



UOHSX0065G3K

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE



ROZHODNUTÍ

Č. j.: ÚOHS-S405/2014/KS-13608/2014/840/RPI

Brno 27. 6. 2014

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S405/2014/KS, zahájeném dne 12. 5. 2014 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 Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, zastoupeného Mgr. Robertem Nešpůrkem, LL.M., advokátem, se sídlem Praha 1, Na Florenci 2116/15, na povolení spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 a násl. téhož zákona, vydává toto

ROZHODNUTÍ:

Spojení soutěžitelů Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, na straně jedné, a SPAR Česká obchodní společnost s.r.o., IČ: 27207048, a Imobilia Spa s.r.o., IČ: 26480395, obě se sídlem Praha, Nákupní 389/1, na straně druhé, ke kterému má dojít dle § 12 odst. 3 písm. a) 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 převodu podílů ve společnostech SPAR Česká obchodní společnost s.r.o. a Imobilia Spa s.r.o.“ uzavřené dne *[...obchodní tajemství...]* společností SPAR Österreichische Warenhandels-AG, se sídlem Rakouská republika, Salzburg, Europastrasse 3, jako prodávajícím, a společností Koninklijke Ahold N.V., jako kupujícím, v jejímž důsledku má společnost Koninklijke Ahold N.V. nabýt 100% podíly ve společnostech SPAR Česká obchodní společnost s.r.o. a Imobilia Spa s.r.o., a tím i získat možnost tyto společnosti výlučně kontrolovat, se dle § 16 odst. 2 a § 17 odst. 4 téhož zákona,

POVOLUJE

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

- I. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje k tomu, že za běžných obchodních podmínek prodá nebo zajistí prodej [...obchodní tajemství...]marketu ve městě Třebíč [...obchodní tajemství...], který je aktuálně provozovaný společností [...obchodní tajemství...] (dále jen „[...]obchodní tajemství...]market Třebíč“), na takového nabyvatele, který v době realizace prodeje bude na účastníkovi řízení vlastnicky, finančně a personálně nezávislý a který má předpoklady k udržení a rozvoji [...obchodní tajemství...]marketu Třebíč, a to ve lhůtě [...obchodní tajemství...] od právní moci tohoto rozhodnutí o povolení spojení soutěžitelů, přičemž konečný výběr kupujícího podléhá předchozímu souhlasu ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.
- II. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje k tomu, že za běžných obchodních podmínek prodá nebo zajistí prodej [...obchodní tajemství...]marketu Tábor [...obchodní tajemství...], který je aktuálně provozovaný společností [...obchodní tajemství...] (dále jen „[...]obchodní tajemství...]market Tábor [...obchodní tajemství...]“), na takového nabyvatele, který v době realizace prodeje bude na účastníkovi řízení vlastnicky, finančně a personálně nezávislý a který má předpoklady k udržení a rozvoji [...obchodní tajemství...]marketu Tábor [...obchodní tajemství...], a to ve lhůtě [...obchodní tajemství...] od právní moci tohoto rozhodnutí o povolení spojení soutěžitelů, přičemž konečný výběr kupujícího podléhá předchozímu souhlasu ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.
- III. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje k tomu, že za běžných obchodních podmínek prodá nebo zajistí prodej [...obchodní tajemství...]marketu Tábor [...obchodní tajemství...], který je aktuálně provozovaný společností [...obchodní tajemství...] (dále jen „[...]obchodní tajemství...]market Tábor [...obchodní tajemství...]“), na takového nabyvatele, který v době realizace prodeje bude na účastníkovi řízení vlastnicky, finančně a personálně nezávislý a který má předpoklady k udržení a rozvoji [...obchodní tajemství...]marketu Tábor [...obchodní tajemství...], a to ve lhůtě [...obchodní tajemství...] od právní moci tohoto rozhodnutí o povolení spojení soutěžitelů, přičemž konečný výběr kupujícího podléhá předchozímu souhlasu ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.
- IV. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje k tomu, že za běžných obchodních podmínek prodá nebo zajistí prodej [...obchodní tajemství...]marketu Litoměřice [...obchodní tajemství...], který je aktuálně provozovaný společností [...obchodní tajemství...] (dále jen „[...]obchodní tajemství...]market Litoměřice“), na takového nabyvatele, který v době realizace prodeje bude na účastníkovi řízení vlastnicky, finančně a personálně nezávislý a který má předpoklady k udržení a rozvoji [...obchodní tajemství...]marketu Litoměřice, a to ve lhůtě [...obchodní tajemství...] od právní moci tohoto rozhodnutí o povolení spojení soutěžitelů, přičemž konečný výběr kupujícího podléhá předchozímu souhlasu ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

- V. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje k tomu, že za běžných obchodních podmínek prodá nebo zajistí prodej *[...obchodní tajemství...]*marketu Česká Lípa *[...obchodní tajemství...]*, který je aktuálně provozovaný společností *[...obchodní tajemství...]* (dále jen „*[...obchodní tajemství...]*market Česká Lípa *[...obchodní tajemství...]*“), na takového nabyvatele, který v době realizace prodeje bude na účastníkovi řízení vlastnicky, finančně a personálně nezávislý a který má předpoklady k udržení a rozvoji *[...obchodní tajemství...]*marketu Česká Lípa *[...obchodní tajemství...]*, a to ve lhůtě *[...obchodní tajemství...]* od právní moci tohoto rozhodnutí o povolení spojení soutěžitelů, přičemž konečný výběr kupujícího podléhá předchozímu souhlasu ze strany Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.
- VI. Závazky dle bodů I. až V. spočívající v odprodeji shora uvedených prodejen (společně též jako „předmět prodeje“) se vztahují na (i) hmotná a nehmotná aktiva, která jsou určena k provozování předmětů prodeje a která jsou nezbytná pro zajištění jejich životaschopnosti a konkurenceschopnosti, (ii) veškeré nájmy a další smlouvy včetně záznamů o zákaznících, úvěrech a jiných záznamů, jež jsou určeny k provozování předmětu prodeje, a (iii) zaměstnance náležející k předmětům prodeje.
- VII. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje k tomu, že v souladu se správnou podnikatelskou praxí nebude do dne realizace závazků dle bodů I. až V. předmět prodeje zatěžovat nad rámec běžné provozní činnosti tak, aby zůstala zachována celková hodnota předmětu prodeje ke dni vydání tohoto rozhodnutí o povolení spojení soutěžitelů.
- VIII. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje doložit Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže splnění závazků k odprodeji předmětu prodeje nejpozději ve lhůtě jednoho měsíce po realizaci závazků uvedených v bodech I. až V.
- IX. Účastník řízení, společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11, se zavazuje, že po dobu pěti let ode dne realizace závazků dle bodů I. až V. se on sám, osoba jím přímo či nepřímo kontrolovaná, osoba, která přímo či nepřímo kontroluje účastníka řízení, nebo osoba, kterou přímo či nepřímo kontroluje stejná osoba, která přímo či nepřímo kontroluje účastníka řízení (společnosti ze skupiny účastníka řízení), nestane vlastníkem či provozovatelem předmětu prodeje či jakýchkoli aktiv uvedených v bodě VI.

ODŮVODNĚNÍ

1. Skutečnost, že se Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „Úřad“) předmětným 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 (dále též „zákon“), zveřejněna v Obchodním věstníku č. OV447670 ze dne 15. 5. 2014. Tato skutečnost byla současně zveřejněna na internetových stránkách Úřadu. Ve stanovené lhůtě pěti dnů pro podání případných připomínek Úřad žádnou námitku k uvedené transakci neobdržel.

2. Za účelem získání informací potřebných k náležitému zjištění skutkového stavu týkajícího se soutěžního prostředí v oblasti dotčené předmětným spojením soutěžitelů Úřad oslovil konkurenty a vybrané dodavatele spojujících se soutěžitelů s žádostí o poskytnutí informací a stanovisek k dopadům předmětného spojení na hospodářskou soutěž. Některé z Úřadem oslovených subjektů ve svých vyjádřeních sdělily Úřadu svoje námitky proti posuzovanému spojení soutěžitelů.¹
3. Při posuzování dopadů 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, jakož i dalších všeobecně známých skutečností týkajících se spojujících se soutěžitelů. Úřad rovněž vycházel z vyjádření a stanovisek oslovených subjektů k předmětnému spojení. Úřad zohlednil rovněž svoji předchozí rozhodovací praxi a přihlédl i k rozhodovací praxi Evropské komise (dále jen „Komise“).
4. Předmětné správní řízení bylo zahájeno dne 12. 5. 2014. Protože účastník řízení navrhl v první fázi řízení, tedy v průběhu 30 dnů od zahájení řízení, závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže, lhůta pro vydání rozhodnutí stanovená v § 16 odst. 2 zákona se v souladu s § 17 odst. 4 zákona prodloužila o 15 dnů, tedy do 27. 6. 2014.²

I. Notifikační podmínky

I.1 Splnění notifikačních kritérií

5. K navrhovanému spojení soutěžitelů má dojít na základě „Smlouvy o převodu podílů ve společnostech SPAR Česká obchodní společnost s.r.o. a Imobilia Spa s.r.o.“, kterou dne [...obchodní tajemství...] uzavřela společnost SPAR Österreichische Warenhandels-AG, se sídlem Rakouská republika, Salzburg, Europastrasse 3 (dále jen „SPAR AG“), jako prodávající, a společnost Koninklijke Ahold N.V., se sídlem Nizozemské království, Zaandam, Provincialeweg 11 (dále jen „Ahold“ nebo „Navrhovatel“), jako kupující.
6. V důsledku uvedené smlouvy má společnost Ahold nabýt 100% podíly ve společnostech SPAR Česká obchodní společnost s.r.o., IČ: 27207048 (dále též „SPAR“), a Imobilia Spa s.r.o., IČ: 26480395 (dále též „Imobilia“), obě se sídlem Praha, Náкупní 389/1 (společně dále též „SPAR CZ“), a tím i získat možnost tyto společnosti přímo a výlučně kontrolovat.
7. Kontrolou ve smyslu § 12 odst. 4 zákona se rozumí možnost vykonávat na základě právních nebo faktických skutečností rozhodující vliv na činnost jiného soutěžitele, a to na základě vlastnického práva nebo práva k užívání podniku kontrolovaného soutěžitele, nebo práva či jiné právní skutečnosti, které poskytují rozhodující vliv na složení, hlasování a rozhodování orgánů kontrolovaného soutěžitele. Předmětná transakce tedy představuje spojení soutěžitelů podle § 12 odst. 3 zákona.

¹ Viz část V. tohoto rozhodnutí.

² V průběhu řízení Úřad vyzval účastníka řízení k doplnění návrhu o další informace. Vzhledem k této skutečnosti se v souladu s § 16 odst. 6 zákona doba od této výzvy do dne, kdy byla povinnost tohoto doplnění splněna, nezapočítávala do lhůty pro vydání rozhodnutí podle § 16 odst. 5 zákona. Jednalo se o jediný den, lhůta pro vydání rozhodnutí se tak namísto původního 26. 6. 2014 posunula na 27. 6. 2014.

8. V dalším kroku se Úřad zabýval otázkou, zda předmětné spojení splňuje také druhé notifikační kritérium, stanovené v § 13 zákona. Vzhledem k tomu, že celkový čistý obrat spojujících se soutěžitelů dosažený za poslední účetní období na trhu České republiky je vyšší než 1,5 miliardy Kč a alespoň dva spojující se soutěžitelé 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. Navrhované spojení soutěžitelů tak podléhá povolení Úřadu.

1.2 Postoupení případu Komisi

9. Posuzované spojení soutěžitelů kromě toho, že splňuje obratová kritéria stanovená v § 13 zákona, má rovněž tzv. komunitární rozměr ve smyslu čl. 1 Nařízení Rady (ES) č. 139/2004 o kontrole spojování podniků (dále jen „Nařízení“). Pokud spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 zákona splňující podmínky uvedené v § 13 zákona naplňuje zároveň znaky spojení podniků podle čl. 3 Nařízení i prahové hodnoty notifikačních kritérií podle čl. 1 odst. 2 a 3 Nařízení, jsou soutěžitelé povinni podat návrh na povolení spojení pouze Komisi, neboť spojení soutěžitelů s komunitární dimenzí nespádají v souladu s principem „one-stop shop“ do působnosti Úřadu.³
10. Podle článku 4(4) Nařízení před notifikací spojení ve smyslu článku 4(1) Nařízení, osoby nebo podniky definované v článku 4(2) Nařízení mohou informovat Komisi prostřednictvím odůvodněného podání o tom, že spojení může významně narušit hospodářskou soutěž na trhu v rámci členského státu, který vykazuje všechny znaky samostatného trhu, a mělo by proto být přezkoumáno, zcela nebo zčásti, tímto členským státem.
11. Na základě závěrů přednotifikačních kontaktů uskutečněných jak před Komisí, tak i před Úřadem, společnost Ahold předložila dne 31. 3. 2014 Komisi tzv. odůvodněné podání, v němž ji požádala o to, aby byl daný případ postoupen České republice, neboť mimo území České republiky neexistují žádné dotčené trhy. Komise v souladu s čl. 19(1) Nařízení informovala soutěžní orgány členských států EU o obdržení žádosti o postoupení případu.⁴
12. Členský stát, na nějž se vztahuje odůvodněné podání, vyjádří do 15 pracovních dnů od obdržení podání svůj souhlas nebo nesouhlas se žádostí o postoupení případu. Pokud daný členský stát nepřijme takové rozhodnutí v této lhůtě, má se za to, že souhlasil. Jestliže členský stát nevyjádří svůj nesouhlas, Komise, pokud má za to, že shora uvedený samostatný trh existuje a že hospodářská soutěž na tomto trhu může být významně narušena daným spojením, může rozhodnout o postoupení celého případu nebo jeho části příslušným orgánům daného členského státu za účelem použití jeho vnitrostátních právních předpisů pro hospodářskou soutěž.
13. Posuzovaným spojením dotčenou oblastí je především a) oblast maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech a b) oblast velkoobchodního nákupu zboží denní potřeby, a to výhradně na území České republiky. Při posuzování otázky, zda souhlasit

³ Čl. 21 odst. 3 Nařízení.

⁴ Úřad obdržel kopii této notifikace dne 1. 4. 2014.

s postoupením případu, Úřad vycházel z rozhodovací praxe jak Komise, tak i své vlastní,⁵ v uvedených oblastech.

14. Komise i Úřad ve svých předchozích rozhodnutích považovaly za samostatné relevantní trhy:
 - i) lokální trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech⁶
 - a ii) národní trh velkoobchodního nákupu zboží denní potřeby, který je rozdělen do 19 produktových kategorií.
15. Pokud jde o předběžné posouzení předmětného spojení, již v době posuzování žádosti o postoupení případu z Komise na Českou republiku bylo zjevné, že jeho dopady se projeví výhradně na trzích v České republice, přičemž konkrétně se budou tyto dopady vztahovat především k několika lokálním trhům maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech. Společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů vyjádřený na základě jimi dosažených obrátů na těchto lokálních trzích by se měl dle odhadu spojujících se soutěžitelů učiněného v odůvodněném podání adresovaném Komisi pohybovat mezi [15-25] % a [45-55] %. Vzhledem k této skutečnosti, a rovněž s ohledem na možnost, že nebylo lze vyloučit ani to, že ve skutečnosti jsou společné tržní podíly spojujících se soutěžitelů na těchto lokálních trzích ještě vyšší,⁷ vyjádřil Úřad přesvědčení, že spojení soutěžitelů Ahold a SPAR CZ by potenciálně mohlo narušit hospodářskou soutěž především na lokálních relevantních trzích maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech v rámci České republiky, které tvoří podstatnou část společného trhu.
16. Na základě shora uvedeného Úřad v rámci stanovené lhůty 15 pracovních dnů od obdržení žádosti o postoupení informoval Komisi v souladu s článkem 4(4) Nařízení o tom, že vyjadřuje svůj souhlas se žádostí společnosti Ahold o postoupení daného případu České republice.⁸
17. Rozhodnutím M.7224 vydaným dne 6. 5. 2014 a doručeným společnosti Ahold dne 8. 5. 2014 Komise v souladu s čl. 4(4) Nařízení postoupila posuzované spojení České republice. Následně tedy společnost Ahold podala dne 12. 5. 2014 návrh na povolení předmětného spojení k Úřadu.

II. Charakteristika spojujících se soutěžitelů

18. Společnost **Ahold** je akciovou společností s ručením omezeným založenou dle nizozemského práva, jejíž akcie jsou obchodovány na veřejném trhu, přičemž není kontrolována žádným dalším soutěžitelem. Společnost Ahold je mateřskou společností skupiny Ahold Group, provozující mezinárodní síť supermarketů a dalších maloobchodních prodejen.
19. V České republice Navrhovatel působí v oblasti maloobchodu se zbožím denní potřeby, a to ve svých 228 supermarketech a 56 hypermarketech obchodní značky Albert. Mimoto Navrhovatel na území České republiky provozuje 23 čerpacích stanic pohonných hmot.

⁵ Například ve věci spojení soutěžitelů *Hruška/Tesco Stores ČR* (S775/2013) nebo spojení soutěžitelů *REWE Zentralfinanz/PLUS – DISCOUNT* (S202/2008).

⁶ V případech posuzovaných Úřadem byly tyto lokální trhy vymezeny územím jednotlivých okresů v rámci České republiky.

⁷ S ohledem na absenci veřejně dostupné statistiky týkající se velikosti potenciálně dotčených relevantních trhů.

⁸ Viz sdělení Úřadu č. j. ÚOHS-8361/2014/840/RPI ze dne 17. 4. 2014.

20. Společnost **SPAR** je v době podání návrhu na povolení spojení soutěžitelů 100% vlastněna ze strany společnost SPAR AG. Společnost SPAR vyvíjí svoji podnikatelskou činnost pouze v České republice, a to v oblasti maloobchodu se zbožím denní potřeby, přičemž na území České republiky provozuje 50 prodejen, z toho 14 supermarketů SPAR a 36 hypermarketů INTERSPAR. Mimoto vlastní jednu čerpací stanici v okrese Teplice, ta je však dlouhodobě provozována ze strany třetího subjektu.
21. Společnost **Imobilia**, která je v době podání návrhu rovněž kontrolována společností SPAR AG, je činná pouze na území České republiky, a to v oblasti pronájmu nemovitostí a poskytování komerčních služeb poskytovaných takřka výlučně pro společnost SPAR.

III. Vymezení relevantních trhů

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.
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 či na ně vertikálně navazují nebo jim předcházejí.
25. Jak je patrné z výše uvedeného popisu podnikatelských aktivit spojujících se soutěžitelů, činnosti spojujících se soutěžitelů se v České republice překrývají zejména v oblasti maloobchodního prodeje potravinářského a nepotravinářského zboží denní potřeby. V této oblasti lze i s přihlédnutím k rozhodovací praxi Komise rozlišovat mezi trhem nákupu či obstarávání zboží (*upstream market*; tj. shora navazující trh) a na něho navazujícím trhem maloobchodního prodeje (*downstream market*; tj. zdola navazující trh).⁹

III.1 Vymezení relevantních trhů v oblasti maloobchodního prodeje

III.1.1 Věcně relevantní trh

26. Pokud jde o oblast maloobchodního prodeje zboží denní potřeby, spojující se soutěžitelé realizují tuto svoji činnost převážně v supermarketech¹⁰ a hypermarketech,¹¹ přičemž tyto

⁹ Viz například rozhodnutí Komise M.1221 REWE/Meinl.

¹⁰ Za supermarket se považuje samoobslužná prodejna s rozsáhlou nabídkou výrobků *food* a *near food*. Prodejní plocha supermarketů je obecně nižší než u hypermarketů, zpravidla minimálně 400 m² a běžně nepřekračuje 2000 m².

dva typy prodejen jsou společně s diskontními prodejny¹² označovány jako tzv. „*relevantní formáty*“, či „*moderní distribuční kanály*“.

27. V hypermarketech, supermarketech a diskontních prodejnách je konečným spotřebitelům nabízeno potravinářské i nepotravinářské spotřební zboží, které uspokojuje zejména každodenní potřeby zákazníků (toto zboží tvoří koš základních produktů denní potřeby). Společným rysem vyjmenovaných prodejen relevantních formátů, jímž se odlišují od jiných způsobů prodeje, vyloučených z věcného relevantního trhu, je široká nabídka zboží denní potřeby, jejíž přítomnost zákazník v dané prodejně očekává, a velká plocha prodejny relevantního formátu. Závěr o správnosti zahrnout všechny typy prodejen moderních distribučních kanálů do jednoho věcně relevantního trhu v podmínkách území České republiky potvrdila ve svých rozhodnutích i Komise.¹³
28. Zatímco uvedené typy maloobchodních prodejen zboží denní potřeby jsou v rozhodovací praxi Úřadu i Komise z pohledu věcného zahrnovány do jednoho relevantního trhu, prodej zboží denní potřeby v tzv. prodejnách v sousedství, specializovaných prodejnách, prodejnách u čerpacích stanic a kioscích je z tohoto věcně relevantního trhu vyloučen. Stejně tak byly z tohoto relevantního trhu v dosavadní převládající praxi jak Úřadu, tak i Komise, vyjmuty prodejny typu *cash & carry*.¹⁴ Účastník řízení nicméně v této souvislosti poukázal na nedávná rozhodnutí Komise naznačující, že prodejny typu *cash & carry* by mohly být do relevantních formátů rovněž zahrnuty.¹⁵
29. Za účelem potvrzení či naopak vyvrácení tohoto závěru Úřad oslovil jak společnost MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o., tak i jednotlivé maloobchodní řetězce. S ohledem na skutečnost, že z vyjádření oslovených subjektů nebylo možno jednoznačně dovodit, že by prodej zboží v prodejnách typu *cash & carry* měl být považován za konkurenční alternativu maloobchodního prodeje zboží prostřednictvím relevantních formátů, pro účely tohoto rozhodnutí Úřad nadále setrvává na své dosavadní rozhodovací praxi.
30. Jak již Úřad ve svých předchozích rozhodnutích dovodil, v prodejnách relevantních formátů jsou konečným zákazníkům nabízeny především potraviny (tzv. kategorie *food*), blízký doplňkový sortiment, jako například toaletní potřeby, kosmetika a čisticí prostředky (tzv. kategorie *near food* či *non food I*), a rovněž tak další nepotravinářské zboží, jako například textil, nářadí, hračky či domácí spotřebiče (tzv. kategorie *non food II*).
31. Produktům náležejícím do kategorie *food* a kategorie *near food* je společné, že jsou nakupovány pravidelně a v kratších intervalech k pokrytí běžných potřeb domácnosti. Naproti tomu produkty kategorie *non food II* jsou nakupovány zákazníky nikoli pravidelně, ale příležitostně, v delších časových odstupech.

¹¹ Za hypermarket se považuje samoobslužná prodejna s prodejní plochou min. 2500m², ve které se dle velikosti nad rámec nabídky výrobků *food* a *near food* nabízejí také komplexně výrobky *non food II*.

¹² Za diskontní prodejnu se považuje prodejna k prodeji úzkého sortimentu výrobků, často jako obchodních značek, na prodejní ploše zpravidla výrazně nepřesahující 1000 m².

¹³ Viz rozhodnutí Komise M.3905 *Tesco/Carrefour* a M.4590 *REWE/Delvita*.

¹⁴ K tomuto vymezení věcného relevantního trhu se ve své rozhodovací praxi přiklání Komise (viz například rozhodnutí M.784 *Kesko/Tuko*, M.3905 *Tesco/Carrefour* či M.4590 *REWE/Delvita*) i Úřad (viz rozhodnutí ve věci S30/05 *JULIUS MEINL/Ahold*).

¹⁵ Viz rozhodnutí Komise M.6506 *GROUPE AUCHAN /MAGYAR HIPERMARKET*.

32. Při porovnání těchto výrobních skupin lze nalézt mezi jednotlivými prodejny relevantního formátu rozdíly: diskontní prodejny a supermarkety nabízejí zejména zboží kategorií *food* a *near food*, kdežto nabídka v hypermarketech je širší a pokrývá i kategorii *non food II*. Nicméně v České republice nabízejí výrobky kategorie *non food II* rovněž supermarkety a diskontní prodejny. Tento fakt Úřad již ve svých předchozích rozhodnutích vyhodnotil tak, že věcně relevantní trh může zahrnovat i produkty *non food II*.
33. Uvedený závěr je v souladu s rozhodovací praxí Komise¹⁶ vztahující se k trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v rámci území České republiky, která na základě výsledků svého šetření uvedla, že hypermarkety (nabízející ve větší míře nepotravinářské zboží kategorie *non food II*) soutěží se supermarkety a diskontními prodejny celým svým sortimentem, a nikoli pouze produkty pravidelně prodávány ve všech třech relevantních formátech.
34. Protože se však dopady předmětného spojení na hospodářskou soutěž při jakémkoli vymezení relevantního trhu nezmění, ať už do něho bude kategorie *non food II* zahrnuta či nikoli (tržní podíl soutěžitelů při zahrnutí zboží kategorie *non food II* se výrazněji neliší od tržního podílu při vyloučení tohoto produktového segmentu), mohla být tato dílčí otázka ponechána otevřená.
35. Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem Úřad v oblasti prodejních trhů vymezil jako věcně relevantní **trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech** s tím, že otázka zařazení kategorie *non food II* byla ponechána otevřená.

III.1.2 Geograficky relevantní trh

36. Při zkoumání, zda se soutěž na věcném trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech odehrává za dostatečně homogenních soutěžních podmínek na území, které je představováno celou Českou republikou, případně na území vymezeném jiným způsobem, vycházel Úřad z následujících skutečností.
37. Ačkoli se rozhodování soutěžitele o tvorbě cen, sortimentu prodáváného zboží, marketingových a propagačních aktivitách či rozmístění prodejen obvykle odehrává na národní úrovni, skutečnost, že jednotliví maloobchodní prodejci vzájemně sledují konkurenční ceny na lokální úrovni a následně reagují na aktuální tržní situaci, svědčí ve prospěch lokálního vymezení relevantního trhu.
38. Z pohledu konečného zákazníka, který by měl být rozhodujícím faktorem, pak geograficky relevantní trh zpravidla představuje lokálně omezenou oblast, v níž mohou koneční zákazníci dosáhnout maloobchodní prodejny relevantních formátů. V této souvislosti považoval Úřad ve své dosavadní praxi za relevantní vzdálenost, ve které mezi sebou jednotlivé prodejny relevantních formátů soutěží, cca 20 až 30 minutovou jízdou autem.¹⁷ Platnost lokálního vymezení trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby ve vztahu k podmínkám území České republiky byla potvrzena i rozhodnutími Komise¹⁸ s tím, že lokální spádové oblasti v okruhu kolem jednotlivých maloobchodních prodejen relevantních formátů se přibližně shodují s územím okresů České republiky.

¹⁶ Viz rozhodnutí Komise M.3905 *Tesco/Carrefour* a M.4590 *REWE/Delvita*.

¹⁷ Viz rozhodnutí Úřadu S202/2008 *REWE/PLUS-DISCOUNT* nebo S775/2013 *HRUŠKA/Tesco Stores ČR*.

¹⁸ Viz rozhodnutí Komise M.3905 *Tesco/Carrefour* a M.4590 *REWE/Delvita*.

39. Nicméně z recentní rozhodovací praxe některých soutěžních úřadů členských států EU lze vyvodit závěr,¹⁹ že v souvislosti s geografickým vymezením relevantních trhů v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby je odůvodněné zkoumat možné negativní dopady spojení i ve vztahu k úžeji pojatým geografickým územím, v daných případech vymezených pro středně velké maloobchodní prodejny v městských oblastech 5 minutami jízdy autem, respektive 10 minutami ve venkovských oblastech, zatímco pro větší maloobchodní prodejny 10 respektive 15 minutami jízdy autem, a to přinejmenším alternativně k doposud obvyklé dojezdové vzdálenosti 20 až 30 minut.
40. V rámci návrhu na povolení posuzovaného spojení soutěžitelů účastník řízení předložil studii „Supermarket, Diskont & Hypermarket 2013“ připravenou společností INCOMA GfK, s.r.o. (dále jen „Studie INCOMA GfK“),²⁰ která se mimo jiné zabývá i některými nákupními zvyky spotřebitelů v České republice.
41. V souvislosti s otázkou možného vymezení geografického relevantního trhu pro účely posouzení dopadů navrhovaného spojení soutěžitelů pak vyplynuly ze Studie INCOMA GfK následující podstatné skutečnosti. Především spotřebitelé při rozhodování o výběru, ve které prodejně relevantního formátu budou nakupovat zboží denní potřeby, považují za podstatný faktor vhodné umístění prodejny,²¹ když více než [...obchodní tajemství...] % zákazníků tento faktor řadí mezi tři nejdůležitější kritéria výběru prodejny a více než [...obchodní tajemství...] % zákazníků tento faktor označilo za vůbec nejvýznamnější.²²
42. Rovněž tak ze Studie INCOMA GfK vyplynulo, že ve městech s populací 20 tisíc až 50 tisíc obyvatel²³ zákazníci při nákupu zboží denní potřeby obvykle nevyužívají auto, když pouze cca [...obchodní tajemství...] % spotřebitelů z těchto měst jezdí nakupovat autem pravidelně.²⁴ Rovněž tak i většina zákazníků (cca [...obchodní tajemství...] %) společnosti SPAR,²⁵ tedy nabývaného soutěžitele, nejezdí dle Studie INCOMA GfK do jejích prodejen nakupovat pravidelně autem.²⁶
43. Tyto závěry Studie INCOMA GfK pak minimálně vzbuzují odůvodněné pochybnosti, že ve spojení nejvíce dotčených oblastech dosavadní přístup při vymezení geografických relevantních trhů v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech²⁷ neodpovídá skutečnému vnímání alternativ výběru pro spotřebitele. Pro zákazníky, z nichž podstatná většina dle zmiňované studie nejezdí do své maloobchodní prodejny autem, totiž pravděpodobně nepředstavuje supermarket vzdálený 20 minut jízdy autem skutečnou a reálnou alternativu k prodejnám relevantních formátů v místě, kde obvykle nakupují.

¹⁹ Viz například rozhodnutí ve věci Asda/Netto přijatého britským Office for Fair Trading nebo rozhodnutí slovenského Antimonopolního úřadu č. j. 2013/FH/3/1/020 ve věci získání kontroly nad podnikem Terno Slovensko, spotřební družstvo, a podnikem Diligentia R.C., s.r.o.

²⁰ Viz listy spisu č. 142 – 225.

²¹ Pozn. Úřadu Studie INCOMA GfK používá termín „convenient location“.

²² Viz list spisu č. 150 a 176.

²³ Zejména v takových městech se činnost spojujících se soutěžitelů překrývá a současně v takových městech tyto dosahují nejvýznamnějších tržních podílů.

²⁴ Viz list spisu č. 208.

²⁵ Respektive zákazníků nakupujících v hypermarketech INTERSPAR.

²⁶ Viz list spisu č. 208.

²⁷ Tj. vymezení geografických relevantních trhů jednotlivými okresy České republiky.

44. Sohledem na uvedené tak v rámci první fáze správního řízení Úřad zjišťoval a analyzoval postavení jednotlivých soutěžitelů působících na produktovém relevantním trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech alternativně na geografických územích a) celé České republiky, b) jednotlivých okresů České republiky, kde se činnost spojujících se soutěžitelů překrývá, a c) jednotlivých měst České republiky,²⁸ kde se činnost spojujících se soutěžitelů překrývá.
45. V případě, že by vznikly významné rozdíly v hodnocení dopadů spojení soutěžitelů při těchto alternativách geografického vymezení relevantního trhu spojené se vznikem obav z podstatného narušení hospodářské soutěže, byl Úřad připraven provést detailní spotřebitelský průzkum, jehož cílem by bylo mimo jiné i zjištění názoru spotřebitelů na otázku vymezení geografických relevantních trhů.
46. Nicméně vzhledem ke skutečnosti, že po úpravě navrhované transakce způsobené závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže, které přijal účastník řízení a kterými Úřad podmínil povolení posuzovaného spojení soutěžitelů, lze konstatovat, že posuzované spojení nevzbuzuje obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže při žádné z definic relevantního trhu přicházejících v úvahu, Úřad ponechal pro účely tohoto rozhodnutí otázku konečného vymezení geograficky relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech otevřenou.

III.2 Vymezení relevantních trhů v oblasti obstarávání zboží

III.2.1 Věcně relevantní trh

47. Na trhu obstarávání zboží výrobci zboží denní potřeby prodávají toto zboží svým odběratelům, mezi něž patří velkoobchodníci, maloobchodníci (tj. například i prodejny relevantních formátů) a další podnikatelské subjekty, respektive tito odběratelé toto zboží u výrobců poptávají s cílem dosáhnout pro ně co nejvýhodnějších obchodních i cenových podmínek.
48. S přihlédnutím k omezené zaměnitelnosti na nabídkové straně nákupního trhu, kdy producenti obvykle vyrábějí pouze jediný výrobek či jedinou kategorii výrobků, s tím, že schopnosti a možnosti těchto producentů přejít na výrobu produktu jiného jsou omezené, se při posuzování fúzí a akvizic v oblasti maloobchodního prodeje na nákupním trhu z pohledu věcného rozlišují následující trhy skupin výrobků:²⁹ 1. chléb a pečivo, 2. mléčné výrobky, 3. nealkoholické nápoje, 4. horké nápoje, 5. sladkosti, 6. základní potraviny, 7. kojenecká výživa, 8. krmiva pro zvířata, 9. hygienické a kosmetické výrobky, 10. prací, mycí a čisticí prostředky, 11. maso a uzeniny, 12. drůbež a vejce, 13. čerstvé ovoce a zelenina, 14. pivo, 15. víno a likéry, 16. zavařeniny, 17. mražené zboží, 18. ostatní drogistické zboží a 19. ostatní nepotravinářské výrobky.
49. Výrobci dodávají produkty spadající do jednotlivých výše vyjmenovaných kategorií prostřednictvím různých distribučních kanálů, které zahrnují nejen maloobchodní prodejce (zejména hypermarkety, supermarkety a diskontní prodejny), ale například

²⁸ V rámci nichž se zákazníci mohou, kromě automobilu, pohybovat pěšky či používat prostředky veřejné hromadné dopravy.

²⁹ Viz například rozhodnutí Komise M.1221 REWE/Meinl či M.5047 REWE/ADEG nebo rozhodnutí Úřadu S202/2008 REWE/PLUS-DISCOUNT.

i velkoobchodníky, prodejny typu *cash & carry*, specializované prodejny, restaurace, či společnosti poskytující cateringové služby.³⁰ I přes úvahy³¹ o rozdílech (týkajících se například balení uvedených produktů, logistiky, obchodní strategie, know-how), které z pohledu výrobců existují mezi jednotlivými distribučními kanály, se nejeví jako nezbytné v případě předmětného spojení soutěžitelů mezi těmito kanály rozlišovat, neboť posuzované spojení soutěžitelů nevzbuzuje ve vztahu k nákupním trhům vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže.

50. Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem by bylo možno vymezit samostatné věcně relevantní trhy nákupu zboží denní potřeby dle jednotlivých 19 výše uvedených výrobních kategorií, nicméně pro účely tohoto rozhodnutí byla tato otázka ponechána otevřená, neboť dopady předmětného spojení na hospodářskou soutěž při jakémkoli vymezení věcně relevantního trhu se nezmění.

III.2.2 Geograficky relevantní trh

51. Nákupní trhy zboží denní potřeby mají charakter trhů národních, přičemž takový přístup vychází ze skutečnosti, že většina produktů denní potřeby nakupovaných maloobchodními prodejci je vyráběna v České republice a v případě dovážených produktů jsou před jejich prodejem přizpůsobovány podmínkám České republiky co do formy balení či jazyka, ve kterém jsou konečnému spotřebiteli sdělovány informace o produktu. Navíc je třeba přihlížet i k faktu, že řada mezinárodních výrobců (v postavení dodavatelů) vyjednává s maloobchodními prodejci (v postavení odběratelů) na národní úrovni prostřednictvím svých na této úrovni působících dceřiných společností, a rovněž tak využívají dostupných národních distribučních kanálů. K uvedeným závěrům dospěla ve své rozhodovací praxi i Komise.³²
52. Z výše uvedených důvodů, jež jsou uvedeny v části rozhodnutí týkající se vymezení věcně relevantního trhu pro obstarávání zboží denní potřeby a jež jsou platné i zde, ponechal Úřad pro účely tohoto rozhodnutí otázku konečného vymezení předmětného relevantního trhu z hlediska geografického rovněž otevřenou.

IV. Posouzení dopadů spojení na relevantních trzích

53. Úřad v jednotlivých případech spojení soutěžitelů zkoumá, zda v jejich důsledku 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 spojení dotčených trhů, podíl spojujících se soutěžitelů na těchto trzích, jejich hospodářskou a finanční sílu, právní a jiné překážky vstupu dalších soutěžitelů na spojení 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 ku prospěchu spotřebitele a nebrání účinné soutěži. Současně Úřad

³⁰ Viz například rozhodnutí Komise M.3464 *Kesko/ICA*.

³¹ Viz zejména rozhodnutí Komise M.1221 *REWE/Meinl* či M.5047 *REWE/ADEG*.

³² Například rozhodnutí M.1221 *REWE/Meinl*.

podpůrně přihlíží k pravidlům stanoveným v Pokynech pro posuzování horizontálních spojení podle Nařízení (dále jen „Pokyny pro posuzování horizontálních spojení“).³³

54. 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 v § 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.
55. 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 vypočítá 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.
56. 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 150.³⁴ To neplatí v případě existence zvláštních okolností, například v podobě jednoho nebo více následujících 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.³⁵

IV.1 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech

57. Protože otázka konečného geografického vymezení relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech byla v tomto konkrétním případě ponechána otevřená, Úřad při posuzování dopadů předmětného spojení bude alternativně hodnotit účinky spojení v rámci území vymezených i) celou Českou republikou, ii) jednotlivých okresů, v nichž se činnosti spojujících se soutěžitelů překrývají, a iii) jednotlivých měst, v nichž se činnosti spojujících se soutěžitelů překrývají.³⁶

IV.1.1 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezený územím České republiky

58. Z pohledu celého území České republiky dosahují spojující se soutěžitelé společného tržního podílu pohybujícího se na hranici **[15-25] %**, když tržní podíl společnosti AHOLD činí cca **[15-**

³³ Zveřejněno v Úředním věstníku Evropských společenství C 31 ze dne 5. 2. 2004.

³⁴ Viz bod 20 Pokynů pro posuzování horizontálních spojení.

³⁵ Viz tamtéž.

³⁶ Pokud není uvedeno jinak, Úřadem uváděné tržní podíly jednotlivých soutěžitelů se vztahují k roku 2013 a zahrnují obraty dosažené prodejem zboží kategorie *food*, *near food* a *non food II*. V této souvislosti je nezbytné uvést, že tržní podíly jednotlivých soutěžitelů zahrnující tržby v kategoriích *food*, *near food* a *non food II* se od tržních podílů zahrnujících pouze kategorie *food* a *near food* odlišují minimálně, prakticky ve všech případech v řádu desetin %.

25] %, zatímco podíl společnosti SPAR představuje cca **[0-5]** %. Postavení spojujících se soutěžitelů a jejich konkurentů na národním trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby vyjadřuje následující tabulka:

Národní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby

	Soutěžitel	Tržní podíl 2013 (v %)
1.	Schwarz ³⁷	[25-35]
2.	Ahold+SPAR	[15-25]
3.	REWE ³⁸	[15-25]
4.	Tesco ³⁹	[5-15]
5.	Globus ⁴⁰	[5-15]
6.	Coop ⁴¹	[0-5]
7.	Hruška ⁴²	[0-5]
8.	Norma ⁴³	[0-5]
9.	Pramen ⁴⁴	[0-5]
	Celkem	100

59. Spojením vzniklý subjekt zaujme postavení druhého nejsilnějšího soutěžitele na celonárodním trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby za skupinou Schwarz a před skupinami REWE a Tesco. Posuzované spojení soutěžitelů povede ke vzniku soutěžitele, který bude (podle údajů za rok 2013) dosahovat cca **[15-25]** % tržního podílu a bude se tak nacházet pod hranicí 25 %, považované z pohledu soutěžního práva⁴⁵ za indikátor toho, že předmětné spojení soutěžitelů nebude mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže.
60. Z analýzy koncentrace trhu vyplynulo, že trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území České republiky je a po realizaci posuzovaného spojení nadále zůstane mírně koncentrovaným, kdy hodnota indexu HHI převyšuje 1000 bodů, přičemž Delta je nižší než 250 bodů. Výsledky této analýzy rovněž ukazují, že předmětné

³⁷ Do Skupiny společnosti Schwarz-Group náleží společnosti Kaufland Česká republika v.o.s. (dále jen „Kaufland“) a Lidl Česká republika v.o.s. (dále jen „Lidl“)

³⁸ Do Skupiny společnosti REWE Zentralfinanz eG (dále jen „REWE“) náleží společnosti BILLA, spol. s r. o. (dále jen „Billa“) a Penny Market s.r.o. (dále jen „Penny“).

³⁹ Tj. Tesco Stores ČR a.s. a Tesco Franchise Stores ČR a.s. (společně dále jen „Tesco“).

⁴⁰ Tj. Globus ČR, k.s. (dále jen „Globus“).

⁴¹ Sdružení COOP tvoří 50 spotřebních družstev a dvě nákupní aliance - COOP Centrum (Praha) a COOP Morava (Brno).

⁴² Jedná se o maloobchodní síť, v jejímž čele stojí společnost H R U Š K A , spol. s r.o.

⁴³ Tj. společnost NORMA, k.s. (dále jen „Norma“).

⁴⁴ Tj. společnost PRAMEN CZ a.s. (dále jen „Pramen“).

⁴⁵ Viz § 17 odst. 3 zákona, obdobně bod 32. preambule Nařízení Rady (ES) č. 139/2004, o kontrole spojování podniků.

spojení soutěžitelů z celorepublikového hlediska není způsobilé narušit hospodářskou soutěž na území České republiky.

61. V České republice je v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech aktivní většina celoevropsky působících nadnárodních obchodních řetězců, které představují silnou konkurenci spojením vzniklému soutěžiteli. Většina z těchto nadnárodních obchodních řetězců vstoupila na trh České republiky v průběhu 90. let, silná konkurence mezi nimi pak v následujícím období vedla k odchodu některých z nich z českého trhu (například společnosti JULIUS MEINL,⁴⁶ Carrefour,⁴⁷ Delvita⁴⁸ a nyní SPAR). Současně se však zkoumaný národní trh vyznačuje nadále rostoucí poptávkou, na kterou i díky nízkým překážkám vstupu reagují převážně v České republice již působící subjekty rozšiřováním sítí svých prodejen.
62. Ačkoli v České republice v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech působí ustálený počet převážně nadnárodních soutěžitelů a z tohoto pohledu lze daný sektor považovat za saturovaný, obecně lze o této oblasti konstatovat, že v České republice neexistují zásadní právní či administrativní překážky vstupu nových soutěžitelů na trh, respektive spíše rozšíření působnosti stávajících soutěžitelů na další lokální trhy. Pokud v lokalitě vytipované pro vybudování nové prodejny relevantního formátu není k dispozici objekt vhodný k pronájmu, obvykle existuje možnost pro vybudování nové prodejny, jež je omezena pouze s ohledem na plán územního rozvoje dané lokality, tzn. administrativními kroky v souvislosti s územním rozhodnutím, stavebním povolením nebo kolaudačním řízením. Na rozdíl od některých členských států Evropské unie však územní omezení výstavby maloobchodních prodejen relevantního formátu nepředstavuje v České republice obvykle zásadní překážku. Průzkumy trhu provedené v předchozích případech v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby ukázaly, že z hlediska časové náročnosti se doba pro výstavbu a uvedení do provozu nové prodejny pohybuje od 8 do 24 měsíců v závislosti na velikosti prodejny. Rovněž náklady na vybudování prodejny nepředstavují významnou bariéru expanze na trhu, obzvláště pro již zavedené maloobchodní řetězce. Výše uvedené potvrzuje i pokračující rozšiřování územní působnosti těchto soutěžitelů.

IV.1.2 Relevantní trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezené územím okresů České republiky

63. Při zkoumání dopadů předmětného spojení na lokálních trzích maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezených územím okresů Úřad primárně vycházel z údajů o tržních podílech spojujících se soutěžitelů a jejich konkurentů. Získané informace vedly k identifikaci geografických lokalit, v jejichž rámci působí na trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech oba spojující se soutěžitelé a zároveň jejich společný tržní podíl přesahuje 25 %. Jedná se o následující okresy: i) Brno-město, ii) Česká Lípa, iii) Frýdek-Místek, iv) Hradec Králové, v) Jihlava, vi) Kroměříž, vii) Mladá Boleslav, viii) Most, ix) Ostrava, x) Plzeň-město, xi) Praha, xii) Praha-

⁴⁶ Kontrolu nad společností JULIUS MEINL získala v důsledku spojení povoleného Úřadem (S 30/05) společnost Ahold.

⁴⁷ Kontrolu nad českými maloobchodními prodejny společností Carrefour získala v důsledku spojení povoleného Komisí (M.3905) společnost Tesco.

⁴⁸ Kontrolu nad společností Delvita získala v důsledku spojení povoleného Komisí (M.4590) skupina REWE.

východ, xiii) Prostějov, xiv) Tábor, xv) Teplice, xvi) Třebíč, xvii) Uherské Hradiště, xviii) Zlín a xix) Znojmo.⁴⁹

64. Ve vztahu k těmto lokálním trhům Úřad provedl podrobnější analýzu s cílem ověřit postavení jednotlivých soutěžitelů působících ve spojením dotčené oblasti. Tato analýza umožnila identifikovat lokální trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezené územím okresů, na kterých zaujímají spojující se soutěžitelé natolik významné postavení, že by jejich spojení mohlo v konečném důsledku vést k podstatnému narušení hospodářské soutěže.
65. Šetření Úřadu ukázalo, že na lokálních trzích maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech v okresech Brno-město, Česká Lípa, Frýdek-Místek, Hradec Králové, Kroměříž, Mladá Boleslav, Most, Ostrava, Plzeň-město, Praha, Praha-východ, Prostějov, Tábor, Teplice, Uherské Hradiště, Zlín a Znojmo, na nichž se společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů bude po uskutečnění spojení pohybovat v intervalu cca 25 % – cca 40 %, současně působí konkurenční subjekty disponující nezanedbatelným tržním postavením, přinejmenším obdobnou hospodářskou a finanční silou, jakož i zavedenou obchodní značkou. Na některých z těchto lokálních trhů byly rovněž potvrzeny plánované vstupy významných konkurentů,⁵⁰ které by posílily konkurenční prostředí na těchto trzích a potenciálně i snížily relativně významné postavení spojením vzniklého subjektu. S ohledem na tyto skutečnosti Úřad dospěl k závěru, že ve shora uvedených okresech posuzované spojení nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže.
66. Současně na základě již zmiňovaných faktorů Úřad identifikoval lokální trhy se společným tržním podílem spojujících se soutěžitelů převyšujícím hranici 40 %, na nichž bylo pro vyloučení negativních efektů posuzovaného spojení soutěžitelů nezbytné provést podrobnější analýzu dopadů. Jedná se o trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území okresů **Jihlava a Třebíč**.

IV.1.2.1 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území okresu Jihlava

67. Celková velikost relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území okresu Jihlava, vyjádřená obratem prodeje zboží v kategoriích *food*, *near food* a *non food II*, uskutečněných jednotlivými, na tomto trhu přítomnými soutěžiteli, činí za rok 2013 cca 2,33 mld. Kč, přičemž tohoto obratu bylo dosaženo maloobchodním prodejem v rámci celkových 18 prodejen relevantních formátů. Společnost Ahold se svými šesti prodejny relevantního formátu dosáhla v daném roce tržního podílu o velikosti cca **[25-35]** %, společnost SPAR pak díky jedné prodejně cca **[5-15]** %. Tržní podíl spojením vzniklého subjektu by tedy po realizaci posuzovaného spojení činil **[35-45]** %, přičemž při takové úrovni tržního podílu již nelze bez dalšího vyloučit obavy z možného podstatného narušení hospodářské soutěže. Úřad tedy v rámci provedeného

⁴⁹ Mimo uvedené okresy se činnosti spojujících se soutěžitelů v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech překrývají v okresech České Budějovice, Cheb, Jablonec nad Nisou, Karlovy Vary, Liberec, Litoměřice, Nový Jičín, Olomouc, Opava a Pardubice.

⁵⁰ Na základě zjištěných dat Úřad pro účely tohoto rozhodnutí přihlížel ke vstupům uskutečněným či plánovaným v rozmezí let 2014 – 2016.

šetření zkoumal, zda přítomnost a působení několika konkurenčních subjektů na uvedeném trhu povede ke zmírnění respektive rozptýlení těchto obav či nikoli.

68. Na uvažovaném relevantním trhu vymezeném územím okresu Jihlava působí několik dalších soutěžitelů provozujících zbylých 11 prodejen relevantního formátu, například společnost Kaufland s tržním podílem cca [15-25] %, společnost Tesco s tržním podílem cca [15-25] %, společnost Lidl s tržním podílem cca [5-15] %, společnost Penny s tržním podílem cca [5-15] %, v menší míře pak společnost Billa, jejíž tržní podíl dosahuje cca [0-5] %. Na zmíněném lokálním trhu pak nelze opominout přítomnost prodejen sdružených v nákupní alianci COOP, jejichž celkový tržní podíl dosahuje cca [0-5] %.
69. Pokud jde o úroveň koncentrace trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území okresu Jihlava, lze tento trh považovat před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů za mírně koncentrovaný (tj. index HHI je nižší než 2000), po spojení však již bude vysoce koncentrovaný (tj. index HHI je vyšší než 2000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je výrazně vyšší než 250.
70. Úřad dále posuzoval aktuální situaci na trhu ve srovnání s jeho možným budoucím vývojem, a tedy i možnosti pro vstup nových soutěžitelů na uvedený trh, respektive rozšíření stávajících aktivit soutěžitelů již na trhu působících, a schopnost takových vstupů přispět k zachování a rozvíjení účinné hospodářské soutěže v okrese Jihlava. Z Úřadem provedeného šetření vyplývá, že v horizontu dvou let na území okresu Jihlava otevřou svoji novou prodejnu relevantního formátu (každý jednu) dva stávající konkurenti spojujících se soutěžitelů, kteří tak bezpochyby ještě posílí své dosavadní, nikoli marginální, postavení na daném relevantním trhu vymezeném územím okresu Jihlava.
71. Zejména vzhledem k celkovému počtu v daném okrese působících soutěžitelů a jejich postavení na trhu a rovněž s ohledem na ohlášené posílení již aktivních konkurentů, které sníží na dotčeném lokálním trhu společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů pod hranici 40 %, lze mít za to, že posuzované spojení soutěžitelů nebude mít negativní dopad na konkurenční prostředí v daném regionu.

IV.1.2.2 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území okresu Třebíč

72. Celková velikost relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území okresu Třebíč, vyjádřená obratem prodeje zboží v kategoriích *food*, *near food* a *non food II*, uskutečněných jednotlivými, na tomto trhu přítomnými soutěžiteli, činí za rok 2013 cca 1,97 mld. Kč. Tohoto obratu bylo dosaženo maloobchodním prodejem zboží denní potřeby v celkových 16 prodejnách relevantního formátu. Společnost Ahold se svými třemi prodejnami relevantního formátu dosáhla v daném roce tržního podílu o velikosti cca [15-25] %, společnost SPAR pak díky dvěma prodejnám relevantního formátu cca [15-25] %. Tržní podíl spojením vzniklého subjektu by po realizaci předmětného spojení činil [35-45] %, přičemž tato úroveň tržního podílu obvykle vzbuzuje obavy z možného narušení hospodářské soutěže. Úřad tedy i ve vztahu k tomuto okresu zabýval posouzením otázky, zda přítomnost a působení několika konkurenčních subjektů na uvedeném trhu bude natolik významné, že povede ke zmírnění, respektive rozptýlení, těchto obav či nikoli.

73. Na relevantním trhu působí další významní soutěžitelé provozující zbylých 11 prodejen relevantního formátu, zejména pak společnost Penny s tržním podílem cca [15-25] %, dále rovněž společnost Kaufland s tržním podílem cca [15-25] %, společnost Billa s tržním podílem ve výši cca [5-15] % a společnost Lidl, jejíž tržní podíl činil v roce 2013 cca [5-15] %.
74. Rovněž trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území okresu Třebíč lze považovat před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů za mírně koncentrovaný (tj. index HHI je nižší než 2000), po spojení však již bude vysoce koncentrovaný (tj. index HHI je vyšší než 2000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je výrazně vyšší než 250.
75. Úřad také v rámci okresu Třebíč posuzoval aktuální situaci na trhu ve srovnání s jeho možným budoucím vývojem, a tedy i možnosti pro vstup nových soutěžitelů na uvedený trh, respektive rozšíření stávajících aktivit soutěžitelů již na trhu působících, a schopnost takových vstupů přispět k zachování a rozvíjení účinné hospodářské soutěže v tomto okrese. Z Úřadem provedeného šetření vyplývá, že v horizontu tří let ve zkoumané lokalitě nedojde ke vstupu nového ani k rozšíření současných aktivit na trhu již aktivního soutěžitele. Přesto Úřad v první fázi správního řízení dospěl k závěru, že spotřebitelé v okrese Třebíč budou mít i po realizaci posuzovaného spojení možnost alternativního výběru maloobchodního prodejce zboží denní potřeby. V daném okrese bude i po realizaci posuzovaného spojení působit pět významných konkurentů spojujících se soutěžitelů, z nichž dva dosahují tržního podílu v rozmezí 15-25 %. Každý z konkurentů spojujících se soutěžitelů přitom současně disponuje dostatečnou hospodářskou a finanční silou nezbytnou k tomu vyvíjet na spojení vzniklý subjekt efektivní konkurenční tlak a v důsledku toho lze mít za to, že posuzované spojení soutěžitelů nepovede, i přes relativně vysoký tržní podíl spojujících se soutěžitelů, k podstatnému narušení hospodářské soutěže na relevantním trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezeném územím okresu Třebíč. Tento závěr je umocněn závazkem spojujících se soutěžitelů týkajícím se území města Třebíč, v jehož důsledku dojde ke snížení tržního podílu společnosti Ahold také na území okresu Třebíč pod úroveň 40 %.

IV.1.3 Relevantní trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezené územím měst České republiky

76. Jak již Úřad konstatoval, činnosti spojujících se soutěžitelů v oblasti maloobchodního prodeje zboží v relevantních formátech se překrývají pouze v rámci některých okresních měst. Při zkoumání dopadů předmětného spojení na lokálních trzích maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezených územím jednotlivých měst Úřad rovněž vycházel z údajů o tržních podílech spojujících se soutěžitelů a jejich konkurentů. Získané informace vedly k identifikaci měst, v jejichž rámci působí na trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech oba spojující se soutěžitelé a kde jejich společný tržní podíl přesahuje 25 %. Jedná se o následující města: i) Brno-město, ii) Česká Lípa, iii) Frýdek-Místek, iv) Hradec Králové, v) Cheb, vi) Jablonec nad Nisou, vii) Jihlava, viii) Kroměříž, ix) Litoměřice, x) Mladá Boleslav, xi) Most, xii) Nový Jičín, xiii) Ostrava, xiv) Plzeň-město, xv) Hl. město Praha, xvi) Prostějov, xvii) Tábor, xviii) Teplice, xix) Třebíč, xx) Uherské Hradiště a xxi) Znojmo.

77. Také ve vztahu k lokálním trhům vymezeným územím shora uvedených měst Úřad provedl podrobnější analýzu s cílem ověřit postavení jednotlivých soutěžitelů působících ve spojením dotčené oblasti. Na základě toho Úřad identifikoval lokality, v nichž zaujímají spojující se soutěžitelé natolik významné postavení, že by jejich spojení mohlo v konečném důsledku vést k podstatnému narušení hospodářské soutěže.
78. Šetření Úřadu ukázalo, že na lokálních trzích maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech ve městech Brno-město, Frýdek-Místek, Hradec Králové, Cheb, Jablonec nad Nisou, Kroměříž, Most, Nový Jičín, Ostrava, Plzeň-město, Praha, Prostějov, Teplice, Uherské Hradiště a Znojmo,⁵¹ na nichž se společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů bude po uskutečnění spojení pohybovat v intervalu cca 25 % – cca 40 %, současně působí konkurenční subjekty disponující nezanedbatelným tržním postavením, přinejmenším obdobnou hospodářskou a finanční silou, jakož i zavedenou obchodní značkou. Rovněž tak na územích některých z těchto měst byly potvrzeny plánované vstupy významných konkurentů, které by posílily konkurenční prostředí na těchto trzích a potenciálně i snížily relativně významné postavení spojením vzniklého subjektu. S ohledem na tyto skutečnosti Úřad dospěl k závěru, že ve shora uvedených městech posuzované spojení nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže.
79. Současně na základě již zmiňovaných faktorů Úřad identifikoval lokální trhy se společným tržním podílem spojujících se soutěžitelů převyšujícím hranici 40 %, na nichž bylo pro vyloučení negativních efektů posuzovaného spojení soutěžitelů nezbytné provést podrobnější analýzu dopadů. Jedná se o trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území měst **Česká Lípa, Litoměřice, Tábor a Třebíč**.
80. Pokud jde o trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území měst Mladá Boleslav a Jihlava, tržní podíl spojujících se soutěžitelů bude po realizaci spojení na území obou měst sice převyšovat [35-45]% hranici ([45-55] %, respektive [35-45] %), nicméně ve vztahu k oběma těmto lokalitám byly ze strany významných konkurentů spojujících se soutěžitelů Úřadu potvrzeny vstupy na tento trh formou otevření významných nových prodejen. Úřad má za to, že tyto nové prodejny přinesou posílení soutěžního prostředí v daných lokalitách a zároveň podstatné snížení tržních podílů spojením vzniklého subjektu pod [35-45] %, a z tohoto důvodu území měst Mladá Boleslav a Jihlava nezařadil mezi lokality, u nichž bylo pro vyloučení negativních efektů předmětného spojení nezbytné provést podrobnější analýzu.

IV.1.3.1 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Česká Lípa

81. Celková velikost relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezeného územím města Česká Lípa, vyjádřená obratem prodeje zboží v kategoriích *food*, *near food* a *non food II*, uskutečněných jednotlivými, na tomto trhu přítomnými soutěžiteli, činí za rok 2013 cca 1,4 mld. Kč, přičemž tohoto obratu bylo dosaženo maloobchodním prodejem v rámci celkových sedmi prodejen relevantního formátu. Společnost Ahold se svou jedinou prodejnou relevantního formátu dosáhla v daném roce tržního podílu o velikosti cca [5-15] %, společnost SPAR pak díky třem

⁵¹ Pro dotčený relevantní trh vymezený územím města Znojmo platí tentýž závěr jako v případě okresu Znojmo.

prodejnám cca [35-45] %. Tržní podíl spojením vzniklého subjektu by tedy po realizaci posuzovaného spojení činil [45-55] %, přičemž tato úroveň tržního podílu obvykle vzbuzuje obavy z možného narušení hospodářské soutěže. Úřad tedy v rámci provedeného šetření zkoumal, zda přítomnost a působení několika konkurenčních subjektů na uvedeném trhu povede ke zmírnění či rozptýlení těchto obav.

82. Na relevantním trhu vymezeném územím města Česká Lípa působí pouze tři další maloobchodní řetězce provozující zbylé tři prodejny relevantního formátu, a to společnost Kaufland s tržním podílem cca [35-45] %, společnost Lidl s tržním podílem cca [5-15] % a společnost Penny s tržním podílem cca [0-5] %.
83. Z hlediska úrovně koncentrace trhu, vyjádřené prostřednictvím indexu HHI, lze trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Česká Lípa již před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů považovat za vysoce koncentrovaný (tj. index HHI je vyšší než 2000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je výrazně vyšší než 250.
84. Úřad dále posuzoval aktuální situaci na trhu ve srovnání s jeho možným budoucím vývojem, a tedy i možnosti pro vstup nových soutěžitelů na uvedený trh, respektive rozšíření stávajících aktivit soutěžitelů již na trhu působících, a schopnost takových vstupů přispět k zachování a rozvíjení účinné hospodářské soutěže ve městě Česká Lípa. Z Úřadem provedeného šetření vyplývá, že v horizontu tří let ve zkoumané lokalitě nemá dojít ke vstupu nového ani k rozšíření současných aktivit na trhu již aktivního soutěžitele.
85. Úřad vzhledem ke skutečnosti, že dochází ke spojení prvního a třetího nejvýznamnějšího hráče na daném trhu (měřeno podle výše tržního podílu), značnému odstupu od ostatních konkurentů jak co do výše tržního podílu, tak i počtu prodejen relevantního formátu nacházejících se na území města Česká Lípa, dospěl k předběžnému závěru, že spojení soutěžitelů vzbuzuje obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže, jež by vyžadovaly podrobnější šetření v průběhu druhé fáze správního řízení vedené v souladu s § 16 odst. 2 *in fine* zákona.
86. Za účelem odstranění předběžných obav Úřadu se účastník řízení zavázal k prodeji části aktiv, jež vlastní na předmětném relevantním trhu, konkrétně [...obchodní tajemství...]marketu Česká Lípa [...obchodní tajemství...], který je aktuálně provozovaný společností [...obchodní tajemství...], následkem čehož dojde k poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu o cca [5-15] %.
87. S ohledem na výše uvedené má Úřad za to, že realizace závazku společnosti Ahold, v jehož důsledku bude společnost Ahold provozovat na území města tři prodejny relevantních formátů, tedy stejně jako společnost SPAR před spojením. Tato situace povede k posílení jednoho z méně významných konkurentů či vstupu nového soutěžitele na území města Česká Lípa, sníží na dotčeném lokálním trhu společný tržní podíl a tržní sílu spojujících se soutěžitelů na úroveň dostatečnou k zachování účinné hospodářské soutěže, a předmětné spojení soutěžitelů tak nebude mít negativní dopad na konkurenční prostředí v daném území.

IV.1.3.2 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Litoměřice

88. Celková velikost relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezeného územím města Litoměřice, vyjádřená obratem prodeje zboží v kategoriích *food*, *near food* a *non food II*, uskutečněných jednotlivými, na tomto trhu přítomnými soutěžiteli, činí za rok 2013 cca 1,13 mld. Kč, přičemž tohoto obratu bylo dosaženo maloobchodním prodejem v rámci celkových pěti prodejen relevantních formátů nacházejících se na území města. Společnost Ahold se svou jedinou prodejnou relevantního formátu dosáhla v daném roce tržního podílu o velikosti cca [5-15] %, společnost SPAR pak díky jednomu hypermarketu cca [35-45] %. Tržní podíl spojením vzniklého subjektu by tedy po realizaci posuzovaného spojení činil [45-55] %, přičemž při této úrovni tržního podílu nelze bez dalšího vyloučit obavy z možného podstatného narušení hospodářské soutěže. Úřad tedy v rámci provedeného šetření zkoumal, zda přítomnost a působení několika konkurenčních subjektů na uvedeném trhu povede ke zmírnění či rozptýlení těchto obav.
89. Na relevantním trhu vymezeném územím města Litoměřice působí pouze tři další maloobchodní řetězce provozující zbylé tři prodejny relevantního formátu, společnost Kaufland s tržním podílem cca [35-45] %, společnost Lidl s tržním podílem cca [5-15] % a společnost Penny s tržním podílem cca [5-15] %.
90. Z hlediska úrovně koncentrace trhu, vyjádřené prostřednictvím indexu HHI, lze také trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Litoměřice považovat již před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů za vysoce koncentrovaný (tj. index HHI je vyšší než 2000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je výrazně vyšší než 250.
91. Úřad dále posuzoval aktuální situaci na trhu ve srovnání s jeho možným budoucím vývojem, a tedy i možnosti pro vstup nových soutěžitelů na uvedený trh, respektive rozšíření stávajících aktivit soutěžitelů již na trhu působících, a schopnost takových vstupů přispět k zachování a rozvíjení účinné hospodářské soutěže v Litoměřicích. Z Úřadem provedeného šetření vyplývá, že v horizontu tří let ve zkoumané lokalitě nemá dojít ke vstupu nového ani k rozšíření současných aktivit na trhu již aktivního soutěžitele.
92. Úřad vzhledem ke skutečnosti, že společnost Ahold získá kontrolu nad leaderem daného trhu (měřeno podle výše tržního podílu), značnému odstupu od ostatních konkurentů na území města Litoměřice a malému počtu prodejen relevantního formátu v dané lokalitě dospěl k předběžnému závěru, že spojení soutěžitelů vzbuzuje obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže, jež by vyžadovaly podrobnější šetření v průběhu druhé fáze správního řízení vedené v souladu s § 16 odst. 2 *in fine* zákona.
93. Za účelem odstranění předběžných obav Úřadu v dané lokalitě se však účastník řízení zavázal k prodeji části aktiv, jež na předmětném relevantním trhu vlastní, konkrétně [...obchodní tajemství...]marketu Litoměřice [...obchodní tajemství...], aktuálně provozovaného společností [...obchodní tajemství...], následkem čehož dojde k poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu o cca [5-15] %.

94. S ohledem na výše uvedené má Úřad za to, že v důsledku realizace závazku účastníka řízení na území města Litoměřice *de facto* nedojde ke změně ve struktuře daného trhu, neboť společnost Ahold bude i po realizaci spojení provozovat na území města Litoměřic jedinou prodejnu relevantních formátů. Navíc v důsledku realizace závazku dojde k přímému posílení jednoho z méně významných konkurentů či vstupu nového soutěžitele na území města Litoměřice.

IV.1.3.3 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Tábor

95. Celková velikost relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezeného územím města Tábor, vyjádřená obratem prodeje zboží v kategoriích *food, near food* a *non food II*, uskutečněných jednotlivými, na tomto trhu přítomnými soutěžiteli, činí za rok 2013 cca 1,83 mld. Kč, přičemž tohoto obratu bylo dosaženo maloobchodním prodejem v rámci celkových 13 prodejen relevantního formátu nacházejících se na území města. Společnost Ahold se svými čtyřmi supermarkety dosáhla v daném roce tržního podílu o velikosti cca [15-25] %, společnost SPAR pak díky jednomu hypermarketu cca [15-25] %. Tržní podíl spojením vzniklého subjektu by tedy po realizaci posuzovaného spojení činil [45-55] %. Ani při této úrovni tržního podílu nelze bez dalšího vyloučit obavy z možného podstatného narušení hospodářské soutěže. Úřad, obdobně jako v případě předchozích lokalit v rámci provedeného šetření zkoumal, zda přítomnost a působení několika konkurenčních subjektů na uvedeném trhu povede ke zmírnění či rozptýlení těchto obav.
96. Na relevantním trhu vymezeném územím města Tábor působí šest dalších maloobchodních řetězců provozujících zbylých osm prodejen relevantního formátu, například společnost Kaufland s tržním podílem cca [15-25] %, společnost Lidl s tržním podílem cca [5-15] %, společnost Tesco s tržním podílem cca [5-15] % či společnost Billa dosahující tržního podílu cca [5-15] %.
97. Pokud jde o úroveň koncentrace trhu, rovněž trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Tábor lze považovat před i po uskutečnění posuzovaného spojení soutěžitelů za vysoce koncentrovaný (tj. index HHI je vyšší než 2000), přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je výrazně vyšší než 250.
98. Úřad také v této lokalitě posuzoval aktuální situaci na trhu ve srovnání s jeho možným budoucím vývojem, a tedy i možnosti pro vstup nových soutěžitelů na uvedený trh, respektive rozšíření stávajících aktivit soutěžitelů již na trhu působících, a schopnost takových vstupů přispět k zachování a rozvíjení účinné hospodářské soutěže. Z Úřadem provedeného šetření vyplývá, že v horizontu tří let ve zkoumané lokalitě nemá dojít ke vstupu nového ani k rozšíření současných aktivit na trhu již aktivního soutěžitele.
99. Úřad vzhledem ke skutečnosti, že v důsledku spojení dojde k propojení dvou nejvýznamnějších subjektů na trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech v dané lokalitě (měřeno podle výše tržního podílu), významnému odstupu od ostatních konkurentů na území města Tábor, a skutečnosti, že společnost Ahold by po realizaci spojení provozovala na daném území pět prodejen relevantního formátu, oproti osmi zbývajícím, dospěl i ve vztahu k lokalitě vymezené územím města Tábor

k předběžnému závěru, že spojení soutěžitelů vzbuzuje obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže, jež by vyžadovaly podrobnější šetření v průběhu druhé fáze správního řízení vedené v souladu s § 16 odst. 2 *in fine* zákona.

100. Za účelem odstranění předběžných obav Úřadu v dané lokalitě se však účastník řízení zavázal k prodeji dvou *[...obchodní tajemství...]*marketů provozovaných společnostmi *[...obchodní tajemství...]*, a sice i) *[...obchodní tajemství...]*marketu Tábor *[...obchodní tajemství...]*, a ii) *[...obchodní tajemství...]*marketu Tábor *[...obchodní tajemství...]*. V důsledku realizace tohoto závazku dojde k poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu o *[5-15]* %.
101. S ohledem na výše uvedené má Úřad za to, že realizace závazku společností Ahold a v návaznosti na něj současné posílení jednoho či dvou méně významných konkurentů, popřípadě vstup nového soutěžitele na území města Tábor, sníží na dotčeném lokálním trhu společný tržní podíl a tržní sílu spojujících se soutěžitelů na úroveň dostatečnou k zachování účinné hospodářské soutěže. Předmětné spojení soutěžitelů tak po realizaci navržených závazků nebude mít negativní dopad na soutěžní prostředí na trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Tábor.

IV.1.3.4 Relevantní trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Třebíč

102. Celková velikost relevantního trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezeného územím města Třebíč, vyjádřená obratem prodeje zboží v kategoriích *food*, *near food* a *non food II*, uskutečněných jednotlivými, na tomto trhu přítomnými soutěžiteli, činí za rok 2013 cca 1,5 mld. Kč, přičemž tohoto obratu bylo dosaženo maloobchodním prodejem v rámci celkových 11 prodejen relevantního formátu nacházejících se na území města. Společnost Ahold se svým jedním kompaktním hypermarketem a jedním supermarketem dosáhla v daném roce tržního podílu o velikosti cca *[15-25]* %, společnost SPAR pak díky jednomu hypermarketu a jednomu supermarketu cca *[25-35]* %. Tržní podíl spojením vzniklého subjektu by tedy po realizaci posuzovaného spojení činil *[45-55]* %, přičemž tato úroveň tržního podílu obvykle vzbuzuje obavy z možného narušení hospodářské soutěže. Úřad, obdobně jako v případě předchozích lokalit v rámci provedeného šetření zkoumal, zda přítomnost a působení několika konkurenčních subjektů na uvedeném trhu, včetně geografického umístění jejich prodejen povede ke zmírnění či rozptýlení těchto obav.
103. Na relevantním trhu vymezeném územím města Třebíč působí pět dalších maloobchodních řetězců provozujících zbylých osm prodejen relevantního formátu, například společnost Kaufland s tržním podílem cca *[15-25]* %, společnost Billa s tržním podílem cca *[5-15]* %, společnost Penny s tržním podílem cca *[5-15]* % či společnost Lidl dosahující tržního podílu cca *[5-15]* %.
104. Z hlediska úrovně koncentrace trhu je také trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Třebíč vysoce koncentrovaný (tj. index HHI je vyšší než 2000) již před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů, přičemž rozdíl mezi úrovní koncentrace daného trhu před a po spojení (tzv. Delta) je také v této lokalitě výrazně vyšší než 250.

105. Úřad rovněž na území města Třebíč posuzoval aktuální situaci na trhu ve srovnání s jeho možným budoucím vývojem, a tedy i možnosti pro vstup nových soutěžitelů na uvedený trh, respektive rozšíření stávajících aktivit soutěžitelů již na trhu působících, a schopnost takových vstupů přispět k zachování a rozvíjení účinné hospodářské soutěže. Z Úřadem provedeného šetření vyplývá, že v horizontu tří let ve zkoumané lokalitě nemá dojít ke vstupu nového ani k rozšíření současných aktivit na trhu již aktivního soutěžitele.
106. Úřad vzhledem ke skutečnosti, že v důsledku spojení dojde k propojení dvou nejvýznamnějších subjektů na trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech v dané lokalitě (měřeno podle výše tržního podílu), zásadnímu odstupu od ostatních konkurentů na území města Třebíč, dospěl také ve vztahu k lokalitě vymezené územím města Třebíč k předběžnému závěru, že spojení soutěžitelů vzbuzuje obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže, jež by vyžadovaly přinejmenším podrobnější šetření v průběhu druhé fáze správního řízení vedené v souladu s § 16 odst. 2 *in fine* zákona.
107. Za účelem odstranění předběžných obav Úřadu v dané lokalitě se však účastník řízení zavázal k prodeji [...obchodní tajemství...]marketu provozovaného společností [...obchodní tajemství]. V důsledku realizace tohoto závazku dojde k poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu o cca [5-15] %.
108. S ohledem na výše uvedené má Úřad za to, že realizace závazku společnosti Ahold a v návaznosti na něj současné posílení jednoho z méně významných konkurentů, popřípadě vstup nového soutěžitele na území města Třebíč, sníží na dotčeném lokálním trhu společný tržní podíl a tržní sílu spojujících se soutěžitelů na úroveň dostatečnou k zachování účinné hospodářské soutěže. Předmětné spojení soutěžitelů tak nebude mít negativní dopad na soutěžní prostředí na trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území města Třebíč.

IV.1.4 Shrnutí dopadů spojení soutěžitelů na trhy maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech

109. Z výsledků šetření a analýzy Úřadu vyplynul předběžný závěr, že posuzované spojení soutěžitelů by vedlo k vysoké koncentraci na lokálních maloobchodních trzích na úrovni území měst Česká Lípa, Litoměřice, Tábor a Třebíč. V rámci první fáze řízení Úřad dospěl předběžně k závěru, že silné postavení spojujících se soutěžitelů na vyjmenovaných lokálních trzích a s tím související další koncentrace těchto trhů by nebyly dostatečně vyváženy dalšími faktory, zejména pak odpovídajícím tržním postavením konkurenčních soutěžitelů. Spojení soutěžitelů tak předběžně vzbuzovalo obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže, přičemž potvrzení či rozptýlení těchto obav by vyžadovalo podrobnější šetření v průběhu druhé fáze správního řízení vedené v souladu s § 16 odst. 2 *in fine* zákona.
110. Negativní dopady spojení Úřad spatřoval především v tom, že silné postavení na uvedených lokálních trzích by potenciálně umožnilo spojujícím se soutěžitelům chovat se ve značné míře nezávisle na ostatních soutěžitelích a odběratelích. V takovém případě by v důsledku realizace spojení mohlo na trzích, na kterých byly obavy identifikovány, dojít kromě snížení počtu aktivních maloobchodních prodejců v konečném důsledku i k navýšení ceny zboží pro konečného spotřebitele a omezení rozsahu jak nabízeného sortimentu, tak i cenové diferenciaci v rámci jednotlivých kategorií zboží.

111. V této souvislosti se dne 5. 6. 2014 uskutečnilo ústní jednání, jehož předmětem mělo být seznámení Účastníka řízení s předběžnými závěry, jež vyplynuly z Úřadem provedené analýzy v rámci první fáze správního řízení, a které by případně umožnilo společnosti Ahold na tyto závěry reagovat přijetím závazků ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže ještě v průběhu 30 denní lhůty pro vydání rozhodnutí.
112. Na základě uvedeného ústního jednání předložil účastník řízení dne 6. 6. 2014 návrh závazků za účelem odstranění obav z narušení hospodářské soutěže. S ohledem na skutečnost, že uvedený návrh byl Úřadem považován za nedostatečný k odstranění obav z narušení hospodářské soutěže, společnost Ahold své závazky modifikovala a jejich konečnou podobu předložila dne 19. 6. 2014.

IV.1.5 Závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže navržené účastníkem řízení

113. V reakci na předběžné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže v důsledku spojení, vyjádřené Úřadem na ústním jednání s účastníkem řízení ze dne 5. 6. 2014,⁵² účastník řízení navrhl závazky, kterými by Úřad mohl ještě v první fázi řízení podmínit svoje povolující rozhodnutí v dané věci.
114. Podle konečného znění závazků se účastník řízení zavázal k tomu, že za běžných obchodních podmínek prodá nebo zajistí prodej (i) *[...obchodní tajemství...]*marketu Česká Lípa *[...obchodní tajemství...]*, (ii) *[...obchodní tajemství...]*marketu Litoměřice *[...obchodní tajemství...]*, (iii) *[...obchodní tajemství...]*marketu Tábor *[...obchodní tajemství...]*, (iv) *[...obchodní tajemství...]*marketu Tábor *[...obchodní tajemství...]* a (v) *[...obchodní tajemství...]*marketu ve městě Třebíč *[...obchodní tajemství...]* (společně dále též „Předmět prodeje“), a to vždy na takového nabyvatele, který bude v době realizace každého jednotlivého závazku na účastníkovi řízení vlastnicky, finančně a personálně nezávislý a který má předpoklady k udržení a rozvoji předmětu převodu, a to ve lhůtě do *[...obchodní tajemství...]* od právní moci tohoto rozhodnutí.
115. Na základě zkušeností z předchozí aplikační praxe Úřadu se účastník řízení rovněž zavázal ve vztahu k závazkům spočívajícím v převodu prodejen, že je lze realizovat teprve po předchozím souhlasu Úřadu vztahujícím se k posouzení, zda uvažovaný nabyvatel aktiv splňuje veškeré podmínky stanovené tímto rozhodnutím.
116. Jak v dalším bodě závazků účastník řízení upřesnil, navržené závazky spočívající v převodu předmětných prodejen se v každém jednotlivém případě vztahují na (i) hmotná a nehmotná aktiva, která jsou určena k provozování Předmětu prodeje a která jsou nezbytná pro zajištění jejich životaschopnosti a konkurenceschopnosti, (ii) veškeré nájmy a další smlouvy včetně záznamů o zákaznících, úvěrech a jiných záznamů, jež jsou určeny k provozování Předmětu prodeje, a (iii) zaměstnance náležející k Předmětu prodeje.
117. Dále se účastník řízení zavázal k tomu, že do dne realizace jednotlivých závazků spočívajících v převodu uvedených maloobchodních prodejen nebude Předmět prodeje zatěžovat závazky nad rámec běžné provozní činnosti tak, aby zůstala zachována celková hodnota Předmětu prodeje ke dni vydání rozhodnutí o povolení posuzovaného spojení soutěžitelů.

⁵² Viz Protokol o ústním jednání, list spisu 1181-1184.

118. Současně se účastník řízení, na záruku toho, že se nebude po určitou dobu snažit o zpětné nabytí převáděných prodejen, zavázal rovněž k tomu, že se po dobu 5 let ode dne realizace závazků spočívajících v prodeji prodejen on sám, osoba jím přímo či nepřímo kontrolovaná, osoba, která přímo či nepřímo kontroluje účastníka řízení nebo osoba, kterou přímo či nepřímo kontroluje stejná osoba, která přímo či nepřímo kontroluje účastníka řízení, nestane vlastníkem či provozovatelem Předmětu prodeje, respektive jakýchkoli aktiv nezbytných pro zajištění životaschopnosti a konkurenceschopnosti Předmětu prodeje.
119. Poslední ze závazků přijatých účastníkem řízení je závazkem kontrolního charakteru, kterým účastník řízení ve stanovené lhůtě doloží splnění všech závazků.

IV.1.6 Zhodnocení přijatých závazků ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže

120. Úřad účastníkem navržené závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže posoudil především z pohledu, zda jsou způsobilé odstranit jeho předběžné vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže na trzích maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území měst Česká Lípa, Litoměřice, Tábor a Třebíč. Při hodnocení navržených závazků Úřad přihlédl také k tomu, zda se jedná o omezení snadno realizovatelná a do budoucna transparentní a kontrolovatelná.
121. Úřad konstatuje, že navržené závazky reagují na jeho předběžné obavy z možného podstatného narušení hospodářské soutěže zejména v důsledku posílení tržní síly účastníka řízení na území shora citovaných měst.
122. Smyslem přijatých omezení je, kromě zamezení další koncentrace již nyní vysoce koncentrovaných relevantních trhů na území uvedených měst, především vytvoření nového či posílení již existujícího konkurenčního subjektu, který by představoval alternativního maloobchodního prodejce zboží denní potřeby, a tím i potenciální snížení tržního podílu, ale i celkové tržní síly spojením vzniklého subjektu na relevantním trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území dotčených měst.
123. Konkrétně lze předmětný dopad převodu daných prodejen hodnotit následujícím způsobem. Ve vztahu k území města Česká Lípa v důsledku realizace přijatých závazků dojde k poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu oproti stavu bez závazků o cca [5-15] %. Současně dojde k vytvoření prostoru pro fungování nového konkurenta. V České Lípě by tak po realizaci přijatého závazku prodejem zde dosud neaktivnímu soutěžiteli mohl působit stejný počet vzájemně si konkurujících maloobchodních prodejen relevantních formátů jako před spojením. Další variantou pak je případný prodej předmětné prodejny na konkurenční subjekt v České Lípě již působící, což by znamenalo přímé posílení některého ze stávajících konkurentů účastníka řízení a významné snížení jeho odstupu od spojením vzniklého subjektu.
124. Pokud jde o území města Litoměřice, v důsledku realizace přijatých závazků dojde k poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu oproti stavu bez závazků o cca [5-15] %. Současně se v této lokalitě spojení po realizaci účastníkem řízení přijatého závazku stane spojením konglomerátním, to znamená, že v důsledku závazku bude odstraněn horizontální překryv činností spojujících se soutěžitelů.
125. Pokud jde o území města Tábor, v důsledku realizace přijatých závazků vztahujících se k tomuto městu dojde k poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu oproti stavu bez

závazků o cca [5-15] %. Současně dojde k vytvoření prostoru pro fungování až dvou nových konkurenčních subjektů. V Táboře by tak po realizaci přijatých závazků mohl působit přinejmenším stejný počet konkurenčních prodejen relevantních formátů (pokud by obě prodávané prodejny získal pouze jeden nabyvatel) nebo dokonce počet konkurentů o jednoho vyšší (v případě prodeje předmětných [...obchodní tajemství...]marketů odděleně) než je tomu v době před spojením. Další variantou pak je případný prodej těchto [...obchodní tajemství...]marketů nebo jednoho z nich na konkurenční subjekt, který již v Táboře působí, což by znamenalo přímé posílení některého ze stávajících konkurentů účastníka řízení a významné snížení jeho odstupu od spojením vzniklého subjektu.

126. Na trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech vymezeném územím města Třebíč dojde v důsledku realizace přijatého závazku týkajícího se tohoto města k významnému poklesu tržního podílu spojením vzniklého subjektu oproti stavu bez závazku, a sice o cca [5-15] %. Současně dojde také na tomto trhu k vytvoření prostoru pro vstup nového konkurenta. V Třebíči by tak po realizaci přijatého závazku prodejem zde dosud neaktivnímu soutěžiteli mohl působit stejný počet vzájemně si konkurujících maloobchodních prodejen relevantních formátů jako v době před spojením. Další variantou pak je případný prodej předmětné prodejny konkurenčnímu subjektu v Třebíči již působícímu, což by znamenalo přímé posílení některého ze stávajících konkurentů účastníka řízení a významné snížení jeho odstupu od spojením vzniklého subjektu.
127. V této souvislosti Úřad dále uvádí, že před vlastním uskutečněním závazků odprodeje bude mít možnost zkontrolovat, zda účastníkem řízení zvolení nabyvatelé jednotlivých prodejen splňují požadovaná kritéria uvedená ve výroku tohoto rozhodnutí, a tím i vyloučit možnost prodeje převáděných aktiv nezpůsobilému subjektu. Schválení vhodného nabyvatele přitom nesouvisí s případným splněním či nesplněním notifikačních kritérií, tedy povinností podat návrh na povolení spojení soutěžitelů ze strany nabyvatele předmětu převodu.
128. Další přijatý závazek účastníka řízení, tj. povinnost nezatěžovat Předmět prodeje nad rámec běžné provozní činnosti, vyplývá z potřeby zachování majetkové hodnoty Předmětu prodeje, kterou Předmět prodeje má v okamžiku vydání tohoto rozhodnutí, tak, aby byl tento co možná nejspíše prodejní a následně byl schopen podnikatelské činnosti jako běžný soutěžitel a konkurent společnosti Ahold.
129. 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 vybraných aktiv spojujících se soutěžitelů potenciálnímu zájemci či zájemcům [...obchodní tajemství...].
130. Z hlediska materiálního Úřad považuje přijatá omezení za dostačující pro odstranění jeho předběžných obav z podstatného narušení hospodářské soutěže. Úřad má za to, že předmětné závazky účastníka řízení mají potenciál zajistit snížení tržní síly i tržních podílů spojením vzniklého subjektu na území měst, v nichž Úřad spatřoval předběžné obavy z možných negativních dopadů posuzovaného spojení, a zároveň vytvořit či posílit konkurenta představujícího reálnou alternativu pro spotřebitele.
131. Stejně tak další skutečnosti, jako je strukturální charakter přijatých závazků a s tím spojená jejich snadnější kontrolovatelnost, dále oprávnění Úřadu schválit vhodnost potenciálního

nabyvatele před skutečnou realizací navrhovaných závazků a zákaz zpětného nabytí předmětných aktiv ve stanovené době, vedou Úřad k závěru, že při splnění přijatých omezení budou dány podmínky pro uchování soutěžního prostředí na trzích maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech na území měst Česká Lípa, Litoměřice, Tábor a Třebíč.

132. Především v souvislosti s účastníkem řízení použitým pojmem „běžné obchodní podmínky“ Úřad, obdobně jako v předchozích případech,⁵³ upozorňuje, 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 případě jakékoli prodejní/kupní ceny by účastník řízení mohl odmítnout splnit jím navržený a přijatý závazek z důvodu, že cena neodpovídá jeho původní představě. V tomto ohledu je dle názoru Úřadu irelevantní, zda nabízená kupní cena bude či nebude z pohledu prodávajícího považována za dostatečnou, společnost Ahold tím, že prodej příslušných prodejen v rámci plnění závazků navrhla, ručí za to, že přijaté závazky jsou proveditelné, a to i v případě, kdy by na prodeji předmětných aktiv nezískala očekávaný finanční obnos.
133. Na dotaz Úřadu společnost Ahold uvedla, že všechny prodejny, které nabídla v rámci závazků ve prospěch zachování účinné soutěže k prodeji, jsou provozovány [...obchodní tajemství...]. V této souvislosti společnost Ahold konstatovala, [...obchodní tajemství...].⁵⁴ Úřad v této věci konstatuje, že je výlučně na účastníkovi řízení, aby [...obchodní tajemství...] v souvislosti s plněním jím navržených závazků [...obchodní tajemství...].

IV.1.7 Celkové posouzení dopadů spojení v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech

134. Pokud jde o celkové hodnocení dopadů předmětného spojení soutěžitelů v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech, lze konstatovat, že po realizaci přijatých závazků ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže toto spojení nepovede k podstatnému narušení hospodářské soutěže, a to ani v důsledku jak unilaterálních, tak i koordinovaných efektů, neboť spojující se soutěžitelé budou mít na všech vymezených, či potenciálně uvažovaných relevantních trzích tržní podíl do cca 40 %, nadále budou vystaveni konkurenci z řad hospodářsky a finančně silných soutěžitelů, přičemž postavení jednotlivých soutěžitelů bude na jednotlivých lokálních trzích asymetrické. Konkurenční prostředí by mělo být rovněž posíleno v důsledku potvrzených plánovaných vstupů nových, respektive posílení stávajících, konkurentů. Rovněž tak případnou koordinaci soutěžního chování na daných trzích výrazně komplikuje i skutečnost, že na maloobchodních trzích je spotřebitelům nabízeno zboží vytvářející velmi diferencovaný produkt. V neposlední řadě nelze opomenout i takové reakce oslovených soutěžitelů, kdy někteří z nich konstatovali, že v důsledku realizace daného spojení očekává posílení cenové konkurence spíše než omezení konkurence na trhu.⁵⁵

⁵³ Viz například rozhodnutí Úřadu S472/2012 AGROFERT HOLDING/EURO BAKERIES HOLDING nebo S544/2012 Česká lékárna/Lékárny Lloyds a Lloyds Holding CZ.

⁵⁴ Viz list spisu č. 1286

⁵⁵ Například společnost Pramen, viz list spisu č. 810.

IV.2 Relevantní trhy v oblasti obstarávání zboží

135. Ve vztahu k jednotlivým národním trhům obstarání zboží denní potřeby bylo v průběhu šetření zjištěno, že společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů nepřesahuje hranici 25 % na žádném z vymezených relevantních trhů nákupu: 1. chleba a pečiva, 2. mléčných výrobků, 3. nealkoholických nápojů, 4. horkých nápojů, 5. sladkostí, 6. základních potravin, 7. kojenecké výživy, 8. krmiv pro zvířata, 9. hygienických a kosmetických výrobků, 10. pracích, mycích a čisticích prostředků, 11. masa a uzenin, 12. drůbeže a vajec, 13. čerstvého ovoce a zeleniny, 14. piva, 15. vína a likérů, 16. zavařenin, 17. mraženého zboží, 18. ostatního drogistického zboží a 19. ostatních nepotravinářských výrobků.
136. Na uvedených nákupních trzích vystupuje jak na straně nabídky, tak i na straně poptávky velké množství soutěžitelů, od těch menších, regionálně působících, až po významné celoevropsky působící subjekty. Ani po realizaci spojení nebude tržní podíl společnosti Ahold převyšovat [15-25] %, přičemž nárůst o hodnoty společnosti SPAR bude relativně nízký, navíc bude společnost Ahold nadále vystavena působení významných konkurentů z řad obchodních řetězců, subjektů *cash & carry*, velkoobchodníků a dalších. Rovněž většina oslovených dodavatelů spojujících se soutěžitelů Úřadu potvrdila, že v důsledku realizace posuzovaného spojení k žádným podstatným změnám v hospodářské soutěži na nákupních trzích nedojde.⁵⁶
137. Kromě unilaterálních efektů posuzovaného spojení soutěžitelů se Úřad také ve vztahu k nákupním trhům zabýval i posouzením tzv. koordinovaných efektů.
138. Nákupní trhy zboží denní potřeby mají charakter trhů národních, kdy jednotlivé maloobchodní řetězce, které jsou nejvýznamnějšími subjekty v této oblasti, nakupují své zboží od velkého množství lokálních, celorepublikově působících i nadnárodních dodavatelů.
139. Obdobně jako v případě maloobchodního prodeje zboží denní potřeby platí, že se nákup zboží denní potřeby týká širokého sortimentu zahrnujícího tisíce položek diferenciovaného zboží různé cenové úrovně a kvality, které patří do různých kategorií zboží dodávaných jednotlivými dodavateli (výrobci, velkoobchodníky aj.).
140. Jedním z dalších faktorů možné koordinace je otázka transparentnosti trhu. V případě oblasti obstarávání zboží by se především posuzovala dostupnost cenových nabídek zboží pro jednotlivé maloobchodní prodejce ze strany jejich dodavatelů. S ohledem na skutečnost, že konkrétní cena za zboží je většinou stanovována dohodou na základě individuálních vyjednávacích podmínek, například v závislosti na požadovaném objemu, platebních podmínkách, dlouhodobosti spolupráce aj., lze konstatovat, že tyto cenové nabídky nejsou veřejně dostupné, a jednotlivé nákupní trhy tak z tohoto pohledu nelze považovat za transparentní.
141. Mimoto se Úřad domnívá, že silná, především cenová, konkurence na navazujícím (*downstream*) trhu maloobchodního prodeje zboží denní potřeby sama o sobě vylučuje koordinaci soutěžního chování na předcházejícím trhu (*upstream*), kterým jsou trhy nákupu jednotlivých kategorií zboží.

⁵⁶ Například společnost Animalco a.s. nebo společnost Procter & Gamble – Rakona, s.r.o., viz list spisu č. 622, respektive 940.

142. Vzhledem k neexistenci většiny z faktorů zvyšujících pravděpodobnost koordinace chování soutěžitelů na nákupních trzích má Úřad za to, že postavení spojením vzniklého soutěžitele a jeho konkurentů nebude takové, které by jim umožňovalo bez dalšího, tedy bez dohody či jednání ve vzájemné shodě ve smyslu § 3 zákona, úspěšně koordinovat soutěžní chování, které by mohlo vyústit například ve zvýšení hladiny cen zboží denní potřeby pro konečného spotřebitele.

V. Námitky třetích osob

143. V průběhu správního řízení se Úřad v rámci svého šetření obrátil se žádostí o stanovisko na soutěžitele zejména z řad konkurentů spojujících se soutěžitelů v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech, ale i jejich dodavatelů na relevantních trzích nákupu jednotlivých kategorií zboží. Během tohoto šetření Úřad obdržel řadu připomínek k posuzovanému spojení soutěžitelů.

144. Námitky oslovených subjektů lze přitom rozčlenit na dva hlavní okruhy, jednak námitky ze strany konkurentů spojujících se soutěžitelů v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby, a jednak námitky dodavatelů v oblasti obstarávání zboží.

145. Námitky vyjádřené ze strany konkurentů spojujících se soutěžitelů obecně poukazují na snížení celkového počtu efektivních konkurentů a významné posílení postavení společnosti Ahold, což by mohlo v některých lokalitách znemožnit či ztížit vstup nových subjektů na trh, například zvýšením investic nutných ke vstupu na trh, a tím i snížit možnost volby pro zákazníky v těchto oblastech.⁵⁷ Výslovně byly jako oblasti, kde existuje riziko, že spojení povede k omezení účinné hospodářské soutěže, jmenovány města či okresy Brno město, Česká Lípa, Jablonec nad Nisou, Jihlava, Liberec, Most, Nový Jičín, Mladá Boleslav, Tábor, Teplice, Třebíč a Uherské Hradiště. Jeden z oslovených soutěžitelů nadto uvedl, že v některých z těchto lokalit dosahuje tržní postavení spojujících se soutěžitelů hodnot, u kterých bylo v jiném případě nezbytně nutné přijmout závazek spočívající v převodu prodejny na nezávislý subjekt.⁵⁸

146. Z pohledu dodavatelů spojujících se soutěžitelů se jako problematické jeví především snížení počtu odběratelů v rámci obstaratelských trhů, a s tím spojené posílení vyjednávací pozice společnosti Ahold při sjednávání obchodních podmínek pro odběry společnosti Ahold v rámci trhu obstarávání jednotlivých kategorií zboží.⁵⁹

147. Dále se dodavatelé spojujících se soutěžitelů obávají toho, že v důsledku posuzovaného spojení dojde k omezení prodeje značkového sortimentu, prodávaného doposud v prodejnách společnosti SPAR, a tím i k zúžení sortimentu dodávaného do maloobchodních řetězců, a v důsledku toho jednak ke snížení počtu konkurenceschopných výrobců především potravin a rovněž k omezení nabídky pro konečné zákazníky.⁶⁰

⁵⁷ Viz například vyjádření společnosti Tesco, obdobnou argumentaci Úřadu předložila společnost Kaufland.

⁵⁸ Viz spojení soutěžitelů *REWE Zentralfinanz/PLUS – DISCOUNT (S202/2008)*.

⁵⁹ Například dle vyjádření společností Nestlé Česko s.r.o., Ferrero Česká s.r.o. či HAMÉ, s.r.o.

⁶⁰ Uvedenou obavu vyjádřily například společnosti Schubert partner a.s. a Storck Česká republika, s.r.o.

148. Především současní dodavatelé společnosti SPAR, kteří současně nedodávají do společnosti Ahold, pak vyjádřili obavu ze ztráty odběratele,⁶¹ neboť očekávají, že společnost Ahold bude nadále dřívější prodejny SPAR zásobovat pouze svými dodavateli, což bude znamenat přímou ztrátu na jejich tržbách a v některých případech i propouštění zaměstnanců.
149. Někteří oslovení dodavatelé rovněž vyjádřili obavu z toho, že po spojení dojde k přenesení finančních nákladů na změny vzhledu obchodů (tj. SPAR/INTERSPAR na Albert) na dodavatele zboží.⁶²
150. K námitkám proti posuzovanému spojení vyjádřeným třetími osobami Úřad uvádí následující:
151. Jak Úřad konstatoval v částech rozhodnutí věnovaným posouzení dopadů spojení, analýzou situace panující na dotčených relevantních trzích dospěl k závěru, že spojením vzniklý soutěžitel na žádném relevantním trhu po realizaci navržených závazků nezíská ani neposílí dominantní postavení. Úřad rovněž vyloučil pravděpodobnost vzniku negativních unilaterálních i koordinovaných efektů v důsledku horizontálního propojení činností spojujících se soutěžitelů v případě trhů maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech. Nadto ve vztahu k lokalitám, u kterých Úřad vyjádřil své obavy z narušení hospodářské soutěže, tedy ve vztahu k územím měst Česká Lípa, Litoměřice, Třebíč a Tábor, pak účastník řízení přijal strukturální závazky, po jejichž splnění bude disponovat tržním podílem, u kterého se podle zákona předpokládá, že daný soutěžitel nezaujímá dominantní postavení.⁶³ Navíc i v těchto lokalitách bude společnost Ahold i po realizaci spojení nadále vystavena konkurenčnímu tlaku ostatních soutěžitelů, kteří pro konečného zákazníka svými prodejny relevantního formátu a v jejich rámci srovnatelnou kvalitou zboží a konkurenčními cenami představují dostatečnou alternativu při výběru maloobchodního prodejce.
152. Úřad tedy postupoval obdobně jako v případě spojení REWE Zentralfinanz a PLUS – DISCOUNT (S202/2008), kdy rovněž ve vztahu k lokalitám, na nichž spojující se soutěžitelé dosahovali tržního podílu [45-55] % spatřoval obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže a účastník řízení ve vztahu k nim navrhl závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže.
153. Pokud jde o konkurenty namítané posílení bariér vstupu v lokalitách, kde spojující se soutěžitelé získají významné tržní postavení, Úřad konstatuje, že na identifikovaných trzích, kde spojující se soutěžitelé měli dosáhnout tržního podílu přesahujícího 40% hranici, dojde v důsledku realizace přijatých závazků jednak k přímému snížení tržního podílu spojujících se soutěžitelů pod tuto hranici a nadto dojde k přímému posílení některého z konkurentů spojujících se soutěžitelů. Tato skutečnost tak, spolu s přítomností silných konkurenčních subjektů na daných trzích, při současné neexistenci podstatných administrativních či dalších právních bariér vstupu na daném trhu, vyvrací vyjádřené obavy uvedených konkurentů spojujících se soutěžitelů.
154. Pokud jde o obavy dodavatelů vyjádřené v průběhu šetření Úřadu, k posílení vyjednávací pozice společnosti Ahold pravděpodobně skutečně dojde. Nepochybně dojde i ke zhoršení

⁶¹ Jedná se například o společnosti EFES, spol. s r.o., LAHŮDKY CAJTHAML s.r.o. či RAPA s.r.o.

⁶² Například se jedná o vyjádření společnosti LINEA NIVNICE, a.s. či HERO CZECH s.r.o.

⁶³ Viz § 11 odst. 3 zákona.

obchodních podmínek některých dodavatelů,⁶⁴ především pak těch, kteří v době před spojením dodávali ze spojujících se soutěžitelů pouze společnosti SPAR. Na druhou stranu, jak Úřad dovodil výše, postavení společnosti Ahold na nákupních trzích nebude natolik významné (tržní podíl nižší než 25 %), aby se tato společnost mohla chovat ve značné míře nezávisle na ostatních tržních subjektech. Naopak, jak vyplývá z vyjádření většiny oslovených dodavatelů, podmínky účinné hospodářské soutěže zůstanou na těchto nákupních trzích nadále zachovány, ochranu individuálních vztahů některých dodavatelů, kteří například v důsledku jejich méně diverzifikovaného rozložení odběratelů přijdou o část obrátu v důsledku ukončení odběrů ze strany společnosti Ahold, pak činnost Úřadu při kontrole spojování soutěžitelů zahrnovat nemůže.

155. Mimoto lze uvést, že v důsledku změny dodavatelsko-odběratelských poměrů akvírovaných prodejen přinese některým dodavatelům určitou ztrátu obrátu jakékoli spojení spočívající v převzetí maloobchodních prodejen ze strany jiného provozovatele takových prodejen. Tomuto negativnímu dopadu na konkrétní jednotlivé soutěžitele tak nelze předejít ani v případech spojení soutěžitelů s minimálními tržními podíly.
156. K omezení prodeje značkového sortimentu, prodávaného doposud v prodejnách společnosti SPAR, a tím i zúžení sortimentu dodávaného do maloobchodních řetězců a omezení nabídky pro konečné zákazníky může dle názoru Úřadu rovněž dojít, nicméně opět je nezbytné upozornit, že společnost Ahold nebude ani po spojení schopná chovat se do značné míry nezávisle na svých dodavatelích, navíc k takovému scénáři by došlo i v případě, kdy by společnost SPAR opustila trh České republiky, aniž by její provozovny nabyly jakýkoli soutěžitel.⁶⁵ Dokonce je Úřad toho názoru, že by k němu došlo i v případě, kdy by prodejny společnosti SPAR získal jiný soutěžitel aktivní v oblasti maloobchodního prodeje zboží denní potřeby, neboť společnost SPAR je konečnými zákazníky vnímána odlišně od ostatních maloobchodních řetězců, když se zaměřuje více na prodej značkových výrobků, zatímco ostatní maloobchodní řetězce prodávají větší procento výrobků pod svými vlastními značkami („*private labels*“).
157. Shora uvedené argumenty lze uplatnit i ve vztahu k námitkám některých dodavatelů společnosti SPAR, kteří vyjádřili obavu z toho, že v důsledku tzv. „*rebrandingu*“, tj. přeměny prodejen SPAR a INTERSPAR na prodejny Albert, přijdou o část svých prodejů, což povede k nutnosti propustit některé zaměstnance.
158. K námitkám některých dodavatelů týkajících se možného přenesení finančních nákladů na změny vzhledu obchodů na dodavatele zboží Úřad konstatuje, že namítaná problematika nespadá pod režim zákona o ochraně hospodářské soutěže. Případné postihování konkrétních případů takových praktik (tj. *ex post*) je upraveno v zákoně č. 395/2009 Sb., o významné tržní síle při prodeji zemědělských a potravinářských produktů a jejím zneužití.

⁶⁴ Z některých vyjádření dodavatelů vyplývá, že obchodní podmínky dodávek pro společnost SPAR byly pro dodavatele výhodnější než obchodní podmínky dodávek pro společnost Ahold.

⁶⁵ O možném ukončení aktivit společnosti SPAR v České republice informoval ekonomický týdeník E15.CZ již dne 14. 6. 2013, viz <http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/ztratovy-interspar-je-na-prodej-997779>.

VI. Právní hodnocení a závěr

159. Podstatou posuzovaného spojení soutěžitelů je získání kontroly nad společností SPAR a Imobilia ze strany společnosti Ahold. Úřad v průběhu správního řízení zkoumal, zda spojení bude mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže na relevantních trzích. Na základě analýzy trhů maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech a předpokládaných pravděpodobných dopadů spojení na tyto trhy zejména ve vztahu k určitým lokálním územím vymezeným jak územím okresů, tak alternativně i územím měst, v nichž se aktivity spojujících se soutěžitelů překrývají, Úřad v průběhu první fáze řízení zjistil, že v důsledku uskutečnění spojení by mohlo dojít k podstatnému narušení hospodářské soutěže ve vztahu k relevantním trhům maloobchodního prodeje zboží denní potřeby v relevantních formátech geograficky omezeným územím měst Česká Lípa, Litoměřice, Tábor a Třebíč.
160. Za účelem odstranění obav Úřadu z tohoto narušení hospodářské soutěže účastník řízení přijal závazky ve prospěch zachování účinné hospodářské soutěže a navrhl Úřadu, aby jimi podmínil svoje povolení předmětného spojení.
161. 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 účastníkem řízení navržených závazků již nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže na výše uvedených relevantních trzích.
162. Z tohoto důvodu Úřad rozhodl o povolení posuzovaného spojení soutěžitelů v souladu s § 17 odst. 4 věta třetí zákona tak, jak je uvedeno ve výroku, a ve stanovené lhůtě podle § 16 odst. 2 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.

otisk úředního razítka

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

Obdrží

JUDr. Robert Neruda, Ph.D., advokát
Havel, Holásek & Partners s.r.o., advokátní kancelář
Hilleho 1843/6
602 00 Brno

Vypraveno dne

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