



UOHSX00AJU0B

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE



ROZHODNUTÍ

Č. j.: ÚOHS-S0327/2017/KS-27814/2017/840/DVá

Brno 25. 9. 2017

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S0327/2017/KS, zahájeném dne 11. 8. 2017 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 účastníků řízení, společností HP Invest a.s., se sídlem Zlín, Prštné, Kútíky 637, IČO 60732792, a GFP Limited, se sídlem Channel Islands, Guernsey, St. Peter Port, Royal Avenue, 1 Royal Plaza, zastoupených JUDr. Robertem Nerudou Ph.D., 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, ke kterému má dojít dle § 12 odst. 2 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 (i) „*Rámcové smlouvy o převodu akcií DATART INTERNATIONAL, a.s.*“, uzavřené dne 26. 5. 2017 mezi společnostmi HP Tronic-prodejny elektro a.s., se sídlem Zlín – Prštné, Kútíky 637, IČO 26219531, jako kupujícím, a společnostmi SEW-1001 a.s., se sídlem Praha 8, Karlín, Křižíkova 237/36a, IČO 28215486, a Coralmar Limited, se sídlem Malta, Birkirkara, Swatar, Tower Street, Tower Business Centre, 2nd Floor, Suite 215, jako prodávajícími, (ii) „*Akcionářské smlouvy ve vztahu ke společnosti HP Tronic-prodejny elektro a.s.*“, uzavřené dne 26. 5. 2017 mezi společnostmi NOBIUM, S.à r.l., se sídlem Velkovévodství lucemburské, Lucemburk, 40 avenue Monterrey, a GFP Limited, se sídlem Channel Islands, Guernsey, St. Peter Port, Royal Avenue, 1 Royal Plaza, na straně jedné, a společností HP Invest a.s., se sídlem Zlín, Prštné, Kútíky 637, IČO 60732792, a jejími akcionáři, na straně druhé, (iii) „*Smlouvy o převodu akcií*“, jež má být uzavřena mezi společnostmi HP Invest a NOBIUM, a (iv) „*Smlouvy o příplatku*“

a započtení“, která má být uzavřena mezi společnostmi NOBIUM a HP Tronic, v jejichž konečném důsledku má společnost HP Invest a.s. a společnost GFP Limited nabýt možnost společně kontrolovat společnost HP Tronic-prodejny elektro a.s. a jejím prostřednictvím i společně nepřímo kontrolovat společnost DATART INTERNATIONAL, a.s., se sídlem Praha 8, Karlín, Křížíkova 148/34, IČO 60192615, se dle § 16 odst. 2 téhož zákona

POVOLUJE.

ODŮVODNĚNÍ

1. Skutečnost, že se Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „Úřad“) spojením zabývá, byla v souladu s § 16 odst. 1 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů (dále též „zákon“), zveřejněna v Obchodním věstníku č. OV 670652 ze dne 17. 8. 2017. Tato skutečnost byla současně zveřejněna na internetových stránkách Úřadu. Na základě tohoto oznámení Úřad obdržel námítky proti posuzovanému spojení soutěžitelů od Mgr. Ing. Jana Kabeše, advokáta (dále také jen „J. K.“), údajně jednajícího jménem nespécifikovaného soutěžitele, který působí v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky a který si nepřál uvést svoji plnou identifikaci, neboť se obává možných negativních či odvetných kroků ze strany spojujících se soutěžitelů.
2. Za účelem získání informací potřebných k náležitému zjištění skutkového stavu v oblasti dotčené předmětným spojením Úřad oslovil konkurenty spojujících se soutěžitelů. Některé z oslovených subjektů ve svých vyjádřeních sdělily Úřadu námítky proti posuzovanému spojení soutěžitelů. Úřad se bude těmito námítkami, stejně jako námítkami podanými J. K., zabývat níže v tomto rozhodnutí.
3. Při posuzování spojení soutěžitelů vycházel Úřad zejména z návrhu na povolení spojení a jeho několika doplnění zaslaných Úřadu spojujícími se soutěžiteli, dotazníku k povolení spojení, listin zakládajících spojení, výpisů z obchodního rejstříku či obdobného zahraničního registru, výročních zpráv, jakož i dalších veřejně známých skutečností týkajících se spojujících se soutěžitelů a spojením dotčených oblastí. Současně Úřad při rozhodování vzal v úvahu i vyjádření a stanoviska obdržená v průběhu správního řízení od třetích osob. Úřad rovněž přihlížel k vlastní rozhodovací praxi a rozhodovací praxi Evropské komise (dále jen „Komise“).

I. Notifikační podmínky

4. K navrhované transakci má dojít ve dvou vzájemně propojených krocích. Nejprve na základě „Rámcové smlouvy o převodu akcií DATART INTERNATIONAL, a.s.“, uzavřené dne 26. 5. 2017 mezi společnostmi HP Tronic-prodejny elektro a.s., se sídlem Zlín – Prštné, Kútíky 637, IČO 26219531 (dále jen „HP Tronic“), jako kupujícím, a společnostmi SEW-1001 a.s., se sídlem Praha 8, Karlín, Křížíkova 237/36a, IČO 28215486, a Coralmar Limited, se sídlem Malta, Birkirkara, Swatar, Tower Street, Tower Business Centre, 2nd Floor, Suite 215, jako prodávajícími (dále jen „Rámcová smlouva“), má nabýt společnost HP Tronic akcie představující [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] % podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech ve společnosti DATART INTERNATIONAL, a.s., se sídlem Praha 8, Karlín, Křížíkova 148/34, IČO 60192615 (dále jen „Datart“).

5. Společnost HP [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*] je již v době předcházející navrhovanému spojení soutěžitelů držitelem akcií představujících [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*] % základního kapitálu a hlasovacích práv ve společnosti Datart. V důsledku realizace Rámcové smlouvy tak má společnost HP [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*] navýšit svůj podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech na společnosti Datart na 100 %, a získat tak možnost tuto společnost přímo výlučně kontrolovat ve smyslu § 12 odst. 2 zákona.
6. V souběžně probíhající druhé části navrhované transakce má investiční fond Genesis Private Equity Fund III L.P., se sídlem Channel Islands, Guernsey, St. Peter Port, Royal Avenue, 1 Royal Plaza (dále jen „GPEF III“), pro který společnost GPF Limited, se sídlem Channel Islands, Guernsey, St Peter Port, Royal Avenue, 1 Royal Plaza (dále jen „GPF“), vykonává činnosti „*managing generálního partnera*“, získat prostřednictvím své dceřiné společnosti NOBIUM S.à r.l., se sídlem Velkovévodství lucemburské, Lucemburk, 40 avenue Monterrey (dále jen „NOBIUM“), cca [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*] % podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech ve společnosti HP Tronic,¹ přičemž zbývající akciový podíl na společnosti HP Tronic, tj. podíl představující cca [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*] % základního kapitálu a hlasovacích práv, bude držet její dosavadní jediný akcionář, tj. společnost HP Invest a.s., se sídlem Zlín, Prštné, Kútíky 637, IČO 60732792 (dále jen „HP Invest“).
7. Na základě realizace uvedených kroků má investiční fond GPEF III, resp. společnost GPF vykonávající činnosti jeho „*managing generálního partnera*“, prostřednictvím společnosti NOBIUM, nepřímo získat minoritní podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech ve společnosti HP Tronic. Tento minoritní akciový podíl je však spojen s významnými blokačními oprávněními, která vyplývají z některých ustanovení „*Akcionářské smlouvy ve vztahu ke společnosti HP Tronic-prodejný elektro a.s.*“, jež byla uzavřena dne 26. 5. 2017 mezi společnostmi NOBIUM a GFP, na straně jedné, a společností HP Invest a jejími akcionáři,² na straně druhé (dále jen „*Akcionářská smlouva*“).
8. Uvedená blokační oprávnění mají spočívat zejména v právu společnosti NOBIUM [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*].
9. V důsledku uvedených oprávnění má společnost GPF, prostřednictvím investičního fondu GPEF III, resp. společnosti NOBIUM, získat možnost ve vybraných zásadních oblastech ovlivňovat strategické soutěžní chování společnosti HP Tronic. Z čl. 7.6 *Akcionářské smlouvy* rovněž vyplývá, že určité informace týkající se např. [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*].
10. Valná hromada jako nejvyšší orgán společnosti HP Tronic bude nadto usnášeníschopná v případě, budou-li přítomni akcionáři disponující alespoň [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*] % všech hlasů, přičemž některá rozhodnutí valné hromady podle čl. 13.5 *Akcionářské smlouvy* vyžadují přijetí [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*] % většinou akcionářů, jako např. [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*].
11. S ohledem na výše uvedené skutečnosti jsou *Akcionářskou smlouvou* společnosti NOBIUM přiznána širší práva přesahující obvyklý rozsah práv přiznávaný minoritním akcionářům v pozici finančního investora za účelem ochrany jejich finančních zájmů. V důsledku realizace

¹ K vlastnímu převodu akcií společnosti HP Tronic má dojít na základě související smluvní dokumentace, zejména „*Smlouvy o převodu akcií*“, jež má být uzavřena mezi společnostmi HP Invest a NOBIUM, a „*Smlouvy o příplatku a započtení*“, která má být uzavřena mezi společnostmi NOBIUM a HP Tronic.

² Akcionáři společnosti HP Invest jsou Ing. Daniel Večeřa (s akciovým podílem ve výši 21 %), Ing. Milan Bačák (10 %), Petr Res (18 %), Danuše Hradilová (49 %), Ing. Lenka Kleinová (1 %) a Iveta Horáková (1 %).

výše uvedených kroků, které jsou časově, ekonomicky a právně vzájemně související, tak společnosti HP Invest a GFP (společně dále též „Účastníci řízení“ nebo „Navrhovatelé“) budou mít možnost společně kontrolovat (společnost GFP nepřímo, prostřednictvím společnosti NOBIUM) společnost HP Tronic a jejím prostřednictvím nepřímo společně kontrolovat společnost Datart.

12. Posuzovaná transakce tak představuje spojení soutěžitelů podle § 12 odst. 2 zákona, neboť podle citovaného ustanovení se za spojení soutěžitelů považuje, pokud jeden nebo více podnikatelů anebo jedna nebo více osob, které nejsou podnikateli, ale kontrolují alespoň jednoho soutěžitele, získá možnost přímo nebo nepřímo kontrolovat jiného soutěžitele nebo jeho část, zejména nabytím účastnických cenných papírů, obchodních nebo členských podílů anebo smlouvou nebo jinými způsoby, které jim umožňují takového soutěžitele nebo jeho část kontrolovat.
13. Dále se Úřad zabýval otázkou, zda předmětné spojení splňuje také druhé notifikační kritérium, stanovené v § 13 zákona. Vzhledem k tomu, že celkový čistý obrat všech spojujících se soutěžitelů dosažený za poslední účetní období na trhu České republiky je vyšší než 1,5 miliardy Kč a alespoň dva 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.

II. Charakteristika spojujících se soutěžitelů

14. Společnost **HP Invest** je holdingová společnost, která nevykonává téměř žádnou obchodní činnost a která stojí v čele podnikatelské skupiny, jež [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ*...], provozuje pod obchodní značkou www.kasa.cz internetový obchod, který se zabývá maloobchodním prodejem spotřebního zboží, zejména elektroniky, dále pak kosmetických přípravků, prostředků péče o dítě, hraček, módních doplňků, sportovních potřeb, prostředků péče o zvířata, potřeb pro motoristy nebo potřeb pro dům a zahradu. Prostřednictvím společnosti Český Triangl, a.s. pak společnost HP Invest působí rovněž v oblasti poskytování spotřebitelských úvěrů a půjček (společnosti HP Invest, [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ*...]) a Český Triangl, a.s. společně dále také jen „Skupina HP Invest“). V období před realizací posuzované transakce společnost HP Invest rovněž výlučně kontroluje společnost HP Tronic.
15. Společnost **GFP** je činná jako „*managing generální partner*“ pro investiční fond GPEF III, pro který vykonává poradenskou činnost a jeho jménem a na jeho účet činí právní jednání. Investiční fond GPEF III se zabývá investováním do vybraných společností, které působí na rozvíjejících se trzích s cílem jejich rozvoje a následného prodeje za účelem generování zisku z prostředků vložených zejména institucionálními investory. Společnosti kontrolované investičním fondem GPEF III se zabývají poskytováním služeb v oblasti výzkumu a vývoje a regulačních služeb pro farmaceutické společnosti nebo mediálních služeb, zahrnujících reklamní činnost, merchandising nebo propagační aktivity. Společnost NOBIUM je holdingová společnost, jejímž prostřednictvím má investiční fond GPEF III držen podíl ve společnosti HP Tronic.

16. Pro společnost GFP vykonává poradenskou činnost společnost Genesis Capital s.r.o., se sídlem Praha 10, Na Šafránce 22, IČO 25795856, která působí jako [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...].³
17. Společnost **HP Tronic** se sama či prostřednictvím svých dceřiných společností (dále jen „Skupina HP Tronic“) na území České republiky zabývá maloobchodním prodejem spotřebního zboží, zejména elektroniky, v kamenných prodejnách a na internetu a poskytováním souvisejících služeb, předmětná podnikatelská skupina rovněž působí v oblasti velkoobchodního prodeje elektroniky.
18. Skupina HP Tronic [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] v České republice provozuje 47 vlastních a 9 franšizových prodejen pod obchodní značkou Euronics. Tyto prodejny jsou centrálně řízeny Skupinou HP Tronic a rovněž slouží jako výdejny zboží zakoupeného na internetových obchodech www.euronics.cz a www.kasa.cz.
19. Skupina HP Tronic dále [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] provozuje síť 28 značkových kamenných prodejen ETA, přičemž cca [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] % produktů v nabídce těchto prodejen je značky ETA. Prodejny ETA se zabývají prodejem domácích spotřebičů, zejména v kategorii malá bílá technika, ale i velkých domácích spotřebičů a příslušenství, přičemž současně uvedený sortiment nabízí i přes internet.
20. Skupina HP Tronic rovněž provozuje 3 značkové prodejny Samsung, jejichž sortiment zboží zahrnuje spotřební elektroniku, telekomunikační zařízení, velké a malé domácí spotřebiče.⁴
21. Skupina HP Tronic [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] dále provozuje internetový obchod pod značkou www.obchody24.cz a [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] rovněž internetový obchod www.epron.cz. Tyto se zabývají maloobchodním prodejem spotřebního zboží, zejména elektroniky, dále pak kosmetických přípravků, prostředků péče o dítě, hraček, módních doplňků, sportovních potřeb, prostředků péče o zvířata, potřeb pro motoristy nebo potřeb pro dům a zahradu.
22. V rámci velkoobchodního trhu s elektronikou Skupina HP Tronic (prostřednictvím společnosti HP Tronic Zlín s.r.o.) dodává zboží do 82 partnerských prodejen, které jsou provozovány na Skupině HP Tronic nezávislými podnikatelskými subjekty. Z tohoto počtu [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] prodejen, resp. jejich provozovatelů, disponuje licencí, která jim zajišťuje, mimo velkoobchodních dodávek v rámci nákupního sdružení Euronics, rovněž marketingovou podporu, a to včetně možnosti využívat název a logo Euronics. Mimo uvedené jsou tyto prodejny na internetových stránkách www.euronics.cz započteny do sítě 120 prodejen i z důvodu zákaznického komfortu, neboť zákazník internetového obchodu www.euronics.cz je oprávněn objednané zboží vyzvednout i v těchto partnerských prodejnách. Provozovatel takové prodejny však [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...].
23. Na internetových stránkách www.euronics.cz je do celkového počtu 120 prodejen sítě Euronics započteno i [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] partnerských prodejen, které nevyužívají obchodní značku Euronics. Tyto prodejny jsou provozovány nezávislými podnikatelskými subjekty a jsou pouze členy stejnojmenného nákupního sdružení; [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...].

³ [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...].

⁴ Mimo 3 značkových prodejen SAMSUNG provozovaných Skupinou HP Tronic ve městech Brno, Olomouc a Praha jsou další prodejny uvedené značky provozovány jinými subjekty.

24. Společnost **Datart** působí na území České republiky v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky, když provozuje síť 36 maloobchodních prodejen a internetový obchod www.datart.cz. Před realizací předmětného spojení soutěžitelů má společnost Datart tři akcionáře. Jsou jimi společnosti SEW-1001 a.s. a Coralmar Limited, z nichž každá disponuje akciovým podílem ve výši [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ*...] % základního kapitálu a hlasovacích práv, a společnost HP [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ*...], která drží akcie představující nekontrolní [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ*...] % podíl na základním kapitálu a hlasovacích právech ve společnosti Datart.

III. Vymezení relevantních trhů

25. 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, kterým je v souladu s § 2 odst. 2 zákona trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území.
26. Při vymezování relevantních trhů v jednotlivých případech spojení soutěžitelů, k nimž dochází podle § 12 odst. 2 zákona, se Úřad zaměřuje na činnosti, které na území České republiky provozuje soutěžitel, nad nímž je v důsledku spojení získávána kontrola, a z nich pak zejména na ty, které se zároveň překrývají s činnostmi soutěžitele získávajícího možnost kontroly, a na ty činnosti, které jim vertikálně předcházejí či na ně navazují.

III.1 Vymezení relevantních trhů z hlediska produktového

III.1.1 Oblast maloobchodního prodeje elektroniky

27. Z výše uvedeného popisu aktivit spojujících se soutěžitelů vyplývá, že činnosti Skupiny HP Invest, Skupiny HP Tronic a společnosti Datart se překrývají v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky, činnost soutěžitele GFP se s činnostmi ostatních soutěžitelů nepřekrývá a ani k nim není vertikálně navazující či předcházející.
28. Skupina HP Tronic provozuje síť maloobchodních prodejen s elektronikou pod obchodní značkou Euronics, síť specializovaných kamenných prodejen pod obchodní značkou ETA a dále tři maloobchodní prodejny zboží značky Samsung. Skupina HP Tronic současně nabízí předmětné zboží i prostřednictvím internetu, a to na www.euronics.cz, www.eta.cz, www.obchody24.cz a www.epton.cz. Společnost Datart je pak aktivní v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky v kamenných obchodech i prostřednictvím internetu (www.datart.cz). Skupina HP Invest pak předmětné zboží nabízí pouze prostřednictvím internetu, a to na www.kasa.cz, přičemž v daném e-shopu kromě elektroniky nabízí i jiné druhy zboží, jako např. kosmetické přípravky, prostředky péče o dítě, hračky, módní doplňky, sportovní potřeby, prostředky péče o zvířata, potřeby pro motoristy nebo potřeby pro dům a zahradu.
29. Do oblasti maloobchodního prodeje elektroniky je možné zařadit prodej širokého spektra elektrotechnických produktů, jako je spotřební elektronika (zahrnující audio a video techniku

– tzv. černá technika),⁵ velké domácí spotřebiče (tzv. velká bílá technika),⁶ malé domácí spotřebiče,⁷ počítačová technika⁸ nebo telekomunikační zařízení.^{9,10}

30. Spojením dotčenou oblastí maloobchodního prodeje elektroniky se Úřad již zabýval ve svých předchozích rozhodnutích o povolení spojení soutěžitelů působících v oblasti prodeje elektroniky prostřednictvím internetu (e-commerce), když naznačil možné vymezení věcně relevantního trhu podle účelu, k němuž jsou jednotlivé produkty ze skupiny spotřebního zboží konečnými zákazníky využívány.
31. Úřad rovněž konstatoval, že činnosti v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky přes internet (e-commerce) zahrnují zejména online prodej zboží konečnému spotřebiteli, když alespoň naznačil možnost užšího členění spojením dotčené oblasti podle kategorií prodávaného zboží, přičemž ponechal otázku možného užšího vymezení produktového relevantního trhu otevřenou¹¹ nebo vymezil relevantní produktový trh podle kategorií prodávaného zboží.¹²
32. V otázce zastupitelnosti maloobchodního prodeje elektroniky přes internet s jinými způsoby prodeje, včetně prodeje zboží v kamenných obchodech, Úřad konstatoval existenci faktorů či indicií dokládajících možnost vymezení jednoho celkového trhu maloobchodního prodeje elektroniky bez ohledu na způsob prodeje, současně však identifikoval rovněž faktory svědčící pro samostatné vymezení trhu maloobchodního prodeje předmětného zboží přes internet.
33. Z předchozích šetření Úřadu vyplynulo, že provozovatelé kamenných prodejen, resp. prodejci, kteří využívali oba prodejní kanály, považovali za konkurenty všechny subjekty, tedy jak kamenné prodejce tak čistě internetové obchody. Naopak, provozovatelé e-shopů přikládali větší význam konkurenci ze strany internetových prodejců, když jako důvod uváděli nižší distribuční náklady internetových prodejců, zaměření na odlišnou skupinu zákazníků nebo odlišný způsob prodeje a rovněž rozdíl v šíři nabízeného sortimentu. Úřad při posouzení, zda kamenný a internetový prodej může být součástí jednoho relevantního trhu, vzal v úvahu i hledisko spotřebitele, tj. jeho motivaci vedoucí k rozhodnutí, zda využije nabídku zboží v kamenném obchodě nebo u internetového prodejce. Hlavními faktory, které přispívaly k volbě nákupu v e-shopu, pak z pohledu spotřebitele byly výhodnější cena produktu, zákaznický komfort spočívající v možnosti úspory času a nákupu kdykoli a rovněž snadné porovnání cen zboží.
34. Z hlediska nabídky zboží se Úřad zabýval porovnáním šíře zboží nabízeného v kamenné prodejně a přes internet, přičemž za podstatný považoval významný rozdíl mezi značným

⁵ Např. rozhlasové přijímače, audio systémy, video přehrávače a rekordéry, televizory či domácí kina.

⁶ Např. chladničky, mrazničky, sporáky, varné desky, myčky nádobí či digestoře.

⁷ Např. kávovary, varné konvice, kuchyňské roboty, toustovače, žehličky, vysavače či prostředky pro zubní hygienu.

⁸ Např. počítače, notebooky, tablety, čtečky knih, paměťové karty, monitory či tiskárny.

⁹ Např. telefony, faxy, mobilní telefony či vysílačky.

¹⁰ Ve své předchozí rozhodovací praxi se Úřad zabýval rovněž prodejem produktů, které náleží do segmentu fotografických přístrojů a jejich příslušenství, jež jsou další součástí celkové oblasti elektronických produktů. S ohledem na skutečnost, že prodej zboží uvedené kategorie představují pouze minoritní část prodeje spojujících se soutěžitelů, byly tyto produkty v rámci hodnocení dopadů navrhovaného spojení soutěžitelů zařazeny do segmentu spotřební elektroniky (tzv. černé techniky).

¹¹ Viz rozhodnutí Úřadu ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S320/2013/KS *Economia/Webfarm* nebo sp. zn. S315/2008/KS *Obchodní dům.cz/KASA.cz*.

¹² Viz rozhodnutí Úřadu ve správním řízení sp. zn. S0223/2016/KS *Rockaway Capital/Netretail Holding*.

počtem produktových položek dostupných v internetových obchodech oproti užší nabídce zboží v kamenných prodejnách, které jsou limitovány omezenou kapacitou prodejní plochy a skladových prostor.

35. S ohledem na skutečnost, že spojující se soutěžitelé byli v předchozích Úřadem posuzovaných případech výhradně internetovými maloobchodními prodejci mj. i elektroniky, v níž působili na celém území České republiky, spotřebitel mohl vyhledávat zboží ze širšího sortimentu, aniž by byl omezován širší dostupného území, resp. dojezdovou vzdáleností ke konkrétní prodejně. Úřad tak posuzoval předmětná spojení ve vztahu k oblasti maloobchodního prodeje elektroniky přes internet, popř. v jejich užších suboblastech, které odpovídaly jednotlivým produktovým kategoriím.¹³
36. Uvedená zjištění z předchozí rozhodovací praxe Úřadu jsou v souladu s rozhodovací praxí Komise, která uvedla, že sice neshromáždila dostatek důkazů svědčící pro závěr, že všechny maloobchodní distribuční kanály jsou součástí stejného produktového trhu, avšak současně její šetření poukázalo na skutečnost, že alespoň (distanční) prodejní kanály určené k nakupování z domova prostřednictvím internetu nebo katalogu by z důvodu vzájemné zaměnitelnosti z pohledu zákazníka mohly tvořit jeden relevantní trh. Komise rovněž uvedla, že v případě prodeje standardizovaných produktů, jejichž charakteristiky či parametry jsou jednoznačně popsány, např. zboží v kategorii elektronika, by prodej v kamenných obchodech, označovaný jako offline prodej, a distanční prodej zahrnující online a katalogový prodej mohl tvořit jeden produktový relevantní trh.¹⁴ Ačkoli Komise ponechala otázku konečného vymezení produktového relevantního trhu otevřenou, při vymezení produktového relevantního trhu rovněž zvažovala možné užší členění oblasti prodeje spotřebního zboží podle jednotlivých produktových kategorií.
37. Účastníci řízení v návrhu na povolení spojení soutěžitelů navrhli vymežit produktový relevantní trh v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky jako trh, který zahrnuje jak prodej elektroniky prostřednictvím internetu, tak i prodej v kamenných obchodech. Toto vymezení relevantního trhu zakládají Účastníci řízení zejména na názoru, že většina prodejců elektroniky prodává zboží současně v kamenných prodejnách i přes vlastní internetový obchod. Spojující se soutěžitelé rovněž poukazují na skutečnost, že s rozvojem a dostupností výpočetní techniky a internetového připojení dochází k rozmachu nakupování zboží přes internet a současně ke snížení významu čistě lokálních prodejců elektroniky, kteří prodávají zboží pouze v kamenných prodejnách.
38. Jako další faktory svědčící pro vzájemnou zastupitelnost kamenných a internetových prodejců uvedli Navrhovatelé např. možnost pro potenciálního zákazníka provést výběr a koupí zboží v internetovém obchodě a následně odebrat zakoupené zboží v kamenné prodejně; obdobně má zákazník rovněž možnost objednávky konkrétního produktu, např. z důvodu jeho momentální nedostupnosti na prodejně, přímo v dané prodejně přes její e-shop.
39. Z hlediska stanovení prodejních cen Navrhovatelé dále konstatovali, že v poslední době dochází k významnému omezení odlišné cenové politiky e-shopů a kamenných prodejen, když poukázali na to, že jejich produkty jsou z [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ*...] % nabízeny v jejich kamenných prodejnách a jejich e-shopech za stejné ceny.¹⁵ Současně k tomu Účastníci řízení

¹³ Viz rozhodnutí Úřadu ve správním řízení sp. zn. S0223/2016/KS *Rockaway Capital/Netretail Holding*.

¹⁴ Viz rozhodnutí Komise COMP/M.5721 *OTTO/PRIMONDO ASSETS*.

¹⁵ Viz vyjádření Navrhovatelů, list spisu č. 65.

vedli, že jak Skupina HP Tronic, tak společnost Datart pro oba prodejní kanály nabízejí i stejný rozsah prodejních služeb (např. dopravu zboží). Nad rámec toho Navrhovatelé konstatovali, že ve prospěch existence jednotného relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky bez rozlišení způsobu prodeje svědčí i skutečnost, že Skupina HP Tronic při určování ceny svých produktů [...*OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...*].¹⁶

40. Z výše uvedeného Navrhovatelé dovodili, že změny v chování zákazníků a tendence k propojení prodejních kanálů v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky vede k závěru, že produktový relevantní trh v posuzované oblasti by měl být vymezen jako jednotný trh maloobchodního prodeje elektroniky bez rozlišení podle způsobu prodeje.
41. Úřad v případě posuzované transakce i s ohledem na svoji předchozí rozhodovací praxi předběžně zastával stanovisko, že je třeba relevantní trhy v oblasti maloobchodního prodeje spotřebního zboží, resp. elektroniky, rozlišovat jak z hlediska produktového, tak i podle způsobu prodeje, tj. na prodej zboží prostřednictvím internetu a prodej prostřednictvím kamenných prodejen.
42. S ohledem na výše uvedené Úřad v průběhu správního řízení za účelem ověření svého předběžného náhledu na vymezení produktového relevantního trhu oslovil konkurenty spojujících se soutěžitelů, kteří provozují kamenné prodejny, mj. i s otázkou, zda tito považují za své konkurenty i ty soutěžitele, kteří prodávají zboží výhradně prostřednictvím internetu. Všichni oslovení soutěžitelé na uvedenou otázku odpověděli kladně s tím, že internetoví prodejci jsou považováni za významné konkurenty kamenných prodejen, někteří ze soutěžitelů internetové prodejce označili za své hlavní konkurenty.¹⁷
43. Rovněž tak se potvrdil argument Navrhovatelů spočívající v tom, že většina soutěžitelů nabízejících elektroniku prostřednictvím kamenných obchodů současně prodává předmětné zboží i přes svůj internetový obchod. Z oslovených subjektů možnosti prodávat elektroniku skrze oba prodejní kanály využívali všichni významní soutěžitelé až na jednu výjimku (společnost FAST ČR, a.s.), která dosud své zboží prostřednictvím e-shopu nenabízí.
44. Pokud jde o porovnání cen nabízeného zboží v kamenných a elektronických obchodech, obecně platí, že ceny v kamenné prodejně a v e-shopu jsou v zásadě shodné,¹⁸ případně mohou být ceny v e-shopu nižší, avšak cenový rozdíl je minimální.¹⁹ Uvedené tak nasvědčuje tomu, že dochází k postupnému sblížení ceny nabízených produktů v obou distribučních kanálech, navíc ceny zboží nabízeného prostřednictvím internetu představují s ohledem na její mírně nižší hladinu konkurenceschopnou nabídku vůči zboží nabízenému skrze kamenné prodejny.
45. Na dotaz týkající se sledování cen konkurence při stanovování vlastních prodejních cen většina oslovených soutěžitelů uvedla, že monitoruje ceny nejvýznamnějších prodejců bez rozdílu používaného prodejního kanálu, když přihlíží k cenám provozovatelů řetězce kamenných prodejen jak v jednotlivých prodejnách, tak na jejich vlastním e-shopu či k cenám

¹⁶ Viz vyjádření Navrhovatelů, list spisu č. 66.

¹⁷ Viz např. vyjádření společnosti expert ČR, s.r.o., list spisu č. 527-529, Elektro Kutílek s.r.o., list spisu č. 540-541, ExaSoft Holding a.s., list spisu č. 568-569, nebo podnikatelů - fyzických osob - B. Š. – ŠBB ELEKTRO, list spisu č. 550-552.

¹⁸ Viz např. vyjádření společnosti expert ČR, s.r.o., list spisu č. 527-529, OKAY s.r.o., list spisu č. 555-557, Elektroprivat Vaďura s.r.o., list spisu č. 538-539, a podnikatelů - fyzických osob - V. B. VIACO, list spisu č. 517-518.

¹⁹ Viz např. vyjádření společnosti Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524, ELESPO, s.r.o., list spisu č. 546-547, ExaSoft Holding a.s., list spisu č. 568-569, nebo podnikatelů - fyzických osob - B. Š. – ŠBB ELEKTRO, list spisu č. 550-552.

ryze internetových prodejců.²⁰ Několik menších prodejců, bez ohledu na to, zda prodávají zboží pouze v kamenné prodejně nebo i přes internet uvedlo, že při stanovení prodejních cen sleduje primárně ceny internetových prodejců.²¹ Vliv pouze kamenných prodejen na cenotvorbu uvedl pouze jeden menší provozovatel kamenné prodejny, jenž působí na lokální úrovni a neprodává své zboží prostřednictvím internetu.²²

46. Přes deklarovanou stejnou úroveň cen v kamenných prodejnách a na e-shopu na celostátní úrovni někteří provozovatelé sítě kamenných prodejen připouští rovněž možnost operativní změny cen v reakci jak na změny cen v celostátně působících e-shopech, tak na aktuální prodejní akce lokálního konkurenta. V případě lokálních úprav cen zboží, resp. cen jednotlivých produktů, však oslovení soutěžitelé uvádějí, že na lokální cenu může mít vliv řada faktorů jako je např. stav zásob konkrétního produktu/modelu na prodejně, obrátka výrobku, doprodej určitého produktu, prodej vystaveného nebo poškozeného kusu apod.
47. Výše popsaná vyjádření konkurentů spojujících se soutěžitelů svědčí spíše ve prospěch názoru, že produktový relevantní trh zahrnuje jak kamenné, tak internetové prodejce. Je tomu tak zejména s ohledem na skutečnost, že všichni soutěžitelé, kteří byli Úřadem osloveni, považují za konkurenční subjekty všechny prodejce elektroniky. Přitom nerozlišují, zda tito konkurenti provozují kamennou prodejnu, řetězec kamenných prodejen, včetně vlastního e-shopu, nebo čistě internetový obchod. Z poskytnutých odpovědí je zřejmá tendence ke sblížování prodejních cen v kamenných prodejnách a v e-shopu jednotlivých prodejců, stejně jako monitoring cen konkurentů bez ohledu na jimi používaný prodejní kanál.
48. Ve vztahu k předmětnému spojení soutěžitelů Úřad vzal rovněž v úvahu zaměření činností spojujících se soutěžitelů. Jak Skupina HP Tronic, tak nabývaná společnost Datart působí v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím obou způsobů prodeje dotčeného zboží, přičemž z hlediska obratu oba distribuční kanály představují velmi významné složky jejich prodeje.²³
49. Nicméně s ohledem na skutečnost, že při jakémkoli vymezení produktového relevantního trhu posuzované spojení soutěžitelů nevzbuzuje obavy z narušení hospodářské soutěže, a současně na skutečnost, že oba spojující se soutěžitelé zaměřují své obchodní aktivity při prodeji elektroniky na oba výše uvedené prodejní kanály, Úřad při posuzování možných dopadů předmětné transakce nevymezil produktový relevantní trh s konečnou platností a posuzoval je alternativně jak v oblasti **maloobchodního prodeje elektroniky** jako celku, tak v jejich užších suboblastech v členění podle produktových kategorií:
- (i) maloobchodní prodej zboží v kategorii spotřební elektronika,
 - (ii) maloobchodní prodej zboží v kategorii velké domácí spotřebiče,
 - (iii) maloobchodní prodej zboží v kategorii malé domácí spotřebiče,

²⁰ Viz např. vyjádření společnosti Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524, nebo společností FAST ČR, a.s., list spisu č. 519-521, expert ČR, s.r.o., list spisu č. 527-529, OKAY s.r.o., list spisu č. 555-557, ExaSoft Holding a.s., list spisu č. 568-569, a podnikatelů - fyzických osob - jako jsou B. Š. – ŠBB ELEKTRO, list spisu č. 550-552 nebo V. B. VIACO, list spisu č. 517-519.

²¹ Viz např. vyjádření společnosti Elektroprivat Vaďura s.r.o., list spisu č. 538-539, nebo společnosti Elektro Kutílek s.r.o., list spisu č. 540-541.

²² Viz např. vyjádření společnosti MAXEL, s.r.o., list spisu č. 544-545.

²³ Podíl maloobchodního internetového prodeje elektroniky na celkovém maloobchodním prodeji elektroniky u spojujících se soutěžitelů činí cca [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] %.

- (iv) maloobchodní prodej zboží v kategorii počítačová technika a
- (v) maloobchodní prodej zboží v kategorii telekomunikační zařízení.²⁴

III.1.2 Oblast velkoobchodního prodeje elektroniky

50. Obecně je možné konstatovat, že velkoobchodní trh zboží předchází trhu maloobchodnímu, když se na něm střetává nabídka a poptávka po zboží, které je soutěžiteli působícími na velkoobchodní úrovni dodáváno maloobchodním prodejcem, kteří ho dále prodávají konečnému spotřebiteli. Velkoobchodní trh probíhá bez zapojení konečného spotřebitele a může zahrnovat různé způsoby, jakými je dané zboží, v případě posuzovaného spojení soutěžitelů elektronika, dodáváno odběrateli. Odběratelem přitom je maloobchodní prodejce, kterému je zboží dodáno buď přímo výrobcem/dovozcem konkrétního produktu bez dalšího mezistupně nebo prostřednictvím velkoobchodníka. Na straně nabídky pak vystupují velkoobchodní prodejci, bez ohledu na skutečnost, zda se jedná o výrobce či velkoobchod specializovaný na určitou kategorii produktů nebo obchodní značku zboží nebo velkoobchod tradiční s širokým sortimentem zboží.
51. V oblasti velkoobchodního prodeje elektroniky působí ze spojujících se soutěžitelů pouze Skupina HP Tronic, která v rámci velkoobchodní distribuce nabízí zejména spotřební elektroniku, malé a velké domácí spotřebiče a výpočetní a telekomunikační techniku, a to jak obchodním partnerům v rámci maloobchodní sítě prodejen Euronics, tak nezávislým obchodním partnerům stojícím mimo uvedenou síť, včetně internetových prodejců.
52. S ohledem na zaměření aktivit spojujících se soutěžitelů by bylo možné předmětnou oblast, tj. velkoobchodní trh elektroniky k dalšímu prodeji, členit dle výše uvedených kategorií zboží, prodávaných jednotlivými spojujícími se soutěžiteli. Jelikož nabývaná společnost Datart v oblasti velkoobchodní distribuce nepůsobí, nedochází k překrytí aktivit spojujících se soutěžitelů, Skupina HP Tronic působí jako nesespecializovaný velkoobchod s širokou nabídkou zboží a předmětné spojení soutěžitelů nevzbuzuje obavy z narušení hospodářské soutěže při jakémkoli v úvahu připadajícím vymezení produktového relevantního trhu v oblasti velkoobchodního trhu s elektronikou, Úřad ponechal otázku konečného vymezení relevantního trhu otevřenou.

III.2 Vymezení relevantních trhů z hlediska geografického

53. Úřad se rovněž zabýval vymezením relevantního trhu z hlediska geografického. Geografickým relevantním trhem se rozumí oblast, v níž soutěžitelé nabízejí a poptávají příslušné zboží a v níž jsou podmínky soutěže homogenní a současně dostatečně odlišitelné od podmínek existujících v jiných oblastech. Úřad v rámci správního řízení zkoumal, zda je možno relevantní trh vymezit jako trh lokální, národní nebo zda území ovlivněné předmětným spojením zahrnuje širší území, přesahující hranice České republiky.

III.2.1 Oblast maloobchodního prodeje elektroniky

54. Skupina HP Tronic působí v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím jí provozovaných kamenných prodejen a e-shopů zejména na území České republiky a Slovenska, dále rovněž v Polsku a v Maďarsku. Skupina HP Invest pak provozuje internetový

²⁴ Úřad alternativně zkoumal i postavení spojujících se soutěžitelů v segmentech výše uvedené oblasti a jejích suboblastech v členění na prodej prostřednictvím kamenných prodejen a prostřednictvím internetu.

obchod www.kasa.cz, který v rámci maloobchodního prodeje spotřebního zboží nabízí na území České republiky rovněž elektroniku. Nabývaná společnost Datart, provozující síť kamenných prodejen a vlastní e-shop, je činná rovněž zejména v České republice a na Slovensku.

55. Účastník řízení navrhl vymezit geografický relevantní trh v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky jako přinejmenším trh národní, vymezený územím České republiky, přičemž svůj názor opíral o předchozí rozhodovací praxi Komise a Úřadu.
56. Podle názoru Komise svědčí pro vymezení geografického trhu jako trhu národního skutečnost, že ceny, sortiment produktů, služby vztahující se k prodeji zboží, kontroly kvality nebo marketing a reklamní činnost jsou určovány zpravidla na národní úrovni a oblastní manažeři mají jen omezenou možnost se od stanovených cen a dalších podmínek prodeje odchýlit. V případě online nakupování by však zejména s přihlédnutím k rozvoji mezinárodní logistiky bylo možné dle Komise rovněž zvažovat, zda relevantní trh z hlediska geografického nezahrnuje i území širší než národní.²⁵
57. Úřad ve své předchozí rozhodovací praxi rovněž posuzoval faktory svědčící jak ve prospěch, tak proti vymezení geografického relevantního trhu v oblasti maloobchodního prodeje zboží přes internet jako území širšího, než je území České republiky. Proti vymezení geografického relevantního trhu územím širším než Česká republika mohou svědčit například problémy spojené s případným uplatněním práv z odpovědnosti za vady zboží v situaci, kdy zákazník bydlí či má sídlo na území jiného státu, než ve kterém došlo k uskutečnění nákupu. Rovněž na podporu možného vymezení geografického relevantního trhu územím České republiky lze dále uvést zjištění, že čeští maloobchodní prodejci elektroniky dodávají velice malou část svých celkových prodejů zboží zákazníkům mimo území České republiky.²⁶ Úřad však otázku konečného vymezení geografického relevantního trhu ve své předchozí rozhodovací praxi ponechal otevřenou, případně se přiklonil k vymezení geografického relevantního trhu jako trhu národního.²⁷
58. Rovněž tak je nezbytné vzít v potaz i geografické obchodní zvyklosti spotřebitelů. Zatímco v případě prodeje elektroniky po internetu mohou zákazníci vyhledávat potenciální dodavatele, kteří mají poptávané zboží k dispozici na celém území České republiky, v případě kamenných prodejen je toto území výrazně užší, když v závislosti na hodnotě nakupovaného zboží potenciální konkurenci představují pouze prodejny v jisté dojezdové vzdálenosti, např. prodejny na území města či okresu v rámci území České republiky. Ve své předchozí rozhodovací praxi proto Úřad transakce v oblasti maloobchodního prodeje zboží v kamenných prodejnách posuzoval i s ohledem na užší geografické oblasti, představované zejména územím spojením dotčených okresů, případně území měst.^{28,29}
59. V případě posuzované transakce v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky však může být nutnost spotřebitele navštívit kamennou prodejnu významným způsobem eliminována,

²⁵ Viz rozhodnutí Komise COMP/M.4226 *DSGI/FOTOVISTA* nebo COMP/M.5721 *OTTO/PRIMONDO ASSETS*.

²⁶ Viz rozhodnutí Úřadu ve správním řízení sp. zn. S315/2008/KS *Obchodní dům.cz/KASA.cz*.

²⁷ Viz rozhodnutí Úřadu ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S320/2013/KS *Economia/Webfarm*.

²⁸ Viz rozhodnutí Úřadu ve správním řízení sp. zn. S202/2008/KS *REWE Zentralfinanz/PLUS DISCOUNT*, S544/2012/KS *Česká lékárna/Lékárny Lloyds a Lloyds Holding CZ*, S0091/2016 *Unipetrol/OMV* nebo S405/2014/KS *Koninklijke Ahold/SPAR Česká obchodní společnost a ImmoBilia Spa*.

²⁹ Uvedená praxe Úřadu se však dosud neaplikovala na trhy maloobchodního prodeje elektroniky na území České republiky.

neboť produkty spadající do výše definovaných kategorií elektroniky jsou obvykle přesně technicky popsány. Navíc rozšíření internetu a dostupnost počítačového a komunikačního vybavení usnadňuje případnou objednávku konkrétního produktu v e-shopu. Rozvoj doprovodných poprodejních služeb, např. dopravy zboží na adresu zákazníka, případně do odběrního místa, rovněž náleží k faktorům, které mohou potenciálního zákazníka dovést k rozhodnutí upřednostnit internetového prodejce před návštěvou kamenné prodejny.³⁰ Geograficky relevantní trh by tak v tomto případě měl být vymezen širěji než dojezdovou vzdáleností ke kamenné prodejně v rámci města či okresu. Ve prospěch uvedeného svědčí i skutečnost, že konkurenti provozující kamenné prodejny obvykle sledují cenovou politiku celostátně působících internetových prodejců a operativně reagují na změny jejich cen.

60. Jelikož předmětné spojení soutěžitelů nevzbuzuje obavy z narušení hospodářské soutěže při jakémkoli vymezení geografického relevantního trhu připadajícím v úvahu, Úřad ponechal tuto otázku otevřenou a zabýval se dopady posuzovaného spojení soutěžitelů na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky na národní úrovni, když za území dotčené spojení soutěžitelů považuje území České republiky.

III.2.2 Oblast velkoobchodního prodeje elektroniky

61. Ve své předchozí rozhodovací praxi Úřad v oblasti velkoobchodního prodeje spotřebního zboží vymezoval relevantní trh z hlediska geografického územím České republiky.
62. Podle zjištění Úřadu je možné velkoobchodní trh elektroniky vymezit jako národní, když významní soutěžitelé na velkoobchodní úrovni distribuce předmětného zboží působí na území celé České republiky. Není naopak vhodné vymezovat geografický relevantní trh jako širší než národní, neboť je třeba přihlížet k faktu, že mezinárodní výrobci (v postavení dodavatelů) vyjednávají s maloobchodními prodejci (v postavení odběratelů) na národní úrovni prostřednictvím svých dceřiných společností, které využívají národních distribučních kanálů. Pokud jsou produkty do České republiky dováženy, musí být před jejich prodejem přizpůsobovány podmínkám České republiky co do balení a jazyka, ve kterém jsou konečnému spotřebiteli sdělovány informace o produktu.³¹
63. Jelikož však na velkoobchodním trhu elektroniky působí pouze Skupina HP Tronic a předmětné spojení soutěžitelů nevzbuzuje obavy z narušení hospodářské soutěže při jakémkoli vymezení geografického relevantního trhu připadajícím v úvahu ve spojení dotčené oblasti velkoobchodního prodeje elektroniky, Úřad ponechal tuto otázku otevřenou.

IV. Struktura spojení dotčených trhů

64. 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,

³⁰ Podle údajů společnosti GfK SE činí podíl internetového prodeje v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky cca 40 % a stále mírně narůstá.

³¹ Viz rozhodnutí Úřadu S202/2008/KS REWE Zentralfinanz/PLUS DISCOUNT.

jehož výsledky jsou ku prospěchu spotřebitele a nebrání účinné soutěži. Současně Úřad podpůrně přihlíží k pravidlům stanoveným v Pokynech pro posuzování horizontálních spojení podle Nařízení Rady č. 139/2004 o kontrole spojování podniků (dále jen „Pokyny pro posuzování horizontálních spojení“)³² a v Pokynech pro posuzování nehorizontálních spojení podle Nařízení rady č. 139/2004 o kontrole spojování podniků (dále též „Pokyny pro posuzování nehorizontálních spojení“).³³

65. 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.

IV.1 Oblast maloobchodního prodeje elektroniky

66. V oblasti maloobchodního prodeje elektroniky bez dalšího členění dosáhly v roce 2016 Skupina HP Tronic a Skupina HP Invest, které jsou před posuzovaným spojením součástí jednoho a téhož podnikatelského uskupení, společného tržního podílu cca [0 – 5] %, zatímco nabývaná společnost Datart dosáhla tržního podílu ve výši cca [5 – 15] %. Společný tržní podíl spojením vzniklého subjektu tak představoval cca [5 – 15] %.
67. Obdobné postavení zauímají spojující se soutěžitelé i v jednotlivých možných segmentech oblasti maloobchodního prodeje elektroniky v České republice, tj. v segmentu maloobchodního prodeje předmětného zboží v kamenných prodejnách a segmentu maloobchodního prodeje předmětného zboží prostřednictvím internetu. V segmentu maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím kamenných prodejen dosáhly Skupina HP Tronic a Skupina HP Invest v roce 2016 společného tržního podílu cca [5 – 15] % a společnost Datart tržního podílu cca [5 – 15] %. Spojením vzniklý subjekt by tak v tomto segmentu disponoval tržním podílem ve výši cca [5 – 15] %. V segmentu maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu zauímaly Skupina HP Tronic a Skupina HP Invest v roce 2016 společné postavení odpovídající tržnímu podílu cca [0 – 5] % a tržní podíl společnosti Datart činil cca [0 – 5] %, jejich společný tržní podíl by tak dosahoval cca [5 – 15] %.
68. Pokud jde o postavení spojujících se soutěžitelů v suboblastech maloobchodního prodeje elektroniky v členění podle výše identifikovaných kategorií zboží, tj. maloobchodní prodej spotřební elektroniky, maloobchodní prodej velkých domácích spotřebičů, maloobchodní prodej malých domácích spotřebičů, maloobchodní prodej počítačové techniky a maloobchodní prodej telekomunikačních zařízení, stejně v subsegmentech těchto suboblastí rozlišených dle způsobu prodeje, z Úřadem zjištěných informací vyplývá, že společný tržní podíl Skupiny HP Tronic, Skupiny HP Invest a společnosti Datart nepřesáhne při žádné z definic relevantních trhů na území České republiky připadajících v úvahu hranici 15 %. Výjimku z uvedeného představuje pouze:
- i. suboblast maloobchodního prodeje malých domácích spotřebičů, kde společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2016 cca [15 – 25] %,

³² Zveřejněno v Úředním věstníku Evropských společenství C 31 ze dne 5. 2. 2004.

³³ Zveřejněno v Úředním věstníku Evropských společenství C 265 ze dne 18. 10. 2008.

- ii. subsegment maloobchodního prodeje malých domácích spotřebičů v kamenných prodejnách, kde společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2016 cca [15 – 25] %,
- iii. subsegment maloobchodního prodeje spotřební elektroniky v kamenných prodejnách, kde společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2016 cca [15 – 25] %, a
- iv. subsegment maloobchodního prodeje velkých domácích spotřebičů prostřednictvím internetu, kde společný tržní podíl spojujících se soutěžitelů činil v roce 2016 cca [15 – 25] %.

IV.2 Oblast velkoobchodního prodeje elektroniky na území České republiky

69. V oblasti velkoobchodního prodeje na území České republiky působí ze spojujících se soutěžitelů pouze Skupina HP Tronic, jejíž tržní podíl v roce 2016 nepřesahoval 15 %. V důsledku posuzovaného spojení nedochází k překrytí činností spojujících se soutěžitelů.

IV.3 Shrnutí struktury trhů

70. V případě posuzované transakce, při níž dochází ke spojení subjektů činných na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky v České republice, patří oba spojující se soutěžitelé mezi významné subjekty.
71. Nicméně z hlediska tržního podílu je třeba konstatovat, že při všech definicích relevantních trhů v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky na území České republiky připadajících v úvahu je společný tržní podíl spojením vzniklého soutěžitele nižší než 25 %. V této souvislosti Úřad poukazuje na ustanovení § 17 odst. 3 zákona, dle kterého platí, 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.
72. Navíc v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky působí řada významných konkurentů spojujících se soutěžitelů, kteří provozují vlastní síť prodejen elektroniky a současně též internetový obchod, jako jsou např. společnosti Electro World s.r.o., OKAY s.r.o., expert ČR, s.r.o., ExaSoft Holding a.s., popř. společnost FAST ČR, a.s., která provozuje síť kamenných prodejen pod obchodní značkou „Planeo“ (nicméně zboží neprodává prostřednictvím internetu). Současně bude spojením vzniklý soutěžitel vystaven konkurenčnímu tlaku ze strany významných internetových prodejců elektroniky, jako jsou společnosti Alza.cz a.s., Skupina Mall Group,³⁴ T.S. BOHEMIA a.s. či Mironet.cz a.s., a řady menších internetových prodejců.
73. Obdobně pak Skupina HP Tronic dosahuje relativně nízkého tržního podílu i v oblasti velkoobchodního prodeje elektroniky na území České republiky, kde je rovněž vystavena konkurenčnímu tlaku ze strany tradičních velkoobchodů s širokým sortimentem zboží, např. společností FAST ČR, a.s. či K+B Expert, s.r.o. nebo velkoobchodů specializovaných na určitou kategorii produktů nebo obchodní značku zboží, resp. distributorů produktů renomovaných značek, kteří dodávají zboží přímo maloobchodníkům.

³⁴ Skupina Mall Group je podnikatelské uskupení v čele se společností Sully system a.s., která v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky působí zejména prostřednictvím společností Netretail B.V., jež provozuje e-shop www.mall.cz, a CZC.cz s.r.o., která provozuje e-shop www.czc.cz.

74. S ohledem na relativně nízké tržní podíly spojujících se soutěžitelů na spojením dotčených tržích v oblasti maloobchodního i velkoobchodního prodeje elektroniky na území České republiky, existenci velkého množství na trhu etablovaných konkurentů, kteří představují pro spotřebitele reálný zdroj pokrytí jejich poptávky po zboží z oblasti elektroniky, Úřad dospěl k závěru, že posuzované spojení soutěžitelů nevzbuzuje obavy z narušení hospodářské soutěže.

V. Námitky třetích osob

75. Úřad v průběhu správního řízení vedeného ve věci návrhu na povolení posuzovaného spojení soutěžitelů obdržel námitky vyjadřující obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže na tržích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky na území České republiky, které by mohly vyplynout z propojení aktivit Skupin HP Tronic a HP Invest, na straně jedné, a společnosti Datart, na straně druhé. Na základě oznámení o zahájení správního řízení sp. zn. ÚOHS-S0327/2017/KS v Obchodním věstníku Úřad obdržel námitky proti posuzovanému spojení soutěžitelů od J. K.³⁵ Další námitky proti navrhovanému spojení soutěžitelů byly Úřadu doručeny v reakci, kterou zaslali konkurenti spojujících se soutěžitelů na jeho žádost o poskytnutí informací.³⁶

V.1 Shrnutí obsahu námitek

76. Většina z Úřadem obdržených námitek proti posuzovanému spojení soutěžitelů vyjadřovala obavu, že spojením vzniklý subjekt bude významným soutěžitelem na tržích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky v České republice. Toto své silné postavení, v některých vyjádřeních označené jako postavení dominantní, by spojením vzniklý subjekt mohl dle názoru některých stěžovatelů následně využít k získání výhody nad konkurenčními soutěžiteli.
77. Pokud jde o možný dopad posuzované transakce na trhu maloobchodního prodeje elektroniky, řada oslovených konkurentů uvedla, že nabytí společnosti Datart ze strany Skupiny HP Tronic může zvýšit tlak na úroveň maloobchodních cen zboží.³⁷ Rozšíření prodejní sítě Skupiny HP Tronic o prodejny společnosti Datart má vést k posílení vyjednávací pozice Skupiny HP Tronic u dodavatelů,³⁸ což povede rovněž k tlaku na prodejní ceny. Toto snížení cen zboží podle názoru některých konkurentů však bude na úkor obchodní marže konkurenčních prodejců³⁹ a může způsobit snížení jejich zisku.⁴⁰ V důsledku spojení Skupiny HP Tronic a společnosti Datart tedy může dle názoru některých stěžovatelů dojít k ohrožení rentability a konkurenceschopnosti maloobchodních prodejců⁴¹ a v konečném důsledku až vytlačení menších zejména kamenných prodejců z trhu.⁴²

³⁵ Viz námitky J. K. ze dne 31. 8. 2017, list spisu č. 558 - 563.

³⁶ Viz Žádost o informace č.j. ÚOHS-S0327/2017/KS-23916/2017/840/DVá, ze dne 17. 8. 2017, list spisu č. 512-514.

³⁷ Viz vyjádření soutěžitelů V. B. VIACO, list spisu č. 517-519, Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524.

³⁸ Viz vyjádření soutěžitelů Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524, expert ČR, s.r.o., list spisu č. 527-529, FAST ČR, a.s., list spisu č. 519-521 nebo OKAY s.r.o., list spisu č. 555-557.

³⁹ Viz vyjádření soutěžitelů Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524, B. Š. – ŠBB Elektro, list spisu č. 550-552.

⁴⁰ Viz vyjádření soutěžitele Elektroprivat Vaďura s.r.o., list spisu č. 538-539.

⁴¹ Viz vyjádření soutěžitelů V. B. VIACO, list spisu č. 517-519, Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524, expert ČR, s.r.o., list spisu č. 527-529, ExaSoft Holding a.s., list spisu č. 568-569, nebo OKAY s.r.o., list spisu č. 555-557.

⁴² Viz vyjádření soutěžitelů Elektroprivat Vaďura s.r.o., list spisu č. 538-539, nebo B. Š. – ŠBB Elektro, list spisu č. 550-552.

78. V této souvislosti pak J. K., jehož námitky proti povolení předmětného spojení byly nejrozsáhlejší, uvedl, že posuzované spojení soutěžitelů by vedlo ke vzniku uskupení s tržním podílem umožňujícím získat dominantní postavení na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky v kamenných prodejnách.⁴³
79. Současně by podle J. K. mohlo předmětné spojení soutěžitelů mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže i na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu. V této souvislosti J. K. konstatoval, že na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu má dojít ke vzniku mimořádně silného hráče, který na rozdíl od většiny ostatních soutěžitelů bude disponovat velkým množstvím výdejních míst (více než 150), na kterých si zákazník internetové prodejny může osobně vyzvednout zboží jím objednané elektronicky, popř. zboží si tzv. „osahat“. Současně dle J. K. spojením vzniklý subjekt provozuje vlastní přepravní služby, které zajišťují Skupině HP Tronic a společnosti Datart dopravu zboží zákazníkovi, což údajně představuje významnou konkurenční výhodu oproti ostatním soutěžitelům nabízejícím elektroniku prostřednictvím internetu.
80. Dle názoru J. K. posuzované spojení soutěžitelů má za cíl vytvořit subjekt schopný v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu co do objemu prodeje konkurovat internetovému obchodu Alza.cz, provozovanému společností Alza.cz a.s., který by navíc disponoval nesrovnatelně větší sítí kamenných prodejen. Uvedené by údajně mělo za následek fatální dopady na hospodářskou soutěž na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu, neboť by mělo za následek oligopolizaci trhu, kdy podstatná část celkových obrátů by byla dosahována nejvýše 3 – 5 hlavními hráči, kteří budou mít silné finanční zázemí.
81. V průběhu správního řízení Úřad rovněž obdržel několik připomínek, které se vztahovaly k vertikálním aspektům navrhovaného spojení soutěžitelů, konkrétně k propojení aktivit Skupiny HP Tronic v oblasti velkoobchodního prodeje elektroniky s aktivitami Skupin HP Tronic a HP Invest a společnosti Datart v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky.
82. Negativní důsledek posuzovaného spojení soutěžitelů někteří stěžovatelé spatřují v možném podstatném rozšíření distribučních kanálů pro maloobchodní prodej a propagaci těchto značek o síť prodejen a e-shop společnosti Datart, které bude mít dle soutěžitelů, kteří vyjádřili námitky proti posuzovanému spojení soutěžitelů, za následek to, že by Skupina HP Tronic, jako velkoobchodní dodavatel zboží, mohla upřednostňovat dodávky zboží do vlastních prodejen a omezit tak dodávky zboží jiným maloobchodním prodejčům.⁴⁴
83. Ve vztahu k velkoobchodním dodávkám elektroniky obdržel Úřad rovněž připomínku konkurenčního velkoobchodního dodavatele poukazujícího na možnost, že Skupina HP Tronic bude ve své prodejní síti, tedy i v prodejnách Datart, preferovat obchodní značky produktů, které v České republice výhradně distribuuje. Z tohoto důvodu se obává vyřazení jím dodávaných produktů ze sortimentu v současnosti nabízeného obchodní sítí společnosti Datart. Současně stejný stěžovatel poukázal na možné vyřazení některých velkoobchodních dodavatelů elektroniky ze seznamu dodavatelů zboží do sítě prodejen Datart nebo alespoň

⁴³ V této souvislosti vyjádřil J. K. ve svých námitkách přesvědčení, že spojením vzniklý subjekt dosáhne v oblasti maloobchodního prodeje některých produktových kategorií elektroniky prostřednictvím kamenných prodejen tržního podílu kolem 30 %. Současně z předložených námitek je zřejmé, že J. K. není seznámen s výší tržeb, kterých dosáhli spojující se soutěžitelé prodejem jednotlivých kategorií elektroniky celkem ani v členění dle způsobu distribuce zboží.

⁴⁴ Viz vyjádření soutěžitele Elektro Kutílek s.r.o., list spisu č. 540-541.

zhoršení podmínek pro dodávky zboží, resp. zvýšení tlaku na jejich úpravu (ve prospěch odběratele, pozn. Úřadu).⁴⁵

84. J. K. ve svých námitkách proti posuzovanému spojení soutěžitelů rovněž zmínil obavy z možných negativních vertikálních efektů posuzovaného spojení soutěžitelů, když se zejména obává, že jako velkoobchodní distributor bude mít spojením vzniklý soutěžitel možnost získávat informace a data (zejména prodejní data shromažďovaná společností GfK SE v rámci monitoringu trhu) o svých konkurentech na trhu maloobchodního prodeje elektroniky, čímž bude disponovat znalostí o obchodních modelech jednotlivých maloobchodních prodejců elektroniky. Uvedená znalost dle J. K. údajně umožní spojením vzniklému soutěžiteli vůči konkurenčním maloobchodním prodejcům uplatňovat nepřiměřené podmínky či klást jiné překážky a omezení v přístupu k produktům obchodních značek, které Skupina HP Tronic výhradně distribuuje.
85. V této souvislosti J. K. zdůrazňuje význam značky ETA, kterou Skupina HP Tronic na velkoobchodní úrovni výhradně distribuuje a jež má údajně mezi spotřebiteli unikátní renomé, a proto ji maloobchodní prodejci potřebují mít ve své nabídce.
86. Dle J. K. tuto obavu, resp. skutečnost, že při distribuci značky ETA Skupina HP Tronic upřednostňuje již v době před spojením soutěžitelů vlastní prodejny a prodejny společnosti Datart, ve které již nyní drží minoritní akciový podíl, dokládá informacemi z webových stránek značky ETA, kde jsou jako partnerské prodejny výslovně uvedeny pouze prodejny spojujících se soutěžitelů.⁴⁶
87. Z hlediska nákupu zboží pro velkoobchodní distribuci elektroniky někteří Úřadem oslovení soutěžitelé mají za to, že spojením Skupiny HP Tronic a společnosti Datart vznikne uskupení, disponující značnou silou, dostatečnou k vylepšení vyjednávací pozice u dodavatelů zboží a zvýšení tlaku na nákupní ceny.⁴⁷

V.2 Vyjádření Úřadu k námitkám

88. K obavám třetích osob z narušení hospodářské soutěže v důsledku možného vzniku dominantního postavení na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky na území České republiky Úřad uvádí, že v průběhu šetření se tato obava neprokázala, když tržní podíl spojením vzniklého subjektu je při jakékoli definici relevantního trhu připadající v úvahu nižší než 25 %. V této souvislosti Úřad poukazuje na § 17 odst. 3 zákona, který 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. Toto ustanovení zakládá orientační hranici pro soutěžitele (určenou tržním podílem), kdy mohou předpokládat, že jejich spojení soutěžitelů nebude, pokud nenastanou výjimečné okolnosti, považováno Úřadem za způsobilé narušit hospodářskou soutěž.
89. K námitce J. K., který ve svém přípisu provedl výpočet, na základě kterého se domnívá, že spojením vzniklý subjekt dosahuje tržních podílů, jež by mohly vést až ke vzniku dominantního postavení, Úřad konstatuje, že při posuzování postavení spojením vzniklého

⁴⁵ Viz vyjádření soutěžitele Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524.

⁴⁶ Viz námitky J. K. ze dne 31. 8. 2017, list spisu č. 558-563.

⁴⁷ Viz vyjádření soutěžitelů Tauer Group a.s., list spisu č. 522-524, expert ČR, s.r.o., list spisu č. 527-529, FAST ČR, a.s., list spisu č. 519-521, nebo OKAY s.r.o., list spisu č. 555-557.

soutěžitele na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky v České republice je nezbytné vycházet z obrátů, jichž spojující se soutěžitelé dosahovali maloobchodním prodejem svého zboží na území České republiky. S ohledem na skutečnost, že předpoklad silného postavení spojením vzniklého subjektu zakládá J. K. zejména na odhadu, že celkový obrat Skupiny HP Tronic dosahuje více než 9 miliard Kč a obrat společnost Datart činí více než 5,1 miliardy Kč,⁴⁸ pak je třeba konstatovat, že tyto údaje o obratech spojujících se soutěžitelů se vztahují k veškerým prodejům těchto společností, a to včetně prodejů, jichž bylo dosaženo v zahraničí, např. i na Slovensku, v Polsku či Maďarsku, nebo kterých bylo, v případě Skupiny HP Tronic, dosaženo v oblasti velkoobchodního prodeje elektroniky.

90. K námitce, že spojením soutěžitelů vznikne významný subjekt, který v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu bude mít podstatnou výhodu nad ostatními soutěžiteli, která spočívá v tom, že bude disponovat vysokým množstvím odběrných míst, kde si zákazník může zboží osobně vyzvednout, a sám je schopen poskytovat svým zákazníkům dopravu zboží, Úřad uvádí následující.
91. Co se týče míst, kde si zákazník může vyzvednout zboží objednané přes internet, lze přisvědčit J. K., že spojením vzniklý subjekt bude disponovat nejširším množstvím těchto lokalit (více než 150). Na druhou stranu Skupina HP Tronic nejširším množstvím odběrných míst disponuje již v době před uskutečněním spojení (cca 120, avšak většina z těchto míst není provozovaná společnostmi předmětného podnikatelského uskupení), a přesto v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu existují výrazně silnější nebo srovnatelně silní soutěžitelé, kteří disponují desítkami odběrných míst na území České republiky (např. společnost Alza.cz a.s., Skupina Mall Group či společnost T.S. BOHEMIA a.s.). V této souvislosti Úřad konstatuje, že soutěžitelé nabízející elektroniku přes internet mají možnost využít služeb třetích subjektů, které nabízejí kontaktní místa, na která si mohou zákazníci nechat zboží doručit a kde si je mohou osobně vyzvednout. Jedná se například o společnosti Zásilkovna s.r.o. (která disponuje sítí více než 1 000 odběrných míst na území České republiky) či Uloženko s.r.o. (disponující stovkami odběrných míst), jejichž služeb využívá více než deset tisíc internetových prodejců, kteří se mohou navíc obrátit i na jiné soutěžitele nabízející odběrná místa, jako např. Česká pošta, s.p.
92. Co se týče skutečnosti, že spojující se soutěžitelé na rozdíl od ostatních maloobchodních prodejců elektroniky disponují vlastními přepravními kapacitami, které jim dle J. K. poskytují významnou konkurenční výhodu, Úřad uvádí následující. Jednotliví maloobchodní prodejci či jejich zákazníci si mohou vybrat sami, jakým způsobem (resp. kým) bude zboží poptávané buď prostřednictvím internetu či v kamenné prodejně doručeno, přičemž na výběr mají z řady soutěžitelů nabízejících tyto služby (např. společnosti Česká pošta, s.p., PPL CZ s.r.o., Direct Parcel Distribution CZ s.r.o., IN TIME SPEDICE, spol. s.r.o., Geis Parcel CZ s.r.o., Deutsche Post DHL Group nebo General Logistics Systems Czech Republic s.r.o.). Sami spojující se soutěžitelé služeb některých z uvedených přepravců pravidelně využívají, když [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...].⁴⁹ S ohledem na výše uvedené Úřad uzavírá, že nepovažuje za podstatnou soutěžní výhodu spojujících se soutěžitelů skutečnost, že tito disponují vlastními přepravními kapacitami.
93. Pokud J. K. ve svém přípisu namítal, že v důsledku uskutečnění spojení soutěžitelů dojde na trhu ke vzniku oligopolního postavení, neboť spojením vzniklý subjekt má ambice co do tržeb

⁴⁸ Viz námitky J. K. ze dne 31. 8. 2017, list spisu č. 558-563.

⁴⁹ Viz vyjádření Navrhovatelů ze dne 15. 9. 2017, list spisu č. 575.

dosáhnout obdobného postavení jako společnost Alza.cz a.s., a tím dojde k situaci, kdy podstatná část prodeje elektroniky přes internet bude dosahována 3 – 5 nejvýznamnějšími prodejci, pak Úřad konstatuje následující.

94. V oblasti maloobchodního prodeje elektroniky prostřednictvím internetu existuje řada podstatných soutěžitelů, přičemž nejvýznamnější z nich je společnost Alza.cz a.s., která disponuje značným odstupem od svých nejbližších konkurentů, a to zejména od Skupiny Mall Group. Skupiny HP Tronic a HP Invest a společnost Datart před spojením představovaly dva z řady soutěžitelů s obdobným postavením na trhu (společně např. se společnostmi Mironet.cz a.s., Electro World s.r.o., T.S.BOHEMIA a.s., OKAY s.r.o. či ExaSoft Holding a.s.), kteří dosahovali podobných tržních podílů do 5 %, které jsou několikanásobně menší než tržní podstavení společnosti Alza.cz a.s. a Skupiny Mall Group.⁵⁰ V důsledku spojení pak dojde pouze k mírnému navýšení tržní koncentrace (změna úrovně koncentrace měřená tzv. HHI indexem je podstatně nižší než 150)⁵¹ a s ohledem na výši tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele nedojde k podstatné změně v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky přes internet.
95. S ohledem na výši tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele na trzích v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky, kde se činnost spojujících se soutěžitelů překrývá, a s ohledem na existenci řady dalších významných a na trhu dlouhodobě etablovaných soutěžitelů provozujících jak kamenné prodejny, včetně e-shopu, tak čistě internetových prodejců, Úřad rovněž konstatuje, že ani po uskutečnění posuzovaného spojení soutěžitelů nebude mít Skupina HP Tronic takovou tržní sílu, která by jí umožňovala chovat se nezávisle na konkurentech či spotřebitelích, a to včetně určování cenové politiky. Obdobné platí i ve vztahu k obavě, že spojením vzniklý soutěžitel bude mít takové tržní postavení, které mu umožní vyžadovat po dodavatelích lepší dodací podmínky, jež budou mít za následek jeho výhodnější pozici na maloobchodním trhu. I v této souvislosti je třeba konstatovat, že i v oblasti nákupu elektroniky je spojením vzniklý soutěžitel vystaven konkurenci významných konkurentů z řad maloobchodních i velkoobchodních prodejců. Nad rámec toho je rovněž nezbytné uvést, že dodavateli Skupiny HP Tronic jsou často soutěžitelé, kteří jsou součástí celosvětově působících podnikatelských skupin výrobců elektroniky, kteří sami disponují značnou vyjednávací silou.
96. Obdobně s ohledem na existenci řady konkurenčních společností, které na trhu maloobchodního prodeje elektroniky tyto produkty nabízejí přes internet i prostřednictvím rozsáhlé sítě kamenných prodejen, a tudíž disponují možnostmi nákupu zboží za obdobných podmínek jako spojující se soutěžitelé, se nejeví jako ekonomicky úspěšná ze strany stěžovatelů namítaná strategie snižování ceny produktů spojením vzniklého soutěžitele s cílem vytlačování konkurence z trhu.

⁵⁰ Viz rozhodnutí Úřadu ve správním řízení sp. zn. S0223/2016/KS *Rockaway Capital/Netretail Holding*.

⁵¹ Viz bod 20 Pokynů pro posuzování horizontálních spojení, podle kterého problémy v oblasti hospodářské soutěže při posuzování horizontálních spojení pravděpodobně nevystanou 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. 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, na který ale nedávno vstoupil, 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 soutěžitelů 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.

97. K námitce třetích osob spočívající v možném upřednostnění velkoobchodních dodávek elektroniky Skupiny HP Tronic do vlastních prodejen a následném omezení dodávek jiným prodejčům Úřad poukazuje na skutečnost, že postavení Skupiny HP Tronic v oblasti velkoobchodního prodeje elektroniky není natolik významné (pod 15 %),⁵² aby i v případě, že by k takovému kroku spojením vzniklý soutěžitel přistoupil, měli konkurenti v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky omezený přístup k dodávkám na velkoobchodním trhu. Tito se totiž mohou obrátit na další velkoobchodní prodejce elektroniky, a to buď jiné velkoobchodní prodejce, kteří distribuují široké portfolio produktů a značek (např. FAST ČR, a.s. nebo K + B Expert, s.r.o.), nebo velkoobchodní prodejce nabízející specializovaný sortiment produktů různých značek či přímé zástupce výrobců elektroniky konkrétní značky, jež si produkty v rámci České republiky distribuují vlastními silami. S ohledem na tyto možnosti odběratelů (maloobchodních prodejců elektroniky) Skupiny HP Tronic by případná strategie odmítnutí velkoobchodních dodávek elektroniky konkurentům na maloobchodě nebyla zisková, a tudíž nepravděpodobná.
98. Obdobně Úřad nepovažuje za reálnou, resp. soutěž narušující případnou strategii spojením vzniklého subjektu, která by spočívala v tom, že společnost Datart by přestala odebírat produkty od jiných velkoobchodníků než od Skupiny HP Tronic. S ohledem na relativně nízké tržní podíly spojujících se soutěžitelů v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky by ostatní velkoobchodní prodejci měli dostatečnou možnost uplatnit své produkty na trhu, a tudíž by omezení nebo přerušení odběru jimi dodávaných produktů ze strany společnosti Datart nevedlo k jejich odchodu z trhu či narušení hospodářské soutěže. K obavě z možného vyřazení některých konkurenčních produktů, resp. vyřazení některých dodavatelů zboží pro společnost Datart, Úřad dále uvádí, že sortiment prodejen Datart, stejně jako prodejen v síti Euronics (vlastních ani partnerských), není omezen výhradně na produkty značek dodávaných Skupinou HP Tronic (ačkoli Skupina HP Tronic je vertikálně integrovaná již v době před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů). Naopak sortiment zboží nabízený v jednotlivých produktových kategoriích jak v kamenných prodejnách, tak v e-shopu společnosti Datart a Euronics zahrnuje produkty známých obchodních značek, které jsou jmenovaným společností dodávány ze strany velkoobchodů v konkurenčním postavení vůči Skupině HP Tronic.⁵³
99. V souvislosti s obavou, že by Skupina HP Tronic na velkoobchodní úrovni přestala dodávat svým maloobchodním konkurentům ty produkty, jež na území České republiky výhradně distribuuje (jedná se o značky ETA, Gallet, Goddess, GoGEN, Hyundai, JVS, LucTronic, Oxygen a Valera), Úřad uvádí následující. V první řadě je nezbytné konstatovat, že společnost HP Tronic je vertikálně integrovaná již v době před posuzovaným spojením soutěžitelů, a přesto dodává tyto jí výhradně distribuované produkty i konkurenčním společností. Podíl prodeje zmiňovaných značek, které Skupina HP Tronic uskutečňuje vůči jiným soutěžitelům než v rámci své podnikatelské skupiny a společnosti Datart, činí cca [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] % na všech jejích prodejkách těchto značek. Z tohoto důvodu zmiňovaná obava třetích osob z narušení hospodářské soutěže není relevantní. V tomto kontextu je třeba obdobně odmítnout i námitku J. K., který poukazyval na to, že Skupina HP

⁵² Viz bod 25 Pokynů pro posuzování nehorizontálních spojení, podle kterého problémy (ať už v podobě koordinovaných nebo nekoordinovaných účinků) v případě nehorizontálních spojení pravděpodobně nevyvstanou, je-li podíl nového subjektu na trhu po spojení na každém z dotčených trhů menší než 30 %.

⁵³ Např. Skupina HP Tronic ve svých maloobchodních prodejnách nabízí v závislosti na produktových kategoriích elektroniky [...OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ...] % výrobků jiných značek než těch, které výhradně distribuuje.

Tronic údajně při distribuci značky ETA upřednostňuje maloobchodní prodeje v obchodních místech spojujících se soutěžitelů, neboť absolutní většina maloobchodních prodejů této značky je uskutečňována prostřednictvím maloobchodních prodejců, kteří jsou nezávislí na spojujících se soutěžitelích.

100. V souvislosti s námitkou J. K., která poukazuje na možnou informační výhodu, kterou údajně disponuje Skupina HP Tronic nad ostatními soutěžiteli působícími v oblasti maloobchodního prodeje elektroniky v České republice, Úřad konstatuje, že i pokud by tomu tak bylo, tak na namítané situaci nic podstatného nemění posuzované spojení soutěžitelů, neboť Skupina HP Tronic, která představuje jednoho z nejvýznamnějších maloobchodních prodejců elektroniky, je vertikálně integrovaná již v době před uskutečněním spojení soutěžitelů.
101. Nicméně pokud se jedná o data získávaná od společnosti GfK SE, která se zabývá monitoringem a analyzováním trhů, mj. i trhů v oblasti prodeje elektroniky, z šetření Úřadu vyplývá, že jmenovaná společnost poskytuje za úplatu data zájemcům, kteří jsou sami zapojeni v jejím systému sběru dat, a to bez ohledu na to, zda tito působí na maloobchodní nebo velkoobchodní úrovni prodeje zboží (elektroniky). K předmětným datům tak mají přístup všichni prodejci, kteří se společností GfK SE spolupracují, spojením vzniklý soutěžitel tedy nezískává v tomto kontextu žádnou konkurenční výhodu oproti ostatním soutěžitelům.⁵⁴ Poskytnutá data od společnosti GfK SE pak obsahují údaje o celkové velikosti trhu a prodejích realizovaných konkrétním odběratelem dat. Jedná se tak o nástroj monitoringu trhu a vlastních výkonů subjektu, který tato data odebírá, tudíž spojením vzniklý soutěžitel nezískává detailní data o svých konkurentech.

VI. Závěr

102. V důsledku realizace předmětného spojení soutěžitelů dojde k posílení postavení Skupiny HP Invest a HP Tronic ve spojení dotčených oblastech. Nicméně tržní podíl spojením vzniklého soutěžitele bude stále ve spojení dotčené oblasti maloobchodního prodeje elektroniky při jakékoli definici relevantního trhu připadající v úvahu pod hranicí 25 %, když navíc Skupina HP Tronic bude vystavena působení řady konkurentů, z nichž někteří na jednotlivých dotčených trzích dosahují obdobného či významnějšího postavení. Uskutečnění posuzovaného spojení soutěžitelů tak nebude mít negativní dopad na tržní prostředí ve spojení dotčených oblastech na území České republiky.
103. S ohledem na uvedené skutečnosti dospěl Úřad k závěru, že posuzované spojení soutěžitelů nezvýší tržní sílu spojovaných soutěžitelů natolik, aby mělo za následek podstatné narušení hospodářské soutěže. Pro naplnění všech podmínek uvedených v § 16 odst. 2 věta třetí zákona, Úřad rozhodl o povolení navrhovaného spojení soutěžitelů, a toto rozhodnutí ve stanovené lhůtě vydává.

POUČENÍ

Proti tomuto rozhodnutí může účastník řízení v souladu s § 152 odst. 1 a 5, 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

⁵⁴ Uvedenými daty od společnosti GfK SE disponuje např. i společnost Datart, která na velkoobchodním trhu není aktivní.

hospodářské soutěže. Rozklad se podává u Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Včas podaný a přípustný rozklad má odkladný účinek.

Otisk úředního razítka

JUDr. Hynek Brom
I. místopředseda Úřadu

Obdrží:

JUDr. Robert Neruda, Ph.D., advokát
Havel, Holásek & Partners s.r.o., advokátní kancelář
Titanium Business Complex, Nové sady 996/25
602 00 Brno
DS: zz79uga