo pečiva s trvanlivostí do několika dnů vyrábí pekárny i tzv. výrobky trvanlivé, jejichž trvanlivost může být často delší než 1 nebo 2 měsíce. Ve své rozhodovací praxi⁴ Úřad v minulosti dovodil, že z pohledu spotřebitele nejsou pekárenské a cukrářské výrobky čerstvé a pekárenské a cukrářské výrobky trvanlivé vzájemně zastupitelnými produkty a nelze je tak považovat za součást téhož věcně relevantního trhu.

28. Pekárenské a cukrářské výrobky čerstvé, tj. výrobky s dobou maximální trvanlivosti několik dnů, jsou určeny k běžné každodenní spotřebě. Typickými druhy čerstvého pečiva jsou rohlíky, housky, žemle, vánočky, koblihy, koláče a chléb, dále pak mezi čerstvé pekárenské, respektive cukrářské, výrobky patří i různé druhy zákusků.
29. Mimo kritéria čerstvosti Úřad v předchozích rozhodnutích, v nichž vymezoval relevantní trhy z oblasti pekárenských a cukrářských výrobků, členil produkty v této oblasti i s ohledem na jejich odlišnou charakteristiku (složení, včetně náplní, polev apod.) a cenu. V tomto ohledu Úřad konstatoval, že chléb a běžné pečivo jsou pekárenskými výrobky s obsahem tuků a cukrů do 5 % své hmotnosti a bez dalších přísad, jako jsou med, vejce, sýr, ovoce apod., zatímco cukrářské pečivo bývá často plněno krémy, různými náplněmi, s polevami apod. V důsledku takového členění Úřad vymezoval v oblasti čerstvého pečiva dva samostatné relevantní trhy, a to trh čerstvého běžného pečiva a chleba a trh čerstvého cukrářského pečiva, přičemž na trhu čerstvého běžného pečiva a chleba rozlišoval dva základní subtrhy, na nichž odděleně posuzoval dopady spojení soutěžitelů, a to subtrh čerstvého chleba a subtrh čerstvého běžného pečiva.
30. Pokud jde o trvanlivé pekárenské a cukrářské výrobky, ty mají obecně dobu trvanlivosti výrazně delší, často překračující 1 či 2 měsíce.⁵ V kategorii trvanlivého pečiva lze rozlišovat trvanlivé pečivo sladké, jako jsou perníky, sladké sušenky, oplatky apod., a ostatní nesladké trvanlivé pečivo, jako jsou suchary, knäckebröt, keksy apod. Ani tyto dvě skupiny pekárenských výrobků nejsou z hlediska spotřebitele, a to s ohledem na složení (obsah cukru, náplně, polevy apod.), ale i cenu, zastupitelné, a proto i v oblasti trvanlivého pečiva Úřad rozlišoval dva samostatné relevantní trhy, a to trh trvanlivého sladkého pečiva a trh trvanlivého ostatního (nesladkého) pečiva.

III.1.1.2 Stanovisko účastníka řízení

31. Pokud jde o věcné vymezení relevantních trhů v oblasti pekárenských a cukrářských výrobků, účastník řízení odkazoval na způsob vymezování relevantních trhů v předešlé rozhodovací praxi Úřadu. Z tohoto důvodu a vzhledem k portfoliu výrobků spojujících se soutěžitelů účastník řízení navrhoval, aby Úřad v tomto konkrétním případě vymezil jako věcně relevantní trhy z oblasti pekárenských a cukrářských výrobků i) trh čerstvého běžného pečiva s možným členěním na subtrh chleba a subtrh ostatního čerstvého běžného pečiva, ii) trh čerstvého cukrářského (sladkého) pečiva, iii) trh trvanlivého cukrářského (sladkého) pečiva a iv) trh trvanlivého ostatního pečiva.

III.1.1.3 Stanovisko Úřadu

32. Při hodnocení každého jednotlivého případu spojení soutěžitelů Úřad nepřebírá automaticky závěry, k nimž dospěl v předchozích případech v dané oblasti působení

⁴ Například rozhodnutí S 31/04 - *Bakeries International Luxembourg a DELTA PEKÁRNY*.

⁵ Např. dle ČSÚ do kategorie trvanlivého pečiva spadají pekárenské výrobky s dobou trvanlivosti delší než 3 měsíce.

spojujících se soutěžitelů. I v tomto konkrétním případě je tomu tak, zvláště když si byl Úřad již v okamžiku zahájení správního řízení vědom posunu v hodnocení některých faktorů v rámci dotčené oblasti během několika posledních let, které by mohly mít vliv na utváření spotřebitelských preferencí, popřípadě na změnu soutěžního jednání výrobců pečiva, na které má poměrně nezanedbatelný vliv vstup a rozšíření působení obchodních řetězců⁶ do oblasti vlastní výroby či alespoň dopékání některých druhů čerstvého běžného pečiva. Z tohoto důvodu Úřad provedl analýzy směřující ke zjištění, které konkrétní výrobky z oblasti pekárenských a cukrářských výrobků lze považovat za zastupitelné a které nikoli.

33. V prvé řadě se Úřad zabýval strukturou nabídky a poptávky po pekárenských a cukrářských výrobcích. Jak již bylo uvedeno, spojující se soutěžitelé působí jako výrobci pečiva, které následně dodávají na trh prostřednictvím vlastní maloobchodní sítě (skupina AGROFERT) či jej distribuují do maloobchodních prodejen nezávislých odběratelů (společnost EBH i skupina AGROFERT).
34. Spojující se soutěžitelé svým pečivem zásobují jak síť obchodních řetězců, které mají své prodejny rozmístěny na celém území České Republiky, tak i menší nezávislé maloobchodní prodejny, popř. menší síť maloobchodních prodejen. Počet a rozmístění výrobních závodů spojujících se soutěžitelů jim umožňuje na velkoobchodní úrovni dodávat pečivo po celém území České Republiky, nebo alespoň její podstatné části.
35. V průmyslové oblasti výroby pečiva dále působí velký počet menších výrobců pečiva, jejichž objem výroby je výrazně nižší ve srovnání s objemem výroby spojujících se společností. Vzhledem k požadavkům maloobchodních odběratelů pečiva na jeho čerstvost působí tito výrobci spíše jako regionální dodavatelé pečiva. Na trhu působí také odbytová družstva zakládaná výrobci pečiva, jejichž cílem je sdružovat regionální výrobce pečiva a zvyšovat jejich odbyt pomocí zajišťování centrálního vyjednávání s odběrateli.
36. Velkoobchodními odběrateli výrobců pečiva jsou buď obchodní řetězce, anebo nezávislé maloobchodní prodejny (popř. malé síť maloobchodních prodejen). Pro maloobchodní prodejce je pečivo nezbytnou a nezastupitelnou komoditou v jejich nabídce.⁷
37. Na základě získaných informací Úřad zjistil, že maloobchodní prodejci považují některé typy čerstvého pečiva za tzv. základní sortiment pečiva.⁸ Tento sortiment tvoří především čerstvý chléb, čerstvé rohlíky 43 g (dále též „rohlík“) a housky 43 g a 50 g (dále též „houska“),⁹ pro které je charakteristický vysoký objem maloobchodních prodejů vzhledem k ostatním typům pečiva.

⁶ Za obchodní řetězce považoval Úřad při hodnocení dopadů spojení maloobchodní prodejny provozované těmito společnostmi: AHOLD Czech Republic, a.s. (dále jen „Ahold“), BILLA, spol. s r. o. (dále jen „Billa“), Globus ČR, k.s. (dále jen „Globus“), JIP východočeská, a.s. (dále jen „JIP“), Kaufland Česká republika v.o.s. (dále jen „Kaufland“), Lidl Česká republika v.o.s. (dále jen „Lidl“), MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o. (dále jen „Makro“), NORMA, k.s. (dále jen „Norma“), Penny Market s.r.o. (dále jen „Penny“), SPAR Česká obchodní společnost s.r.o. (dále jen „Spar“) a Tesco Stores ČR a.s. (dále jen „Tesco“).

⁷ Viz např. vyjádření společnosti Ahold ze dne 7. 11. 2011.

⁸ Viz např. vyjádření společnosti Tesco dopisem ze dne 10. 1. 2012, popř. vyjádření společnosti Kaufland dopisem ze dne 20. 1. 2012.

⁹ Společně dále též jen „velkoobjemové pečivo.“

38. Vzhledem k vysokým objemům prodeje pečiva v prodejnách obchodních řetězců musí dodavatelé základního sortimentu disponovat dostatečně velkými výrobními kapacitami.¹⁰ Základní sortiment pečiva je vyráběn zejména v tzv. průmyslových pekárnách, kterých je na území ČR celkem 60,¹¹ z nichž 25 provozují spojující se soutěžitelé.
39. Z pohledu obchodních řetězců je také velmi často požadována schopnost jednoho dodavatele pečiva zásobovat všechny maloobchodní prodejny daného řetězce, nebo alespoň jejich podstatnou část.¹² Takový dodavatel musí mít schopnost pokrýt svými dodávkami prodejny daného řetězce na celém území České republiky a současně mít dostatečnou kapacitu k uspokojení vysokého objemu poptávky po základním sortimentu pečiva.
40. Ostatní čerstvé běžné pečivo, charakteristické nižším objemem maloobchodních prodeje, do maloobchodních prodejen dodávají ve větší míře i lokální pekárny s nižší kapacitou výroby a pouze s regionálním působením. Tuto skutečnost potvrdily ve svých vyjádřeních i obchodní řetězce, dle kterých je jejich nabídka pečiva tvořena nabídkou základního sortimentu pečiva od celonárodního dodavatele a následně doplňkovou nabídkou pekárenských výrobků od lokálních výrobců pečiva.¹³
41. Oblast distribuce pečiva do maloobchodních prodejen lze považovat za velkoobchodní trh s pečivem, na kterém tvoří nabídkovou stranu výrobci pečiva a poptávajícími jsou maloobchodní prodejci, v jejichž maloobchodních prodejnách je pečivo dostupné konečnému spotřebiteli.
42. Na základě produktových vlastností a dělení pečiva používaného v předmětné průmyslové oblasti¹⁴ považoval Úřad v úvodu svých analýz za relevantní následující samostatné kategorie pečiva, které by mohly tvořit samostatné věcně relevantní trhy, a to i) čerstvý chléb a chlebové výrobky, ii) běžné čerstvé pečivo, iii) čerstvé cukrářské pečivo a iv) trvanlivé pečivo.
43. Dále se Úřad zabýval otázkou, zda čerstvé běžné pečivo představuje jeden samostatný relevantní trh, či zda neexistuje možnost užšího členění, tj. zda neexistuje výrobový relevantní trh zahrnující pouze část produktů zařazených do kategorie čerstvého běžného pečiva, na kterém by se hypotetickému monopolistovi mohlo vyplatit malé, avšak významné a nepřechodné zvýšení ceny o 5-10 %. Úřad se existencí potenciálně užšího kandidátského relevantního trhu, než je výše uvedená kategorie pečiva, podrobně zabýval především z důvodu významného růstu podílu spotřeby pšeničného pečiva na celkové spotřebě pečiva (oproti podílu chleba a chlebových výrobků)¹⁵ a z důvodu existence výrobků, které patří do skupiny tzv. základního sortimentu pečiva.¹⁶

¹⁰ Viz kapitola V.1.1.3.

¹¹ Dle vyjádření Podnikatelského svazu pekařů a cukrářů v České republice cca 60 průmyslových pekáren a 700 pekáren řemeslného charakteru (viz list spisu č. 719).

¹² Např. společnost Makro (viz list spisu č. 945) nebo společnost Billa (viz list spisu č. 1068).

¹³ Např. společnost Ahold (viz list spisu č. 1102) nebo společnost Makro (viz list spisu č. 945).

¹⁴ Viz například vyhláška č. 333/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích.

¹⁵ Viz údaje Českého statistického úřadu týkající se spotřeby mouky a pekárenských výrobků na jednoho obyvatele za rok za časové období 1991-2010, kdy spotřeba chleba činila 59,8 kg v roce 1991 a postupně klesala na úroveň 45,4 kg za rok 2010, naproti tomu spotřeba pšeničného pečiva činila 45,4 kg a postupně rostla na hodnotu 60,2 kg za rok 2010.

¹⁶ Viz např. vyjádření společnosti Tesco dopisem ze dne 10. 1. 2012 (list spisu č. 1243).

44. Jak již bylo uvedeno, Úřad ve správním řízení zjistil, že maloobchodní prodejci považují některé typy čerstvého pečiva za tzv. základní sortiment pečiva, který tvoří především čerstvý chléb 1200 g, čerstvé rohlíky a čerstvé housky, pro které je charakteristický vysoký objem maloobchodních prodejů vzhledem k ostatním typům pečiva.
45. Uvedené vysoké objemy prodejů výrobků patřících do tzv. základního sortimentu pečiva jsou realizovány především v jednotlivých obchodních řetězcích, jejichž poptávku po tomto druhu pekárenských výrobků jsou schopni uspokojovat pouze výrobci s dostatečně velkou výrobní kapacitou. Naopak ostatní čerstvé běžné pečivo, charakterizované nižším objemem maloobchodních prodejů, mohou do maloobchodních prodejen dodávat v dostatečném množství i pekárny s nižší kapacitou výroby a regionální působností.
46. Úřad tak má za to, že kategorii běžného čerstvého pečiva je důvodné rozdělit na čerstvé běžné pečivo základního sortimentu (čerstvé rohlíky a housky) a ostatní čerstvé běžné pečivo, které spíše představuje doplněk k nabídce základního sortimentu. Obě skupiny by pak představovaly samostatné produktové relevantní trhy.¹⁷
47. Kromě shora uvedeného členění pekárenských a cukrářských produktů je třeba, dle názoru Úřadu, rozlišovat, zda se jedná o maloobchodní či velkoobchodní úroveň daných trhů. To znamená, že lze hovořit o samostatném relevantním trhu v závislosti na tom, zda se jedná o pekárenské a cukrářské výrobky, respektive jejich dodávky, určené přímo konečným spotřebitelům, anebo zda jsou určeny velkoobchodním subjektům, které tyto produkty koupí od výrobců a teprve pak, společně i s vlastní výrobou daných výrobků, distribuují k přímému prodeji konečným spotřebitelům. Důvodem pro takto pojaté členění relevantních trhů je především fakt, že došlo k podstatnému posunu na relevantních trzích jednotlivých pekárenských a cukrářských výrobků. Jednak došlo k profilaci výrobců, neboť ne všichni výrobci ještě alespoň v minimální míře působí na maloobchodním prodeji vlastních výrobků, ale zejména došlo k výraznému nárůstu vlastní výroby pekárenských a cukrářských výrobků ze strany obchodních řetězců.

III.1.1.3.1 Cenové analýzy

48. Úřad za účelem potvrzení či vyvrácení domněnky o existenci samostatného relevantního trhu čerstvých rohlíků a housek a relevantního trhu ostatního čerstvého běžného pečiva provedl korelační analýzu vývoje velkoobchodních cen daného zboží různých výrobců pečiva.¹⁸
49. Korelační¹⁹ analýza cen vychází z platnosti zákona jedné ceny a zkoumá velikost společných pohybů ve vývoji cen vybraných produktů. V případě, že se ceny dvou produktů vyvíjí v čase velmi obdobně, lze považovat tyto produkty za vzájemné substituty. Pokud cena jednoho výrobku roste, klesá jeho prodávané množství

¹⁷ Zahrnutí housek do stejného relevantního trhu s rohlíkem 43 g navrhuje také společnost Kaufland dopisem ze dne 7. 11. 2011, viz list spisu č. 1041.

¹⁸ Tento typ analýzy popisuje také Sdělení Komise o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství, odst. 38-39, viz [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209(01):EN:NOT).

¹⁹ Pozn. Úřadu: korelace slouží ke zjištění míry společného vývoje u dvou proměnných. Pokud ve stejném období obě proměnné rostou (resp. jedna roste a jedna klesá) o stejný podíl své střední hodnoty, bude se hodnota korelace blížit k hodnotě 1 (resp. -1). Naopak pokud nebude mezi průběhem obou veličin jakýkoliv vztah, bude se velikost korelace blížit k hodnotě 0.

a spotřebitelé tak původní výrobek nahrazují substitutem. Vyšší poptávka po substitutu zvyšuje jeho cenu, která pak vykazuje srovnatelný vývoj s cenou původního produktu.

III.1.1.3.1.1 Analýza korelace velkoobchodních cen

50. Úřad se vzhledem k tomu, že spojením je dotčena především oblast velkoobchodních dodávek pekárenských a cukrářských výrobků, zaměřil zejména na analýzu korelace velkoobchodních cen.
51. Data použitá pro korelační analýzu obsahovala měsíční časové řady vývoje velkoobchodních cen vybraných produktů v období od ledna 2009 do září 2011.
52. Úřad analyzoval vývoj velkoobchodních cen výrobků od producentů čerstvého pečiva, jejichž data umožňovala použití korelační analýzy.²⁰ Na základě těchto časových řad Úřad vypočítal hodnoty korelačních koeficientů mezi zkoumanými výrobky vybraných producentů pečiva. Výsledná korelační matice udává velikost korelačních koeficientů jak mezi srovnatelnými výrobky různých výrobců, tak mezi různými produkty stejného výrobce.
53. Za účelem vymezení relevantního produktového trhu Úřad vypočetl hodnotu korelačního koeficientu mezi pěti nejvíce prodávanými výrobky spadajícími do kategorie čerstvého běžného pečiva. Těmito výrobky byly i) rohlík 43 g, ii) houska 43 g,²¹ iii) houska 50 g,²² iv) grahamový rohlík a v) veka 360 g. Úřad nejdříve zjistil hodnoty korelačních koeficientů mezi všemi zkoumanými kombinacemi výrobků od jednotlivých výrobců. Následně pro každý typ výrobku vypočetl Úřad průměrnou hodnotu korelace velkoobchodních cen daného výrobku mezi jednotlivými výrobci. Tyto hodnoty průměrné korelace pak navzájem srovnával.
54. Úřad jako srovnávací hodnotu pro určení dostatečnosti korelace použil velikost korelace mezi velkoobchodními cenami rohlíku 43 g různých výrobců.²³ Rohlíky 43 g Úřad považoval za kandidátský produktový relevantní trh. Výrobky s vyšší či obdobnou hodnotou korelačního koeficientu vůči cenám rohlíku 43 g, než je hodnota korelačního koeficientu mezi cenami rohlíku 43 g, naznačují existenci silnějšího substitučního vztahu mezi daným výrobkem a rohlíkem 43 g, než je mezi samotnými rohlíky 43 g různých výrobců. V takovém případě výsledky cenově korelační analýzy indikují, že by měl být daný produkt zařazen do stejného produktového relevantního trhu s rohlíkem 43 g. Naopak, pokud by mezi výrobky existovaly výrazné rozdíly ve vývoji jejich cen, výsledky cenově korelační analýzy by nenasvědčovaly tomu, že výrobky jsou součástí stejného relevantního trhu jako rohlík 43 g.
55. Výsledné průměrné hodnoty korelačního koeficientu mezi jednotlivými typy výrobků zobrazuje Tabulka 1. Diagonála tabulky představuje průměrnou korelaci velkoobchodních cen uvnitř jednotlivých výrobových kategorií, ostatní hodnoty pak vyjadřují velikost průměrné korelace velkoobchodních cen daného typu pečiva

²⁰ V analýze byly použity časové řady společností EBH, Hradecká pekárna, s.r.o. (dále jen „Hradecká pekárna“), Pekárny a cukrárny Klatovy, a.s. (dále jen „PaC Klatovy“), Pekárny a cukrárny Náchod, a.s. (dále jen „PaC Náchod“) a NOPEK, a.s. (dále jen „NOPEK“). Nebyly použity údaje o cenách od společnosti PENAM a družstva ČEMPEK, družstvo (dále jen „ČEMPEK“), jež dodaly data pouze na čtvrtletní bázi, a časové řady tak měly nedostatečnou variabilitu k provedení korelační analýzy.

²¹ Do této skupiny byla zahrnuta také houska 45 g, např. od společnosti PaC Náchod.

²² Do této skupiny byla zahrnuta také houska 60 g od společnosti Hradecká pekárna.

²³ Korelační analýzu cen a stanovení srovnávacího měřítka obsahuje např. rozhodnutí Evropské Komise M.190 Nestlé/Perrier (1997), nebo rozhodnutí The Office of Fair Trading (OFT) *Nutreco Holding BV/Norsk Hydro ASA* (2000).

s ostatními typy pečiva. Z tabulky je tak patrné, že korelace mezi vývojem velkoobchodních cen rohlíků 43 g zkoumaných výrobců je 0,82.

	Rohlík (43 g)	Houska (43 g)	Houska (50 g)	Rohlík graham	Veka (360 g)
Rohlík (43 g)	0,82				
Houska (43 g)	0,68	0,61			
Houska (50 g)	0,84	0,66	0,79		
Rohlík graham	0,33	0,30	0,32	-0,08	
Veka (360 g)	0,51	0,46	0,49	0,25	0,24

Tabulka 1 – velikost průměrných korelačních koeficientů mezi jednotlivými produkty

56. Nejvíce korelované ceny s cenami rohlíku 43 g byly zjištěny u housky 50 g, kde průměrný korelační koeficient činil 0,84. Zjištěná hodnota průměrné korelace mezi těmito dvěma produkty je tak vyšší, než mezi vývojem velkoobchodních cen rohlíků 43 g jednotlivých výrobců. Výsledek cenově korelační analýzy tak indikuje, že housku 50 g lze považovat za dostatečný substitut k rohlíku 43 g a že je možné zařadit oba výrobky do jednoho relevantního trhu.
57. Druhou nejvyšší korelaci s cenami rohlíku (0,68) vykazovala houska 43 g. Tato hodnota korelace ovšem není vyšší než zvolená srovnávací hodnota. I přesto, že housky 43 g vykazují relativně vysokou míru korelace s cenami rohlíku 43 g, která indikuje existenci společného relevantního trhu, není vhodné považovat je pouze na základě výsledků korelační analýzy za substitut k rohlíku 43 g.
58. Vzhledem k charakteristikám zkoumaných produktů je důvodné předpokládat, že vývoj cen všech zkoumaných produktů byl výrazně ovlivněn vývojem ceny pšenice, která je základním vstupem ve výrobě. Tato skutečnost by pak vedla k existenci společného trendu v jednotlivých časových řadách a vyšší hodnotě korelačních koeficientů mezi těmito řadami z jiného důvodu, než platnosti již zmiňovaného zákona jedné ceny.
59. Úřad proto vzhledem k možnému nadhodnocení vypočtených korelačních koeficientů přistoupil k transformaci nominálních časových řad a vypočetl také korelační koeficienty na základě prvních diferencí analyzovaných časových řad.²⁴ Touto transformací došlo k odstranění společného vlivu způsobeného vývojem ceny pšenice a korelační koeficienty pak přesněji odrážejí skutečnou míru vzájemné substituce obou produktů. Průměrné velikosti korelačních koeficientů mezi vývojem prvních diferencí časových řad jednotlivých produktů ukazuje následující Tabulka 2.

	Rohlík (43 g)	Houska (43 g)	Houska (50 g)	Rohlík graham	Veka (360 g)
Rohlík (43 g)	0,59				
Houska (43 g)	0,45	0,34			
Houska (50 g)	0,52	0,34	0,34		

²⁴ První diference představují rozdíl hodnot časové řady v čase t a v čase $t-1$ (tzn. předchozího pozorování).

Rohlík graham	0,20	0,15	0,14	-0,14	
Veka (360 g)	0,29	0,21	0,22	0,17	0,18

Tabulka 2 - velikost průměrných korelačních koeficientů mezi prvními diferencemi časových řad jednotlivých produktů

60. Po očištění společného trendu je zřejmé, že houska 50 g a rohlík 43 g i nadále vykazují srovnatelný vývoj prvních diferencí cen a výsledek analýzy i nadále indikuje existenci dostatečného substitučního vztahu pro zařazení do jednoho relevantního trhu.
61. Hodnota korelace mezi vývojem prvních diferencí cen housky 43 g a rohlíku 43 g nedosahují srovnatelné hodnoty s korelací mezi vývojem prvních diferencí cen rohlíku a housky 50 g, avšak je jen nepatrně nižší a současně významně vyšší než u zbývajících produktů (rohlík graham a veka 360 g). Vzhledem k zohlednění nabídkové substituce²⁵ mezi houskou 43 g a houskou 50 g, a srovnatelných produktových vlastností housky 43 g s rohlíkem 43 g, dle Úřadu výsledky cenově korelační analýzy v kombinaci s těmito faktory nasvědčují na zařazení housky 43 g do jednoho relevantního trhu s rohlíkem 43 g a houskou 50 g. Na substituční vztah obou typů housek ukazuje také srovnatelná hodnota korelace prvních diferencí cen housky 43 g s houskou 50 g s hodnotou korelace uvnitř kategorie housek 50 g.
62. Velkoobchodní ceny rohlíku graham a veka 360 g se vyvíjely relativně nezávisle na ceně rohlíku 43 g a i vzhledem k charakteristikám těchto produktů je dle Úřadu nelze považovat za součást stejného relevantního trhu s rohlíky a houskami.
63. Na základě výsledku cenové analýzy lze konstatovat, že vývoj velkoobchodní ceny rohlíku 43 g a velkoobchodní ceny housek (43 g i 50 g) vykazuje vzájemnou závislost nasvědčující substitučnímu vztahu a i s přihlédnutím k dalším okolnostem lze tyto produkty zařadit do stejného relevantního trhu, jehož součástí nejsou ostatní druhy čerstvého běžného pečiva.

III.1.1.3.1.2 Analýza korelace maloobchodních cen

64. Pro doplnění závěrů korelační analýzy velkoobchodních cen běžného pečiva Úřad provedl srovnatelnou analýzu vývoje maloobchodních cen. Pokud je charakteristika poptávky konečného spotřebitele a jeho vnímání zaměnitelnosti jednotlivých produktů běžného čerstvého pečiva přenášena do velkoobchodní poptávky maloobchodních prodejců po tomto pečivu, bylo by možné očekávat obdobné výsledky cenové analýzy i u maloobchodních cen.²⁶
65. Při této analýze Úřad použil data od obchodních řetězců o vývoji maloobchodních cen vybraných typů pečiva za období od ledna 2009 do září 2011, a to na měsíční bázi.
66. Úřad zjistil velikost korelačního koeficientu mezi pěti nejvíce prodávanými výrobky spadajícími do kategorie čerstvého běžného pečiva. Těmito výrobky byly i) rohlík 43 g, ii) houska 43 g, iii) houska 50 g²⁷, iv) grahamový rohlík a v) veka 360 g. I zde vypočítal Úřad velikost průměrné korelace stejného výrobku mezi jednotlivými maloobchodními prodejci, které následně vzájemně porovnával (viz odst. 55).

²⁵ Dle zjištěných informací uvedené produkty mohou být vyráběny na téže výrobní lince – viz např. vyjádření Svazu pekařů a cukrářů v České republice (viz list spisu č. 1206). Případné změny ve výrobě uvedeného sortimentu tak nejsou časově ani finančně náročné.

²⁶ Viz Kapitola V.1.1.6.

²⁷ Informace o housce 50 g byly k dispozici pouze od společnosti Kaufland.

67. Výsledné průměrné hodnoty korelačních koeficientů zobrazuje Tabulka 3. Diagonála tabulky představuje průměrnou korelaci maloobchodních cen uvnitř jednotlivých kategorií, zbylé hodnoty pak popisují velikost průměrné korelace maloobchodních cen daného typu pečiva s jiným vybraným typem.

	Rohlík (43 g)	Houska (43 g)	Houska (50 g)	Rohlík graham	Veka (360 g)
Rohlík (43 g)	0,93				
Houska (43 g)	0,91	0,88			
Houska (50 g)	0,96	0,95	1,00		
Rohlík graham	0,54	0,70	0,55	0,47	
Veka (360 g)	-0,11	0,51	-0,10	0,01	0,13

Tabulka 3 - velikost průměrných korelačních koeficientů mezi jednotlivými produkty

68. Hodnota průměrné korelace mezi vývojem maloobchodních cen rohlíčků 43 g jednotlivých prodejců, kterou lze v této analýze považovat za srovnávací hodnotu, byla ve sledovaném období 0,93. Tato hodnota je nižší, než průměrná korelace mezi cenami rohlíku 43 g a houskou 50 g. Srovnatelné charakteristiky produktu a relativně vysoká hodnota korelačního koeficientu mezi maloobchodními cenami rohlíku 43 g housky 43 g rovněž nasvědčuje zařazení housky 43 g do jednoho relevantního trhu společně s houskou 50 g a rohlíkem 43 g.
69. Vzhledem k pravděpodobnému nadhodnocení vypočtených korelačních koeficientů z důvodu ovlivnění všech časových řad společným vývojem ceny pšenice, transformoval Úřad nominální časové řady a vypočítal také korelační koeficienty na základě prvních diferencí analyzovaných časových řad²⁸ (viz Tabulka 4).

	Rohlík (43 g)	Houska (43 g)	Houska (50 g)	Rohlík graham	Veka (360 g)
Rohlík (43 g)	0,50				
Houska (43 g)	0,50	0,36			
Houska (50 g)	0,74	0,60	1,00		
Rohlík graham	-0,07	-0,06	-0,08	-0,04	
Veka (360 g)	-0,04	-0,11	0,01	0,03	0,26

Tabulka 4 - velikost průměrných korelačních koeficientů mezi prvními diferencemi časových řad jednotlivých produktů

70. Hodnota korelačního koeficientu mezi prvními diferencemi cen rohlíčků jednotlivých prodejců je 0,50. Tato srovnávací hodnota je stejná jako velikost průměrné korelace mezi prvními diferencemi cen rohlíku 43 g a housky 43 g a nižší při srovnání s průměrnou korelací mezi rohlíkem 43 g a houskou 50 g. Tyto výsledky svědčí o vzájemné závislosti maloobchodních cen a existenci substitučního vztahu mezi rohlíkem 43 g a houskami 43 g a 50 g.
71. Průměrné hodnoty korelace mezi rohlíkem 43 g a rohlíkem graham, popř. vekou 360 g, nenasvědčují ve prospěch jejich zařazení do jednoho relevantního trhu s rohlíkem 43 g.

²⁸ Viz poznámka pod čarou č. 24.

72. Výsledky korelační analýzy maloobchodních cen dle Úřadu podporují závěr analýzy velkoobchodních cen a dalších kvalitativních informací o existenci samostatného relevantního trhu obsahujícího rohlík 43 g, housku 43 g a housku 50 g.

III.1.1.3.2 Zastupitelnost čerstvých pekárenských a cukrářských výrobků s předpečeným a zamraženým pečivem

73. Úřad se také zabýval skutečností, zda by maloobchodní prodejci měli možnost dostatečně nahradit čerstvé pečivo obecně, zejména pak chleba,²⁹ rohlíky 43 g, housky 43 g a housky 50 g, předpečeným a zamraženým pečivem v případě, kdy by hypotetický monopolista zvýšil jejich cenu o 5-10 % takovým způsobem, aby jej od takového zvýšení ceny odradili.
74. Zamražené pečivo je pravděpodobně z pohledu konečného spotřebitele zaměnitelné s čerstvým pečivem, a to především proto, že u velké části pečiva je jen obtížně zjistitelné, zda se jedná o čerstvé či rozpečené pečivo, popř. kdo je jeho výrobcem.
75. Dostatečná zastupitelnost mezi čerstvým a zamraženým pečivem ovšem není u velkoobjemového pečiva možná z pohledu nabídkové strany, zejména pak s ohledem na výrobní kapacity obchodních řetězců. Maloobchodní prodejny obchodních řetězců, jež ze soutěžitelů působících v oblasti maloobchodního prodeje pečiva jsou nejčastěji vybaveny vlastními kapacitami na pečení či rozpékání pekárenských a cukrářských produktů, nedisponují dostatečnými kapacitami pro takový objem výroby, který by byl schopen uspokojit celkovou maloobchodní poptávku po chlebu, rohlících a houskách či alespoň její podstatnou část.
76. Zatímco vlastní výrobní kapacity obchodních řetězců umožňují maloobchodní poptávku po ostatním běžném a cukrářském pečivu pokrýt alespoň částečně (tímto způsobem lze dle vyjádření většiny řetězců nahradit 10-30 % současných velkoobchodních dodávek daného typu pečiva), tak k čerstvému velkoobjemovému pečivu předpečené a zamražené pečivo nepředstavuje z pohledu maloobchodních prodejců substitut vůbec, a to zejména z důvodu vysokého objemu prodeje a omezené kapacity pekáren v maloobchodních prodejnách řetězců.³⁰
77. Lze shrnout, že z důvodu kapacitních omezení nelze zamražené pečivo považovat na velkoobchodní úrovni za blízký substitut k základnímu sortimentu velkoobchodního čerstvého pečiva (chleba a chlebové výrobky, rohlík 43 g, houska 43 g a houska 50 g). V případě velkoobchodního prodeje tohoto typu čerstvého pečiva tedy není rozpékané pečivo součástí téhož relevantního trhu ani nepředstavuje dostatečné konkurenční omezení. Ani v případě ostatního čerstvého běžného pečiva a čerstvého cukrářského pečiva není rozpékané pečivo součástí stejného relevantního trhu, avšak může do určité míry působit jako konkurenční omezení, které je třeba zhodnotit v rámci posouzení možných dopadů spojení soutěžitelů na relevantní trhy.

²⁹ Za velkoobjemový chléb a chlebové výrobky lze považovat převážně velký konzumní, resp. šumavský chléb (s váhou 1200 g) a malý konzumní resp. šumavský chléb (s váhou 400-600 g). Tyto výrobky tvořily v roce 2010 cca [...obchodní tajemství...] % objemu prodaného chleba skupiny AGROFERT a [...obchodní tajemství...] % objemu prodaného chleba společnosti EBH.

³⁰ Výjimku v tomto představuje pouze jediný obchodní řetězec, který využívá velkoobchodní dodavatele pouze pro dodávky relativně nízkého podílu chleba a chlebových výrobků a rohlíků, přičemž většinu objemu maloobchodního prodeje těchto produktů je schopen si tento obchodní řetězec vyrobit sám.

III.1.1.3.3 Zastupitelnost toastového chleba a ostatních pekárenských výrobků

78. Úřad se také zabýval otázkou, zda toastový chléb nepředstavuje samostatný relevantní trh.
79. Toastový chléb se vyznačuje specifickými produktovými vlastnostmi odlišujícími jej od čerstvého pečiva. Jde především o delší trvanlivost, která činí cca 10 dní, a je tak delší než trvanlivost čerstvého pečiva. Tato delší trvanlivost ovšem není dostatečná pro zařazení toastového chleba do kategorie trvanlivého pečiva.³¹
80. Úřad má rovněž za to, že případný relevantní trh toastového chleba by mohl být z geografického hlediska širší než Česká Republika. Některé z obchodních řetězců v této souvislosti uvedly, že v případě výpadku dodávek toastového chleba od společnosti PENAM by musely nahradit dodávky pravděpodobně ze zahraničí,³² přičemž některým z obchodních řetězců tento produkt již zahraniční subjekty dodávají.
81. Současně lze také předpokládat, že toastový chléb nelze vzhledem k jeho produktovým charakteristikám nahradit rozpékáním zamraženého pečiva.
82. Vzhledem k rozdílným produktovým charakteristikám, možnosti importu toastového chleba ze zahraničí, rozhodovací praxi Úřadu a nízké nahraditelnosti výrobku jinými typy pečiva lze konstatovat, že toastový chléb by mohl tvořit samostatný relevantní trh.
83. Úřad při hodnocení toho, zda za součást trhu velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků je či není nutno považovat toastový chléb, dospěl k následujícímu závěru. Vzhledem k tomu, že níže uvedené hodnocení dopadu posuzovaného spojení soutěžitelů v oblasti velkoobchodního prodeje chleba a chlebových výrobků se neliší, a to ani z pohledu tržních podílů ani z pohledu koncentrace trhu, a rovněž s ohledem na skutečnost, že v případě samostatného vymezení trhu toastového chleba by nedošlo z důvodů uvedených v odstavci 76 v důsledku spojení k podstatným změnám struktury takového trhu, Úřad nepovažoval v tomto konkrétním případě za nutné vymezovat samostatný relevantní trh toastového chleba, a tento považoval za součást relevantního trhu čerstvého chleba a chlebových výrobků na území České republiky.

III.1.1.3.4 Závěr Úřadu

84. S ohledem na výše uvedené skutečnosti vymezil Úřad v tomto konkrétním případě spojení soutěžitelů jako věcně relevantní následující trhy:
- i. trh velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků,
 - ii. trh velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků, jenž zahrnuje produkty rohlík 43 g, houska 43 g a houska 50 g,
 - iii. trh velkoobchodního prodeje ostatního čerstvého běžného pečiva,
 - iv. trh velkoobchodního prodeje čerstvého cukrářského pečiva,
 - v. trh velkoobchodního prodeje trvanlivého nesladkého pečiva a
 - vi. trh velkoobchodního prodeje trvanlivého sladkého pečiva.

³¹ Do kategorie trvanlivého pečiva spadají např. dle ČSÚ pekárenské výrobky s dobou trvanlivosti delší než 3 měsíce, dle přecházející praxe Úřadu pak s dobou trvanlivosti delší než 1 až 2 měsíce.

³² Viz list spisu č. 1404.

III.1.2 Vymezení produktového relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků

85. Rovněž v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků, tj. prodeje daného zboží konečným spotřebitelům, by z pohledu spotřebitele a jeho chápání zastupitelnosti jednotlivých pekárenských a cukrářských produktů bylo možné členění samostatných relevantních trhů dle jednotlivých produktů. Nicméně obdobně jako v jiných případech maloobchodního prodeje³³ má Úřad za to, že na úrovni maloobchodního prodeje či distribuce určitého zboží existuje nabídková substituce nabízených produktů, neboť distributor zpravidla prodává takový produkt, po kterém existuje poptávka a který si objednává od výrobce. To je situace podstatně odlišná od úrovně výroby (resp. velkoobchodních dodávek), kdy, obecně řečeno, přechod od výroby jednoho druhu produktu k jinému či změna poměru vyrobeného množství jednoho druhu produktu ke druhému nejsou tak snadné, neboť jsou spjaty s dodatečnými náklady vynaloženými mimo jiné na změnu technologie výroby apod. Naproti tomu maloobchodní prodejce může u výrobce objednat zboží pouze v závislosti na poptávce.
86. Další v úvahu přicházející členění relevantních trhů z oblasti maloobchodního prodeje lze provést v závislosti na hodnocení odlišných formátů prodeje, například nespécializovaných formátů v rámci distribuce prostřednictvím supermarketů, hypermarketů či diskontních prodejen, oproti prodejnám menších formátů či na určitý druh potravin specializovaným prodejnám (např. prodejny pouze pekařských a cukrářských výrobků). V tomto posuzovaném případě dochází k maloobchodnímu prodeji skupiny AGROFERT vyrobených pekárenských a cukrářských produktů, a to v jejich specializovaných prodejnách, zřetelně odlišitelných od prodejen zboží denní potřeby, prodejen typu *cash & carry* či prodejen u čerpacích stanic.
87. Nicméně v případě posuzovaného spojení soutěžitelů lze, a to s přihlédnutím k tomu, že v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků působí ze spojujících se soutěžitelů pouze skupina AGROFERT, ponechat otázku případného užšího vymezení relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků (například v členění dle jednotlivých formátů prodeje nebo dle kategorie zboží³⁴) otevřenou. Dopady předmětného spojení tak bude Úřad posuzovat obecně ve vztahu k oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků.

III.1.3 Vymezení produktového relevantního trhu v oblasti mlýnských výrobků

88. Jak již bylo řečeno, mlýnské výrobky se používají jako výchozí surovina pro výrobu pekárenských a cukrářských výrobků. Výroba mlýnských výrobků je tedy činností, která předchází výrobě pekárenských a cukrářských výrobků, jedná se tedy o oblast vertikálně předcházející (tzv. *upstream market*). Mlýnské výrobky se získávají narušením obilných zrn a mezi tyto výrobky se zpravidla řadí mouka hladká, hrubá, polohrubá, krupice, kroupy, krupky ječné, pšeničné a ovesné, vločky ovesné a žitné.

³³ Např. rozhodnutí Úřadu S293/2008 AGROFERT Holding/Agropol Group.

³⁴ Tj. zpravidla používané kategorie i) potraviny (tzv. kategorie *food*), ii) blízký doplňkový sortiment, jako například toaletní potřeby, kosmetika a čisticí prostředky (tzv. kategorie *near food*), a rovněž tak iii) další nepotravinářské zboží, jako například textil, nářadí, hračky či domácí spotřebiče (tzv. kategorie *non food II*).

89. Pokud jde o vymezení relevantních trhů v oblasti mlýnských výrobků, Úřad ve svých rozhodnutích rozlišoval, zejména dle účelu použití z pohledu spotřebitele, věcně relevantní trhy i) mouky pro pekařské účely (užívané pro výrobu běžného pečiva a cukrářských výrobků), ii) mouky pro speciální účely (pro výrobu sušenek, oplatek, těstovin, knedlíků, pizz apod.), iii) mouky spotřebitelské (určené pro prodej v maloobchodní síti) a iv) mlýnské krmné suroviny (užívané jako vedlejší produkt pro výrobu krmných směsí).
90. V tomto posuzovaném případě však s ohledem na skutečnost, že v oblasti mlýnských výrobků působí ze spojujících se soutěžitelů pouze skupina AGROFERT, není nezbytně nutné posuzovat míru vzájemné zastupitelnosti jednotlivých druhů mlýnských výrobků a otázku případného užšího vymezení relevantního trhu v této oblasti tak lze ponechat otevřenou. Dopady předmětného spojení tak Úřad dále posuzuje ve vztahu k oblasti velkoobchodního prodeje mlýnských výrobků obecně a dále k jejímu subsegmentu velkoobchodního prodeje mouky pro pekařské účely.

III.1.4 Vymezení produktového relevantního trhu v oblasti předpečeného a zamraženého pečiva

91. Jak bylo shora uvedeno, skupina AGROFERT je prostřednictvím společnosti PROFROST a.s. činná také v oblasti výroby předpečeného a zamraženého pečiva, která úzce souvisí s činností výrobce pekárenských produktů. Předpečené a zamražené pekárenské produkty (tzn. odlišné od běžných pekárenských a cukrářských výrobků) jsou v podobě polotovaru dodávány především do prodejen v rámci obchodních řetězců, ale i menším odběratelům, jako jsou restaurace, hotely nebo čerpací stanice, k dopečení a následnému prodeji jakožto finálních produktů. Výhodou předpečeného a zamraženého pečiva oproti čerstvému běžnému pečivu je jeho dlouhodobá skladovatelnost a trvanlivost do okamžiku rozpečení a především jeho relativní celodenní dostupnost a „čerstvost“ v důsledku postupného dopékání dle okamžité potřeby po celou dobu provozní doby prodejny. Další nespornou výhodou je jeho ekonomická rentabilita, neboť v důsledku takového postupu dochází ke snížení ztrát na nákladech, zejména na nákup surovin, neboť tímto postupem se prakticky spotřebuje veškeré zboží, které se tímto způsobem konečným zákazníkům připraví a dá k prodeji. Předmětné výrobky tak lze považovat za součást samostatného relevantního trhu, zřetelně odlišitelného od předchozích relevantních trhů v oblasti pekárenských a cukrářských výrobků.
92. Vzhledem ke skutečnosti, že při dopékání předpečeného a zamraženého pečiva není zpravidla důležité, jaký typ konkrétního pečiva je v daném okamžiku dopékán (tj. zda běžné či sladké pečivo), a s přihlédnutím k tomu, že v oblasti výroby předpečeného a zamraženého pečiva působí ze spojujících se soutěžitelů pouze skupina AGROFERT, má Úřad za to, že otázka případného užšího vymezení relevantního trhu v oblasti výroby předpečeného a zamraženého pečiva může být v tomto konkrétním případě ponechána otevřená. Dopady předmětného spojení tak bude Úřad posuzovat obecně ve vztahu k oblasti předpečeného a zamraženého pečiva.

III.2 Geografické vymezení relevantního trhu

93. Úřad v rámci správního řízení zkoumal, zda je možno shora uvedené relevantní trhy vymezit z hlediska geografického jako trhy národní, popřípadě zda území ovlivněné předmětným spojením zahrnuje širší území, přesahující hranice České republiky, či

naopak, zda ke střetu nabídky a poptávky nedochází na územích menších než je území celé České republiky.

III.2.1 Vymezení geograficky relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků

94. Pokud jde o geografické vymezení relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků, lze vycházet z obdobného charakteru dodávek velkoobchodním odběratelům u všech jednotlivých věcně vymezených relevantních trhů v této oblasti. V této souvislosti je významný fakt, že pekárny většinou dodávají své produkty, a to zejména čerstvé pečivo, pouze do určité dojezdové vzdálenosti. Oproti této skutečnosti však Úřad zjistil, že ačkoli spojující se soutěžitelé nemají jednotlivé provozovny, v nichž vyrábějí pekárenské a cukrářské pečivo, rozmístěny tak, aby pokrývaly rovnoměrně celé území České republiky, jsou schopni, ať už vlastními zdroji či například pomocí *outsourcingu*, zajistit zásobování jejich odběratelů po celé České republice.
95. Při úvahách o geografickém vymezení relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků pak Úřad zohlednil zejména následující skutečnost. Pekárenské a cukrářské výrobky jsou určeny k běžné denní spotřebě na celém území České republiky, přičemž mezi jednotlivými regiony neexistují významné rozdíly z hlediska cenové úrovně. S přihlédnutím k tomu, že srovnatelné pekárenské a cukrářské produkty různých výrobců jsou v rámci jednotlivých výše vymezených věcně relevantních trhů vzájemně zastupitelné, vymezil Úřad každý z věcně relevantních trhů v oblasti výroby a velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků z hlediska geografického územím celé České republiky.³⁵

III.2.2 Geografické vymezení relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků

96. Při zjišťování toho, zda se soutěž na trzích maloobchodního prodeje určitého zboží odehrává za dostatečně homogenních soutěžních podmínek na území, které je představováno celou Českou republikou, případně na území vymezeném jiným způsobem, Úřad ve své rozhodovací praxi v poslední době zohledňoval především skutečnost, že jednotliví maloobchodní prodejci vzájemně sledují konkurenční ceny na lokální úrovni a následně reagují na aktuální tržní situaci, což svědčí ve prospěch lokálního vymezení relevantního trhu.
97. Z pohledu spotřebitele byl v takových případech geograficky relevantní trh vymezován lokálně omezenou oblastí, v níž mohou koneční zákazníci dosáhnout maloobchodní prodejny relevantních formátů, a to 20 až 30 minutovou jízdou autem. Platnost lokálního vymezení trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby i ve vztahu k podmínkám území České republiky byla potvrzena také rozhodnutími Evropské komise³⁶ s tím, že lokální spádové oblasti v okruhu kolem jednotlivých maloobchodních prodejen se v případě území České republiky přibližně shodují s územím okresů. V případě prodejen specializovaných pouze na maloobchodní prodej pekárenských a cukrářských výrobků by pak přicházelo v úvahu ještě užší geografické vymezení

³⁵ Obdobně Úřad postupoval např. v případě spojení S 55/05 *Bakeries International Luxembourg/United Bakeries Luxembourg*.

³⁶ Například rozhodnutí M.3905 *Tesco/Carrefour*.

relevantního trhu, a to zejména s ohledem na porovnání výše útraty za toto zboží s případnými náklady na dopravu.

98. V posuzovaném případě však ze spojujících se soutěžitelů působí v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků pouze skupina AGROFERT, a v důsledku posuzovaného spojení tak v této oblasti nedojde k přímé změně struktury trhu. Z tohoto důvodu bude Úřad dopady předmětného spojení z pohledu geografického posuzovat ve vztahu k území celé České republiky, přičemž má za to, že otázka případného užšího vymezení geograficky relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků může v tomto konkrétním případě zůstat otevřená.

III.2.3 Geografické vymezení relevantního trhu v oblasti velkoobchodního prodeje mlýnských výrobků

99. Pokud jde o geografické vymezení relevantního trhu v oblasti velkoobchodního prodeje mlýnských výrobků, bylo by možné s ohledem na skutečnost, že mlýnské výrobky se prodávají na celém území České republiky za obdobných podmínek, považovat za relevantní trh z hlediska geografického území celé České republiky.
100. Avšak stejně jako v případě vymezení věcně relevantního trhu v oblasti mlýnských výrobků, i v rovině uvažování o geografické dimenzi vymezení relevantního trhu je zásadní skutečnost, že ze spojujících se soutěžitelů působí i v oblasti mlýnských výrobků pouze skupina AGROFERT. Proto není případné užší vymezení geografického relevantního trhu v této oblasti nezbytně nutné a Úřad tedy bude posuzovat dopady předmětného spojení z pohledu geografického ve vztahu k území celé České republiky.³⁷

III.2.4 Geografické vymezení relevantního trhu v oblasti předpečeného a zamraženého pečiva

101. Pokud jde o geografický aspekt konkurence v oblasti předpečeného a zamraženého pečiva a jeho dodávek určených k dalšímu zpracování (tj. dopeku), významnou roli v této oblasti sehrává dovoz ze zahraničí.
102. Nicméně vzhledem ke skutečnosti, že podmínky hospodářské soutěže v oblasti předpečeného a zamraženého pečiva a jeho dodávek určených k dalšímu zpracování lze minimálně na území celé České republiky považovat za dostatečně homogenní, a s přihlédnutím k tomu, že ze spojujících se soutěžitelů působí i v této oblasti pouze skupina AGROFERT, má Úřad za to, že otázka přesného vymezení relevantního trhu v oblasti předpečeného a zamraženého pečiva z hlediska geografického může být v tomto konkrétním případě ponechána otevřená a dopady předmětného spojení bude Úřad posuzovat ve vztahu k území celé České republiky.

IV. Podmínky hospodářské soutěže na relevantních trzích

103. Úřad v každém případě spojení soutěžitelů zkoumá, zda posuzovaným spojením soutěžitelů dojde k podstatnému narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích či nikoli. Za tím účelem se zaměřuje na posouzení kritérií, jejichž zkoumání mu předepisuje zákon v § 17 odst. 1. Posuzuje tedy zejména potřebu zachování a rozvíjení účinné hospodářské soutěže, strukturu všech spojením dotčených trhů, podíl

³⁷ Obdobně Úřad postupoval např. v případě spojení S 25/03 ODKOLEK/DELTA MLÝNY.

spojujících se soutěžitelů na těchto trzích, jejich hospodářskou a finanční sílu, právní a jiné překážky vstupu dalších soutěžitelů na spojením dotčené trhy, možnost volby dodavatelů nebo odběratelů spojujících se soutěžitelů, vývoj nabídky a poptávky na dotčených trzích, potřeby a zájmy spotřebitelů a výzkum a vývoj, jehož výsledky jsou k prospěchu spotřebitele a nebrání účinné soutěži. Současně Úřad podpůrně přihlíží k pravidlům stanoveným v Pokynech pro posuzování horizontálních spojení podle Nařízení Rady č. 139/2004 o kontrole spojování podniků (dále jen „Pokyny pro posuzování horizontálních spojení“)³⁸ a v Pokynech pro posuzování nehorizontálních spojení podle Nařízení rady č. 139/2004 o kontrole spojování podniků (dále též „Pokyny pro posuzování nehorizontálních spojení“).³⁹

IV.1 Struktura trhu

104. Základní představu o struktuře trhů a konkurenčním významu spojujících se soutěžitelů i jejich konkurentů poskytují podíly na trhu. Pokud jde o velikost tržních podílů, zákon ve svém § 17 odst. 3 stanoví, že pokud společný podíl spojujících se soutěžitelů na relevantním trhu nepřesáhne 25 %, má se za to, že jejich spojení nemá za následek podstatné narušení hospodářské soutěže, neprokáže-li se při posuzování spojení opak.
105. V případě hodnocení struktury trhu Úřad podpůrně používá ukazatel míry celkové úrovně koncentrace trhu, jež je vyjádřena tzv. Herfindahl-Hirschmanovým indexem (dále jen „HHI“). Tento ukazatel se vypočítává jako součet čtverců jednotlivých tržních podílů všech soutěžitelů na trhu. Zatímco absolutní úroveň HHI poskytuje prvotní údaj o konkurenčním tlaku na trhu po spojení, změna HHI (tzv. Delta) je užitečným ukazatelem změny úrovně koncentrace přímo vyvolané spojením. Problémy v oblasti hospodářské soutěže při posuzování horizontálních spojení pravděpodobně nevyvstanou na trhu s hodnotou HHI po spojení pod 1000 bodů ani v případě spojení s hodnotou HHI po spojení mezi 1000 a 2000 a Delta pod 250, respektive v případě spojení s výší HHI po spojení nad 2000 a Delta pod 150.⁴⁰ To neplatí v případě existence zvláštních okolností, např. v podobě jednoho nebo více těchto faktorů: spojení se účastní potenciální zájemce o vstup na trh nebo podnik s malým podílem na trhu, který nedávno vstoupil na trh, jedna nebo více spojujících se stran jsou významnými inovátory, jejichž metody se nepromítají do podílů na trhu, existuje významné vlastnictví podílů mezi účastníky trhu, jeden ze spojujících se podniků je individualistický podnik s vysokou pravděpodobností narušení koordinovaného chování, existují známky minulé nebo pokračující koordinace nebo usnadňujících postupů, jedna ze spojujících se stran má před spojením 50% nebo větší podíl na trhu.⁴¹

IV.1.1 Struktura trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků

106. Pro zjištění struktury trhu, jež je jedním ze základních ukazatelů vypovídajících o stavu konkurenčního prostředí, je nezbytné správně určit jeho celkovou velikost. Při určování velikosti jednotlivých relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků Úřad vycházel z údajů Českého statistického úřadu (dále jen „ČSÚ“) o průměrné roční spotřebě sledovaných pekárenských kategorií

³⁸ Zveřejněno v Úředním věstníku Evropských společenství C 31 ze dne 5. 2. 2004.

³⁹ Zveřejněno v Úředním věstníku Evropských společenství C 265 ze dne 18. 10. 2008.

⁴⁰ Viz bod 20 Pokynů pro posuzování horizontálních spojení.

⁴¹ Viz tamtéž.

(chleba, pšeničného pečiva a trvanlivého pečiva) na jednoho obyvatele v ČR v období 2007-2010.⁴² Součinem uvedených údajů o spotřebě a údajů ČSÚ o počtu obyvatel České republiky za příslušný kalendářní rok pak Úřad získal celkovou roční spotřebu daných pekárenských a cukrářských výrobků. Přitom, jak vyplývá ze shora uvedeného, kategorii spotřeby pšeničného pečiva Úřad při vymezení věcně relevantních trhů rozdělil na tři samostatné kategorie, a to i) čerstvé rohlíky (včetně housek), ii) ostatní čerstvé běžné pečivo a iii) čerstvé cukrářské pečivo.

107. Při výpočtu objemu jednotlivých relevantních trhů v souvislosti s poměrem jednotlivých pekárenských a cukrářských výrobků vycházel Úřad především z kvalifikovaného odhadu Svazu pekařů a cukrářů v České republice (dále též jen „Svaz pekařů a cukrářů“), dle jehož vyjádření je až 50 % pšeničného pečiva představováno rohlíkem (43 g), 35 % potom ostatním čerstvým běžným pečivem a 15 % představuje cukrářské pečivo.⁴³
108. Vzhledem ke skutečnosti, že kvalifikované odhady podílů pšeničného pečiva byly Svazem pekařů a cukrářů poskytnuty v takovém členění, že housky (43g a 50g) byly zahrnuty do kategorie ostatního běžného pečiva, provedl Úřad úpravu podílu této kategorie, tj. vyňal z ní housky a převedl je do relevantního trhu zahrnujícího rohlíky.⁴⁴ Přitom podíl objemu housek (43 g i 50 g) v kategorii ostatního běžného čerstvého pečiva Úřad zjistil na základě zastoupení housek ve výrobě pšeničného pečiva u spojujících se soutěžitelů, jakožto dvou nejvýznamnějších výrobců rohlíků a housek. Housky v jejich produkci tvořily v období od ledna 2008 do září 2011 průměrně 8 % z výroby pšeničného pečiva.
109. Podíly vyjadřující zastoupení jednotlivých pekárenských a cukrářských produktů tvořících shora uvedené relevantní trhy na celkovém objemu spotřeby pšeničného pečiva, jakožto kategorií sledované ČSÚ, byly tedy Úřadem na základě výše uvedeného stanoveny následovně: i) čerstvé rohlíky (včetně housek) - 58 %, ii) ostatní čerstvé běžné pečivo - 27 % a iii) čerstvé cukrářské pečivo - 15 % z celkové spotřeby pšeničného pečiva.
110. Dále byl od údaje o velikosti spotřeby jednotlivých kategorií odečten objem maloobchodních prodejů obchodních řetězců realizovaný rozpékáním zamraženého pečiva, popřípadě výrobou jejich vlastního čerstvého pečiva, a to z toho důvodu, že vlastní výroba obchodních řetězců, která je následně určena konečným spotřebitelům, nemůže být zahrnuta do relevantního trhu, jež zohledňuje pouze velkoobchodní dodávky maloobchodním prodejcům. Úřad v tomto ohledu vycházel z kvalifikovaného odhadu Svazu pekařů a cukrářů,⁴⁵ upraveného o údaje vyplývající z odpovědí obchodních řetězců vztahující se k množství jimi vyráběného a dopékaného pečiva, a odhadl schopnost řetězců vyrábět či rozpékat zamražené pečivo maximálně do 15 % maloobchodní spotřeby chleba a chlebových výrobků, 10 % rohlíků a housek, 30 % ostatního běžného pečiva a 15 % čerstvého cukrářského pečiva. Vážený průměr vlastní

⁴² Viz statistiky „Spotřeba potravin, nápojů a cigaret na 1 obyvatele v ČR v letech 2002 – 2010“ zveřejněná na webových stránkách <http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/p/3004-11>. Údaje za rok 2011 nebyly v průběhu šetření k dispozici.

⁴³ Viz dopis Svazu pekařů a cukrářů ze dne 9. 1. 2012, list spisu č. 1204.

⁴⁴ Housky (43 g i 50 g) jsou zařazeny do stejného relevantního produktového trhu s rohlíkem 43 g.

⁴⁵ Viz dopis Svazu pekařů a cukrářů ze dne 7. 11. 2012, ve kterém Svaz odhaduje podíl produkce obchodních řetězců na 15-20 % z celkové pekárenské produkce a až 30 % z produkce běžného pečiva, list spisu č. 720.

výroby obchodních řetězců (včetně rozpékání zamraženého pečiva) tak dle odhadu Úřadu představoval maximálně 16 % maloobchodní spotřeby pečiva.

111. Následně Úřad při stanovování celkové velikosti jednotlivých věcně relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků odečetl velikost produkce výrobců pečiva, která je prodávána prostřednictvím jejich vlastní sítě maloobchodních prodejen a tvoří tak součást relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků. Úřad přitom rovněž vycházel z kvalifikovaného odhadu Svazu pekařů a cukrářů,⁴⁶ dle kterého je 10 – 15 % prodejů pečiva jednotlivých členů svazu realizováno prostřednictvím vlastní maloobchodní sítě. Úřad tedy zvolil střední hodnotu tohoto intervalu a stanovil podíl prodeje vyrobeného pečiva, které je následně dodáváno konečným spotřebitelům prostřednictvím vlastních maloobchodních prodejen jednotlivých výrobců pečiva, a sice ve výši 12,5 %.
112. Velikost spotřeby pečiva v České republice rozdělená dle jednotlivých produktových relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků, snížená o vlastní výrobu obchodních řetězců a o prodej výrobců pečiva prostřednictvím jejich vlastní maloobchodní sítě, tak udává velikost jednotlivých věcně relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků.
113. Při stanovení velikosti jednotlivých tržních podílů spojujících se soutěžitelů na jednotlivých věcně relevantních trzích vycházel Úřad především z údajů účastníka řízení o velikosti dodávek spojujících se soutěžitelů za roky 2007-2010.
114. V souladu se shora uvedenými úpravami celkové velikosti věcně relevantních trhů z oblasti velkoobchodních dodávek pekárenských a cukrářských výrobků Úřad upravil i údaje o výrobě spojujících se soutěžitelů. V souladu s definicí produktových relevantních trhů přičítal k objemu výroby rohlíků 43 g i objem vyrobených housek 43 g a housek 50 g.⁴⁷ Současně o tento objem produkce Úřad snížil objem vyrobeného ostatního čerstvého běžného pečiva.
115. Dodávky skupiny AGROFERT byly následně očištěny o dodávky pekárenských výrobků do vlastních maloobchodních prodejen této společnosti. Společnost EBH nedisponovala vlastní maloobchodní sítí, a proto se tato úprava dodávek týkala pouze společnosti AGROFERT.

IV.1.1.1 Struktura trhu velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků

116. Na relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků, jehož celková velikost za rok 2010 je odhadována přibližně na 319 928 tun, působí oba spojující se soutěžitelé. Tržní podíl skupiny AGROFERT v roce 2010 činil cca [5-15] %, pokud jde o vývoj tržního podílu v čase, pak v roce 2009 činil podíl skupiny AGROFERT cca [5-15] %, v roce 2008 cca [5-15] % a v roce 2007 pak cca [5-15] %. Tržní podíl společnosti EBH pak v roce 2010 představoval cca [15-25] % celkových dodávek na uvedený relevantní trh, v roce 2009 cca [15-25] %, v roce 2008 cca [15-25] % a konečně

⁴⁶ Viz tamtéž, list spisu č. 722.

⁴⁷ Viz doplnění předložené účastníkem řízení ze dne 16. 12. 2011 v příloze bodu č. 7 týkající se údajů pěti nejvýznamnějších produktů EBH a AGF pro každou z kategorií čerstvý chléb, rohlík, ostatní běžné čerstvé pečivo a čerstvé cukrářské pečivo (viz CD příloha uvedeného podání).

pak v roce 2007 cca [15-25] %. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů dojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, přičemž společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2010 přibližně [25-35] %.

117. Mezi nejvýznamnější konkurenty spojujících se soutěžitelů na trhu velkoobchodních dodávek čerstvého chleba a chlebových výrobků patří společnost MILLBA-CZECH a.s. (dále jen „MILLBA“),⁴⁸ dále společnosti NOPEK, Michelské pekárny a.s. (dále jen „Michelské pekárny“), PaC Klatovy a družstvo ČEMPEK, přičemž tržní podíl žádného z nich nepřekročil v roce 2010 hranici 5%.
118. Z hlediska úrovně koncentrace trhu, měřené prostřednictvím indexu HHI, před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů nelze trh velkoobchodních dodávek čerstvého chleba a chlebových výrobků v České republice považovat za koncentrovaný (tj. index HHI je nižší než 1000), po uskutečnění posuzovaného spojení bude tento relevantní trh mírně koncentrovaný (tj. index HHI je mezi 1 000 a 2 000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je vyšší než 250.

IV.1.1.2 Struktura trhu velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků

119. Na relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků, včetně housek, jehož celková velikost za rok 2010 je odhadována přibližně na 247 393 tun, působí rovněž oba spojující se soutěžitelé. Velkoobchodní dodávky skupiny AGROFERT představovaly v roce 2010 cca [5-15]% tržní podíl, pokud jde o vývoj tržního podílu v čase, pak v roce 2009 činil podíl skupiny AGROFERT cca [5-15] %, v roce 2008 cca [5-15] % a v roce 2007 pak cca [5-15] %. Tržní podíl společnosti EBH pak v roce 2010 činil cca [15-25] % z celkových dodávek na uvedený relevantní trh, v roce 2009 cca [15-25] %, v roce 2008 cca [15-25] % a v roce 2007 cca [15-25] %. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů tedy dojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, přičemž společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2010 přibližně [25-35] %.
120. Mezi nejvýznamnější konkurenty spojujících se soutěžitelů na trhu velkoobchodních dodávek čerstvých rohlíků, včetně housek, lze opět řadit společnosti MILLBA, NOPEK, Michelské pekárny, PaC Klatovy a družstvo ČEMPEK, přičemž ani na tomto relevantním trhu nepřekročil tržní podíl žádného z nich v roce 2010 hranici 5%.
121. Pokud jde o hodnotu koncentrace trhu, před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů nelze ani relevantní trh velkoobchodních dodávek čerstvých rohlíků v České republice považovat za koncentrovaný (tj. index HHI je nižší než 1000), po uskutečnění posuzovaného spojení bude tento relevantní trh mírně koncentrovaný (tj. index HHI je mezi 1000 a 2000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je vyšší než 250.

IV.1.1.3 Struktura trhu velkoobchodního prodeje ostatního čerstvého běžného pečiva

122. Na relevantním trhu velkoobchodního prodeje ostatního čerstvého běžného pečiva, jehož celková velikost za rok 2010 je odhadována přibližně na 89 573 tun, působí rovněž oba spojující se soutěžitelé. Velkoobchodní dodávky skupiny AGROFERT

⁴⁸ Společnost MILLBA je obchodně servisní organizace, jejíž výrobní potenciál spočívá v šesti pekárenských subjektech, které jsou zároveň jejími akcionáři, tj. společnosti INPEKO, spol. s r.o., JAPEK, s.r.o., JIZERSKÉ PEKÁRNY, spol. s r.o., PECUD, výrobní a obchodní družstvo Žandov, Pe H a K, v.o.s., a Pekárna Tanvald, s.r.o.; akcionářem je i společnost L. Klíma automatické mlýny Křesín – Libochovice, s.r.o., působící v oblasti mlýnských výrobků.

představovaly v roce 2010 cca [5-15]% tržní podíl, co se týče vývoje tržního podílu v čase, v roce 2009 činil podíl skupiny AGROFERT cca [5-15] %, v roce 2008 cca [15-25] % a v roce 2007 pak cca [5-15] %. Tržní podíl společnosti EBH pak v roce 2010 činil cca [5-15] % z celkových dodávek na uvedený relevantní trh, v roce 2009 cca [5-15] %, v roce 2008 cca [15-25] % a v roce 2007 cca [15-25] %. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů tedy dojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, přičemž společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2010 přibližně [15-25] %.

123. Mezi nejvýznamnější konkurenty spojujících se soutěžitelů na trhu velkoobchodních dodávek ostatního čerstvého běžného pečiva, lze opět řadit společnosti MILLBA, NOPEK, Michelské pekárny, PaC Klatovy a družstvo ČEMPEK, přičemž rovněž na tomto relevantním trhu nepřekročil tržní podíl žádného z nich v roce 2010 hranici 5 %.
124. Pokud jde o hodnotu koncentrace trhu, relevantní trh velkoobchodních dodávek ostatního čerstvého běžného pečiva v České republice lze považovat za nekonzentrovaný před, ale i po realizaci posuzovaného spojení soutěžitelů (tj. index HHI je nižší než 1000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je nižší než 250.

IV.1.1.4 Struktura trhu velkoobchodního prodeje čerstvého cukrářského pečiva

125. Na relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvého cukrářského pečiva, jehož celková velikost za rok 2010 je odhadována přibližně na 60 427 tun, působí rovněž oba spojující se soutěžitelé. Tržní podíl skupiny AGROFERT v roce 2010 činil cca [5-15] %, pokud jde o vývoj tržního podílu v čase, pak v roce 2009 činil podíl skupiny AGROFERT cca [5-15] %, v roce 2008 cca [5-15] % a v roce 2007 pak cca [5-15] %. Tržní podíl společnosti EBH pak v roce 2010 činil cca [15-25] % z celkových dodávek na uvedený relevantní trh, v roce 2009 cca [15-25] %, v roce 2008 cca [15-25] % a v roce 2007 cca [15-25] %. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů tedy dojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, přičemž společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2010 přibližně [25-35] %.
126. Mezi nejvýznamnější konkurenty spojujících se soutěžitelů na trhu velkoobchodního prodeje čerstvého cukrářského pečiva, lze opět řadit společnost MILLBA s tržním podílem cca 5-15%, a dále pak společnosti NOPEK, Michelské pekárny, PaC Klatovy a družstvo ČEMPEK, jejichž tržní podíly na uvedeném relevantním trhu v roce nepřekročily 2010 hranici 5%.
127. Pokud jde o hodnotu koncentrace trhu, relevantní trh velkoobchodních dodávek čerstvého cukrářského pečiva v České republice lze považovat za nekonzentrovaný před, ale i po realizaci posuzovaného spojení soutěžitelů (tj. index HHI je nižší než 1000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je vyšší než 250.

IV.1.1.5 Struktura trhu velkoobchodního prodeje trvanlivého nesladkého pečiva

128. Na relevantním trhu velkoobchodního prodeje trvanlivého nesladkého pečiva působí ze spojujících se soutěžitelů pouze společnost EBH a v důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů tak nedojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, nedojde tedy ani ke změně úrovně koncentrace na daném relevantním trhu. Uvedený relevantní trh je tvořen značným množstvím výrobků, zahrnujících

především různé druhy sucharů, knäckebrotů, keksů apod. Z tohoto důvodu je velmi obtížné stanovit celkovou velikost daného relevantního trhu. Nicméně vzhledem k okrajovému působení společnosti EBH v této oblasti lze mít za to, že tržní podíl této společnosti nepřevyšuje v dlouhodobém průměru hranici **[0-5] %**.

IV.1.1.6 Struktura trhu velkoobchodního prodeje trvanlivého sladkého pečiva

129. Na relevantním trhu velkoobchodního prodeje trvanlivého sladkého pečiva, jehož celková velikost za rok 2010 je odhadována přibližně na 61 248 tun, působí rovněž oba spojující se soutěžitelé. Podíl skupiny AGROFERT ani podíl společnosti EBH na celkových dodávkách na předmětný relevantní trh v roce 2010 nepřekročily ani **[0-5] %**. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů tedy sice dojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, avšak společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů by v roce 2010 činil méně než **[0-5] %**.

130. Působení spojujících se soutěžitelů na uvedeném relevantním trhu není příliš významné, neboť na něm působí především nadnárodní producenti trvanlivého sladkého pečiva, jako je např. Kraft Foods CR s.r.o. s cca 25-35% tržním podílem, Nestlé Česko s.r.o. s podílem cca 15-25 %, CHIPITA CZ, s.r.o. s cca 15-25% tržním podílem a společnost Balconi S.p.A. s podílem přibližně 5-15 %.

IV.1.2 Struktura trhu v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků

131. Na relevantním trhu maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků, jehož celková velikost za rok 2010 je odhadována přibližně na 1 054 tis. tun,⁴⁹ působí ze spojujících se soutěžitelů pouze skupina AGROFERT, přičemž její tržní podíl byl v roce 2010 nižší než **[0-5] %**. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů nedojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, nedojde tedy ani ke změně úrovně koncentrace na daném relevantním trhu.

132. Mezi nejvýznamnější soutěžitele působící na relevantním trhu maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků patří především provozovatelé obchodních řetězců, tj. nadnárodní skupiny Kaufland, Lidl, Ahold, Tesco, Billa, Penny, Globus, Spar a Norma.

IV.1.3 Struktura trhu v oblasti předpečeného a zamraženého pečiva

133. Na relevantním trhu v oblasti předpečeného a zamraženého pečiva působí ze spojujících se soutěžitelů pouze skupina AGROFERT prostřednictvím společnosti PROFROST, přičemž její tržní podíl v roce 2010 představoval cca **[25-35] %** celkových dodávek na uvedený relevantní trh. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů nedojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, nedojde tedy ani ke změně úrovně koncentrace na daném relevantním trhu.

134. Mezi nejvýznamnější konkurenty skupiny AGROFERT patří skupina La Lorraine, jejíž tržní podíl v roce 2010 činil přibližně 35-45 %, dále společnosti MELITES, spol. s r.o. a NOWACO Czech Republic s.r.o., jejichž tržní podíl v roce 2010 činil přibližně 5-15 %. Jak již bylo uvedeno, významný podíl na celkových dodávkách v této oblasti představují dovozy ze zahraničí (až 26% podíl), přičemž mezi nejvýznamnější subjekty zabývající se

⁴⁹ Viz velikost celkové spotřeby chleba, pšeničného a trvanlivého pečiva dle informací ČSÚ pro rok 2010.

dovozem daných produktů do České republiky patří především společnosti N.V.VAMIX a INTER-EUROPOL Piekarnia Szwajcarska.

IV.1.4 Struktura trhu v oblasti mlýnských výrobků

135. Na trhu v oblasti mlýnských výrobků bez dalšího členění působí ze spojujících se soutěžitelů pouze skupina AGROFERT, přičemž její tržní podíl v roce 2010 představoval cca **[15-25] %** celkových dodávek na uvedený relevantní trh. V důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů nedojde k přímému navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele.
136. Mezi nejvýznamnější konkurenty skupiny AGROFERT patří společnost UNIMILLS, a.s. s přibližně 15-25% podílem na trhu, společnost MILLBA s cca 5-15% podílem, MLÝN PERNER SVIJANY, spol. s r.o. s cca 5-15% podílem, Mlýny J. Voženílek, spol. s r.o. s cca 5-15% podílem, dále pak společnosti Europasta SE (0-5%), Mlýn Kojetín, spol. s r.o. (0-5%) a MALITAS s.r.o. (0-5%).
137. Pokud jde o subsegment mlýnských výrobků pro pekárenské účely, tržní podíl společnosti AGROFERT v tomto subsegmentu nepřekročil v roce 2010 hranici **[5-15] %**. Dodávky těchto produktů vyrobených skupinou AGROFERT soutěžitelům, kteří nejsou součástí této skupiny a působí na relevantních trzích v oblasti velkoobchodních dodávek pekárenských a cukrářských výrobků v roce 2010 představovaly cca *[...obchodní tajemství...]*% podíl na celkových dodávkách mlýnských výrobků pro pekárenské účely realizovaných skupinou AGROFERT, zbylých *[...obchodní tajemství...]* % představovaly dodávky v rámci skupiny AGROFERT.

IV.1.5 Hodnocení struktury relevantních trhů

138. Na základě výše uvedené analýzy koncentrace trhů dotčených spojením Úřad zjistil, že v případě relevantního trhu velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a relevantního trhu velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků by se po spojení jednalo o trhy koncentrované s rozdílem v hodnotě HHI výrazně převyšujícím hodnotu indikující velmi malý soutěžní dopad spojení na daný relevantní trh. U těchto dvou relevantních trhů míra koncentrace trhu i její změna v důsledku spojení poukazují na možný negativní dopad spojení na úroveň konkurence na trhu.
139. V případě relevantních trhů velkoobchodního prodeje ostatního čerstvého běžného pečiva, čerstvého cukrářského pečiva a trvanlivého sladkého pečiva je míra koncentrace trhu nízká, a s ohledem na další charakteristiky předmětných relevantních trhů nevzbuzuje tato míra koncentrace obavy z narušení hospodářské soutěže. Obdobně v důsledku posuzovaného spojení nedojde v případě relevantních trhů v oblasti velkoobchodního prodeje trvanlivého nesladkého pečiva, v oblasti mlýnských výrobků, v oblasti předpečených a zamražených výrobků ani v oblasti maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků vůbec ke změně ve struktuře těchto trhů. Z tohoto důvodu Úřad při svých dalších úvahách a analýzách dopadů na hospodářskou soutěž v důsledku případné realizace posuzovaného spojení soutěžitelů od uvedených relevantních trhů odhlédl a nadále se zabýval pouze relevantními trhy velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků.

IV.2 Hospodářská a finanční síla

140. Hospodářskou sílu lze obecně pojmut jako určitý souhrn konkurenčních výhod, kterými jednotliví soutěžitelé disponují. Příkladem faktoru zaručujícího neopominutelnou tržní sílu může být například vlastnictví či výhradní užívání zařízení (např. infrastrukturního) nezbytného pro působení na daném relevantním trhu (tzv. *essential facility*). Jednou z konkurenčních výhod pak může být zejména vyšší finanční síla jako vyjádření možnosti snadného přístupu k finančním zdrojům. Mezi základní kritéria hodnocení finanční síly pak patří výše investic, výše obratu, hodnota investičního a finančního majetku, rozsah výrobního portfolia a dosahovaná výše úspor z rozsahu.
141. Pokud jde o finanční a hospodářskou sílu spojujících se soutěžitelů, pak skupina AGROFERT je v rámci přinejmenším středoevropského regionu působící podnikatelskou skupinou s výrobními závody na území České republiky, Slovenské republiky, Spolkové republiky Německo, Polské republiky, jejíž celosvětový konsolidovaný obrat po vyloučení vnitropodnikových transakcí činil v roce 2010 více než 90 miliard Kč. Obrat společnosti EBH byl podstatně nižší, a to necelé 4 miliardy Kč, kdy jeho převážná část byla realizována na trhu v České republice.
142. Naproti tomu konkurenční subjekty působící na vymezených relevantních trzích, především v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků, dosahují výrazně nižších obrátů, a to maximálně v řádu stovek milionů Kč.
143. V důsledku realizace spojení dvou nejvýznamnějších výrobců pekárenských a cukrářských produktů by došlo k vytvoření pekárenského a cukrářského výrobce, který by disponoval hospodářskou silou nesrovnatelně vyšší než ostatní konkurenti působící na věcně vymezených relevantních trzích. Tuto pozici by mu negarantovala pouze výrazně vyšší finanční síla, ale i významná vertikální integrace spočívající v provázání činností chemicko-zemědělsko-potravinářského komplexu. Díky stupni vertikální integrace by spojením vzniklý soutěžitel měl na straně jedné snadnější přístup ke zdrojům, tj. mlýnským výrobkům, a na straně druhé by pak měl na úrovni velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků i výrazně silnější vyjednávací pozici ve vztahu k odběratelům (obchodním řetězcům), pro které představuje významného dodavatele i dalších produktů (např. spotřebitelské mouky či masných výrobků).
144. Vzhledem k tomu, že na vymezených relevantních trzích neexistuje jiný výrobce pekárenských a cukrářských produktů disponující srovnatelnou hospodářskou a finanční silou, lze tuto skutečnost považovat za významnou konkurenční výhodu spojujících se soutěžitelů oproti jejich konkurentům, která přispívá k posílení obav Úřadu z podstatného narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků na území České republiky.

IV.3 Vertikální integrace

145. Předmětné spojení soutěžitelů se vyznačuje především prvky horizontálního i vertikálního spojení, a s ohledem na široké výrobní portfolio skupiny AGROFERT pak i prvky spojení konglomerátního (tj. například ve vztahu k výrobě masných výrobků skupiny AGROFERT). Spojující se soutěžitelé jsou dva nejvýznamnější producenti

pekárenských a cukrářských výrobků v České republice. Zatímco společnost EBH je největší producent pekárenských a cukrářských výrobků, skupina AGROFERT představuje nejenom jejího nejvýznamnějšího a jak je vyvozeno níže i nejbližšího konkurenta, ale zároveň i významného soutěžitele na trzích předcházejících, jako je výroba mlýnských výrobků a výkup obilovin, a v neposlední řadě i maloobchodního prodejce pečiva dodávajícího konečným spotřebitelům. Skupina AGROFERT tedy část jí vyrobených nebo vykoupených obilovin zpracovává na mlýnské výrobky, jejichž velkou část následně zpracuje při výrobě pekárenských a cukrářských výrobků, které dodává nejen velkoobchodním odběratelům, tj. převážně obchodním řetězcům, ale také konečným spotřebitelům, a to prostřednictvím vlastní maloobchodní sítě prodejen. Obchodní řetězce tedy vystupují jak v pozici odběratelů, tak i konkurentů skupiny AGROFERT na maloobchodní úrovni prodeje pekárenských a cukrářských výrobků.

146. Porovná-li se celková vertikální a konglomerátní integrace a tržní postavení skupiny AGROFERT v zemědělském a potravinářském sektoru, jakožto spojením dotčené oblasti, pak lze konstatovat, že tyto ukazatele dosahují u skupiny AGROFERT nesrovnatelně vyšší úroveň než u konkurenčních soutěžitelů. Z konkurentů skupiny AGROFERT v oblasti výroby pekárenských a cukrářských výrobků je obdobným způsobem vertikálně integrována pouze společnost MILLBA, která však na trzích v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků dosahuje výrazně nižších tržních podílů než skupina AGROFERT.
147. Vzhledem k neexistenci obdobného subjektu působícího na dotčených relevantních trzích z oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků představuje vertikální integrace významnou konkurenční výhodu spojujících se soutěžitelů. Tato skutečnost přispívá k posílení obav Úřadu z podstatného narušení hospodářské soutěže na některých níže uvedených relevantních trzích.

IV.4 Překážky vstupu na trh

148. Významným faktorem pro posouzení toho, jaký prostor existuje na relevantních trzích pro realizaci nezávislého soutěžního chování, jsou bariéry vstupu na trh. Úřad zjišťuje, zda na relevantních trzích bariéry vstupu existují a jaký mají charakter, a současně hodnotí, jakým způsobem jsou tyto bariéry ovlivněny v důsledku posuzovaného spojení.
149. Nejčastějšími překážkami vstupu na trh jsou tzv. překážky právní, tedy omezení vyplývající z právních předpisů, která ztěžují vstup na relevantní trh. Může jimi být například nutnost disponovat určitými oprávněními k podnikání na relevantním trhu, jako je získání licence pro danou činnost, celní či množstevní omezení (tarifní a netarifní) při importu, povinná certifikace zboží, existence práv plynoucích z průmyslového a jiného duševního vlastnictví apod. Druhou skupinou překážek vstupu na trh jsou překážky hospodářské, kterými se obvykle rozumí náklady, které jsou se vstupem na relevantní trhy spojeny. Poslední skupinou překážek jsou bariéry vyplývající zejména z nedostupnosti technologie či know-how. Úřad se při posuzování spojení zabýval možností vstupů nových konkurentů na trh. V případě nedostatečných kapacit u současných výrobců pečiva by vstup nového subjektu mohl odrazovat spojující se strany od zvýšení svých cen.
150. Obdobně je třeba pro účely hodnocení dopadů spojení soutěžitelů posuzovat i možnosti rozšíření působení soutěžitelů již působících na dotčených trzích.

151. Dle zjištění Úřadu v oblasti výroby pekárenských a cukrářských výrobků nejsou žádné podstatné právní překážky vstupu, neboť podmínky působení soutěžitelů v této oblasti jsou upraveny obecně závaznými právními předpisy. Jedinou podstatnou podmínkou pro působení v uvedené oblasti je získání živnostenského oprávnění pro „pekařství a cukrářství“. Takovým živnostenským oprávněním disponují na území České republiky stovky subjektů.
152. Do kategorie ostatních překážek vstupů lze zařadit především náklady na vybudování vlastních výrobních a distribučních kapacit. Konkrétní množství financí závisí na konkrétní velikosti takových kapacit.
153. Dle vyjádření Svazu pekařů a cukrářů⁵⁰ by bylo vybudování nových výrobních kapacit časově a finančně náročné. Uvedení nové velkokapacitní (tj. o kapacitě 1,5 tuny/hod.) mechanizované linky na výrobu chleba do provozu je spojeno s finanční investicí cca 30 milionů Kč a dobou realizace okolo 9 měsíců. Srovnatelná finanční a časová náročnost je spojena s uvedením nové velkokapacitní výrobní linky (tj. o kapacitě 0,8 tun/hod.) pro rohlíky, housky a večky do provozu. Hodnota finanční investice spojená s takovou linkou je 25 mil. Kč s dobou realizace okolo 9 měsíců od rozhodnutí o výstavbě.⁵¹
154. Aby mohl být případný vstup na trhy v oblasti výroby a velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků považován za významný, měl by dle názoru Úřadu nově vstupující soutěžitel vyrábět široké portfolio pečiva (nejen chleba nebo rohlíky) a současně by svými velkoobchodními dodávkami měl pokrývat co největší území České republiky. Z toho vyplývá, že výše uvedené náklady na vybudování nových výrobních kapacit se tomu přímo úměrně navyšují. Rovněž tak potenciální konkurent musí počítat i s náklady na vybudování distribuční sítě, tj. náklady na přepravu výrobků do maloobchodních prodejen.⁵²
155. Mimoto pro vstup na relevantní trhy z oblasti výroby pekárenských a cukrářských výrobků není nezbytně nutno vlastnit žádná průmyslová práva ani práva duševního vlastnictví, ani být účastníkem platné licenční smlouvy k takovým právům. Pokud jde o výzkum a vývoj v této spojením dotčené oblasti, tento je důležitý zejména v oblasti přípravků a stabilizátorů na vylepšení a zkvalitnění parametrů mouky. Významný je však i výzkum v oblasti tekutých a suchých kvasů a jejich aplikace v jednotlivých výrobcích. Poslední dobou se výrobci zaměřují i na výzkum v oblasti zvyšování kvality finálních produktů, především v oblasti zvýšení vláknin a probiotických látek nebo výzkum nezbytný pro zavádění nových produktů na trh.
156. Pokud se jedná o bariéry mezinárodního obchodu čerstvými pekařskými a cukrářskými výrobky, pak tyto jsou zejména ekonomického rázu. S ohledem na potřebu dodávat tyto výrobky do distribučního kanálu (maloobchodních prodejen) i několikrát denně a s ohledem na relativně vysoké náklady na přepravu těchto výrobků pak dovoz čerstvých pekárenských a cukrářských výrobků představuje velmi malou část celkové spotřeby těchto produktů v České republice.
157. V souvislosti s překážkami vstupu nových či rozšíření působení stávajících konkurentů na spojením dotčené relevantní trhy lze rovněž poukázat na vyjádření Svazu pekařů

⁵⁰ Viz dopis Svazu pekařů a cukrářů ze dne 9. 1. 2012, list spisu č. 1205-1207.

⁵¹ Viz tamtéž.

⁵² Například společnost EBH využívá přibližně 550 vozidel pro přepravu pečiva.

a cukrářů, dle kterého jsou současné výrobní kapacity v oblasti výroby pečiva dostatečné, a nelze tedy očekávat jejich další rozšíření. V budoucnu naopak lze očekávat jejich snižování z důvodu konsolidace oboru, na kterém nebudou moci dlouhodobě působit řemeslné pekárny, které si nezískají konkurenční výhodu vysokou kvalitou a kvalitním zákaznickým servisem. Současně budou ohroženy i středně velké pekárny, které nebudou kooperovat v rámci obchodních uskupení.⁵³ Rovněž nelze dle vyjádření Svazu pekařů a cukrářů očekávat nové vstupy výrobců pekárenských výrobků za situace, kdy má celková spotřeba pekárenských výrobků stagnující charakter a pekárenský obor jako celek se vyznačuje nízkou rentabilitou či ztrátovostí.⁵⁴

158. Na základě výše uvedeného nelze dle Úřadu pravděpodobně očekávat dostatečně efektivní vstup nového subjektu na trh, popřípadě významné rozšiřování výrobních kapacit na trhu již působících výrobců pekárenských produktů, které by spojující soutěžitele odrazovaly například od zvýšení cen.
159. Výše uvedený závěr potvrzuje i skutečnost, že v období let 2007 – 2011 byl jediný podstatnější vstup na trh realizován založením společnosti Česká pekařská s.r.o. v roce 2008. Tato společnost však byla založena již dříve působícími výrobci pekárenských produktů, a to za účelem společných dodávek do obchodních řetězců. Proto ani tento vstup nelze hodnotit jako vstup nového významného soutěžitele na trh, neboť se jedná o faktické sdružení výrobců na trhu již dříve působících.

V. Posouzení dopadů spojení na hospodářskou soutěž

160. Ze shora uvedeného popisu činností spojujících se soutěžitelů na vymezených relevantních trzích vyplývá, že posuzované spojení má jak horizontální (spojení významných výrobců pekárenských a cukrářských produktů), tak i vertikální charakter (spojení výrobce mlýnských výrobků a výrobce pekárenských a cukrářských výrobků).

V.1 Posouzení dopadů spojení na hospodářskou soutěž v důsledku horizontálního překrytí činností spojujících se soutěžitelů

161. K narušení hospodářské soutěže v důsledku horizontálního spojení soutěžitelů na relevantních trzích může dojít i) odstraněním významných konkurenčních omezení pro jednoho nebo více soutěžitelů, což by následně mohlo posílit tržní sílu bez uchýlení se ke koordinovanému chování (tzv. nekoordinované účinky), nebo ii) takovou změnou povahy hospodářské soutěže, že soutěžitelé, kteří dříve nekoordinovali své chování, nyní budou s podstatně vyšší pravděpodobností koordinovat a zvyšovat ceny nebo jinak narušovat účinnou soutěž (spojení může rovněž usnadnit koordinaci, více ji stabilizovat a zefektivnit pro ty subjekty, které již koordinovaly – tzv. koordinované účinky).

V.1.1 Nekoordinované efekty

162. Nekoordinované (*unilaterální*) efekty nastávají v situaci, kdy je v důsledku spojení soutěžitelů odstraněn významný konkurenční tlak na jednu nebo více společností, které následně zvýší svou tržní sílu, aniž by docházelo mezi nimi ke koordinaci jednání. Pod

⁵³ Viz dopis Svazu pekařů a cukrářů ze dne 7. 11. 2011, list spisu č. 720.

⁵⁴ Viz prohlášení předsedy Svazu pekařů a cukrářů v článku „Pekaři věří, že je spásí hlad po kvalitě“ uveřejněném v časopise Moderní obchod 1-2/2011 předloženém ze strany účastníka řízení, list spisu č. 161-163.

nekoordinované efekty lze zahrnout jak vznik nebo posílení individuálního dominantního postavení, tak situaci, kdy by k narušení hospodářské soutěže na relevantním trhu došlo snížením konkurenčního tlaku, aniž by spojující se soutěžitelé získali dominantní postavení.

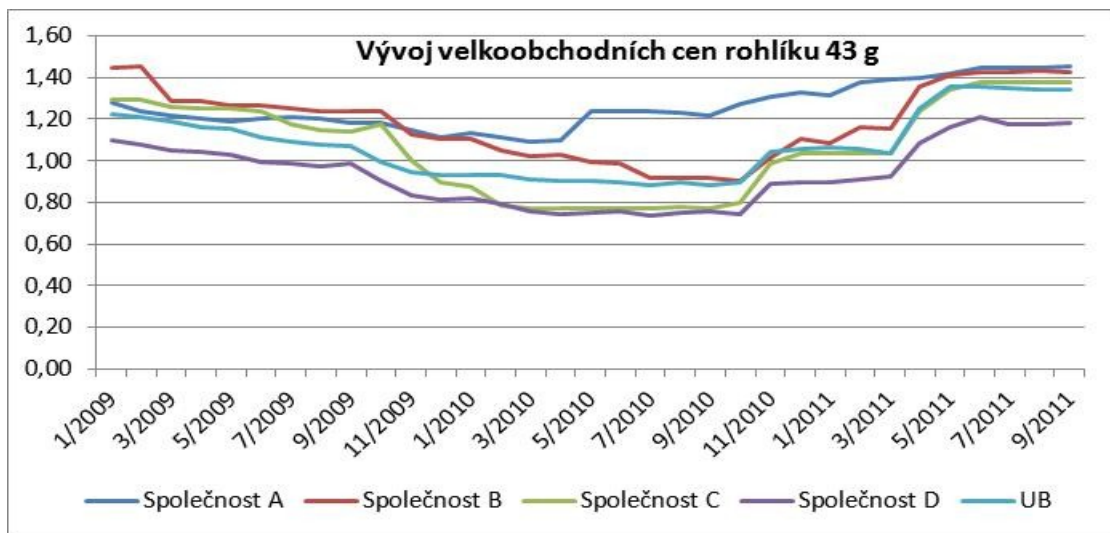
163. Prvním případem možných unilaterálních efektů je vznik individuálního dominantního nebo monopolního postavení nebo posílení individuálního dominantního postavení, kdy spojením vzniklý soutěžitel není po spojení vystaven buď žádné, nebo podstatné konkurenci. Takový soutěžitel disponuje takovou tržní silou, která mu umožňuje chovat se na trhu do značné míry nezávisle na ostatních soutěžitelích či spotřebitelích.
164. Druhým případem unilaterálních efektů je pak situace, kdy předmětné spojení soutěžitelů naruší hospodářskou soutěž na relevantních trzích snížením konkurenčního tlaku, aniž by spojující se soutěžitelé získali dominantní postavení.
165. V těchto případech je nezbytné zkoumat, (i) zda spojující se soutěžitelé jsou blízkými konkurenty na relevantních trzích, (ii) zda v případě zvýšení ceny produktů ze strany spojujících se soutěžitelů budou mít jejich odběratelé možnost přejít ke konkurentům, (iii) zda spojením vzniklý soutěžitel bude schopen bránit konkurenčním dodavatelům v rozšiřování jejich působení a (iv) zda v důsledku spojení dojde k odstranění významné konkurenční síly.

V.1.1.1 Tržní podíly spojujících se soutěžitelů a odstup jejich konkurentů

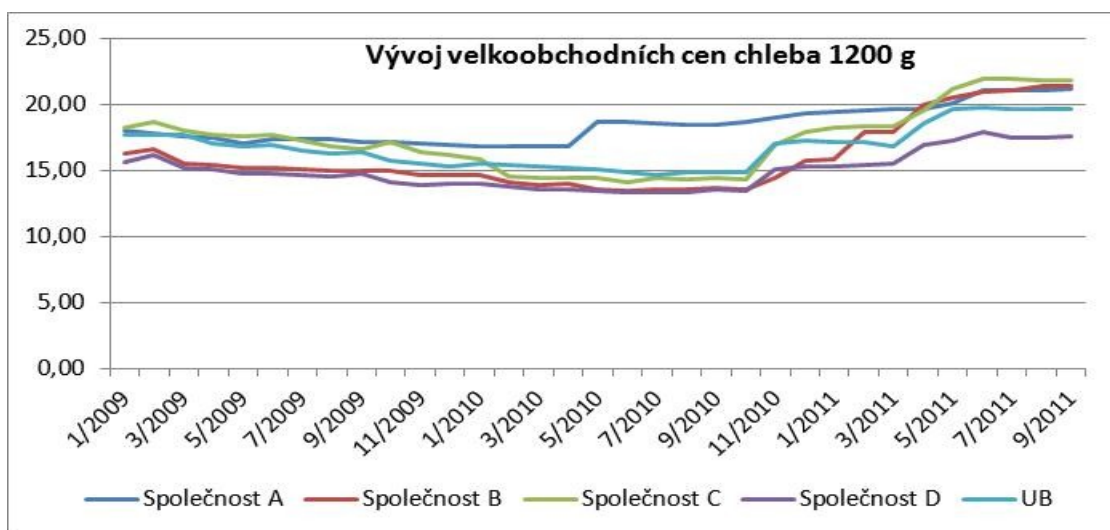
166. Navrhovaným spojením má dojít ke sloučení dvou největších výrobců chleba, chlebových výrobků a rohlíků (včetně housek), jejichž společný tržní podíl na příslušných relevantních trzích v roce 2010 činil na obou dotčených relevantních trzích cca [25-35] %.
167. Nejvýznamnějšími konkurenty spojujících se soutěžitelů jsou z pohledu tržních podílů Michelské pekárny s tržním podílem 0-5 %, další průmysloví výrobci pečiva či jejich odbytová sdružení s tržním podílem 0-5 % a drobné regionální pekárny s tržním podílem pod 0-5 %. Nejbližší konkurent by tak byl z hlediska objemu velkoobchodních dodávek pečiva cca [...obchodní tajemství...] menší a ostatní konkurenti cca [...obchodní tajemství...] menší než spojením vzniklý subjekt. Působení naprosté většiny konkurentů je navíc, narozdíl od spojujících se soutěžitelů, pouze regionální.
168. Z tržních podílů je patrný výrazný odstup spojujících se soutěžitelů od ostatních konkurentů. Po uskutečnění spojení by na trhu vznikl subjekt s největším tržním podílem a výrazným odstupem od ostatních konkurentů.
169. Hodnoty tržních podílů, odstupy dalších konkurentů a jejich omezené regionální působení indikují oslabení soutěže na trhu a možný vznik tržní struktury charakteristické dominantní firmou v postavení cenového vůdce s konkurenčním lemem. Tomu nasvědčují i odpovědi některých odběratelů, když někteří z nich považují za cenové vůdce v oblasti velkoobchodních dodávek pečiva skupinu AGROFERT a společnost EBH.
170. V této souvislosti Úřad provedl analýzu vývoje velkoobchodních cen pečiva na relevantních trzích čerstvého chleba a chlebových výrobků a čerstvých rohlíků, když porovnal cenový vývoj v měsíčním členění výrobků chléb Šumava (resp. chléb

konzumní) 1200 g a rohlíků 43 g⁵⁵ u prodejů společností EBH, Hradecká pekárna, PaC Náchod, NOPEK a PaC Klatovy.⁵⁶

171. Z provedeného šetření vyplynulo, že velkoobchodní prodej základního sortimentu pečiva je charakteristický tendencí ke konvergenci změn cen jednotlivých výrobců. Například vývoj velkoobchodní ceny chleba 1200 g a rohlíků 43 g (viz Graf 1 a Graf 2) ukazuje, že zvýšení cen proběhlo u všech výrobců ve stejný měsíc.



Graf 1 - Srovnání vývoje velkoobchodních cen výrobců u položky čerstvý rohlík 43 g⁵⁷



Graf 2 - Srovnání vývoje velkoobchodních cen výrobců u položky čerstvý chléb 1200 g⁵⁸

172. Obdobně cenovému následování na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových rohlíků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků odpovídá i hodnota cenové korelace mezi vývojem velkoobchodních cen čerstvého chleba a chlebových výrobků a čerstvých rohlíků jednotlivých konkurentů spojujících se

⁵⁵ Tyto výrobky představují nejprodávanější položky na předemných relevantních trzích.

⁵⁶ Úřad v této souvislosti nemohl porovnat obdobný cenový vývoj u skupiny AGROFERT a dalších výrobců, neboť tito nebyli schopni Úřadu předložit údaje v požadovaném členění a vývoj jimi uplatňovaných velkoobchodních cen předložili pouze v členění čtvrtletním.

⁵⁷ Konkrétní údaje o cenách jsou obchodním tajemstvím oslovených výrobců pečiva.

⁵⁸ Konkrétní údaje o cenách jsou obchodním tajemstvím oslovených výrobců pečiva.

soutěžitelů k vývoji velkoobchodních cen čerstvého chleba, chlebových výrobků a rohlíků společnosti EBH (viz Tabulka č. 5). V rámci hodnocení míry korelace mezi cenovým vývojem dvou výrobců určitého produktu platí pravidlo, že pokud hodnota korelace je rovna „1“, pak ceny těchto dvou výrobců se pohybují zcela shodně (např. ceny výrobků v určitý okamžik vzrostou o stejnou hodnotu vyjádřenou v procentech, tzn. cena obou výrobků poroste např. o 10 %), naopak pokud hodnota korelace je rovna hodnotě „-1“, pak vývoj cen těchto výrobků má opačný trend, tzn. zatímco cena jednoho z výrobků roste o 10 %, cena druhého výrobku o stejné procento klesá.

	Čerstvý chléb 1200 g	Čerstvý rohlík 43 g
společnost B	0,94	0,93
společnost D	0,99	0,99
společnost A	0,71	0,71
společnost C	0,98	0,95

Tabulka 5: Hodnota korelace vývoje velkoobchodních cen pekárenských produktů jednotlivých výrobců v porovnání s cenovým vývojem společnosti EBH

173. Z výše uvedené tabulky vyplývá, že cenový vývoj výše uvedených výrobců velkoobjemového pečiva je silně korelován a tudíž téměř shodný s vývojem velkoobchodních cen velkoobjemového pečiva společnosti EBH.

V.1.1.2 Blížkost konkurence

174. Při posuzování možných unilaterálních efektů se Úřad zabýval otázkou blízkosti konkurence spojujících se společností z pohledu jejich odběratelů. V této souvislosti Úřad posuzoval, do jaké míry jsou pro odběratele dodávky velkoobjemového sortimentu pečiva skupiny AGROFERT blízkou alternativou k dodávkám společnosti EBH a naopak. Obecně totiž platí, že jsou-li spojující se soutěžitelé blízkými konkurenty, je pravděpodobnost zvýšení velkoobchodní ceny vyšší ve srovnání se situací, kdy je pro dostatečný počet odběratelů alternativou k jedné ze společností jiný výrobce či výrobci čerstvého pečiva disponující dostatečnými kapacitami.
175. Úřad se při analýze zaměřil především na vnímání blízkosti spojujících se soutěžitelů a jejich konkurenčních nabídek ze strany obchodních řetězců. Obchodní řetězce totiž představují nejvýznamnější distribuční kanál pečiva na území České republiky.⁵⁹
176. S ohledem na skutečnost, že obchodní řetězce poptávají vysoký objem pečiva, je pro ně ekonomicky výhodné, aby toto odebíraly od menšího počtu dodavatelů, a to především s ohledem na transakční náklady na zajištění předmětných dodávek.⁶⁰ Z výše uvedeného vyplývá, že obchodní řetězce jsou tak při výběru svých dodavatelů výrazně orientovány na větší, tj. průmyslové výrobce. Naopak drobnější maloobchodní síť, popř. samostatné prodejny, které nepoptávají tak vysoký objem dodávek, jako obchodní řetězce, mají větší možnost odebírat dostatečný objem pečiva také od menších výrobců. Drobní maloobchodní prodejci také nevyžadují u svých odběratelů schopnost celorepublikového pokrytí dodávkami.

⁵⁹ Viz vyjádření Svazu pekařů a cukrářů ze dne 8. 11. 2011, který kvalifikovaně odhadl, že obchodní řetězce prodávají na území České republiky cca 65-70 % veškerého spotřebovaného pečiva (viz list spisu č. 722).

⁶⁰ Z odpovědí oslovených řetězců vyplývá, že u pěti z deseti obchodních řetězců (jež na výzvu Úřadu předmětnou otázku zodpověděly) představují dodávky od největšího či největších tří dodavatelů velkoobjemového pečiva více než [...obchodní tajemství...] % na jejich maloobchodním prodeji těchto produktů.

V.1.1.2.1 Podíl spojujících se soutěžitelů na dodávkách do obchodních řetězců

177. Hlavními dodavateli velkoobchodního pečiva (dle objemu dodávek) obchodních řetězců jsou společnosti PENAM, EBH a Michelské pekárny. Především tyto společnosti jsou schopny dodávat velké objemy čerstvého pečiva poptávané ze strany obchodních řetězců po celém území ČR. Spojující se soutěžitelé pak dodávají sedmi z deseti obchodních řetězců více než [...obchodní tajemství...] %⁶¹ z jejich maloobchodního prodeje chleba a chlebových výrobků, v případě rohlíků pak tento podíl spojující se soutěžitelé přesahují u šesti z deseti obchodních řetězců.⁶²
178. Současně se oba spojující se soutěžitelé téměř vždy vyskytují mezi pěti největšími dodavateli obchodních řetězců. Významný podíl velkoobchodních dodávek společností AGF a EBH na maloobchodních prodejkách obchodních řetězců potvrzuje zaměření spojujících se soutěžitelů na dodávky velkoobjemového pečiva do obchodních řetězců.
179. Mezi další významné velkoobchodní dodavatele čerstvého pečiva do obchodních řetězců patří společnosti MP Produkt a Česká pekařská, které ovšem dodávají do obchodních řetězců výrazně menší objemy ve srovnání se skupinou AGROFERT a společnostmi EBH a Michelské pekárny.

V.1.1.2.2 Alternativní dodavatelé pečiva obchodních řetězců dle vyjádření obchodních řetězců

180. Úřad se v souvislosti s posouzením konkurenční blízkosti spojujících se soutěžitelů dotazoval obchodních řetězců, jaké alternativní dodavatele ke skupině AGROFERT a EBH by oslovily (a v jakém pořadí) v případě, že by jim spojující se soutěžitelé přestali dodávat čerstvé pečivo.⁶³
181. Z odpovědí obchodních řetězců, jež Úřad obdržel, nevyplýval jednoznačný závěr o blízkosti konkurence spojujících se soutěžitelů. Dva z oslovených řetězců uvedly, že mezi tři nejbližší konkurenty k jednomu ze spojujících se soutěžitelů vůbec nenáleží druhý z nich. Naopak další dva z oslovených subjektů konstatovaly, že spojující se soutěžitelé považují za nejbližší konkurenty, jiné dva řetězce pak uvedly, že jeden ze spojujících se soutěžitelů představuje k druhému z nich hned druhou nejlepší variantu. Poslední z obchodních řetězců, jež se k této problematice vyjádřil, konstatoval, že pouze jednoho ze spojujících se soutěžitelů považuje za celonárodně působícího soutěžitele, tudíž výpadky jeho dodávek by musely být nahrazovány dodávkami lokálních pekáren. S ohledem na skutečnost, že tento poslední řetězec rovněž uvedl, že považuje za důležité mít celonárodně působícího dodavatele pekářských produktů, lze dle Úřadu předpokládat, že druhý spojující se soutěžitel by byl považován za jednu z nejbližších alternativ k prvnímu z nich, neboť ve skutečnosti je schopen, a taky tak činí, dodávat pekářské výrobky rovněž na celém území České republiky nebo alespoň na její podstatné části.
182. Jako případné alternativy ke spojujícím se soutěžitelům byly uvedeny zejména společnosti Michelské pekárny, dále pak společnost Česká pekařská, MILLBA, PaC Náchod, družstvo ČEMPEK a další.

⁶¹ U pěti řetězců dosahují dodávky chleba spojujících se soutěžitelů více než 60 % maloobchodního prodeje tohoto produktu, u dvou z nich dokonce více než 70 %.

⁶² U tří řetězců dosahují dodávky rohlíků spojujících se soutěžitelů více než 70 % maloobchodního prodeje tohoto produktu.

⁶³ K této otázce se Úřadu vyjádřilo pouze sedm z obchodních řetězců.

183. S ohledem na výše uvedené lze konstatovat, že spojující se soutěžitelé představují pro obchodní řetězce reálnou alternativu, pokud dojde k výpadku jedno z nich. Nicméně z odpovědí obchodních řetězců nebylo možno jednoznačně určit, zda nabídka společnosti EBH představuje pro obchodní řetězce případnou první volbu k náhradě výpadku dodávek skupiny AGROFERT a naopak. Z tohoto důvodu Úřad přistoupil i k analýze skutečně realizovaných změn ve struktuře dodavatelů pekárenských výrobků do obchodních řetězců.

V.1.1.2.3 Analýza přechodů odběratelů

184. Blízkost konkurence společností AGF, EBH a Michelské pekárny potvrdila i analýza přechodů obchodních řetězců mezi jejich velkoobchodními dodavateli. Při této analýze Úřad vycházel z významných změn dodavatelů obchodních řetězců uskutečněných v období 2008-2011.

185. V této souvislosti lze konstatovat, že trhy v oblasti velkoobchodních prodejů pekárenských výrobků, zejména pak chleba a rohlíků, jsou trhy relativně stabilní se spíše malými změnami v odběratelsko dodavatelských vztazích. Proto Úřad ve sledovaném období našel relativně málo případů, kdy některý z obchodních řetězců nahrazoval svého významného dodavatele.

186. Např. jeden z obchodních řetězců provedl v období 2008-2010 na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a čerstvých rohlíků a housek a ostatního čerstvého běžného pečiva změnu objemu dodávek mezi svými stávajícími dodavateli. Mezi roky 2008-2009 zvýšil uvedený řetězec odběr čerstvého pečiva od společnosti Michelské pekárny [...obchodní tajemství...] maloobchodních prodejů jednotlivých typů pekárenských produktů daného řetězce). V následujícím roce však došlo k poklesu velikosti dodávek všech typů čerstvého pečiva od společnosti Michelské pekárny danému řetězci, a to dokonce pod původní úroveň jeho dodávek v roce 2008. Naopak došlo ke zvýšení odběru především od druhého spojujícího se soutěžitele, dále pak i od prvního spojujícího se soutěžitele a dalšího dodavatele. Společnost Michelské pekárny tak dlouhodobě nenahradila dodávky od jednoho ze spojujících se soutěžitelů, naopak větší část dodávek jednoho spojujících se soutěžitelů danému obchodnímu řetězci byla nahrazena dodávkami od druhého z nich.

187. Další z obchodních řetězců v průběhu období 2008-2010 plně nahradil dodávky čerstvého chleba a chlebových výrobků [...obchodní tajemství...] maloobchodních prodejů čerstvého chleba daného řetězce).

188. Další změny dodavatelů pekárenských produktů obchodních řetězců již byly velmi malého rozsahu, kdy docházelo k nahrazení dodávek jednotlivých pekárenských produktů nepřesahujících 5 % z maloobchodních prodejů těchto produktů příslušnými řetězci. I v těchto prodejkách však lze vysledovat trend časté náhrady dodávek jednoho ze spojujících se soutěžitelů dodávkami druhého z nich.

189. Analýza uskutečněných významnějších přechodů mezi dodavateli obchodních řetězců indikuje, že za nejbližší konkurenty na trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a čerstvých rohlíků (včetně housek) jsou obchodními řetězci považovány skupina AGROFERT a společnost EBH.

V.1.1.2.4 Účast na výběrových řízeních vypsaných obchodními řetězci na dodávky pekárenských produktů

190. Úřad rovněž zkoumal blízkost konkurence spojujících se společností z pohledu jejich účasti na výběrových řízeních vypisovaných některými obchodními řetězci pro pokrytí dodávek části sortimentu pekárenských výrobků.
191. Úřad si z tohoto důvodu vyžádal údaje od odběratelů (obchodních řetězců) spojujících se soutěžitelů týkající se jednak informací, zda tito poptávají pekárenské výrobky formou výběrových řízení, a jednak informací o specifikaci případných výběrových řízení (předmět, objem dodávek, účastníci, kritéria a délka výběrových řízení).
192. Z údajů získaných Úřadem vyplývá, že výběrové řízení na dodávky čerstvých pekárenských produktů vypisuje pouze malá část obchodních řetězců. V případě, že obchodní řetězec poptává pekárenské výrobky formou výběrových řízení, spojující se soutěžitelé se často účastní stejných výběrových řízení či jsou jedinými dvěma účastníky výběrových řízení.
193. Pokud se týká výběrového řízení na dodávky čerstvého chleba, rohlíků či ostatního běžného pečiva, tak z odpovědí obchodních řetězců vyplynulo, že takové výběrové řízení vypsal pouze společnost Ahold, Makro a rovněž Lidl, který však Úřadu nepředložil statistiku výběrových řízení.
194. Například z informací jednoho z oslovených obchodních řetězců⁶⁴ vyplývá, že v roce 2009 poptával část pekárenských a cukrářských produktů prostřednictvím patnácti výběrových řízení, z nichž ale pouze osm se vztahovalo na dodávky čerstvého chleba a chlebových výrobků, rohlíků či ostatního běžného pečiva. Všech těchto výběrových řízení se účastnili [...obchodní tajemství...] spojující se soutěžitelé, když [...obchodní tajemství...] případech byla vítězem společnost EBH a [...obchodní tajemství...] případech skupina AGROFERT. Obdobně v roce 2010 vypsal tento obchodní řetězec třináct výběrových řízení, z nichž čtyři se vztahovala k dodávkám čerstvého chleba, rohlíků či ostatního běžného pečiva. [...obchodní tajemství...] výběrových řízení se účastnili [...obchodní tajemství...] spojující se soutěžitelé, [...obchodní tajemství...] případech za vítěze výběrového řízení byla vybrána skupina AGROFERT.
195. Druhý z oslovených obchodních řetězců pak v posledních letech vypsal tři výběrová řízení na dodávku pekárenských či cukrářských výrobků, jedno z těchto výběrových řízení se vztahovalo na dodávky čerstvého chleba a chlebových výrobků, rohlíků či ostatního běžného pečiva. Výběrového řízení se účastnili mj. i oba spojující se soutěžitelé, vítězem se stala [...obchodní tajemství...], nicméně její dodávky byly posléze nahrazeny dodávkami [...obchodní tajemství...].
196. Z výše uvedeného vyplývá, že výběrová řízení na dodávky čerstvých pekárenských produktů pořádaná obchodními řetězci jsou spíše výjimečná, nicméně pokud se konají, jsou spojující se soutěžitelé nejbližšími konkurenty a více méně jedinými skutečnými alternativami pro obchodní řetězce.
197. Na základě odpovědí oslovených odběratelů spojujících se soutěžitelů, analýzy přechodů mezi velkoobchodními dodavateli a účasti na výběrových řízeních, dospěl Úřad k závěru, že skupina AGROFERT a společnost EBH jsou nejbližšími konkurenty.

⁶⁴ Viz list spisu č. 1368.

V.1.1.3 Výrobní kapacity

198. Dále se Úřad zabýval otázkou volných výrobních kapacit na trhu, možností jejich expanze a možností vstupu konkurentů. Úřad především analyzoval, do jaké míry by volné kapacity konkurenčních výrobců pečiva mohly být alternativou pro odběratele (zejména obchodní řetězce) a nahradit dodávky spojením vzniklého subjektu v případě, že navýší své ceny. V případě, kdy by konkurenční výrobci disponovali dostatečně velkými volnými výrobními kapacitami, popř. mohli své kapacity relativně snadno navýšit, bylo by relativně snadné pro velkoobchodní odběratele spojujících se soutěžitelů přejít ke konkurenčním výrobcům pečiva.
199. Úřad na základě odpovědí od obchodních řetězců zjistil, že tito velkoobchodní odběratelé mají relativně snadnou možnost nahradit dodávky spojujících se stran v oblasti doplňkového sortimentu spadajícího do trhu ostatního čerstvého běžného pečiva a cukrářského pečiva. Tyto typy pečiva nevyžadují dodávky v objemech srovnatelných se základní nabídkou pečiva, a proto se na ně také zaměřují především regionální výrobci pečiva, resp. obchodní řetězce jsou ve značné míře schopny tyto produkty nahradit vlastní pekárenskou výrobou či rozpečením předpečeného a zamraženého pečiva.
200. Úřad se proto při analýze kapacit konkurentů zaměřil na analýzu kapacit pro výrobu základního sortimentu pečiva, který se vyznačuje vysokým objemem výroby a u něhož není snadné nahradit dodávky spojujících se soutěžitelů.
201. Nejprve Úřad zjišťoval velikost volných výrobních kapacit, kterými disponují největší konkurenti spojujících se soutěžitelů, ve srovnání s velikostí výroby skupiny AGROFERT a společnosti EBH.

V.1.1.3.1 Volné výrobní kapacity konkurentů

202. Dle sdělení Svazu pekařů a cukrářů se pro výrobu čerstvého chleba a chlebových výrobků používají jednoúčelové mechanizované výrobní linky, které neumožňují výrobu jiných kategorií pečiva. Stejně tak výroba rohlíků, housek a vek probíhá na samostatné lince.⁶⁵
203. Změny ve výrobě sortimentu pečiva v rámci jedné linky nejsou náročné, nicméně se snižuje teoretický kapacitní výkon linky s ohledem na nutnou technologickou přestávku spojenou s přechodem na jiný typ výrobku.
204. Velikost maximální celkové roční kapacity jednotlivých typů výrobních linek v rámci třísměnného provozu⁶⁶ popisuje Tabulka 6, přičemž srovnatelnými velkokapacitními mechanizovanými výrobními linkami disponují také spojující se soutěžitelé.

⁶⁵ Viz dopis Svazu pekařů a cukrářů ze dne 9. 1. 2012 (list spisu č. 1205).

⁶⁶ Viz tamtéž.

Kapacita výrobních linek	Hodinová kapacita (tuny) ⁶⁷	Max. doba chodu linky za den (hod.) ⁶⁸	Denní kapacita (tuny)	Roční kapacita (tuny)
chléb a chlebové výrobky	1,5	18	27,0	9 855
rohlíky a housky	0,8	16	12,8	4 670

Tabulka 6 – Kapacita výrobních linek – příklad

205. Maximální míra využití byla stanovena účastníkem řízení pro celkový denní chod výrobní linky v hodinách, a to pro výrobní linky pro čerstvý chléb 18 hod./den, pro čerstvé rohlíky a housky a ostatní běžné pečivo 16 hod./den a pro cukrářské pečivo 20 hod./den. Tyto hodnoty jsou v souladu s údaji o maximálním vytížení výrobních linek od Svazu pekařů a cukrářů (viz Tabulka 6).
206. Maximální roční výrobní kapacitu, míru využití kapacit a velikost volných výrobních kapacit účastníků řízení pro rok 2010 zobrazuje Tabulka 7.

	Roční kapacita (tuny)			Míra využití		Volná kapacita (tuny)		
	AGF	EBH	Celkem	AGF	EBH	AGF	EBH	Celkem
chléb a chlebové výrobky	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]
rohlíky a housky	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]
Čerstvé pečivo celkem	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]

Tabulka 7 – výrobní kapacity společností AGF a EBH a míra jejich využití

207. Ostatní soutěžitelé v oblasti výroby a prodeje pekařských výrobků disponují výrazně nižšími výrobními kapacitami ve srovnání s účastníky řízení, přičemž míra využití jejich kapacit je srovnatelná jako u spojujících se soutěžitelů. Maximální kapacity sedmi⁶⁹ největších konkurenčních výrobců pečiva zobrazuje Tabulka 8.

Výrobce	Kapacity (tis. tun)
NOPEK	[O.T.]
MILLBA	[O.T.]
ČEMPEK	[O.T.]
Michelské pekárny	[O.T.]
PaC Klatovy	[O.T.]
PaC Náchod	[O.T.]
Hradecká Pekárna	[O.T.]
Celkem	[O.T.]

Tabulka 8 – Výrobní kapacity největších konkurentů

⁶⁷ Výše hodinové výrobní kapacity průměrné výrobní linky byla stanovena na základě odhadu Podnikatelského svazu pekařů a cukrářů v České republice.

⁶⁸ Maximální doba chodu linky za den byla stanovena na základě vyjádření spojujících se soutěžitelů.

⁶⁹ Počet analyzovaných konkurentů Úřad volil především na základě dostupnosti dat. Současně z provedených analýz vyplynulo, že by zahrnutí vyššího počtu konkurentů nevedlo ke změně jejich závěrů.

208. Úřad získal informace o celkové velikosti maximálních kapacit konkurenčních výrobců pečiva, nicméně tyto informace nejsou dostupné v členění dle jednotlivých relevantních trhů. I z těchto informací je však zřejmé, že třetí největší výrobce pečiva (po spojujících se soutěžitelích) má pouze [...obchodní tajemství...] kapacity oproti druhému největšímu výrobcí, skupině AGROFERT. Současně tvoří kapacity třetího největšího výrobce pouze [...obchodní tajemství...] % společných výrobních kapacit spojením vzniklého subjektu. Výrobní kapacity sedmi největších konkurenčních výrobců pečiva představují pouze [...obchodní tajemství...] % souhrnných kapacit spojujících se soutěžitelů.
209. Úřad v dalším kroku odhadl velikost volných výrobních kapacit sedmi největších konkurentů na jednotlivých relevantních trzích. Za tímto účelem bylo nejdříve nutné zjistit míry využití jejich kapacit a určit objem těchto kapacity na jednotlivých relevantních trzích.
210. V případě míry využití kapacity konkurentů spojujících se subjektů vyšel Úřad ze stanoviska Svazu pekařů a cukrářů, který uvedl kvalifikovaný odhad míry využití výrobních kapacit členů svazu ve formě tzv. směnnosti, tj. počtu využitých hodin přepočtených na počet směn.⁷⁰ Úřad předpokládal osmihodinovou délku pracovní směny a přepočtem získal odhad míry využití kapacit konkurenčních výrobců pečiva. Maximální hodnotu hodinového vytížení jednotlivých typů linek určil Úřad na základě dat dodaných účastníkem řízení (viz odstavec 201). Míru využití kapacit konkurenčních výrobců pečiva na jednotlivých relevantních trzích zobrazuje Tabulka 9.

	Počet směn	Počet hodin	Max. doba chodu linky za den (hod.)	Míra využití výpočet
Chléb a chlebové výrobky	1,3	10,5	18	58 %
Rohlíky a housky	1,4	11,2	16	70 %

Tabulka 9 – míra využití výrobních kapacit členů Svazu pekařů a cukrářů

211. V souladu s tímto odhadem Úřadu je také odhad účastníka řízení, který předpokládá maximální míru využití kapacity pro všechny relevantní trhy pekárenských výrobků v rozsahu [...obchodní tajemství...] %.⁷¹ Tento odhad Úřadu rovněž potvrzují i informace od konkurentů spojujících se soutěžitelů, jež se k problematice využití výrobních kapacit vyjádřili.
212. Úřad dále odhadl objem volných kapacit sedmi největších konkurentů spojujících se stran. Souhrnné výrobní kapacity těchto společností Úřad rozdělil do jednotlivých relevantních trhů dle rozdělení výrobních kapacit spojujících se soutěžitelů. Následně pak dle předpokládaného využití těchto kapacit určil celkový objem volných kapacit sedmi největších konkurentů spojujících se stran. Rozdělení celkových kapacit do jednotlivých relevantních trhů velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků na celkový a volný objem výrobních kapacit sedmi největších konkurentů na zmiňovaných relevantních trzích ukazuje Tabulka 10.

⁷⁰ Členové Svazu pekařů a cukrářů disponují cca 30-35 % všech kapacit pekárenského oboru.

⁷¹ Viz dotazník k povolení spojení, část 7.1.3, list spisu č. 59.

Typ pečiva	Volné kapacity (v tis. tun)	Celkové kapacity (v tis. tun)	Podíl volných kapacit na celkových kapacitách
Chléb a chlebové výrobky	25,6	61	45 %
Rohlíky a housky	12,3	41	31 %

Tabulka 10 – volné kapacity sedmi největších konkurentů AGF a EBH

213. Tento odhad volných kapacit Úřad srovnával s velikostí dodávek spojujících se soutěžitelů do obchodních řetězců. Cílem tohoto kroku bylo zjistit, zda by obchodní řetězce měly možnost v případě zvýšení ceny dodávek pečiva ze strany spojujících se soutěžitelů získat dodávky pečiva od jiného konkurenčního výrobce či výrobců. Aby mohl alternativní dodavatel (či dodavatelé) nahradit dodávky velkoobjemového pečiva spojujících se soutěžitelů, musel by disponovat dostatečně velkými volnými výrobními kapacitami, popřípadě provést jejich rozšíření pořízením nové výrobní linky.
214. Objemy dodávek spojujících se soutěžitelů do obchodních řetězců na jednotlivých relevantních trzích uvádí Tabulka 11.⁷²

	čerstvý chléb a chleb. výrobky (tuny)	čerstvé rohlíky (tuny)	ostatní čerstvé běžné pečivo (tuny)	čerstvé cukrářské pečivo (tuny)	Celkem (tuny)
AGROFERT	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]
EBH	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]
Celkem	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]	[O.T.]

Tabulka 11 – Objem dodávek skupiny AGROFERT a společnosti EBH obchodním řetězcům v roce 2010

215. Ze srovnání volných výrobních kapacit sedmi největších konkurentů AGF a EBH (Tabulka 10) s celkovou velikostí velkoobchodních dodávek spojujících se soutěžitelů do obchodních řetězců (Tabulka 11) vyplývá, že nevyužité výrobní kapacity sedmi největších konkurentů spojujících se soutěžitelů jsou výrazně nižší než objem dodávek spojujících se stran do obchodních řetězců. V případě zvýšení cen ze strany spojením vzniklého subjektu by musely obchodní řetězce oslovit až několik desítek konkurentů skupiny AGROFERT a společnosti EBH pro získání srovnatelného objemu pečiva poptávaného od spojujících se stran.
216. Tento přechod od nejvýše dvou dodavatelů k několika desítkám menších alternativních dodavatelů by byl spojen s dodatečnými a nezanedbatelnými transakčními náklady. Současně je nutné poukázat na skutečnost, že by jednotliví alternativní dodavatelé nebyli schopni realizovat dodávky svého pečiva na celém území České republiky.
217. Výpočet volné kapacity konkurenčních soutěžitelů také vychází z předpokladu možnosti 100% vytížení výrobních linek. Tuto hodnotu lze považovat spíše pouze za teoretickou a vzhledem k časovým prodlevám při změně sortimentu a dalším technologickým ztrátám ji velmi pravděpodobně nelze dosáhnout. Skutečná náročnost přechodu by tak byla vyšší.

⁷² Vzhledem k povaze dodaných dat jsou v tabulce uvedeny odděleně dodávky rohlíků, které zahrnují pouze dodávky rohlíků 43 g, přičemž housky 43 g a 50 g jsou zahrnuty v ostatním běžném čerstvém pečivu. Housky 43 g a 50 g tvoří odhadem 20 % kategorie „ostatní čerstvé běžné pečivo + housky“.

218. Při výpočtu volných výrobních kapacit sedmi největších konkurentů na trhu Úřad použil poměr vycházející z rozdělení výrobních kapacit u spojujících se stran. Lze předpokládat, že skutečný podíl výroby směřující na relevantní trhy velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků a housek bude u ostatních soutěžitelů nižší, než u spojujících se soutěžitelů, kteří se specializují na velkokapacitní výrobu a dodávky základního sortimentu do obchodních řetězců. Skutečné volné kapacity sedmi největších konkurentů v oblasti základního sortimentu tak budou pravděpodobně nižší a skutečná náročnost obchodních řetězců na přechod k alternativním dodavatelům vyšší.

V.1.1.3.2 Možné rozšíření výrobních kapacit konkurentů spojujících se soutěžitelů

219. Náročnost na přechod k alternativnímu dodavateli čerstvého pečiva by se jeho odběratelům snížila v případě, kdy by ostatní výrobci pečiva byli schopni snadno rozšířit své výrobní kapacity na jednotlivých relevantních trzích. Úřad zkoumal, nakolik by rozšíření stávajících kapacit bylo finančně a časově náročné.

220. Nicméně s ohledem na finanční a časové náklady na vybudování nové velkokapacitní výrobní linky (viz kapitola IV.4 tohoto rozhodnutí) nelze očekávat výrazné rozšiřování stávajících výrobních kapacit konkurentů spojujících se soutěžitelů. Tento závěr Úřadu potvrdil i Svaz pekařů a cukrářů, který uvedl, že v budoucnu neočekává rozšiřování výrobních kapacit, naopak lze dle jeho názoru očekávat jejich snižování v důsledku konsolidace v oblasti pekárenské výroby.⁷³

V.1.1.4 Náklady obchodních řetězců na změnu dodavatele čerstvých pekárenských a cukrářských výrobků

221. Obtížnost nahrazení dodávek spojujících se stran do obchodních řetězců potvrzují také jimi uvedené informace o velikosti nákladů na přechod (tzv. *switching costs*). Ty v tomto případě představují transakční (především administrativní, finanční a časové) náklady spojené se změnou velkoobchodního dodavatele čerstvého pečiva.

222. V této souvislosti některé z oslovených obchodních řetězců Úřadu sdělily, že případná plná náhrada dodávek čerstvých pekárenských výrobků od spojujících se soutěžitelů by byla časově i finančně náročná (v tomto smyslu odpovědělo pět z deseti obchodních řetězců, jež se vyjádřily k této problematice), popř. v některých regionech i zcela nemožná (dva z výše zmiňovaných pěti obchodních řetězců).

223. Jeden z obchodních řetězců, jenž sdělil, že ke změně dodavatele je možno přistoupit v relativně velmi krátké době bez výrazně zvýšených nákladů, však současně konstatoval, že by nového dodavatele čerstvých pekárenských produktů začal hledat až za situace zvýšení velkoobchodní ceny těchto produktů o více než 5-10 % (tj. jako u tzv. SNIPP testu). Tato skutečnost tak indikuje možnou existenci významných transakčních nákladů spojených se změnou dodavatele dotčených produktů.

224. Z vyjádření obchodních řetězců je zřejmé, že existují relativně vysoké náklady spojené se změnou dodavatelů čerstvého pečiva, především pak náhradou dodávek spojujících se soutěžitelů. Vzhledem k nedostatečným volným kapacitám konkurentů a jejich velikosti by pro odběratele existovaly značné transakční náklady na přechod od

⁷³ Viz dopis ze dne 7. 11. 2011, list spisu č. 720.

spojením vzniklého subjektu při zvýšení jeho cen. Tyto náklady by dle Úřadu odběratelé pravděpodobně podstoupili až při větším zvýšení cen než o 5 až 10 %.

225. Úřad tak dospěl k závěru, že v případě malého, avšak významného a nepřechodného zvýšení ceny základního sortimentu pečiva (tzn. na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků) ze strany spojením vzniklého subjektu, by na trhu pro odběratele neexistovala dostatečná alternativa, která by spojením vzniklý subjekt od takového zvýšení ceny odrazovala. Tento závěr Úřad učinil zejména na základě vysokých nákladů na přechod, nedostatečných volných kapacit konkurenčních výrobců a obtížnosti jejich rozšíření a toho, že nelze očekávat dostatečně efektivní vstupy na trh.

V.1.1.5 Vyrovnávací kupní síla odběratelů spojujících se soutěžitelů

226. Úřad se ve svých analýzách zabýval rovněž otázkou existence vyrovnávací kupní síly velkoobchodních odběratelů čerstvého chleba, chlebových výrobků a rohlíků. Existence případné vyrovnávací kupní síly je pravděpodobná pouze u větších odběratelů, tzn. u obchodních řetězců, které jsou součástí nadnárodních korporací disponujících nepochybně přinejmenším obdobnou hospodářskou a finanční silou jako případný spojením vzniklý soutěžitel. Úřad se proto v analýze zaměřil na tyto subjekty. Případná vyrovnávací kupní síla obchodních řetězců by mohla snižovat pravděpodobnost unilaterálních účinků vyplývajících ze spojení, například by mohla odrazovat spojující se soutěžitele od případného navyšování velkoobchodních cen dotčených produktů.
227. Absenci vyrovnávací kupní síly indikuje analýza významu dodavatele a odběratele, tzn. srovnání velikosti dodávek a odběrů spojujících se stran do jednotlivých obchodních řetězců.
228. V této souvislosti Úřad zjišťoval poměr, jakým se jednotlivé obchodní řetězce podílejí na celkových dodávkách pekárenských a cukrářských produktů vyrobených spojujícími se soutěžiteli. Současně tyto údaje Úřad porovnával s podíly dodávek předmětného zboží spojujících se soutěžitelů na maloobchodním prodeji dotčených produktů jednotlivých obchodních řetězců.
229. Z provedeného porovnání pak Úřad zjistil, že jednotlivé obchodní řetězce jsou více závislé na odběrech čerstvých pekárenských produktů od spojujících se soutěžitelů než spojující se soutěžitelé na dodávkách těchto produktů jednotlivým obchodním řetězcům. Podíl dodávek spojujících se stran totiž tvoří mnohem vyšší podíl na celkových prodejkách řetězců, než jaký podíl představují odběry jednotlivých obchodních řetězců na celkové výrobě spojujících se stran.
230. V této souvislosti je rovněž vhodné poukázat na skutečnost, že pro obchodní řetězce je nezbytné mít ve své maloobchodní nabídce čerstvý chléb a chlebové výrobky či rohlíky, neboť tyto představují jednu ze základních položek obvyklého nákupu konečného spotřebitele.
231. Uvedené tak spíše nenasvědčuje existenci vyrovnávací kupní síly na straně velkoobchodní poptávky po velkoobjemovém pečivu.

232. Za účelem posouzení existence vyrovnávací kupní síly Úřad také analyzoval vývoj průměrných výrobních nákladů pro výrobu hlavních typů pečiva a porovnával je s vývojem průměrných velkoobchodních a maloobchodních cen těchto produktů.⁷⁴
233. Jak ukazují Tabulka 12 a Tabulka 13, průměrné náklady na výrobu všech typů pečiva se v předemném období zvyšovaly. Výrobní náklady chleba 1200 g vzrostly mezi roky 2009 a 2011 průměrně o 1,84 Kč a současně došlo k růstu průměrných velkoobchodních cen o 3,09 Kč. Obdobně rostly ve stejném období průměrné výrobní náklady malého chleba (tzn. váhy 500-600 g) o 1,34 Kč při růstu velkoobchodních cen o 1,50 Kč. V obou případech lze konstatovat, že se změna velkoobchodních nákladů plně promítla do zvýšení velkoobchodní ceny.

	chléb 1200 g			chléb 500-600 g		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Průměrná cena (Kč/ks)	16,67	15,64	19,76	9,70	9,40	11,20
Průměrné náklady (Kč/ks)	16,38	16,30	18,22	9,03	9,13	10,37

Tabulka 12 – vývoj nákladů a velkoobchodních cen chleba

234. Obdobný trend rostoucích výrobních nákladů a rostoucích velkoobchodních cen lze nalézt rovněž u rohlíků a housek. Průměrné výrobní náklady rohlíku 43 g vzrostly v období 2009-2011 o 0,20 Kč, zatímco průměrná velkoobchodní cena vzrostla o 0,11 Kč.

	rohlíky			housky 43 g			housky 50 g		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
průměrná cena (Kč/ks)	1,19	0,99	1,30	1,21	1,08	1,25	1,28	1,08	1,45
průměrné náklady (Kč/ks)	0,81	0,92	1,01	0,93	1,03	1,14	1,06	1,13	1,26

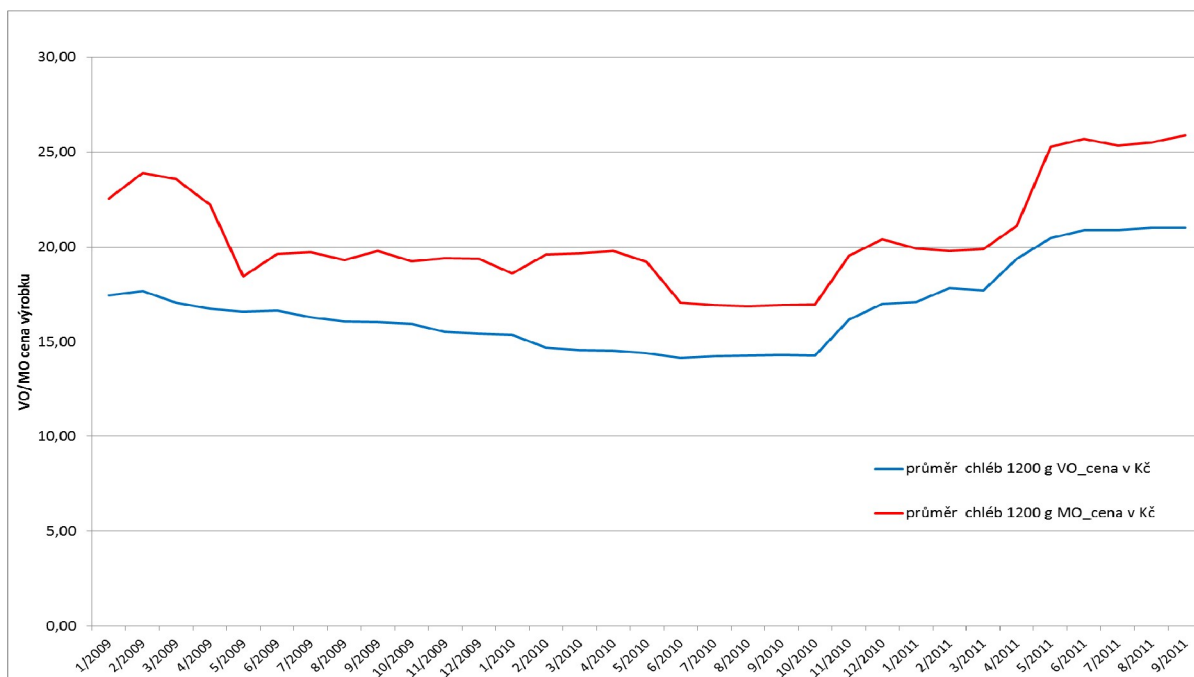
Tabulka 13 – vývoj nákladů a velkoobchodních cen rohlíků a housek

235. Na základě vývoje výrobních nákladů a velkoobchodních cen Úřad zjistil, že výrobci pečiva ve sledovaném období významně promítli růst výrobních nákladů do svých velkoobchodních cen, za které byly pekárenské výrobky prodávány do maloobchodní sítě.
236. Této skutečnosti nasvědčuje také Graf 3, ze kterého je patrné, že snižování maloobchodní ceny chleba 1200 g v období 6/2010 – 11/2010 nebylo provázeno snižováním velkoobchodní ceny stejného výrobku. V případě existence dostatečné vyrovnávací kupní síly ze strany obchodních řetězců by bylo možné očekávat, že snižování maloobchodních cen by bylo provázeno snižováním velkoobchodních cen a přinejmenším zachováním maloobchodní marže.
237. Obchodní řetězce tak dle Úřadu nedisponují dostatečnou vyrovnávací kupní silou, která by zabránila malému, avšak významnému a nepřechodnému zvýšení velkoobchodních cen pekárenských produktů spojujících se soutěžitelů. Také z tohoto důvodu se Úřad v dalším kroku zabýval dopadem navrhovaného spojení na spotřebitele a možným zvýšením spotřebitelských (maloobchodních) cen v důsledku spojení.

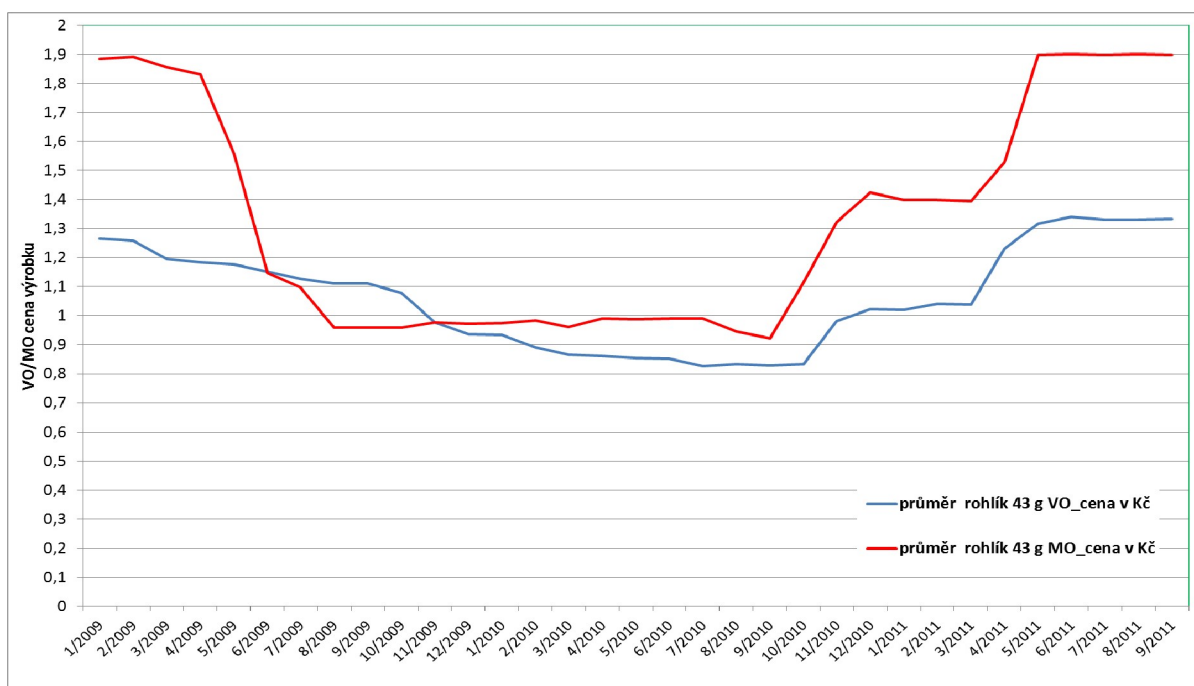
⁷⁴ Vzhledem ke kvalitě dostupných dat vycházel při této analýze Úřad z informací od společností EBH, Cukrárny a Pekárny Klatovy, Pekárny a Cukrárny Náchod a NOPEK.

V.1.1.6 Dopad na spotřebitele

238. Vzhledem k velkoobchodní povaze navrhovaného spojení se Úřad ve svých analýzách zabýval také přenosem případného zvýšení velkoobchodní ceny v důsledku unilaterálních efektů na maloobchod a na konečného spotřebitele.
239. Úřad v této souvislosti oslovil obchodní řetězce, které jsou odběrateli spojujících se soutěžitelů, s dotazem, zda a do jaké míry by se případné přerušení dodávek, popřípadě zvýšení velkoobchodních cen pečiva od spojujících se soutěžitelů promítlo do cen pro konečné spotřebitele. Většina z oslovených odběratelů (obchodních řetězců) uvedla, že by došlo k částečnému či plnému promítnutí zvýšení velkoobchodní ceny pekárenských produktů do maloobchodních cen pro konečné zákazníky (6 odpovědí z 10), dvě odpovědi následně navýšení maloobchodních cen nepotvrdily a dvě společnosti podmínily promítnutí zvýšení cen do cen pro konečné spotřebitele objektivním růstem vstupů pro výrobu pekárenských výrobků (růst cen surovin, energie a pohonných hmot) nebo tržním vývojem maloobchodních cen.
240. Uvedené závěry byly potvrzeny i srovnáním vývoje časových řad velkoobchodních cen pekárenských výrobků a maloobchodních cen pekárenských výrobků (obchodních řetězců). Úřad si v této souvislosti vyžádal jak údaje o cenách nejprodávanějších výrobků na jednotlivých relevantních trzích od výrobců pekárenských výrobků, tak údaje o maloobchodních cenách těchto výrobků od obchodních řetězců.
241. Jako příklad je možno uvést vývoj velkoobchodních cen na věcně relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků. Zatímco průměrná velkoobchodní cena čerstvého chleba 1200 g v lednu 2009 činila cca 17,45 Kč, v lednu 2010 byla tato cena stanovena na 15,36 Kč, v lednu 2011 na 17,09 Kč a v září 2011 na 21,00 Kč. Tomu odpovídala i maloobchodní cena tohoto produktu uplatňovaná obchodními řetězci, když v lednu 2009 tyto subjekty prodávaly chléb 1200 g za 22,56 Kč, v lednu 2010 za 18,60 Kč, v lednu 2011 za 19,90 Kč a v září 2011 za 25,88 Kč.
242. Obdobný trend sleduje i vývoj maloobchodní a velkoobchodní ceny čerstvých rohlíků 43 g. Zatímco průměrná velkoobchodní cena čerstvých rohlíků 43 g v lednu 2009 činila cca 1,27 Kč, v lednu 2010 byla tato cena stanovena na 0,93 Kč, v lednu 2011 na 1,02 Kč a v září 2011 na 1,33 Kč. Tomu odpovídala i maloobchodní cena tohoto produktu uplatňovaná obchodními řetězci, když v lednu 2009 prodávaly rohlík 43 g za 1,88 Kč, v lednu 2010 za 0,98 Kč, v lednu 2011 za 1,40 Kč v září 2011 za 1,90 Kč.



Graf č. 3 – Srovnání průměrného vývoje velkoobchodních a maloobchodních cen čerstvého chleba 1200 g



Graf č. 4 – Srovnání průměrného vývoje velkoobchodních a maloobchodních cen čerstvých rohlíků 43 g

243. Z výše uvedených Grafů č. 3 a 4 vyplývá, že vývoj maloobchodních cen čerstvého chleba 1200 g a čerstvých rohlíků 43 g, jako nejvýznamnějších položek velkoobjemového pečiva, velmi silně kopíruje vývoj velkoobchodních cen těchto produktů a nárůst velkoobchodní ceny pečiva je signifikantně přenášen na konečného zákazníka.
244. Z uvedeného je zřejmé, že obchodní řetězce by plně či alespoň z podstatné části promítly zvýšení velkoobchodních cen pekárenských produktů do svých maloobchodních cen pro konečného spotřebitele.
245. Na základě vyjádření obchodních řetězců o promítnutí případného zvýšení, velkoobchodních cen do maloobchodních cen a na základě skutečného vývoje

velkoobchodních a maloobchodních cen v letech 2008 až 2010 Úřad dospěl k závěru, že v případě zvýšení velkoobchodních cen v důsledku unilaterálních účinků spojení by zvýšení velkoobchodních cen bylo přeneseno do cen pro konečné spotřebitele.

V.1.1.7 Zhodnocení nekoordinovaných efektů

246. Z výše uvedených důvodů, zejména pak s ohledem na významné postavení spojujících se soutěžitelů na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků, výrazný odstup od postavení dalších na těchto trzích působících soutěžitelů, význam dodávek spojujících se soutěžitelů pro obchodní řetězce, jež představují nejvýznamnější distribuční kanál pekárenských a cukrárenských produktů v České republice, nedostatečné výrobní kapacity konkurentů spojujících se soutěžitelů, relativně vysoké náklady na podstatný vstup nových konkurentů či rozšíření kapacit stávajících konkurentů spojujících se soutěžitelů, nezbytnost pekárenských produktů pro konečného spotřebitele a absenci dostatečné vyrovnávací kupní síly odběratelů produktů spojujících se soutěžitelů, posuzované spojení soutěžitelů vzbuzuje vážné obavy z negativních účinků na hospodářskou soutěž na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků, a to z důvodu možných unilaterálních efektů spočívajících ve vzniku dominantního postavení se schopností negativně ovlivňovat hospodářskou soutěž na dotčených relevantních trzích.
247. Hlavní obavu z narušení hospodářské soutěže vzbuzuje zejména možnost úspěšného podstatného zdražení velkoobchodních cen pekárenských produktů, zejména pak velkoobjemového pečiva, jež by se podstatnou měrou promítlo i do konečných cen pro spotřebitele.

V.1.2 Koordinované efekty

248. V rámci možných koordinovaných efektů je třeba posoudit, zda předmětné spojení soutěžitelů nepovede k takové změně povahy hospodářské soutěže, kdy soutěžitelé, kteří dříve nekoordinovali své chování, budou s podstatně vyšší pravděpodobností své soutěžní chování koordinovat, což jim umožní zvyšovat ceny nebo jinak narušovat účinnou soutěž.
249. Úřad se tak zabýval analýzou faktorů zvyšujících pravděpodobnost vzniku negativních koordinovaných efektů vyplývajících z koncentrace na relevantních trzích, kde indikuje možné obavy z narušení hospodářské soutěže v důsledku posuzovaného spojení soutěžitelů. Obecně lze konstatovat, že spojení soutěžitelů na koncentrovaném trhu může významně poškodit účinnou hospodářskou soutěž, protože zvyšuje pravděpodobnost, že soutěžitelé budou schopni koordinovat své chování a zvyšovat ceny, a to dokonce bez uzavírání dohod. Obvykle totiž platí, že čím je hospodářské prostředí jednodušší, transparentnější a stabilnější, tím snadněji soutěžitelé dosahují společného chápání podmínek koordinace. Je například snadnější koordinovat malý počet hráčů než velký. Také lze snadněji koordinovat ceny jediného stejnorodého výrobku než ceny velkého množství různorodých výrobků. Snadnější je rovněž koordinace cen při relativně stabilní poptávce a dodavatelských podmínkách než v situaci, kdy se tyto faktory nepřetržitě mění. V této souvislosti může kolísající poptávka, značný růst postavení některých soutěžitelů na trhu nebo častý vstup nových soutěžitelů naznačovat, že situace není natolik stabilní, aby činila koordinaci

pravděpodobnou. Soutěžitelé dosáhnou koordinace snáze, je-li jejich postavení relativně symetrické, zejména pokud jde o strukturu nákladů, podíly na trhu, úroveň kapacit a úroveň vertikální integrace. Strukturální vazby, jako je vzájemné vlastnictví podílů nebo účast ve společných podnicích, mohou též napomáhat sjednocování pobídek koordinujících podniků. Lze tedy shrnout, že mezi faktory zvyšující pravděpodobnost koordinace chování soutěžitelů patří zejména symetrické tržní postavení, stabilní a neelastická poptávka, vysoká tržní transparentnost, produktová homogenita, obdobná struktura nákladů a rovněž existence strukturálních a smluvních vazeb mezi soutěžiteli na trhu. Uvedené faktory přispívají k interní stabilitě koordinace. Další faktory, které přispívají k externí stabilitě koordinace a zvyšují pravděpodobnost koordinace, jsou zejména existence vysokých bariér vstupu na trh, neexistence blízkých substitutů nebo nízká vyrovnávací kupní síla zákazníků.

250. S ohledem na výše uvedenou charakteristiku relevantních trhů v oblasti pekárenských produktů, zejména po uskutečnění navrhovaného spojení soutěžitelů, absolutní absenci symetrie tržních subjektů, a to jak z pohledu tržních podílů, struktury nákladů, úrovně výrobních kapacit či úrovně vertikální integrace, lze konstatovat, že obavy z narušení hospodářské soutěže z důvodu koordinovaných efektů by v tomto konkrétním případě nebyly podložené.

V.2 Posouzení dopadů spojení na hospodářskou soutěž v důsledku vertikálního propojení činností spojujících se soutěžitelů

251. Předmětné spojení soutěžitelů má rovněž i vertikální charakter, neboť skupina AGROFERT působí rovněž v oblasti výroby a velkoobchodního prodeje mlýnských produktů, včetně mouky pro pekařské účely, která je vertikálně předcházející trhům v oblasti výroby a velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských produktů.
252. Úřad proto zkoumal, zda posuzovaným spojením soutěžitelů dojde k podstatnému narušení hospodářské soutěže na trzích v oblastech velkoobchodního prodeje mlýnských produktů a velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků v České republice. Při tomto posouzení Úřad podpůrně přihlédl k pravidlům stanoveným v Pokynech pro posuzování nehorizontálních.
253. Vertikální spojení soutěžitelů může narušit hospodářskou soutěž na relevantním trhu jednak tzv. nekoordinovanými účinky, jednak tzv. koordinovanými účinky, které spočívají ve zvýšení pravděpodobnosti koordinovaného jednání mezi soutěžiteli činnými na daném relevantním trhu.
254. Posouzení možných koordinovaných účinků v důsledku spojení se řídí stejnými kritérii jak v případě spojení vertikální povahy, tak v případě spojení horizontální povahy. Úřad tak zde odkazuje na část V.1.2 tohoto rozhodnutí, kde byly tyto koordinované účinky zhodnoceny a kde byl jejich výskyt shledán nepravděpodobným.
255. Nekoordinované účinky mohou mít podobu především tzv. uzavření trhu, kdy spojení poskytne spojujícím se soutěžitelům schopnost a motiv k tomu, aby omezili či vyloučili přístup skutečných nebo potenciálních konkurentů buď (i) ke vstupům (*input foreclosure*), nebo (ii) k zákazníkům (*customer foreclosure*).
256. V případě uzavření přístupu ke vstupům (*input foreclosure*) vede spojení ke zvýšení nákladů konkurentů na vertikálně navazujícím trhu (*downstream market*) tím, že je jim omezen přístup k důležitému vstupu.

257. Uzavření přístupu k zákazníkům (*customer foreclosure*) znamená omezení přístupu konkurentů na vertikálně předcházejícím trhu (*upstream market*) k významné části zákazníků.

V.2.1 Uzavření přístupu ke vstupům

258. Úřad zkoumal, zda spojením vzniklý soutěžitel bude mít schopnost a motiv podstatným způsobem omezit nebo ztížit přístup subjektů konkurujících spojením vzniklému subjektu především na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků v České republice k dodávkám mouky pro pekárenskou výrobu a zda by takový postup mohl mít negativní dopad na hospodářskou soutěž na těchto trzích.

259. Úřad v průběhu svého šetření zjistil, že skupina AGROFERT disponuje na trhu velkoobchodního prodeje mlýnských produktů cca [15-25]% tržním podílem, v oblasti pekárenské mouky pak její podíl je výrazně nižší než [5-15] %, přičemž tento tržní podíl se v důsledku předmětného spojení nezvýší, neboť nabývaná společnost EBH na trhu velkoobchodního prodeje mlýnských produktů na území České republiky nepůsobí.

260. Naopak na trhu velkoobchodního prodeje mlýnských produktů (stejně tak i na části tohoto trhu představované velkoobchodním prodejem mouky pro pekárenské účely) působí na území České republiky významní konkurenti, jako například společnosti UNIMILLS, a.s., MILLBA, MLÝN PERNER SVIJANY, spol. s r.o., MLÝN J. VOŽENÍLEK, spol. s r.o. a další subjekty.

261. Lze tedy konstatovat, že výrobci pekárenských a cukrářských produktů v České republice tak budou mít i nadále možnost obracet při odběrech mlýnských produktů na tyto konkurenty skupiny AGROFERT, což ostatně ve svých vyjádřeních potvrdili všichni Úřadem oslovení výrobci pekárenských a cukrářských produktů.

262. Spojením vzniklý soutěžitel tak nebude mít schopnost uzavírat svým konkurentům na relevantních trzích v oblasti velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků přístup ke vstupům (velkoobchodním dodávkám mlýnských produktů). Taková strategie by pro něj nebyla zisková a ani by k takovému jednání neměl motiv.

263. Lze tak vyloučit, že předmětné spojení soutěžitelů povede k narušení hospodářské soutěže na zkoumaném trhu v důsledku omezení přístupu konkurentů spojujících se soutěžitelů ke vstupům.

V.2.2 Uzavření přístupu k zákazníkům

264. Úřad se zabýval rovněž posouzením případného narušení hospodářské soutěže v důsledku uzavření přístupu skupině AGROFERT konkurujícím velkoobchodním prodejčům (výrobčům) mlýnských produktů k zákazníkům, tj. výrobčům pekárenských a cukrářských produktů. V této souvislosti Úřad zkoumal, zda spojením vzniklý subjekt bude mít schopnost a motiv omezit konkurenční výrobce, respektive velkoobchodní prodejce, mlýnských produktů v jejich dodávkách těchto produktů pekařům a cukrářům v České republice a zda by takový postup mohl mít negativní dopad na hospodářskou soutěž.

265. V první řadě je třeba uvést, že přestože skupina AGROFERT je významným výrobcem mlýnských produktů, tak po uskutečnění posuzovaného spojení soutěžitelů nebude schopna zcela, ale ani z podstatné části pokrýt celou svou potřebu mlýnských produktů

z vlastních zdrojů. Pokud by skupina AGROFERT chtěla zvýšit dodávky mlýnských produktů v rámci své podnikatelské skupiny (již nyní skupina AGROFERT více než [...obchodní tajemství...] % své produkce pekárenské mouky spotřebovává pro účely vlastní pekárenské a cukrářské produkce), musela by tak učinit, s ohledem na relativně malou výši své vlastní volné mlýnské výrobní kapacity, na úkor dodávek nezávislým subjektům, jež v současné době od společnosti PENAM mlýnské produkty odebírají. Tyto třetí subjekty by pak ale naopak měly možnost a musely se obrátit na ostatní výrobce mlýnských produktů.

266. Lze tak vyloučit, že předmětné spojení soutěžitelů povede k narušení hospodářské soutěže v důsledku omezení přístupu konkurenčních producentů mlýnských výrobků k zákazníkům z řad pekařů a cukrářů, jež by mělo za následek podstatné narušení hospodářské soutěže na území České republiky. Uvedenou skutečnost potvrdili téměř všichni výrobci mlýnských produktů.

VI. Námitky účastníka řízení a vyjádření Úřadu

267. V reakci na Oznámení Úřadu o pokračování v řízení a následně na Sdělení výhrad účastník řízení rozporoval některé závěry Úřadu.
268. Především účastník řízení namítal, že Úřad vycházel z nesprávné definice relevantních trhů, která je dle účastníka řízení v rozporu nejen se skutečným stavem věci, ale i se současnou rozhodovací praxí Úřadu.
269. Účastník řízení je totiž přesvědčen, že v této oblasti nedošlo v posledních letech k takovým zásadním změnám, které by odklon Úřadu od předešlé praxe odůvodňovaly. Důkazem je podle účastníka řízení skutečnost, že Úřad sice na jedné straně uvádí jako jeden z důvodů pro změnu své dosavadní praxe vstup obchodních řetězců do oblasti výroby uvedených produktů, na straně druhé však údajně přistoupil na takovou definici relevantních trhů (tj. velkoobchodní úroveň dodávek pečiva), které dle názoru účastníka řízení obchodní řetězce jakožto výrobce pekárenských produktů uměle vylučují z pozice konkurentů spojujících se soutěžitelů. V souvislosti s dopékáním pečiva, coby dalším důvodem pro odklon od předchozí praxe Úřadu, není účastníkovi řízení jasné, jakým způsobem se tato skutečnost promítla do způsobu vymezení relevantních trhů. Účastník řízení má za to, že navzdory vymezení samostatného relevantního trhu předpečeného a zamraženého pečiva, tento druh pečiva posiluje postavení obchodních řetězců coby konkurentů spojujících se soutěžitelů, když sám Úřad dovodil, že dopečené pečivo je z pohledu konečných spotřebitelů zaměnitelné s pečivem čerstvým.
270. Pokud jde o zmíněné rozdělení relevantních trhů v oblasti výroby pekárenských a cukrářských výrobků na velkoobchodní a maloobchodní úroveň, jedná se podle názoru účastníka řízení o umělé vyčlenění obchodních řetězců coby významných výrobců pekárenských a cukrářských produktů a tedy konkurentů spojujících se soutěžitelů z posuzovaných relevantních trhů, které nemá v praxi Úřadu obdoby.
271. Účastník řízení považuje oba hlavní důvody odklonu od dosavadní praxe, které byly Úřadem v jeho Sdělení výhrad zmíněny, za nesprávné.
272. Pokud jde o ukončení vlastního maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských produktů u řady výrobců těchto produktů, účastník řízení má za to, že

- pak by trh velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských produktů měl zahrnovat pouze výrobce, kteří nedistribuuji žádnou (byť minimální) část své produkce prostřednictvím vlastní maloobchodní sítě. Pokud jde o argument, který Úřad rovněž použil při zdůvodnění svého odklonu od dosavadní praxe, tj. vstup obchodních řetězců na trh výroby pekárenských a cukrářských produktů, účastník řízení považuje tyto subjekty za plnohodnotné konkurenty spojujících se soutěžitelů. Účastník řízení pak považuje za nesprávný postup Úřadu spočívající v odlišení maloobchodní a velkoobchodní úrovně prodeje uvedených produktů, v jehož důsledku dojde k umělému vyjmutí těchto konkurentů spojujících se soutěžitelů z velkoobchodní úrovně prodeje.
273. V souvislosti s odlišením velkoobchodní a maloobchodní úrovně relevantních trhů při jejich vymezení Úřad již v průběhu řízení účastníkovi řízení sdělil, že oproti předchozí rozhodovací praxi se podmínky na trhu v oblasti výroby a prodeje pekárenských a cukrářských produktů změnily. Jak předeslal účastník řízení, Úřad přihlédl ke dvěma zásadním aspektům vývoje v dané oblasti. Jednak došlo ke zvýšení podílu prodeje pekárenských a cukrářských produktů prostřednictvím obchodních řetězců a rovněž ke zvýšení podílu jejich vlastní výroby (ať už ve formě dopeku či čerstvého pečiva) daných produktů. Současně zaznamenal určitou tendenci v chování výrobců pekárenských a cukrářských produktů, z nichž někteří ukončili vlastní maloobchodní prodej jimi vyrobeného pečiva.
274. V důsledku nastalého stavu došlo k prohloubení vnímání rozdílu mezi maloobchodní úrovní prodeje pekárenských a cukrářských výrobků konečnému zákazníkovi, na niž upevnily svoje postavení obchodní řetězce, a velkoobchodní úrovní prodeje těchto produktů, na které vystupují v pozici odběratelů maloobchodní prodejci, tedy především obchodní řetězce.
275. Účastník řízení rovněž nesouhlasí s vymezením samostatného relevantního trhu čerstvých rohlíků, který nebyl v rozhodovací praxi dosud vymezen a navíc je dle účastníka řízení obtížně zdůvodnitelný, neboť tento trh je z hlediska spotřebitele zcela zaměnitelný s trhem ostatního čerstvého pečiva, například s houskami.
276. V této souvislosti účastník řízení rovněž poukázal na způsob pokládání otázek pro Úřadem oslovené třetí subjekty, neboť v jeho důsledku údajně nemohlo ze strany oslovených subjektů dojít ke zpochybnění členění nezastupitelných druhů pečiva provedeného Úřadem již na samotném počátku průzkumu trhu. Na podporu svého tvrzení účastník řízení uvedl, že Svaz pekařů a cukrářů ve svém stanovisku mimo jiné Úřadu sdělil, že v sortimentu rohlíků existuje s ohledem na různou hmotnost, tvar, surovinové složení apod. velká variabilita a že kategorii „čerstvý rohlík“ neeviduje ani ČSÚ ve svých sledováních.
277. K námitce účastníka řízení směřující k údajně nesprávnému vymezení samostatného relevantního trhu velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků lze uvést to, že kromě ekonomické korelační analýzy je tento závěr Úřadu podložen i názory většiny oslovených obchodních řetězců, přičemž právě na základě sdělení oslovených odběratelů Úřad začal prověřovat i to, zda lze do tohoto relevantního trhu zahrnout rovněž housky, což následně potvrdila zmíněná korelační analýza.
278. Pokud jde o další argument účastníka řízení o sugestivnosti otázek Úřadu, v této souvislosti sehrává důležitou roli fakt, že i přes tvrzení účastníka řízení některé

oslovené subjekty navrhovaly vymezit relevantní trhy odlišným způsobem, než jaký zmiňoval ve svých výzvách Úřad. Nicméně faktem je, že jimi navrhované způsoby vymezení nevycházely z kriteria zastupitelnosti, která je při vymezování relevantních trhů rozhodující, ale spíše byly založeny na vnímání kategorizace statistické evidence, například pro potřeby ČSÚ.

279. Pokud jde o námitky týkající se způsobu vymezování relevantních trhů, je rovněž nezbytné zdůraznit, že účastníkem řízení zmiňovaná rozhodovací praxe Úřadu je představována rozhodnutími z roku 2006 či z doby dřívější.⁷⁵ Mimoto je nezbytné zdůraznit, že se jednalo o taková spojení soutěžitelů, u nichž by se hodnocení dopadů na hospodářskou soutěž nelišilo ať už by byly relevantní trhy vymezeny tím či oním způsobem.
280. Účastník řízení dále uvedl svoje připomínky i k při vymezování relevantních trhů provedené korelační cenové analýze. Dle účastníka řízení Úřad použil nesprávný výběr pekárenských výrobků pro účely této analýzy, když do analýzy nezařadil dostatečný počet pekárenských výrobků spadajících do kategorie čerstvého běžného pečiva. Dále má účastník řízení za to, že Úřad nezohlednil inflaci, která má vliv na růst spotřebitelských cen a výsledky korelace tak zkresluje.
281. Chyby se Úřad dle účastníka řízení dopustil rovněž tím, že nesprávně vyhodnotil výsledky provedené korelační analýzy. V této souvislosti účastník řízení upozornil na to, že Evropská komise ve své rozhodovací praxi považuje výsledné hodnoty korelační analýzy nepřesahující hodnotu 0,65 za nedostatečné k tomu, aby bylo na jejich základě učinit závěr o tom, že posuzované výrobky tvoří jeden relevantní trh.
282. Ke shora uvedenému lze konstatovat, že Úřad při výběru pekárenských výrobků zařazených do cenově-korelační analýzy bral v potaz především velikost objemu výroby jednotlivých typů pečiva.
283. Úřad vyšel z vyjádření odběratelů, tj. obchodních řetězců, na základě kterých identifikoval existenci specifické skupiny pečiva označované jako tzv. základní sortiment. Pečivo této kategorie se vyznačuje velkým objemem výroby, požadavkem na čerstvost a obtížnou nahraditelností (ze strany odběratelů) velkoobchodních dodávek (například pomocí dopékání pečiva v prodejnách obchodních řetězců anebo odběrem od lokálních výrobců pečiva). Úřad dále zejména na základě produktových charakteristik a vyjádření obchodních řetězců i účastníka řízení rozčlenil výrobky základního sortimentu pečiva do samostatných relevantních trhů, a to i) čerstvý chléb a chlebové výrobky a ii) čerstvé rohlíky.
284. V případě rohlíků Úřad měl určité pochybnosti o tom, zda mohou některé další typy pečiva s obdobnými produktovými charakteristikami představovat substitut k rohlíku 43 g. Vzhledem k velkým objemům výroby rohlíků, vysokým výrobním kapacitám a charakteru distribuční sítě, Úřad musel za případné substituty k rohlíku 43 g považovat především produkty, které jsou vyráběny v relativně velkém objemu.
285. Do cenově-korelační analýzy tak kromě rohlíku 43 g Úřad zařadil čtyři nejvíce vyráběné typy pekárenských a cukrářských výrobků spadajících do kategorie označované jako

⁷⁵ Například rozhodnutí S 31/04 *Bakeries International Luxembourg/DELTA PEKÁRNY* nebo S 55/05 *Bakeries International Luxembourg/United Bakeries Luxembourg*.

- „běžné pečivo“. Jedná se o housku 43 g, housku 50 g, věku 360 g a rohlík graham. Tyto produkty mají navíc i blízké produktové charakteristiky jako zmiňovaný rohlík 43 g.
286. Výsledky cenově-korelační analýzy pak indikují existenci substituce housek s rohlíkem 43 g. I na základě výsledků cenově-korelační analýzy tak Úřad uvedenou výrobku zařadil do téhož relevantního trhu. Naopak výsledky cenově-korelační analýzy nenasvědčovaly zaměnitelnosti rohlíků a dalších zkoumaných typů pečiva. Úřad proto tyto výrobky zařadil do relevantního trhu zahrnujícího ostatní čerstvé běžné pečivo.
287. Co se týče účastníkem řízení namítaného nepromítnutí inflace do korelační analýzy, Úřad uvádí následující. Za účelem zohlednění společných vlivů obsažených v časových řadách vývoje cen Úřad provedl korelační analýzu jak nominálního vývoje cen, tak prvních diferencí těchto časových řad. Převodem časových řad na první diference bylo dosaženo očištění od společných vlivů, které mohou vývoj časových řad ovlivňovat (tj. vývoj cen vstupů, inflace apod.). Provedením cenově-korelační analýzy prvních diferencí časových řad tedy Úřad zohlednil jak společný vliv cen vstupů, tak i možné inflační trendy obsažené v použitých datech.
288. Účastník řízení dále namítal, že velikosti korelačních koeficientů nedosahují dostatečné výše (a to nejméně 0,65), která by byla srovnatelná s rozhodovací praxí Evropské Komise.
289. Úřad v této souvislosti podotýká, že absolutní hodnota korelačního koeficientu je stěžejním faktorem pro zařazení produktu do stejného relevantního trhu především v případech, kdy není možné provést tzv. test srovnatelnosti (viz dále). Přitom hodnotu korelačního koeficientu, kterou by byla stanovena dostatečnost konkurenčního tlaku mezi výrobky k tomu, aby byly zařazeny do téhož relevantního trhu, nelze určit arbitrárně a případně paušalizovat pro všechny relevantní trhy. Pro ověření dostatečnosti korelace cen je proto v praxi obvykle používán zmiňovaný test srovnatelnosti (*comparability test*).⁷⁶
290. Jeho podstatou je stanovení srovnávací hodnoty (*benchmark*) korelačního koeficientu, na základě které lze určit výrobky, jež lze zařadit do téhož relevantního trhu. Samotná srovnávací hodnota je určena korelačním koeficientem vývoje cen produktů, které jsou zcela jistě substituty a jsou součástí jednoho relevantního trhu. Úřad jako srovnávací hodnotu zvolil průměrný korelační koeficient ceny rohlíku 43 g od různých výrobců.
291. Porovnáním zvolené srovnávací hodnoty korelačního koeficientu a vypočtených korelačních koeficientů cen zkoumaných produktů, které jsou potenciálními substituty, je možné dospět k závěru o vymezení relevantního trhu. Pokud je vypočítaná hodnota korelačního koeficientu vyšší než srovnávací hodnota, cenově-korelační analýza nasvědčuje tomu, že jsou výrobky součástí společného relevantního trhu. V opačném případě cenově-korelační analýza neindikuje, že jsou zkoumané produkty součástí téhož relevantního trhu. Ani v takovém případě však nelze automaticky konstatovat existenci separátních relevantních trhů a je potřeba posuzovat další faktory.
292. Úřad zkoumal jak korelace nominálních časových řad, tak korelace mezi jejich prvními diferencemi. V obou případech Úřad spočítal samostatnou srovnávací hodnotu korelačního koeficientu.

⁷⁶ Viz například rozhodnutí Evropské komise M.190 *Nestlé/Perrier* nebo M.4513 *Arjowiggins/M-real Zanders Reflex*.

293. Vypočítané korelační koeficienty prvních diferencí časových řad jsou vzhledem k použité transformaci zdrojových dat očištěny o společné vlivy, dosažené hodnoty korelace tak nejsou nadhodnocovány trendovou složkou a výsledná hodnota korelačního koeficientu je tak relativně nižší.
294. V případě korelační analýzy provedené v rozhodnutí Evropské komise, na které odkazuje účastník řízení,⁷⁷ nebyl použit test srovnatelnosti a byla provedena korelace nominálních časových řad. V takovém případě má absolutní hodnota korelačního koeficientu stěžejní význam. Ve zmíněném rozhodnutí Evropské komise byla korelační analýza doplněna kointegračními testy. Úřad vzhledem k možnosti výpočtu vhodné srovnávací hodnoty korelačního koeficientu v rámci tohoto šetření přistoupil k použití testu srovnatelnosti. V takovém případě je důležitá nejen vypočtená hodnota korelačního koeficientu sama o sobě, ale i její porovnání se srovnávací hodnotou (*benchmark*) korelačního koeficientu.
295. Další okruh argumentů účastníka řízení se zaměřuje na posouzení struktury předmětných relevantních trhů a dopadů spojení na hospodářskou soutěž. Především účastník řízení opětovně poukázal na nepřesnosti při stanovování celkové velikosti relevantních trhů. Podle jeho názoru nebyla řádně zohledněna výroba pekárenských a cukrářských výrobků ze strany obchodních řetězců, které, jak tvrdí, jsou jeho konkurenty. Dalšího pochybení se Úřad měl dopustit při odečtu velikosti produkce výrobců pečiva prodávané prostřednictvím jejich vlastní maloobchodní sítě. Účastník řízení namítl, že Úřad použil střední hodnotu (tj. 12,5 %) namísto nejnižší možné hodnoty, což učinil ve svém Oznámení o pokračování v řízení (10 %). Účastník řízení je přesvědčen, že použitý údaj je v rozporu s reálnými podmínkami na trhu a také s předchozí praxí Úřadu.
296. Ve vztahu k námitce účastníka řízení týkající se údajného nezohlednění objemu výroby pekárenských a cukrářských výrobků ze strany obchodních řetězců ve struktuře a velikosti předmětných relevantních trhů a rozporu s předchozí rozhodovací praxí Úřadu, lze konstatovat následující.
297. Stanovení celkové velikosti jednotlivých relevantních trhů závisí na konkrétní definici věcně relevantních trhů. Úřad se v posuzovaném případě zabývá strukturou relevantních trhů a hodnocením možných dopadů posuzovaného spojení v oblasti jak velkoobchodních, tak i maloobchodních dodávek pekárenských a cukrářských výrobků a tomuto členění proto musí odpovídat i postup stanovování celkové velikosti daných relevantních trhů.
298. K samostatnému zkoumání možných dopadů spojení na úrovni velkoobchodních a maloobchodních dodávek a definování jednotlivých produktových trhů na obou úrovních vertikální struktury Úřad přikročil rovněž s ohledem na vývoj trendů v oblasti výroby i spotřeby pekárenských a cukrářských produktů v posledních letech. Jedná se zejména o růst maloobchodního prodeje pekárenských a cukrářských produktů (čerstvé i rozpékané pečivo) vyrobených vlastními prostředky (tj. in-house dodávky) ze strany obchodních řetězců, které jsou ve statistikách ČSÚ zahrnovány do celkové spotřeby pečiva na území České republiky. Tyto prodeje však nelze v žádném případě zahrnout do celkové velikosti relevantního trhu na úrovni velkoobchodního prodeje, který je charakterizován tak, že odběratelem zboží je vždy maloobchodní prodejce

⁷⁷ Viz rozhodnutí Evropské komise M.2187 CVC/Lenzing ze dne 17. 10. 2001.

a nikoli konečný spotřebitel. V předchozí rozhodovací praxi se Úřad otázkou výroby a *in-house* dodávek pekárenských produktů obchodních řetězců podrobně nezabýval, a to vzhledem k poměrně do té doby marginálnímu působení řetězců v dané oblasti v době posuzování předchozích soutěžních případů v oblasti pekárenství.⁷⁸

299. V případě stanovení velikosti velkoobchodních dodávek spojujících se soutěžitelů Úřad vyšel z celkového objemu výroby pekárenských a cukrářských produktů v České republice, přičemž dodávky na velkoobchodní trh je nutno vnímat jako objem dodávek nezávislým odběratelům (např. obchodním řetězcům). Z tohoto důvodu je nutno pro účely stanovení velikosti velkoobchodního relevantního trhu očistit celkový objem výroby o dodávky umístované jednotlivými soutěžiteli přímo na maloobchodní trh, tj. prostřednictvím vlastní sítě prodejen. Obdobně je nutno postupovat i u obchodních řetězců, které případnou vlastní výrobu čerstvého a zamraženého pečiva nedodávají nezávislým subjektům na velkoobchodní úrovni trhů (například sobě navzájem), ale prodávají ji výhradně prostřednictvím vlastních maloobchodních prodejen (působí tedy pouze na maloobchodním trhu).
300. V daném případě tedy nelze do celkové velikosti velkoobchodních trhů zahrnout objem obchodními řetězci vyrobeného pečiva, které je v místě výroby umístované na maloobchodní trh jako *in-house* dodávky ve vlastní maloobchodní síti.
301. Rozdělení na maloobchodní a velkoobchodní trh odpovídá také různému způsobu dalšího použití produktu. Zamýšleným užitím produktu zakoupenému na velkoobchodní úrovni je jeho další prodej, naopak zamýšleným užitím produktu zakoupeného v maloobchodě je jeho přímá spotřeba.
302. S ohledem na výše uvedené Úřad vycházel při stanovení velikosti jednotlivých produktových trhů na velkoobchodní úrovni z údajů o celkové spotřebě pečiva v České republice zveřejněné ČSÚ, přičemž tyto údaje byly následně očištěny (i) o vlastní výrobu rozpékaného zamraženého pečiva a vlastního čerstvého pečiva obchodních řetězců, kterou prodávají ve vlastní maloobchodní síti a (ii) o vlastní produkci výrobců pečiva, kterou prodávají ve vlastních maloobchodních sítích.
303. Přitom podíl vlastního (tj. *in-house*) rozpékaného zamraženého pečiva a čerstvého pečiva vyrobeného a prodaného obchodními řetězci na celkové spotřebě produktů tvořících jednotlivé relevantní trhy byl stanoven na základě informací Svazu pekařů a cukrářů i obchodních řetězců, a to shodně pro všechny roky, na které se vztahuje analýza Úřadu.
304. Svaz pekařů a cukrářů rovněž vyvodil na základě podkladů a zkušeností jeho členů, že podíl maloobchodních *in-house* prodejů pečiva se pohybuje přibližně mezi 10-15 %, proto Úřad pro účely výpočtu velikosti trhu volil střední hodnotu tohoto intervalu. Úřad rovněž upozorňuje, že i v případě, že by pro svoji analýzu použil hodnotu 10 %, nedošlo by k podstatné změně údajů o velikosti tržních podílů spojujících se soutěžitelů. Tato změna by přinesla snížení tržních podílů spojujících se soutěžitelů na jednotlivých relevantních trzích pouze přibližně o 1 %. Navíc velikost tržních podílů v tomto případě nebyla hlavním kritériem, na jehož základě posuzované spojení vzbudilo vážné obavy Úřadu z podstatného narušení hospodářské soutěže.

⁷⁸ Viz rozhodnutí Úřadu S 31/04 *Bakeries International Luxembourg/DELTA PEKÁRNY* nebo S 55/05 *Bakeries International Luxembourg/United Bakeries Luxembourg*.

305. Účastník řízení se neztotožnil ani se závěry Úřadu souvisejícími s hospodářskou a finanční silou spojujících se soutěžitelů. Přestože Úřad dovodil, že hospodářská a finanční síla spojujících se soutěžitelů je značná, účastník řízení namítl, že tato může být velmi efektivně eliminována nejen ze strany ostatních pekáren, ale především ze strany obchodních řetězců. Společnost AGROFERT HOLDING rovněž uvedla, že řada obchodních řetězců je zásobována dodávkami lokálních pekáren, a to i co se týče základního, tj. velkoobjemového, sortimentu pečiva. Nezanedbatelnou hospodářskou a finanční silou dle účastníka řízení disponují i odbytová družstva některých výrobců pečiva. Pokud jde o obchodní řetězce, účastník řízení zdůrazňuje, že se jedná o nadnárodní obchodní korporace s minimálně porovnatelnou hospodářskou a finanční silou jakou disponují spojující se soutěžitelé. Mimoto jsou obchodní řetězce, dle názoru společnosti AGROFERT HOLDING, pro výrobce pekářenských a cukrářských produktů nenahraditelným distribučním kanálem. Zatímco obchodní řetězce jsou schopny případný výpadek dodávek spojujících se soutěžitelů nahradit dodávkami jiných výrobců pečiva, spojující se soutěžitelé by alternativní odběratele hledali jen stěží. Tuto skutečnost doložil účastník řízení prohlášením některých obchodních řetězců, z nichž některé potvrdily schopnost v převažující míře nahradit dodávky pečiva spojujících se soutěžitelů v poměrně krátké době.
306. V této souvislosti účastník řízení namítl údajně nesprávné zhodnocení orientace obchodních řetězců na celorepublikové dodavatele pekářenských a cukrářských výrobků. Dle účastníka řízení, vyjádření obchodních řetězců nasvědčují spíše tomu, že jejich praxe spočívající v celorepublikových dodávkách pekářenských a cukrářských výrobků jedním nebo dvěma dodavateli není pro obchodní řetězce rozhodující, nýbrž spíše otázkou volby aktuální obchodní strategie. S tím dle účastníka řízení souvisí fakt, že i lokální výrobci mohou obchodní řetězce zásobovat základním sortimentem pečiva, což tak dle jeho názoru vyvrací další závěr Úřadu.
307. Účastník řízení rovněž opakovaně upozornil na svoji argumentaci uvedenou již v návrhu na povolení předmětného spojení soutěžitelů, která se týkala kupní síly obchodních řetězců. Zmiňovaná kupní síla a s ní spojená silná vyjednávací pozice obchodních řetězců je dle názoru účastníka řízení důkazem toho, že spojením nemůže v žádném případě dojít ke vzniku dominantního postavení spojením vzniklého subjektu, případně k narušení soutěže na jakémkoliv relevantním trhu. Účastník řízení má v této souvislosti za to, že jeho argumentaci potvrzuje vyjádření Svazu pekařů a cukrářů, který mimo jiné uvedl, že tržní prostředí bylo za posledních 15 let nejvíce ovlivněno právě nástupem nadnárodních obchodních řetězců.
308. Hospodářské a finanční síly obchodních řetězců, jakožto nadnárodních subjektů majících možnost opírat se o zázemí a vyjednávací sílu mateřských společností, si je Úřad bezpochyby vědom.⁷⁹ Nicméně při hodnocení dopadů posuzovaného spojení soutěžitelů se Úřad zabýval především hodnocením vztahu obchodních řetězců v pozici odběratele a spojujících se soutěžitelů, jakožto dvou nejvýznamnějších dodavatelů základního sortimentu pečiva, tj. především čerstvého chleba a rohlíků (včetně housek).
309. Jak Úřad dovodil, pro obchodní řetězce je nezbytné mít ve své maloobchodní nabídce čerstvý chléb či rohlíky, neboť tyto představují jednu ze základních položek obvyklého

⁷⁹ Viz část tohoto rozhodnutí označená jako V.1.1.5 Vyrovnávací kupní síla odběratelů spojujících se soutěžitelů.

- nákupu konečného spotřebitele. S ohledem na výsledky analýzy Úřadu týkající se přenášení vyšších velkoobchodních cen na spotřebitele, ale i odpovědí některých oslovených obchodních řetězců, které uvedly, že v tomto ohledu jsou spojující se soutěžitelé jejich neopominutelným obchodním partnerem, Úřad konstatoval, že obchodní řetězce nedisponují dostatečnou vyrovnávací kupní silou, která by zabránila malému, avšak významnému a nepřechodnému zvýšení velkoobchodních cen pekárenských produktů spojujících se soutěžitelů.
310. Dle účastníka řízení Úřad nesprávně vyhodnotil rovněž překážky vstupu nových soutěžitelů na dané relevantní trhy a s tím související reálné vstupy nových soutěžitelů, když za takové vstupy nepovažuje zahájení výroby pekárenských a cukrářských produktů ze strany obchodních řetězců, jejichž výrobní kapacity v oblasti pečiva údajně neustále rostou.
311. V této souvislosti je Úřad nadále toho názoru, že vlastní výrobu pečiva maloobchodních řetězců nelze přičítat k trhu velkoobchodního prodeje pekárenských a cukrářských výrobků, už jen proto, že si nekonkurují dodávkami do jiných řetězců a jimi vyrobené pečivo prodávají spotřebiteli v rámci svého maloobchodu. Důsledkem rostoucí vlastní pekárenské výroby obchodních řetězců s tím, jak se snižuje množství pečiva jimi odebíraného od nezávislých výrobců, je spíše to, že tím vyvíjí tlak na velkoobchodní výrobce pekárenských výrobků. Je logické, že tomuto tlaku snáze odolá soutěžitel blížíící se velikosti spojením vzniklého subjektu, než lokální drobný výrobce pečiva.
312. Z těchto důvodů nelze, byť vzrůstající, pekárenskou výrobu obchodních řetězců zohledňovat při stanovení celkové velikosti relevantních trhů na úrovni velkoobchodu. Mimoto účastník řízení při své argumentaci nebere v potaz skutečnost, že právě pokud jde o čerstvý chléb a chlebové výrobky, ale i rohlíky, je význam vlastní výroby maloobchodních řetězců až na jedinou výjimku, zanedbatelný.
313. Ve své argumentaci účastník řízení nesouhlasí ani se závěry Úřadu o nedostatečných výrobních kapacitách konkurentů spojujících se soutěžitelů, neboť Úřad údajně nezohlednil výrobní kapacity všech ostatních výrobců pečiva, jejichž tržní podíl představuje minimálně [65-75] % trhu. Účastník řízení je přesvědčen, že výrobní kapacity těchto konkurentů musí výrazně překračovat výrobní kapacity spojujících se soutěžitelů. Mimoto účastník řízení poukázal na vyjádření některých obchodních řetězců, které potvrdily schopnost pokrýt svoji poptávku po pečivu vlastní výrobou.
314. Co se týče posouzení výrobních kapacit, je nepochybné, že absolutní hodnota výrobních kapacit všech ostatních výrobců pekárenských a cukrářských produktů je logicky vyšší než výrobní kapacita spojujících se soutěžitelů. Obava Úřadu související s výrobními kapacitami se však opírala o jiný aspekt této problematiky, a sice značnou rozdrobenost výrobních kapacit těchto konkurentů. Aby totiž odběratelé pečiva v plné míře nahradili dodávky spojujících se soutěžitelů, museli by oslovit až desítky jiných pekárenských a cukrářských výrobců. Z ekonomického, ale i administrativního, hlediska má Úřad za to, že je tedy prakticky nemyslitelné, aby obchodní řetězce, jakožto hlavní odběratelé pečiva namísto dosavadních dvou či tří dodavatelů pečiva, jich měli desítky. Z tohoto důvodu se Úřad zabýval srovnáváním výrobních kapacit spojujících se soutěžitelů s výrobními kapacitami sedmi nejvýznamnějších konkurentů, jejichž uvažované tržní podíly se pohybují alespoň v řádu několika procent.

315. Účastníkem řízení poukazovaná schopnost některých řetězců pokrýt poptávku vlastní výrobou se však, jak již bylo uvedeno, netýká čerstvého chleba a chlebových výrobků či rohlíků (včetně housek), takže i tento argument není dle názoru Úřadu opodstatněný.
316. Závěrem účastník řízení vyjádřil svůj nesouhlas s údajně uměle vykonstruovanou teorií navýšení cen ze strany spojením vzniklého subjektu, neboť je přesvědčen, že k takovému vývoji nemůže v reálném světě vůbec dojít. Účastník řízení je přesvědčen, že jakékoli spekulace Úřadu o možnosti zvýšení cen ze strany spojujících se soutěžitelů jsou vyvráceny v okamžiku, kdy by i jen jeden obchodní řetězec je schopen toto zvýšení odmítnout a je současně schopen či připraven přejít na vlastní výrobu či k jinému dodavateli. V takovém případě totiž podle názoru společnosti AGROFERT HOLDING nepřistoupí v rámci konkurenčního boje mezi řetězci na zvýšení cen žádný ze zbývajících řetězců, neboť by v takovém případě ztratil svoji konkurenceschopnost.
317. Aniž by účastník řízení jakkoli zpochybnil ekonomickou opodstatněnost obavy Úřadu týkající se navyšování cen, použil teoretický argument, který nijak nedoložil. Proto se lze k němu z pozice Úřadu jen stěžít vyjádřit. Nicméně lze konstatovat, že existují případy, kdy některé řetězce z důvodu zvyšování cen vylistovaly konkrétní výrobky určitého výrobce, a to i nadnárodních subjektů,⁸⁰ a přesto se ostatní řetězce k této taktice nepřipojily a akceptovaly vyšší cenu daného zboží, což se zpravidla projevilo zvýšením konečné ceny pro spotřebitele. Stejná situace tak podle názoru Úřadu může nastat i v případě pekárenských a cukrářských výrobků, neboť jak Úřad dovodil, spojující se soutěžitelé jsou, alespoň pokud jde o čerstvý chléb a chlebové výrobky či rohlíky (včetně housek), v pozici neopominutelných obchodních partnerů obchodních řetězců.
318. Úřad si je vědom skutečnosti, že pečivo nelze přirovnávat ke konkrétní značce alkoholického nápoje a že v případě popisovaném Úřadem by obchodní řetězec našel alternativního dodavatele pečiva. Nicméně obecně má Úřad za to, že volné výrobní kapacity na dotčených relevantních trzích nejsou dostatečné pro to, aby mohlo ze strany odběratelů dojít k rychlé a levné náhradě podstatné části pečiva vyrobeného spojujícími se soutěžiteli. Z tohoto důvodu by došlo i k akceptaci vyšší ceny a rovněž přenesení tohoto navýšení na konečného spotřebitele, což potvrdila analýza Úřadu i většina oslovených obchodních řetězců.
319. Účastník řízení uzavírá svoji argumentaci s tím, že na základě všech jím uvedených skutečností je přesvědčen, že v posuzovaném případě spojení soutěžitelů nelze dospět k závěru, že by toto spojení jakkoli narušilo hospodářsko soutěž na relevantních trzích velkoobchodního prodeje chleba a chlebových výrobků nebo velkoobchodního prodeje rohlíků.
320. V návaznosti na výše uvedené Úřad konstatuje, že argumenty účastníka řízení jej nepřesvědčily o případné změně svých závěrů, k nimž dospěl již ve Sdělení výhrad. Na podporu svých tvrzení účastník řízení nepředložil Úřadu jediný ekonomicky podložený argument, vesměs argumentuje odlišnou rozhodovací praxí Úřadu, která však již není aktuální, a nebo se týká z hlediska věcného posouzení nepoměřitelných případů. Dále

⁸⁰ Například článek zveřejněný na webu iDnes ze dne 27. 3. 2012 „Boj o regály nekončí, z Lidlu může zmizet Božkov Tuzemský i fernet“,

viz: http://ekonomika.idnes.cz/z-lidlu-mizi-lihoviny-stock-dpl-/ekoakcie.aspx?c=A120327_113351_ekoakcie_vem

má Úřad za to, že se účastník řízení často opírá o tvrzení jednoho či více oslovených subjektů a přitom ignoruje fakt, že další oslovené subjekty závěry Úřadu naopak potvrdily. Další typ námitek pak spočívá v upozorňování na nedostatečnost dat, z nichž Úřad vycházel. Úřad si je vědom skutečnosti, že ne všichni oslovení soutěžitelé mu poskytli stejný rozsah dat, nicméně v každém jednotlivém případě, kdy nemohl objektivně v rámci správního řízení získat veškerá potřebná data, vycházel vždy z odborného odhadu Svazu pekařů a cukrářů, na který několikrát poukázal rovněž samotný účastník řízení.

VII. Závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže

321. Ve smyslu § 17 odst. 4 zákona může Úřad povolení spojení podmínit splněním závazků, které ve prospěch zachování účinné soutěže Úřadu navrhli spojující se soutěžitelé před zahájením řízení o povolení spojení nebo v jeho průběhu.
322. Úřad dlouhodobě prosazuje stanovisko, že obecně nejvhodnějším typem závazků ve prospěch zachování účinné soutěže jsou závazky strukturální povahy. Tento druh závazků je preferován zejména při odstraňování obav z narušení hospodářské soutěže v případech plynoucích z možného vzniku či posílení dominantního postavení spojujících se soutěžitelů na relevantním trhu v důsledku horizontálních spojení, neboť jejich účinky jsou efektivní, jejich plnění nevyžaduje dlouhodobé sledování, a jsou tak snadněji kontrolovatelné.

VII.1 Závazky navržené účastníkem řízení

323. I přes jím vznesené námitky účastník řízení za účelem odstranění obav Úřadu identifikovaných ve Sdělení výhrad ve svém podání ze dne 19. 3. 2012 navrhl závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže spočívající v odprodeji některých pekárenských provozoven, které byly přijaty v tomto rozhodnutí. Navržené závazky účastník řízení následně na ústních jednáních ze dne 20. 3. 2012 a 22. 3. 2012 diskutoval a v písemném doplnění ze dne 2. 4. 2012 a 5. 4. 2012 upřesnil do konečné podoby, v jaké jsou uvedeny ve výroku tohoto rozhodnutí.
324. Podle těchto závazků se účastník řízení zavazuje k tomu, že na jím kontrolovanou společnost označenou pro potřeby rozhodnutí jako *[...obchodní tajemství...]* přejde formou rozdělení odštěpením sloučením a/nebo rozdělením odštěpením se založením nové společnosti, popřípadě přímým převodem majetkových hodnot (i) část jmění společnosti *[...obchodní tajemství...]* představovaná všemi movitými věcmi náležícími ke středisku *[...obchodní tajemství...]*, všemi movitými věcmi náležícími ke středisku *[...obchodní tajemství...]*, a všemi movitými věcmi náležícími ke středisku *[...obchodní tajemství...]*, a to vždy včetně všech souvisejících majetkových práv vyplývajících ze smluv či ze zákona, jakož i všech souvisejících práv a povinností z pracovně-právních vztahů, (ii) část jmění společnosti *[...obchodní tajemství...]*,⁸¹ představovaná všemi nemovitými věcmi užívanými k provozování *[...obchodní tajemství...]*, *[...obchodní tajemství...]* a *[...obchodní tajemství...]* (body (i) a (ii) dále společně též jako „Převáděná část *[...obchodní tajemství...]*“), a (iii) část jmění společnosti *[...obchodní tajemství...]* představovaná všemi movitými a nemovitými věcmi náležícími ke středisku *[...obchodní tajemství...]*, a to včetně všech souvisejících majetkových práv vyplývajících ze smluv či

⁸¹ Jedná se o společnost kontrolovanou společností EBH.

- ze zákona, jakož i všech souvisejících práv a povinností vyplývajících z pracovněprávních vztahů (dále též „Převáděná část [...obchodní tajemství...]“). Konkrétní soupis aktiv převáděných výše uvedeným způsobem je specifikován v podání společnosti AGROFERT ze dne 19. 3. 2012 a 2. 4. 2012 (viz listy spisu č. 1754-1758, 1772-1794, 1826-1834 a 1849-1853).
325. Následně ve lhůtě [...obchodní tajemství...] ode dne nabytí možnosti účastníka řízení kontrolovat společnost EBH, a to formou uvedenou ve výroku tohoto rozhodnutí, tj. nabytím akcií zaručujících kontrolu, dojde k převodu majetkové účasti představující 100% podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech společnosti [...obchodní tajemství...] na nového nabyvatele. Možnost účastníka řízení kontrolovat společnost EBH je s ohledem na skutečnost, že povolení posuzovaného spojení soutěžitelů je předmětem řízení ve více jurisdikcích, vázána na okamžik, kdy účastník řízení získá souhlas s realizací posuzovaného spojení nejen od Úřadu samotného, ale i od soutěžních úřadů jiných států, do jejichž působnosti posouzení předmětného spojení případně spadá.
326. Základním předpokladem splnění shora uvedeného závazku účastníka řízení přitom je skutečnost, že tímto nabyvatelem bude taková osoba (fyzická či právnická), popřípadě entita, která bude v době realizace daného převodu na společnosti AGROFERT HOLDING vlastnický, finančně a personálně nezávislá a která bude mít předpoklady k udržení a dalšímu rozvoji převáděné části účastníka řízení.
327. Aby nemohlo dojít ke znehodnocení převáděných aktiv pro budoucího nabyvatele majetkové účasti na společnosti [...obchodní tajemství...], zavázal se účastník řízení rovněž k tomu, že do dne realizace shora uvedených převodů nebude svoji majetkovou účast ve společnosti [...obchodní tajemství...] a/nebo Převáděnou část [...obchodní tajemství...] a Převáděnou část [...obchodní tajemství...] zatěžovat závazky nad rámec běžné činnosti (zejména pak závazky týkající se rozsahu a kvality poskytovaných služeb, obchodních a jiných smluvních vztahů a majetkových či jiných hodnot) tak, aby v důsledku takových závazků nedošlo k poklesu hodnoty obchodního jmění společnosti [...obchodní tajemství...] a/nebo Převáděné části [...obchodní tajemství...] a/nebo Převáděné části [...obchodní tajemství...] oproti hodnotě stanovené ke dni vydání tohoto rozhodnutí.
328. Na základě zkušeností z předchozí aplikační praxe Úřadu se účastník řízení rovněž zavázal ve vztahu k závazku uvedenému v bodě I. výroku tohoto rozhodnutí, že převod předmětných aktiv lze realizovat teprve po předchozím souhlasu Úřadu s tím, že uvažovaný nabyvatel aktiv splňuje veškeré podmínky stanovené tímto rozhodnutím. Přitom smyslem a výlučným obsahem takového ustanovení je pouze verifikace splnění podmínek, které se vážou k převodu zmiňovaných aktiv, nikoli stanovení oprávnění Úřadu určovat konkrétního nabyvatele těchto aktiv.
329. Porušení závazku získat souhlas Úřadu, respektive realizace prodeje majetkové účasti ve společnosti [...obchodní tajemství...] bez tohoto souhlasu bude považována za porušení závazků ze strany účastníka řízení s důsledky předpokládanými v § 19 odst. 1 zákona.
330. S ohledem [...obchodní tajemství...] linky na výrobu [...obchodní tajemství...] umístěnou v [...obchodní tajemství...] a s vědomím toho, že by se v důsledku toho mohla v relativně krátké době hodnota této provozovny snížit, zavázal se účastník řízení

rovněž k tomu, že před realizací závazku uvedeného v bodě I. výroku tohoto rozhodnutí tuto stávající výrobní linku nahradí výrobní linkou novou, která bude disponovat minimálně stejnou výrobní kapacitou.

331. V neposlední řadě se účastník řízení, na záruku toho, že se nebude po určitou dobu snažit o zpětné nabytí aktiv, která mají být prostřednictvím společnosti [...obchodní tajemství...] převedena na nezávislého nabyvatele, zavázal rovněž k tomu, že po dobu 5 let ode dne realizace závazku uvedeného v bodě I. výroku tohoto rozhodnutí nenabude on sám ani jím přímo či nepřímo kontrolovaná osoba či osoby zpět vlastnictví k jakékoli majetkové účasti na společnosti [...obchodní tajemství...] a/nebo k jakýmkoli hmotným a nehmotným aktivům, které jsou součástí Převáděné části [...obchodní tajemství...] a/nebo Převáděné části [...obchodní tajemství...].
332. Poslední ze závazků přijatých účastníkem řízení je závazkem kontrolního charakteru, kterým účastník řízení ve stanovené lhůtě doloží splnění všech ostatních závazků (s výjimkou závazku uvedenou v bodě IV.).

VII.2 Zhodnocení přijatých závazků ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže

333. Úřad účastníkem navržené závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže posoudil především z pohledu, zda jsou způsobilé odstranit jeho vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích. Při hodnocení navržených závazků však Úřad přihlédl také k tomu, zda jsou uvedená omezení snadno realizovatelná a do budoucna transparentní a kontrolovatelná.
334. Úřad má za to, že navržené závazky reagují na shora identifikované obavy z možného narušení hospodářské soutěže zejména v důsledku posílení tržní síly účastníka řízení a identifikovaných nekoordinovaných účinků na předmětných relevantních trzích.
335. Smyslem přijatých omezení je především vytvoření nového či posílení již existujícího konkurenčního subjektu, který by představoval alternativního dodavatele především základního, tj. velkoobjemového, sortimentu pečiva zejména pro obchodní řetězce, a tím i potenciální snížení tržního podílu ale i celkové tržní síly spojením vzniklého subjektu na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků.
336. Předmětný odprodej pekárenských provozů lze vyčíslit následujícím způsobem. Skutečná výroba pekárenských provozů, které jsou předmětem závazků účastníka řízení, představuje cca [5-15]% tržní podíl na relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a cca [5-15]% tržní podíl na relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků (měřeno výkony v roce 2010). Výrobní kapacity převáděných pekárenských provozů pak odpovídají cca [5-15]% podílu na celkových výrobních kapacitách na relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a cca [5-15]% podílu na celkových výrobních kapacitách na relevantním trhu velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků.
337. V případě, že by nabyvatelem převáděných pekárenských provozů byl jeden z Úřadem zmiňovaných sedm nejvýznamnějších konkurentů spojujících se soutěžitelů, kteří mohou představovat alternativní dodavatele velkoobjemového pečiva pro obchodní řetězce, výrobní kapacity těchto sedmi konkurentů by pak po realizaci závazků byly schopny vyprodukovat srovnatelné množství velkoobjemového pečiva, jaké dodávají spojující se soutěžitelé obchodním řetězcům. Za předpokladu, že předmět převodu

- nabude jiný subjekt (odlišný od některého ze sedmi největších konkurentů), lze očekávat, že již 8 až 10 konkurentů spojením vzniklého subjektu bude schopno vyrobit příslušné množství velkoobjemového sortimentu pečiva, což také představuje významný posun proti situaci, která by nastala bez uskutečnění daných závazků.
338. Rovněž s ohledem na rovnovážné geografické umístění převáděných pekárenských provozů v rámci České republiky lze konstatovat, že v nich vyráběné pekárenské a cukrářské produkty mohou být považovány za potenciální konkurenci pro spojením vzniklý subjekt na podstatné části území České republiky.
339. Za významnou Úřad považuje rovněž skutečnost, že nabyvatelem veškerých převáděných aktiv bude jediný subjekt, který tak bude schopen vyvíjet konkurenční tlak na spojením vzniklý celek spíše, než kdyby byl převod shora uvedených aktiv rozdroben a realizován několika nabyvatelům.
340. V této souvislosti Úřad dále uvádí, že před vlastním uskutečněním závazku bude mít možnost zkontrolovat, zda účastníkem řízení vybraný nabyvatel splňuje požadovaná výše uvedená kritéria, a tím i možnost vyloučit možnost prodeje převáděných aktiv nezpůsobilému subjektu. Schválení vhodného nabyvatele přitom nesouvisí se splněním notifikačních kritérií, a tedy povinnosti podat návrh na povolení spojení soutěžitelů ze strany nabyvatele.
341. Další přijatý závazek účastníka řízení, tj. povinnost nezatěžovat předmět převodu závazky nad rámec běžné provozní činnosti, vyplývá z potřeby zachování majetkové hodnoty předmětu prodeje, která je dána v okamžiku vydání tohoto rozhodnutí tak, aby byl tento co možná nejnázřejší převoditelný a byl schopen podnikatelské činnosti jako běžný soutěžitel.
342. Pokud jde o stanovení délky lhůty pro splnění strukturálních závazků, Úřad v obecné rovině konstatuje, že pro jejich efektivní působení na udržení a rozvoj hospodářské soutěže je nezbytná jejich rychlá implementace. V případech strukturálních závazků spočívajících ve formě prodeje několika částí podniků spojujících se soutěžitelů jednomu potenciálnímu zájemci Úřad zpravidla považuje za nejdelší akceptovatelnou lhůtu pro uskutečnění požadovaného převodu dobu odpovídající jednoho roku.
343. V tomto konkrétním případě je lhůta ke splnění závazku o *[...obchodní tajemství...]* a je vázána na nabytí možnosti kontrolovat společnost EBH, což s ohledem na odkládající podmínku obsaženou ve smlouvě zakládající spojení, dle které může dojít k převodu předmětných akcií až poté, co společnost AGROFERT získá povolující rozhodnutí všech soutěžních úřadů, jimž bylo dané spojení notifikováno, znamená, že je tato lhůta vázána na okamžik právní moci posledního z těchto povolujících rozhodnutí a následného nabytí kontroly prostřednictvím získání akcií společnosti EBH ze strany společnosti AGROFERT. K této výjimce Úřad přistoupil, protože nelze od účastníka řízení očekávat, že bude činit kroky vedoucí k realizaci závazků přijatých v řízení před Úřadem již v okamžiku, kdy ještě nemá jistotu, že mu bude předmětné spojení povoleno ve všech jurisdikcích, v nichž o toto povolení požádal.
344. Rovněž ve vztahu k samotné délce lhůty k realizaci strukturálního závazku Úřad přistoupil na lhůtu delší, a to s ohledem na skutečnost, že objem převáděných aktiv je v tomto případě větší, a tudíž samotná realizace obtížnější, než bývá obvyklé. Období *[...obchodní tajemství...]* je dle názoru Úřadu plně dostačující pro vyčlenění

převáděných částí podniků do samostatné společnosti, jež bude následně převedena na nového nabyvatele.

345. Z hlediska materiálního Úřad považuje přijatá omezení za dostačující pro odstranění vyjádřených obav z podstatného narušení soutěže. Úřad má za to, že předmětné závazky účastníka řízení mají potenciál zajistit snížení tržní síly i tržních podílů spojením vzniklého subjektu a zároveň vytvořit konkurenta s nezanedbatelnou konkurenční silou, představující alternativu k působení spojujících se soutěžitelů. Rovněž tak další skutečnosti, jako je strukturální charakter přijatých závazků a s tím spojená jejich snadná kontrolovatelnost, dále oprávnění Úřadu schválení vhodnosti potenciálního nabyvatele před skutečnou realizací navrhovaných závazků a zákaz zpětného nabytí předmětných aktiv v určité době, vedou Úřad k závěru, že při splnění přijatých omezení budou dány podmínky pro uchování soutěžního prostředí na relevantních trzích.
346. V souvislosti s výše uvedeným Úřad v obecné rovině konstatuje, že otázka výše prodejní/kupní ceny aktiv převáděných v rámci realizace strukturálních závazků, není zásadním faktorem jakkoli omezujícím splnění povinností vyplývajících ze závazků stanovených rozhodnutím Úřadu. Kdyby tomu tak bylo, znamenal by takový přístup značnou relativizaci možnosti splnění závazků, neboť v každém případě by účastník řízení mohl odmítnout plnit přijatý závazek z důvodu, že cena neodpovídá jeho původní představě. V tomto ohledu je dle názoru Úřadu irelevantní, zda nabízená kupní cena je či není z pohledu prodávajícího považována za dostatečnou.

VIII. Právní posouzení

347. Podstatou posuzovaného spojení soutěžitelů je získání kontroly nad společností EBH ze strany společnosti AGROFERT. K předmětné transakci má dojít tak, že společnost AGROFERT má nabýt akcie představující 100% podíl na základním kapitálu společnosti EBH, a tím i možnost tuto společnost přímo a výlučně kontrolovat ve smyslu ustanovení § 12 odst. 3 písm. a) zákona.
348. Úřad v průběhu správního řízení zkoumal, zda spojení bude mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích. Na základě analýzy relevantních trhů a pravděpodobných dopadů spojení na ně, podpořené stanovisky oslovených soutěžitelů, Úřad zjistil, že v důsledku uskutečnění spojení by mohlo dojít k podstatnému narušení hospodářské soutěže na spojením dotčených trzích.
349. Úřadem provedené šetření ukázalo, že uskutečněním předmětného spojení soutěžitelů by došlo k významnému posílení tržní síly spojením vzniklého subjektu, přičemž oba spojující se soutěžitelé jsou již před realizací posuzovaného spojení nejvýznamnějšími subjekty v dané oblasti, a to především na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků. Jak Úřad v průběhu správního řízení zjistil, posuzované spojení soutěžitelů by v případě jeho povolení bez jakýchkoli omezení mohlo přinést nežádoucí unilaterální efekty spočívající ve vzniku dominantního postavení se schopností negativně ovlivňovat hospodářskou soutěž na uvedených relevantních trzích. Hlavní obavu z narušení hospodářské soutěže Úřad spatřoval zejména v možnosti úspěšného podstatného zvýšení velkoobchodních cen pekárenských produktů, zejména pak u základního,

- tj. velkoobjemového, sortimentu pečiva, jež by se podstatnou měrou promítlo i do konečných cen pro spotřebitele.
350. Hlavní důvody vedoucí Úřad k výše uvedenému závěru spočívaly ve významném postavení spojujících se soutěžitelů zejména na dvou uvedených relevantních trzích, výrazném odstupu od postavení dalších na těchto trzích působících soutěžitelů, zásadním významu dodávek spojujících se soutěžitelů pro obchodní řetězce, jež představují nejvýznamnější distribuční kanál pekárenských a cukrárenských produktů v České republice, nedostatečných výrobních kapacitách konkurentů spojujících se soutěžitelů, vysokých nákladech na zásadní vstup nových konkurentů či rozšíření kapacit stávajících konkurentů spojujících se soutěžitelů, nezbytnosti pekárenských produktů pro konečného spotřebitele a absenci dostatečné vyrovnávací kupní síly odběratelů produktů spojujících se soutěžitelů.
351. Za účelem odstranění obav z tohoto narušení hospodářské soutěže účastník řízení poté, co mu byly Úřadem sděleny předběžné závěry šetření ve druhé fázi správního řízení (Sdělení výhrad), přijal závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže a navrhl Úřadu, aby jimi podmínil svoje povolení předmětného spojení.
352. Po zvážení všech okolností případu a po analýze účastníkem řízení navržených závazků ve prospěch zachování účinné soutěže a jejich efektu na hospodářskou soutěž Úřad dospěl k závěru, že posuzované spojení soutěžitelů za podmínky splnění navržených závazků již nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích velkoobchodního prodeje čerstvého chleba a chlebových výrobků a velkoobchodního prodeje čerstvých rohlíků.
353. Z tohoto důvodu Úřad rozhodl o povolení posuzovaného spojení soutěžitelů v souladu s § 17 odst. 4 zákona tak, jak je uvedeno ve výroku, a ve stanovené lhůtě podle § 16 odst. 5 zákona vydává rozhodnutí, kterým posuzované spojení povoluje za podmínky splnění ve výroku uvedených závazků ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže.

POUČENÍ

Proti tomuto rozhodnutí může účastník řízení v souladu s § 152 odst. 1 a 4, ve spojení s § 83 odst. 1 a § 85 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, podat do 15 dnů od jeho oznámení rozklad, o kterém rozhoduje předseda Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Rozklad se podává u Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Včas podaný a přípustný rozklad má odkladný účinek.

JUDr. Michal Petr, Ph.D.
místopředseda Úřadu
pověřený řízením Sekce hospodářské soutěže

PM: 1. 5. 2012

Obdrží:

JUDr. Pavel Dejl, LL.M., Ph.D., advokát
Kocián Šolc Balaščík, advokátní kancelář, s.r.o.
Jungmannova 745/24
110 00 Praha 1

Vypraveno dne:

viz otisk razítka na poštovní obálce nebo časový údaj na obálce datové zprávy