

РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА

В публикуваната версия на това решение, някои от данните са заличени в съответствие с чл 55 от ЗЗК, с който не се допуска разгласяването на търговски тайни или други защитени от закон тайни на страните. Заличените данни са отбелязани с (.....)*

РЕШЕНИЕ

№ 1455

гр. София, 28.10.2013 г.

Комисията за защита на конкуренцията в състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Петко Николов

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Ангелина Милева

ЧЛЕНОВЕ:

Александър Александров

Елена Димова

Зорница Иванова

Петя Велчева

при секретар – протоколист Златимира Стайкова, разгледа в закрито заседание на 28.10.2013г. преписка, № КЗК - 593/2013г., докладвана от члена на Комисията - г-жа Зорница Иванова.

В Комисията за защита на конкуренцията (КЗК, Комисията) е образувано производство по преписка, № КЗК-593/2013г., във връзка с постъпило Уведомление, съгласно което „Табак Маркет“ АД, София има намерение да осъществи концентрация посредством придобиване на контрол (едноличен/съвместен) върху следните дружества: „Национална агенция за

разпространение“ ЕАД, София, „Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, Варна, „Одесос-М“ ООД Варна, „Александров Прес“ ООД, Варна, „Ита“ ООД, Варна, „Боби-Прес“ ООД, Бургас, „Комекс 92“ ЕООД, София, „Вест Прес РА“ ЕООД, Хасково, „Разпространение на печата“ АД, София, по смисъла на Глава V от ЗЗК.

Към Комисията е отправена молба да извърши оценка и да издаде решение, с което да разреши осъществяването ѝ, тъй като не води до установяване или засилване на господстващо положение, което значително би попречило на ефективната конкуренция на съответния пазар.

В хода на ускореното по чл. 80 от ЗЗК проучване Комисията установи, че нотифицираната сделка цели обединяване дейностите по производство / преработка и дистрибуция на тютюни, тютюневи изделия¹, от една страна, където са активни дружества на Булгартабак-групата, вкл. и „Табак Маркет“ АД, София, а от друга - дистрибуция на едро на вестници и списания по основни направления (.....)* (чрез „НАР“ ЕАД) и тяхното разпространение на дребно в отделни общини (София, Варна, Бургас, Русе, Пазарджик, Пловдив, Шумен).

Въз основа на предоставената с Уведомлението информация Комисията прецени, че в сроковете, предвидени в чл. 81, ал.1 от ЗЗК, не могат да бъдат направени крайни заключения за ефекта от сделката, който може да се прояви на национално ниво и на определени локални пазари, както и да предвиди измененията на пазарните условия и в структурата му след осъществяването ѝ.

Също така хоризонталното прекриване на дейности, свързани с продажби на дребно на вестници и списания за отделни общини, както и вертикалните отношения между национален доставчик на едро и регионални търговци на дребно за отделни градове, изискват по-подробно изследване на пазарната ситуация, за да може Комисията да оцени конкурентните отношения след извършване на операцията.

Предвид изложеното и на основание чл. 82, ал. 3, т. 4 от ЗЗК, Комисията с Решение № 895/17.07.2013г. започна задълбочено проучване. Решението бе публикувано в електронния (публичния) регистър на КЗК, в съответствие с изискванията по чл.68, ал.2 от ЗЗК.

В рамките на задълбоченото проучване бе изискана допълнителна информация от „Табак Маркет“ АД и изпратени детайлни въпросници до общините, на чиято територия оперират участниците в сделката, както и до конкуренти на концентриращите се предприятия на ниво дистрибуция на едро и на дребно на вестници и списания.

Предвид предстоящата реорганизация, свързана с разпространението им на дребно, бе изискано от кметовете на Столична община, респ. на отделните 24 района, и на общините във Варна, Бургас, Русе, Пазарджик, Пловдив, Шумен да представят становище за очакваните ефекти от сделката и да изяснят обстоятелствата, които са наложили /или налагат/ промяна в схемата на разпространение на дребно на вестници, списания, цигари и други дребни

^{1/} както и в незначителна степен вестници, списания, приходите от продажба на които са минимален процент от общите приходи от продажби на „Булгартабак Трейдинг“ АД

пакетирани стоки за съответната територия, за начина /чрез конкурси, търгове, концесии, обявени и реализирани от съответната община/, срока за осъществяване на реорганизацията, очакваните ползи за крайните клиенти и за спечелилите тези конкурси, търгове, концесии фирми. Комисията изиска и информация /и доказателства/ за участниците на пазара за продажба на дребно на стоките преди сделката и след това /фирми, брой разрешителни и павилиони и др./ и за организацията на функционирането му. Анкетата съдържаше и въпроси, които засягат механизма/процедурата за избор на дизайн/проект (изработване, одобрение) на павилион за едновременна продажба на стоките, за собствеността на тези обекти - на общината или на спечелилата конкурса, търга, концесията фирма.

Отговори се получиха от кметовете на общините Варна, Бургас, Русе, Пазарджик, Пловдив, Шумен и от главния архитект на столицата /в рамките на неговата компетентност/, а що се отнася до въпросите, засягащи отделните районни кметове-отговори постъпиха от районите Оборище, Средец, Триадница, Възраждане, Панчарево².

С оглед изясняване характеристиките и функционирането на анализирани пазари, анкетираните бяха и конкуренти на придобиваните предприятия – търговци на едро и на дребно на вестници и списания - „Агенция Стрела“ ЕООД, София, „Медика Прес“ ЕООД, Варна³, „Булгарпрес“ ООД, София, „Ел Ес Травъл Ритейл България“ ЕООД, София, „Сенатор“ ООД, София/“Оларт ЕООД, София⁴, „Герини Прес“ АД, Пловдив /и дъщерните му дружества/, „Карне М“ ЕООД, София /вкл. и за дъщерните му дружества - „Прес“ ЕООД, Рудозем, „Прес 2000“ ЕООД, Пловдив, „Ди Прес“ ЕООД, Варна, „Фактор Плюс“ ЕООД, Варна/, „Мелао“ ЕООД, София⁵, „АКС Трейдинг“ ООД, София, които предоставиха становища и данни за дейността си.

За целите на анализа бяха изискани допълнителни данни и доказателства и от „Табак Маркет“ АД, които бяха получени.

След публикуване на решението на КЗК за започване на задълбочено проучване в електронния регистър, в Комисията не постъпиха становища от заинтересовани лица в законовия срок по чл.83, ал.2 от ЗЗК.

Постъпилите отговори и документи са взети предвид при цялостната оценка на нотифицираната концентрация.

От събраните доказателства се установи следното:

I. Предприятия - участници в операцията

1.1 Придобиващо контрол предприятие

„Табак Маркет“ АД (с предишно наименование „Булгартабак Трейдинг“) е вписано в АВп с ЕИК 175127176.

Седалище и адрес на управление - гр. София 1142, р-н Средец, ул.

²/ (.....)*;

³/ (.....)*;

⁴/ (.....)*;

⁵/ (.....)*;

„Граф Игнатиев" № 62.

Капитал – 139 047 000 лв., разпределен в 139 047 000 бр. поименни акции, с номинал 1 лв., всяка.

Дружеството се представлява от изпълнителните директори Иван Атанасов Биларев и Борис Борисов Захариев – заедно.

1.2. Предприятия, върху които се придобива контрол

1.2.1 „НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ РАЗПРОСТРАНЕНИЕ" ЕАД (наричано за краткост НАР) е вписано в АВп с ЕИК 175239360.

Седалище и адрес на управление: гр. София 1784, р-н Младост, бул. „Цариградско шосе" № 113А.

Капитал : 5 200 000 лв., разпределен 5 200 000 бр. поименни акции, с номинал 1 лв., всяка, който се притежава изцяло от „Карне-М“ ЕООД, София.

Дружеството се представлява от изпълнителния директор Владимир Колев Гергински.

1.2.2 "ВАРНА ПРЕС–АВРАМОВА И ФАМИЛИЯ" ООД е вписано в АВп с ЕИК 103890978 .

Седалище и адрес на управление: гр. Варна 9000, р-н Одесос, ул. „Тодор Влайков" № 27.

Капитал – 5 000 лв.; съдружници в дружеството са „Карне-М“ ЕООД, София (50%), Венцислав Ц. Александров (48%) и Марианка И. Аврамова (2%).

Дружеството се представлява от управителя Марианка Иванова Аврамова.

1.2.3 „ОДЕСОС-М" ООД е вписано в АВп с ЕИК 103747040.

Седалище и адрес на управление: гр. Варна 9000, р-н Одесос, ул. „Тодор Влайков" № 27.

Капитал – 5 000 лв.; съдружници в дружеството са „Карне-М“ ЕООД, София (50%), Ивелин Ц. Александров (23%), Венцислав Ц. Александров (23%) Ивелина Л. Иванова (2%) и Марианка И. Аврамова (2%).

Дружеството се представлява от управителя Марианка И. Аврамова;

1.2.4 „АЛЕКСАНДРОВ ПРЕС" ООД е вписано в АВп с ЕИК 103874881.

Седалище и адрес на управление: гр. Варна 9000, р-н Одесос, ул. „Атанас Георгиев" № 7.

Капитал – 5 000 лв.; съдружници в дружеството са „Карне-М“ ЕООД, София (50%) и Венцислав Ц. Александров (50%).

Дружеството се представлява от управителя Венцислав Цветанов Александров.

1.2.5 „ИТА" ООД е вписано в АВп с ЕИК 103893771.

Седалище и адрес на управление: гр. Варна 9000, р-н Одесос, ул. „Рали Мавридов" № 17, ет.5, ап. 15.

Капитал – 5 000 лв.; съдружници в дружеството са „Карне-М“ ЕООД, София (50%) и Ивелин Ц. Александров (50%).

Дружеството се представлява от управителя Ивелин Цветанов Александров.

1.2.6 „БОБИ-ПРЕС" ООД е вписано в АВп с ЕИК 102684007 ;

Седалище и адрес на управление: гр. Бургас 8000, ул. „Св. Патриарх Евтимий" № 2, вх. 2, ет.1, ап. Ляв.

Капитал – 5 000 лв.; съдружници в дружеството са „Карне-М“ ЕООД,

София (50%) и Боян И. Стоянов (50%).

Дружеството се представлява от управителя Боян Иванов Стоянов.

1.2.7. „КОМЕКС 92“ ЕООД е вписано в АВп с ЕИК 131076591.

Седалище и адрес на управление: гр. София 1784, р-н Младост, бул. „Цариградско шосе“ № 113А.

Капитал – 5 000 лв. Едноличен собственик на капитала е „Карне-М“ ЕООД, София.

Дружеството се представлява от управителя Владимир Колев Гергински.

1.2.8 „ВЕСТ ПРЕС РА“ ЕООД е вписано в АВп с ЕИК 201057248 ;

Седалище и адрес на управление: обл. Хасково, гр. Димитровград 6400, ул. „Г.С.Раковски“ № 30, вх. Б, ет.1, ап. 1.

Капитал – 100 лв.. Едноличен собственик на капитала е „Карне-М“ ЕООД, София.

Дружеството се представлява от управителя Владимир Колев Гергински.

1.2.9 „Разпространение на печата“ АД (наричано за краткост РП) е вписано в АВп с ЕИК 121207277.

Седалище и адрес на управление: гр. София 1202, ул. „Клокотница“ №2а.

Капитал 72 000 лв., разпределен в 24 000 бр. поименни акции с номинал 3 лв., всяка.

(.....)*.

Дружеството се представлява от изпълнителния директор Виктор Николаев Налбантов.

II. Предприятия и лица, упражняващи контрол по смисъла на чл. 22, ал. 3 от ЗЗК върху участниците в операцията

2.1 По отношение на придобивашото предприятие

Капиталът на „Табак Маркет“ АД е разпределен между акционерите „Благоевград-БТ“ АД, Благоевград (65,04%) и „Булгартабак-Холдинг“ АД, София (34,96%). Доколкото двете дружества са част от групата Булгартабак, то Комисията приема, че крайното холдингово дружество „Булгартабак-Холдинг“ АД упражнява едноличен контрол върху „Табак Маркет“ АД – пряко и чрез „Благоевград-БТ“ АД.

2.1.1 „Благоевград-БТ“ АД е вписано в АВп с ЕИК 811154751.

Седалище и адрес на управление: гр. Благоевград, 2700, ул. „Покровнишко шосе“ № 1.

Капитал – 2 702 626 лв., разпределен в 2 702 626 бр. поименни акции с номинал 1 лв., всяка, като по данни от уведомлението „Булгартабак-Холдинг“ АД притежава 97% от акциите в капитала на дружеството.

Дружеството се представлява от изпълнителния директор Георги Серафимов Костов.

Дружеството не упражнява контрол върху други дружества.

2.1.2 „Булгартабак-Холдинг“ АД е вписано в АВп с ЕИК 831636680 ;

Седалище и адрес на управление: гр. София, 1000, р-н Средец, ул. „Граф Игнатиев“ № 62.

Капитал – 7 367 222 лв., разпределен в 7 367 222 бр. поименни акции с номинал 1 лв., всяка. Акционер и собственик на 79% от акциите в капитала на

„Булгартабак-Холдинг“ АД е „БТ Инвест“ ГмбХ, Австрия (BT Invest GmbH), (.....)*.

Дружеството се представлява от изпълнителните директори Венцислав Златков Чолаков и Ангел Димитров Димитров - заедно.

„Булгартабак-Холдинг“ АД е крайното дружество на **икономическата Булгартабак-група**⁶, която към 31.12.2012г. освен „Благоевград-БТ“ АД, Благоевград включва и „София-БТ“ АД, София⁷ /ЕИК 831520311/, „Плевен-БТ“ АД, Плевен⁸ /ЕИК 824103269/, „Табак Маркет“ АД, София, както и „Шумен-Табак“ АД, Шумен⁹, „Асеновград-Табак“ АД, Асеновград¹⁰ и „Хасково-Табак“ АД, Хасково¹¹. Последните три дружества са в процедура по ликвидация.

2.2 Предприятия, върху които се придобива контрол

2.2.1 Едноличен собственик на „НАР“ ЕАД е „Карне-М“ ЕООД, София.

„Карне-М“ ЕООД е вписано в АВп с ЕИК 200075282.

Седалище и адрес на управление: гр. София, 1606, р-н Красно село, ул. „Дамян Груев“ № 46.

Капитал – 5000 лв.; едноличен собственик е „Карне М1“ АД, София /ЕИК 201204328/.

Дружеството се представлява от управителя Васил Георгиев Шуманов.

2.2.2 Данни за съдружниците и техните дялове в останалите придобивани предприятия са посочени в Раздел I от т. 1.2.2 до т. 1.2.8.

Съгласно предоставената от „Табак Маркет“ АД информация, „Карне-М“ ЕООД, София упражнява едноличен контрол върху част от тези предприятия, а върху останалите - съвместен контрол заедно с различни физически лица.

От анализа на събраната информация бе установено, че не са предоставени данни нито за връзка на „Карне-М“ ЕООД, София с Купувача по сделката, нито за обвързаност между Купувача и физическите лица, с които „Карне-М“ ЕООД, София упражнява съвместен контрол върху част от придобиваните предприятия. Предвид това, че „Карне-М“ ЕООД, София ще загуби занапред връзка с придобиваните дружества, същото няма да бъде обект на настоящия анализ. В правните изводи ще бъде обсъден единствено съвместния контрол, който ще се упражнява в бъдеще заедно от „Табак Маркет“ АД и физически лица върху част от дружествата, които са обект на сделката.

^{6/} вкл. и „Булгартабак Трейд“ Дубай, ОАЕ и Фондация за финансиране на социалните разходи от приватизацията на холдинга

^{7/} „Булгартабак Холдинг“ АД е акционер с 97% от акциите в капитала му;

^{8/} „Булгартабак Холдинг“ АД е акционер със 100% от акциите в капитала му

^{9/} „Булгартабак Холдинг“ АД е акционер с 85,6% от акциите в капитала му;

^{10/} „Булгартабак Холдинг“ АД е акционер с 82,7% от акциите в капитала му;

^{11/} „Булгартабак Холдинг“ АД е акционер с 91,8% от акциите в капитала му

III. Предприятия с регистрация в България, върху които участниците в сделката упражняват пряк или косвен контрол по смисъла на чл. 22, ал. 3 от ЗЗК

3.1 Преди нотифицираната сделка¹² „Табак Маркет“ АД е придобило *пряк едноличен контрол* върху дружествата:

3.1.1 „Дрийм Прес“ ЕООД е вписано в АВп с ЕИК 201937145 ;

Седалище и адрес на управление: гр. Шумен, 9700, ул. „Васил Друмев“ № 21;

Капитал – 100 лв.;

Дружеството се представлява от управителя Кирил Петков Кобарелов.

3.1.2 „Армаер“ ЕООД, Пловдив е вписано в АВп с ЕИК 201363946, но по данни от ТР и уведомятеля е заличено на 17.06.2013г. чрез вливането му в „Табак Маркет“ АД.

Седалище и адрес на управление: гр. Пловдив, 4000, р-н Централен, бул. „Руски“ № 65.

3.1.3 „ЕЛИЗА1999“ ЕООД е вписано в АВп с ЕИК 115520091 ;

Седалище и адрес на управление: гр. Пловдив, 4000, р-н Централен, ул. „Козлодуй“ № 1;

Капитал – 5000 лв.;

Дружеството се представлява от управителя Борис Борисов Захариев.

3.2 Предприятия, върху които се придобива контрол

3.2.1 „НАР“ ЕАД упражнява едноличен контрол върху „Илия Колев 2010“ ЕООД, Карнобат.

„Илия Колев 2010“ ЕООД е вписано в АВп с ЕИК 201240445;

Седалище и адрес на управление: гр. Карнобат, ул. „Девети септември“ № 32, вх. Б, ет. 1;

Дружеството се представлява от управителя Владимир Колев Гергински.

3.2.2 Никое от останалите придобивани предприятия - „Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, Варна, „Одесос-М“ ООД, Варна, „Александров Прес“ ООД, Варна, „Ита“ ООД, Варна, „Боби-Прес“ ООД, Бургас, „Комекс 92“ ЕООД, София, „Вест Прес РА“ ЕООД, Хасково, не упражнява контрол върху други дружества.

IV. Характер, правна форма и цел на сделката

4.1. Характер и правна форма на сделката

Придобиването на контрол от страна на Табак Маркет върху предприятия, които осъществяват дистрибуция на печатни издания на национално ниво и на регионално ниво, е резултат от подписването на няколко споразумения, които като събития водят до осъществяването на концентрация.

Табак Маркет придобива в хронологичен ред първо по силата на Договор от (.....)* за продажба на акции, страни по които са „Карне-М“ ЕООД, София (продавач) и „Табак Маркет“ АД (купувач - с предишно наименование „Булгартабак Трейдинг“) 100% от капитала на „Национална агенция разпространение“ АД (НАР). Обект на продажба са (.....)*.

^{12/} в периода август 2012г.-март 2013г.,

С Допълнително споразумение от (.....)*, представляващо анекс към Договора за продажба на акциите от капитала на НАР, същите страни са уговорили (.....)*.

По силата на Споразумение от (.....)* „Карне-М“ ЕООД, в качеството си на продавач, прехвърля на „Табак Маркет“ АД (с предишно наименование „Булгартабак Трейдинг“) дялове, на които е собственик в няколко дружества. (.....)*.

Обект на сделката са дяловете, притежавани от „Карне-М“ ЕООД, в следните дружества (а) 50% от дяловете в капитала на „Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, Варна, „Одесос-М“ ООД, Варна, „Александров Прес“ ООД, Варна, „Ита“ ООД, Варна, „Боби-Прес“ ООД, Бургас, както и (б) 100% от дяловете в капитала на „Комекс 92“ ЕООД, София, „Вест Прес РА“ ЕООД, Хасково и „Армаер“ ЕООД, гр. Пловдив. Както бе посочено в Раздел III, т. 3.1.2 „Армаер“ ЕООД, Пловдив е заличено на 17.06.2013г. чрез вливането му в „Табак Маркет“ АД. В уведомлението, подадено до КЗК за нотифициране на операцията (ВХР-1076/2013г.), последното дружество не фигурира като участник в сделката и като обект на придобиване.

(.....)*.

Страните са договорили, считано от прехвърлянето на дяловете, продавачът да няма право да извършва конкурентна дейност за (.....)*.

Самото прехвърляне на дяловете е определено да се извърши до (.....)*.

С Допълнително споразумение от (.....)*, представляващо анекс към Споразумението от (.....)*, същите страни са уговорили (.....)*.

Договорът (.....)* съдържа клаузи, по силата на които продавачът, „Карне – М“ ЕООД, София, няма право да извършва конкурентна дейност за (.....)*. Комисията счита, че тези уговорки са за приемлив срок и имат значение единствено за целите на концентрацията, като целят да защитят интересите на купувача и възможността да придобие пълноценно бизнеса, който закупува.

По силата на договор за продажба на акции от (.....)* Табак Маркет е придобил капиталово участие в размер на (.....)*% от капитала на „Разпространение на печата“ АД. (.....)*.

4.2 Цел на сделката

Съгласно Уведомлението придобиващото контрол дружество/група цели да развие и разшири търговската си дейност чрез изграждане на собствена дистрибуторска мрежа от специализирани магазини за цигари и алкохол в специализирани обекти (павилиони) за цигари, дребни пакетирани стоки и печатни издания (вестници и списания) на територията на цялата страна, т.е. предстоящите придобивания имат значение за „Табак Маркет“ АД основно от гл. т. изградените и използвани от придобиваните дружества логистични мрежи – /брой собствени обекти за продажба, притежавани транспортни средства и транспортна схема/. (.....)*.

Същевременно, обособяването на специализирани павилиони¹³ за едновременна продажба на цигари, дребни пакетирани стоки, вестници и

^{13/} изградени по съвременни технологии при спазване и на европейските и световни тенденции за обединена продажба на подобни стоки

списания се очаква да окаже положителен ефект не само върху развитието на придобиващото дружество и неговата група, но и върху дейността на придобиваните предприятия, доколкото „Табак Маркет“ АД декларира, че (.....)*, ефектите от което биха били както по-добро задоволяване (като количество и качество) потребностите на крайните клиенти, респ. повишаване конкурентноспособността на придобиваните предприятия в полза и на крайните клиенти, така и подобряване на градската визия, доколкото съществуващата към момента инфраструктура /павилиони, маси, будки и други търговски обекти/ за продажба на вестници и списания е морално и материално остаряла, грозна и нефункционална.

V. Становища

Отговорите на анкетиранията лица (кметове на общини, конкуренти) не съдържат опасения относно евентуален негативен ефект на сделката върху конкурентната среда на пазарите, където са активни участниците в концентрацията на територията на страната. Като цяло се счита, че в резултат на сделката биха настъпили по-скоро положителни промени в посока засилване на пазарния натиск върху останалите конкуренти и подобряване на условията в полза на крайните потребители.

В становището си „Агенция Стрела“ ЕООД посочва, че нотифицираната концентрация е била очаквана стъпка от участниците на пазара на разпространение на вестници и списания. С цел въвеждане на предсказуема пазарна среда след осъществяване на сделката дружеството предлага тя да бъде съпътствана от въвеждане на следните задължителни изисквания, които са примерни, но не и изчерпателни:

- 1) Разпространител, независимо кой, да не може да отказва разпространение на издание, при равноправни и справедливи търговски условия, освен ако не са налице просрочени задължения за плащане от страна на издател;
- 2) Разпространителят да отчита своевременно на издателя приходите от продажби, като поема задължение да го информира за точките на продажби и друга информация, договорена между разпространител и издател;
- 3) Да се осигури и гарантира чрез общините достъп на гражданите до всички печатни издания, предадени за разпространение за съответното населено място при равни публични условия за извършване на дейност по разпространение на печатни произведения.;
- 4) Допускане на браншови споразумения между сдруженията на издателите и сдруженията на разпространителите на печатни произведения за режим на доставка на вестници и списания и за определяне на размери на търговски отстъпки.

Горепосочените условия следва да се адресират и до всички останали участници на пазара на разпространение на печатни издания с оглед гарантиране на конституционната закрила на институцията „свободен печат“. В писмото е приложен и разработен проект за „Етичен кодекс на разпространението на печатни произведения в България“ в опитите на Съюза на издателите в България да се въведат приемливи стандарти по пътя на саморегулацията.

В деловодството на комисията не постъпиха отрицателни становища от засегнати лица за въздействието на сделката върху пазарите.

Информацията, получена от съответните общини и конкуренти, е взета предвид при изготвяне на настоящия икономически и правен анализ.

VI. Съответни пазари

6.1 За дефиниране на съответния пазар следва да се посочи **стопанската дейност** на засегнатите предприятия :

„Табак Маркет“ АД е активно при дистрибуция, търговия, логистика, транспорт основно на тютюни и тютюневи изделия, като голяма част от тях са произведени от дъщерните предприятия на Булгартабак-групата, а другата е от внос¹⁴.

Делът на продажбите цигари¹⁵, произведени в Групата 2012г., варира всеки месец, например от 59,6% /през м. януари/ спада до 45,8% /през декември/, за сметка дела на вносните цигари¹⁶.

Цигарите, местно производство (марките на „Булгартабак-Холдинг“ АД), се доставят основно от (.....)* и от (.....)* (KING's), а вносните от: (.....)* (PMI), (.....)* (Karelia), (.....)* (JTI, BAT, IMPERIAL).

„Табак Маркет“ АД декларира данни за брой сключени договори/получени разрешения за собствени обекти, в т.ч. и за работещи обекти, за територията на цялата страна. Представените с писма от 19.06.2013г. и от 22.10.2013г.¹⁷ данни за разпределението на тези обекти по градовете в страната – обект на анализа, са обобщени в Таблица № 1. В тези павилиони дружеството продава цигари и други дребни пакетирани стоки, но съществува възможност да се продават /и се продават/ и вестници, печатни издания, тъй като одобреният проект за павилион, който дружеството ползва, включва и секция за излагане и на печатни издания. За посочения период от време броят договори/получени разрешения за страната се е променил от (.....)* на (.....)*, а броят поставени и работещи павилиони – от (.....)* на (.....)*, което е доказателство за динамиката на този пазар по отношение промяна в броя търговски обекти в настоящия момент.

Таблица № 1

Град	Издадени разрешителни	Реализиран брой обекти
Бургас	(.....)*	(.....)*
Варна	(.....)*	(.....)*(.....)*
Пазарджик	(.....)*	(.....)*(.....)*
Пловдив	(.....)*	(.....)*(.....)*
Русе	(.....)*	(.....)*(.....)*
София град	(.....)*(.....)*	(.....)*(.....)*
Шумен	(.....)*	(.....)*(.....)*
Общо за страната	(.....)*(.....)*	(.....)*(.....)*

^{14/} основно от марките Karelia Tobacco, Philip Morris и др.

^{15/} в проценти, изчислен на база хил. къса

^{16/} за 2012г.

^{17/} (.....)*

По-долу са посочени позициите на „Табак Маркет“ АД / Булгартабак-Групата¹⁸ и на конкуренти на пазарите на :

-тютюни и тютюневи изделия - Булгартабак-групата – (.....)*%; конкуренти /Karelia Tobacco – (.....)*%, Philip Morris-(.....)*%, King’s Tobacco-(.....)*%, BAT – (.....)*%, Imperial Tobacco – (.....)*%, JTI/GALLANER - (.....)*%/¹⁹;

-дистрибуция на цигари в павилиони – „Табак Маркет“ АД - (.....)*%; много на брой конкуренти²⁰, в т.ч. „Табак Логистик Груп“ АД.

Представената от „Табак Маркет“ АД Стратегия (2013г.-2015г.) предвижда подсигуряване на потенциални локации за общо (.....)* павилиони на територията на страната по области, обобщена в Таблица № 2. Дружеството съобщава, че този брой павилиони е прогноза, която дава максимално възможните точки, като за реални данни могат да се приемат само локациите, за които дружеството има сключени договори.

Таблица № 2 (.....)*

Комисията приема, че постигането на заложения в Стратегията брой обекти по области в страната зависи от множество обективни фактори, сред които намеренията на съответните общински съвети, респ. общини, условията за участие в конкурси/търгове, заявления интерес от конкуренти и други.

Собствената приблизителна оценка на „Табак Маркет“ АД за бъдещо годишно разпределение между приходите от продажби на основни групи стоки в краткосрочен план е следната : около (.....)*% от приходите се формира от продажба на вестници, печатни издания, а около (.....)*% - цигари и дребни пакетирани стоки (в които приходите от продажба на цигари е около - (.....)*%; храни (общо) - (.....)*%; напитки (общо) - (.....)*%, нехранителни стоки (общо) - (.....)*%, други).

„Табак Маркет“ АД предвижда изграждането и организирането на (.....) регионални депа в (.....)* с оглед дейността си, като броят им ще зависи от необходимостта (обемите и транспортната схема). Към момента „Табак Маркет“ АД има наети складове в (.....)*, които е организиран в регионални депа за цигари и печатни издания.

„Табак Маркет“ АД купува вестници и списания от дистрибутори на едро²¹, които ги доставят до павилионите му в зависимост от съответния регион на доставка, (.....)*.

Във връзка със заложените си дългосрочни цели за развитие „Табак Маркет“ АД търси особено интензивно в последните 5-6 години начини за осъществяване на проект за разширяване на търговската си мрежа от обекти на територията на страната, както чрез участие в търгове и конкурси за наемане на общински терени за разполагане на павилиони в градовете Шумен, Хасково, София, Перник, Благоевград, Горна Оряховица, Пазарджик, Разград, Дупница, Нова Загора, Свиленград, Казанлък и др., чрез участие в пилотен проект „Стара

¹⁸/ съгласно Уведомлението

¹⁹/ по изследване (.....)*

²⁰/ всеки търговец, притежаващ търговски обект-магазин, заведение за хранене, може да получи лиценз /разрешение за продажба на цигари и тютюневи изделия, т.е. те също се явяват конкуренти при продажбата им

²¹/ основно от (.....)*;

Загора²², така и придобивайки контрол в дружества, чиято дейност е свързана с продажби на дребно на вестници и списания, активни в София, Варна, Бургас, Русе, Пазарджик, Пловдив, Шумен. Освен традиционните продажби на цигари чрез павилиони/магазини „Табак Маркет“ АД ежегодно разширява и оптимизира асортимента на стоките си, като включва в листата си различни стоки: храни, напитки /безалкохолни, топли, пакетирани/, предплатени карти и др. Анализът на данните за приходите от продажби за 2012г. показва ръст от 54,6% спрямо предходната 2011г., като всички стокови групи от асортиментите, предлагани в търговската мрежа на „Табак Маркет“ АД /“Булгартабак Трейдинг“/ отбелязват значителен ръст спрямо предходната година. Най-висок ръст се отчита при продажбите на топли напитки (+1672%), преса (+144%), предплатени карти (+128%), но и при пури, пурети, тютюни, аксесоари (+99%) и др. Делът на приходите от продажба на цигари /общо-местни и вносни/²³ в общите приходи от продажби на дружеството намалява с 4,21 пункта за сметка приходите от продажби на другите стокови групи. Делът на приходите от продажба на преса в общите приходи от продажби на дружеството нараства от 2,33% на 3,69%.

В момента „Табак Маркет“ АД брандира павилионите си под марката /логото/ “Lafka” - за продажба на цигари, и други стоки, вкл. кафе, напитки, захарни изделия, а не само за вестници. Дружеството съобщава, че ще налага тази марка на пазара.

„Табак Маркет“ АД е част от **Булгартабак-групата**, чийто дъщерни дружества²⁴ са активни при изкупуване, промишлена обработка, производство, заготовка за износ, търговия /вкл. и за износ/ на тютюни и тютюневи изделия /“Благоевград-БТ“ АД, Благоевград, „Плевен-Булгартабак“ АД, Плевен/; управление на акционерно участие и финансови ресурси, външна и вътрешна търговия, научно-изследователска, инженерингова и производствена дейност, участие /и управление/ в български и чуждестранни дружества, сделки с интелектуална собственост /“Булгартабак-Холдинг“ АД, София²⁵/; промишлена обработка на тютюни, производство на тютюневи изделия, търговия с тютюни и тютюневи изделия, както и производство и търговия с печатни изделия /“София-Булгартабак“ АД, София/. „Благоевград-БТ“ АД и „София-БТ“ АД са получили безсрочни лицензи за производство на цигари. Декларирано е, че няма други дружества от Придобиващата група /“Булгартабак Холдинг“/, които да участват в конкурси, обявени от общините - основно участва „Табак Маркет“ АД.

Преди нотифицираната сделка част от Булгартабак-групата са и **„Армаер“ ЕООД, Пловдив, „Дрийм Прес“ ЕООД, Шумен и „Елиза 1999“ ЕООД, Пловдив**, като първите две не са осъществявали дейност, а „Елиза 1999“ ЕООД, Пловдив предоставя услуги. Последното дружество е спечелило 30-годишна

²²/ чрез изграждане от името на Общината за своя сметка на 50 бр. търговски обекти /преместваеми/ с право на ползване 10 години по одобрени от общината проект и схема, намиращи се на автобусни спирки в града, от които започва продажби на дребно на тютюневи изделия, вестници, списания, захарни изделия;

²³/ изчислен по стойност –лв., с ДДС

²⁴/ както и „Шумен Табак“ АД, Шумен, „Хасково-Табак“ АД, Хасково, „Асеновград-Табак“ АД, Асеновград, които са с прекратена търговска дейност

²⁵/ притежава собственост върху търговските марки на цигари, които се произвеждат от Групата;

концесия за спирки на МГТ в Пловдив със срок до 02.07.2033г., за което е сключило договор с Община Пловдив. Дружеството е договорило възможност за поставяне на допълнителни павилиони, след получаване на съответно разрешение от Общината.

„Разпространение на печата“ АД, София е „исторически“ дистрибутор на дребно на вестници и списания за София и региона със собствени павилиони и малки магазини, разположени върху общински и/или частни имоти. Към момента дейността му включва абонамент, свободна продажба на вестници и списания, реклама /популяризиране на определени видове стоки, брандинг на самите обекти и др./.

До момента при осъществяване на дейността по разпространение на вестници не се е наложила конкретна марка /лого/, освен „Разпространение на печата“ /РП/.

„Национална агенция за разпространение“ ЕАД е дистрибутор на едро на печатни издания по направления (.....)²⁶ /основно/, т.е. извършва транспорт и логистика на национално ниво, но също така е дистрибутор и на дребно в няколко града, където има собствени павилиони, поставени основно върху общински терени.

Основната дейност на „НАР“ ЕАД е дистрибуция на едро. С Уведомлението е декларирано, че (.....)*.

„НАР“ ЕАД доставя около (.....)*% от тиражите на печатните издания за (.....)* за територията на (.....)*, а останалите (.....)*% от тиражите - се доставят от (.....)*. Доставките се извършват по договори за разпространение на печатни издания и по заявки.

„НАР“ ЕАД е основен доставчик на едро (.....)*% на вестници и списания на база сключен договор за (.....)*.

„Илия Колев 2010“ ЕООД, Карнобат /дъщерно дружество на НАР/ разпространява на дребно печатни издания.

„Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, „Одесос-М“ ООД, „Александров Прес“ ООД и „Ита“ ООД са дистрибутори на дребно за Варна и региона на вестници и списания²⁷, които купуват от (.....)* и продават както на собствени павилиони, така и на по-дребни търговци на дребно. **„Одесос-М“ ООД** е концесионер, спечелил първия от четирите лота на 15-годишната концесия в града за изграждане и експлоатация на автобусни спирки с рекламни пана от МГТ /и павилиони/.

„Боби-Прес“ ООД е дистрибутор на дребно за Бургас и региона със собствени павилиони;

„Комекс 92“ ЕООД е дистрибутор на дребно за София и региона със собствени павилиони;

„Вест Прес РА“ ЕООД е дистрибутор на дребно за Димитровград с (.....)*бр. разрешителни за павилиони /към момента без дейност/.

Придобиваните предприятия разпространяват изданията на почти всички издатели на вестници и списания в страната, вкл. „Ню Медиа Груп“ АД, „НБМГХ“ ЕАД, „Сега“ АД, „ВГБ“ ООД, „Новинар Медиа“ АД, „Икономедиа“

²⁶/ вкл. и градовете по маршрутите (.....)*

²⁷/ осъществяват и свързаните с това транспортни услуги

АД, „Дума 2008“ ЕООД, „Стандарт Нюз“ АД, „Обединени Свободни Медии“ АД, „Саном Блясък България“ АД, „Тема Нюз“ АД, „Интермедиа“ ООД и др.

Следва да се посочи, че павилионите за вестници на отделните фирми-участници в концентрацията, които няма да се ползват от „Табак Маркет“ АД за обща търговия под логото „Lafka“, ще продължат да се функционират както и до момента. В Патентно ведомство няма регистрирани отделни търговски марки на фирмите с изключение „РП“ /“Разпространение на печата“/.

„НАР“ ЕАД е активно на пазарите на дистрибуция както на едро /основно/ на вестници и списания на национално ниво, но и на дребно – на регионално ниво – за няколко града, където притежава и оперира съответен брой собствени търговски обекти. Останалите придобивани предприятия са регионални дистрибутори на дребно на вестници и списания със собствени/наети павилиони /„Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, „Одесос-М“ ООД, „Александров Прес“ ООД, „Ита“ ООД - за Варна и региона; Боби-Прес“ ООД – за Бургас и региона; „Комекс 92“ ЕООД, „Разпространение на печата“ АД, София – за София и региона; „Вест Прес РА“ ЕООД – за Димитровград и региона/.

Препокриване на дейности на участниците в концентрацията

Обобщавайки дейността на засегнатите предприятия, както и заложеното в Стратегията на Булгартабак Трейдинг мото „Цигари и преса на всеки ъгъл“²⁸, следва да се очаква, че профилът на дейността на Булгартабак-Групата ще се разшири като разнообразие, обхват в продуктов и географски аспект за територията на страната.

Видно и от направения по-горе анализ на структурата на продажбите на Придобиващото предприятие за 2012г. и съпоставката ѝ с тази за 2011г., налице е увеличаване на дела продажби чрез павилиони/магазини на стоки, различни от традиционните за „Табак Маркет“ АД / Групата цигари и тютюневи изделия, и разнообразяване на асортиментната ѝ листа с други групи стоки : храни, напитки /безалкохолни, топли, пакетирани/, предплатени карти и др. Доколкото предмет на анализа в случая е продажбата на преса, то следва да се подчертае, че делът на приходите от продажба на преса в общите приходи от продажби на „Табак Маркет“ АД нараства от 2,33% /за 2011г./ на 3,69% /за 2012г./.

С оглед гореизложеното може да се заключи, че концентрацията ще породи вертикални ефекти, придобивайки „НАР“ ЕАД (търговец с опит в продажбите основно на едро в направленията (.....)* и хоризонтални в градовете София, Варна, Бургас, Русе и Пазарджик.

^{28/} напр. в София работят търговски обекти – павилиони с новия дизайн, както и магазини на „Табак Маркет“ АД с лого „Lafka“ (улични киоски и няколко размера магазини, разположени в сгради или в пешеходни подлези, в метрото, на гари, летища и т.н.);

6.2 Съответен пазар

6.2.1 В продуктов аспект, макар и различни продукти - вестниците²⁹ и списанията³⁰ достигат от издателя до крайния потребител-читателя, обичайно по един и същи начин – преминавайки през *дистрибуция на едро* до крайни пунктове за продажба /*дистрибуция на дребно*/, в които се предлага широка гама издания и съпътстващи продукти, т.е. разпространението на преса условно може да се обособи в два вертикално свързани продуктови пазари - разпространение на вестници и списания на едро и на дребно.

В допълнение, възможно е да се посочи, че особено при разпространение на продукта „национални ежедневници“, с оглед кратката му „годност“, за крайния потребител е от значение локацията на пункта за продажби и часовия пояс на закупуване (обикновено преди 10.00.ч.), което определя разграничаването на пазарите на разпространение на едро и на дребно.

При търговията на едро разпространителят купува директно от издателите големи обеми вестници /ежедневници, седмичници, различни по тематика и по период на издаване/ и списания и ги доставя/транспортира по различни начини (чрез собствен и/или нает транспорт или по друг начин-напр. договаряне с други търговци на едро за ползване на общ транспорт), ползвайки различен размер търговска отстъпка, предоставена от издател/търговец на едро/генерален дистрибутор, на други по-малки фирми в отделни населени места и региони, които разполагат със собствени и/или наемат павилиони, сергии или магазини за продажба на дребно. По принцип, търговците на едро поддържат преки контакти с издателите или с определените от тях генерални дистрибутори и осигуряват цялостната логистика на печатните издания.

За навлизане на пазара на търговия на едро с вестници и списания няма нормативна, административна или друг вид регулация, т.е. като цяло липсват трудно преодолими **барие**ри за навлизане. Все пак следва да се отчете, че за организиране и координиране на подобен род дейност са необходими инвестиции³¹, транспортни средства, компютърна техника, софтуер, инвентар за пакетиране и разтоварване на сортираните вестници за разпространение³², време, човешки ресурс, което изисква и предварителна подготовка.

При търговията на дребно разпространителят при определени условия /търговска отстъпка, брак, покупка, консигнация и др./ обичайно получава печатните издания от разпространителя на едро/генералния дистрибутор или директно от издателя и оперира мрежа от крайни пунктове за продажба (маси, павилиони и др.)³³. Понятието „търговци на дребно" на преса включва и

^{29/} чиято номенклатура е доста голяма - към момента това са над 400 печатни издания (заглавия), в т. ч. 22 ежедневника, седмичници и месечни издания (вестници, списания и др.);

^{30/} Практиката на КЗК засяга различни аспекти на продуктите - вестници и списания, напр. Решения № 205/2005г.; № 375/2007г.; № 253/2008г.; № 823/2007г., респ. практиката на ВАС - Решение № 11285/2005г. (тричленен състав) и Решение № 7959/2006г. (петчленен състав); Практика по отношение вестници и списания има и ЕК, напр. М.423; М. 1455; М. 1528, М.1538; М.3817;

^{31/} главно зависещи от обхвата на разпространение (транспортните маршрути, по които разпространяват изданията), броя на търговците на дребно, които обслужват, обема на доставяния тираж, портфолиото предлагани заглавия

^{32/} които могат да се окажат като структурна бариера

всички търговски обекти-магазини, заведения и др., в които са поставени стелажи за продажбата им.

За използването на крайните пунктове на общински терени дистрибуторът на дребно следва да отговаря на поставените от общината критерии и да притежава разрешение за определен срок, издадено на база спечелена състезателна процедура (конкурс, търг и др. за отдаване под наем на терени общинска собственост³⁴ за поставяне на съответен брой преместваеми обекти), респ. сключен договор с общината³⁵, което представлява **административно-правна бариера за навлизане на пазара**. С оглед провежданите реорганизации и изисквания на общините за изграждането на преместваеми обекти, може да се заключи, че този вид бариера за навлизане на пазара за продажба на дребно на печатни издания може да се окаже съществена. За да участват в организирани от съответните общини конкурси/търгове, дистрибуторите на дребно трябва да разполагат с финансов ресурс, който в определени случаи може да се окаже значителен. В тази насока е и становището на „АКС Трейдинг“ ООД, София, според което предлаганите от СО павилиони са твърде скъпи за по-малките търговци на дребно на печатни издания. Сроковете на разрешителните за общинските имоти е различен в различните общини; предвиден е в съответната общинска наредба. В процеса на проучването се установи, че договорите, които някои общини сключват със спечелилите конкурса/търга фирми, обичайно са за по-дълъг период от време, което на практика не води до необходимост от последващо провеждане на конкурси/търгове (при конкурсите обичайните срокове са 5-10 години, а при търговете – отдаването на концесия над 10 години).

Съгласно получените при задълбоченото проучване информация и доказателства може да се направи извод, че на пазара липсва ясно разграничение между търговците на едро и търговците на дребно. Проучването установи, че някои дистрибутори оперират освен като търговци на едро по определени маршрути в страната, но и имат своя мрежа от крайни точки за продажба на печатни издания в едно или повече населени места, т.е. те са участници и на отделни локални пазари на дребно /напр. „НАР“ ЕАД, „Агенция Стрела“ ЕООД/. Освен това, някои фирми /дистрибутори на едро/ и други фирми /дистрибутори на дребно/ са свързани лица (напр. (.....)*).

6.2.2 Географският аспект на пазара на дистрибуция на едро на вестници и списания обхваща съответните направления на доставка - в конкретния случай това са основните направления (.....)*³⁶, докато географският обхват на разпространението на дребно е локален - в рамките на определен

^{33/} които функционално се доближават до т.нар. „kiosks“ /практика на ЕК – напр. М. 5790, М.6553, както и на национални ведомства за защита на конкуренцията, напр. SOK/Suomen Spar Oyj,657/817/2005, 04.01.2006 /Финландия/; Stampa Sistem/Futura Plus /Сърбия/;

^{34/} търговски обекти за продажба на дребно на вестници и списания, цигари и др. са разположени и върху частни имоти /съгласно Уведомлението, становища на общински/районни кметове, конкуренти/

^{35/} Броят и мястото на павилионите по схема са в съответствие със Закона за устройство на територията /ЗУТ/ и се ползват след проведен конкурс или търг, обявени от съответната община.

^{36/} в тази връзка „НАР“ ЕАД е възможно да се определи и като разпространител, който оперира регионални транспортни маршрути

град/община /област-в конкретния случай това са градовете/регионите София, Варна, Бургас, Русе, Пазарджик, Пловдив, Шумен.

Всеки локален пазар има своите особености - в различните общини режимът е различен, като някъде разрешителните се издават отделно за продажба на вестници и печатни издания, отделно за продажба на хранителни стоки (напр. захарни изделия) и/или за продажба на напитки, и/или промишлени стоки и т.н., а в някои общини - за продажба общо на вестници и други дребни пакетирани стоки, т.е. съответният Общински съвет /ОС/ приема схема /съгласно ЗУТ/, включваща разположението и броя павилиони; павилионите се ползват за определен срок от време след спечелена състезателна процедура (конкурс, търг, концесия), обявена от общината след решение на ОС.

6.2.3 Пазар на продажби на едро на вестници и списания

Ролята на разпространителите, опериращи чрез собствени транспортни маршрути на регионално ниво, се обуславя както от невъзможността на дистрибутори с малко на брой крайни пунктове за продажба да купуват големи количества вестници и списания директно от издателите, така и от факта, че географската отдалеченост на някои участници от печатниците не им позволява да осъществяват директен транспорт.

В становището си „Агенция Стрела“ ЕООД посочва, че най-големите фирми-доставчици на едро са дистрибутори, които са свързани лица с издатели, или издатели, които имат договори за генерална дистрибуция със съответната фирма. „Агенция Стрела“ ЕООД е фактически генерален дистрибутор на изданията, издавани от групата, към която принадлежи (МГБХ – „24 часа“, „Труд“ и производни на тях заглавия). От (...) * търговските отношения между „НАР“ ЕАД и „Агенция Стрела“ ЕООД са на база (...) * сключени договори (...) *. „НАР“ ЕАД информира, че (...) *, а е основен дистрибутор на някои вестници /вкл. „Телеграф“, „Монитор“, „Политика“, „Меридиан мач“/, които той предоставя и на „Агенция Стрела“ ЕООД, но няма ограничение същите вестници да се разпространяват и през други разпространители, в случай, че такъв разпространител е сключил договор директно с издателствата. Практиката към момента е наложила това положение – издателствата предпочитат да работят /да имат взаимоотношения/ с един или двама дистрибутори, а не с повече, предвид по-добрата отчетност и събираемост на вземанията.

На база предоставената от анкетираните дистрибутори информация („Герини – Прес“ АД, „Карне-М“ ЕООД, „Булгарпрес“ ООД, „АКС Трейдинг“ ООД) те купуват съответните издания от дистрибуторите. При някои от тях доставения от „НАР“ ЕАД тираж формира приблизително (...) *% (...) *, до (...) *% (...) * от общо доставения им тираж печатни издания.

При разпространението на печатните издания търговските отстъпки се определят като процент от коричната цена на изданието. Когато разпространител закупува директно от издателя съответното издание, той получава най-висока търговска отстъпка, а когато един дистрибутор купува от друг дистрибутор, ползва по-ниска по размер отстъпка в сравнение с тази, предоставена от издателите, като същата покрива транспортния разход на дистрибутора на едро. По данни на „Табак Маркет“ АД търговската отстъпка, предоставяна от

издателите, варира в границите между (.....)*% (в зависимост от броя доставен тираж и др.). „НАР“ ЕАД закупува изданията от издателите при осреднена търговска отстъпка /(.....)*%/, а продава на другите разпространители при пониски отстъпки, в границите (.....)*%, в зависимост от разстоянията и обемите на доставка.

По основните транспортни маршрути ((.....)*), по които „НАР“ ЕАД разпространява/доставя на едро вестници, списания, разпространяват и други фирми. Разпространители, опериращи чрез собствени транспортни маршрути на регионално ниво (.....)*с а (.....)*³⁷, (.....)*³⁸. За всяка една от тези общини доставчици са и някои по-малки разпространители, което се потвърждава и от становищата на „Агенция Стрела“ ЕООД, „Карне-М“ ЕООД, „Братя Герини Прес“ ООД, „Булгарпрес“ ООД и „Бургас Прес 2009“ ООД.

Характерно за дистрибуцията на вестници и списания е, че **пазарният дял на разпространителите на едро** е в пряка зависимост от транспортните маршрути, по които те разпространяват пресата. В тази връзка, по данни от Уведомлението, приблизителните дялове³⁹ на участници на този пазар - разпространители, опериращи чрез собствени транспортни маршрути на регионално ниво – национални дистрибутори, са следните : „НАР“ ЕАД - (.....)*%, „Агенция Стрела“ ЕООД (.....)*%, „Сенатор“ ООД/“Оларт“ ЕООД – (.....)*%, „Герини Прес“ АД – (.....)*%, , Групата Прес - (.....)*% и др. и други.

6.2.4. Пазар на продажби на дребно на вестници и списания

Съгласно получените становища, обичайна практика в сектора е разпространителят на едро да осъществява доставките до съответния негов склад (депо) или на местен (регионален) разпространител, след което печатните издания се разпределят по павилиони и се превозват с транспорт на местната фирма до крайните пунктове за продажба.

В процеса на задълбоченото проучване КЗК установи, че съобразно локацията на крайните пунктове за продажба на печатни издания, броят участници на този пазар не може безспорно да бъде установен. Разпространението на дребно на вестници и списания се осъществява на територията на общински (павилиони, маси, сергии) и на частни имоти (магазини, хотели, бензиностанции, летища, автогари и др.).

„Табак Маркет“ АД/Булгартабак-групата декларира, че (.....)*; поставянето на павилиони върху частни имоти е изключение. Наемателите се опитват да постигнат максимална дългосрочност на наема - сроковете са за три или пет години. Това заключение може да се направи и по отношение на придобиваните предприятия.

Пазарът се характеризира с висока степен на раздробеност, динамичен по отношение промяна в броя и локациите на търговските обекти във връзка с промени на общата градска визия за отделните общини, видно и от становищата

³⁷/ (.....)*

³⁸/ според „Агенция Стрела“ ЕООД

³⁹/ изчислени на база „оборот /реализирани вестници/, който включва както продажбите през собствените обекти, ако дистрибуторът на едро разполага с такива, т.е. ако е и дистрибутор на дребно, така и продажбите на външни клиенти /регионални фирми и др. дистрибутори на дребно“

на общинските /районните кметове. Това от своя страна затруднява идентифицирането на пълния брой участници и техните пазарни позиции не само поради липса на официална статистика за местонахождението на тези обекти, но и поради факта, че тази дейност не е предмет на лицензиране или разрешителен режим, доколкото се упражнява в частни обекти. Собствеността на имота, върху който се извършва разпространението на дребно (общински или частен), определя и техническия вид на обектите – преместваеми (павилиони, маси, сергии), стационарни (сградни съоръжения от постоянен характер: магазини, хотели, бензиностанции и др.). Продажба на дребно на преса се извършва и от подвижни стелажи, намиращи се в различни търговски обекти.

Съгласно Уведомлението, за страната общият брой търговски обекти за продажба на преса /павилиони, маси, сергии и други съоръжения/ е приблизително (.....)*, а общият брой търговци на дребно на вестници и списания е приблизително (.....)*.

Нормативната уредба, регламентираща поставянето, отдаването под наем и ползването на преместваеми обекти в населените места, се съдържа на първо място в **Закона за устройство на територията (ЗУТ)**. В Раздела на закона за преместваемите обекти и елементи на градското обзавеждане е определено, че върху общински имоти могат да бъдат поставени обекти за търговски дейности (павилиони, маси и други), както и други елементи на градското обзавеждане (спирки на масовия градски транспорт, пейки и др.).

Съгласно разпоредбата на чл.56, ал.2 от ЗУТ, за такива обекти се издава разрешение за поставяне по ред, установен с наредба на общинския съвет. Подобни преместваеми обекти могат да бъдат поставени и в чужди поземлени имоти, но с изричното съгласие на собственика на поземления имот или въз основа на писмен договор за наем на заетата от преместваемия обект площ.

Допълнително **Законът за общинската собственост** определя, че общинските имоти се използват съобразно предназначението и нуждите, за които са предоставени, и не могат да се преотстъпват за ползване или да се ползват съвместно по договор с трети лица. Отдаването под наем на такива имоти се извършва от кмета на общината след провеждане на публичен търг или публично оповестен конкурс. Въз основа на резултатите от търга или конкурса се сключва договор с кмета на общината или оправомощено от него лице.

Извън общите нормативни актове, които имат действие за цялата територия на страната, всяка община има правомощието да определи чрез наредба реда и условията за осъществяване на дейности в нейните населени места.

Режимът за издаване на разрешителни е различен във всяка община⁴⁰, в някои случаи разрешителните се издават за продажба отделно на печатни издания от тези за хранителни и нехранителни стоки и т.н., а в други - на преса и дребни пакетирани стоки, общо.

^{40/} доказателство за което са и нормативните актове /Наредби/, приети от съответните ОС, които са посочени за някои от общините

6.3 Оценка на хоризонталните и вертикални ефекти на засегнатите от концентрацията пазари

Предвид гореизложените характеристики на пазара на разпространение на дребно на преса във всеки един от анализирания локални пазари, КЗК при оценка на вертикалните и хоризонталните ефекти, които поражда концентрацията, използва като критерий *брой функциониращи крайни пунктове за продажба, разположени върху общински терени*, респ. брой разрешителни, получени главно след спечелване процедура за отдаване под наем на общински терени за разполагане на павилиони, обявена от съответната община. В процеса на проучване се установи, че тази информация за определен период от време може да бъде приета за надеждна, тъй като за обектите, разположени в частни имоти, липсва статистика. Комисията получи данни за броя търговски обекти върху общински имоти, както от отделните общини, така и от уведомятеля, които за определени общини се различават. „НАР ЕАД посочва като най-вероятна причина, че за голяма част от местата за поставяне на преместваеми обекти общините не издават разрешителни, предвид предстоящи конкурси за отдаване под наем на същите места. Тези места продължават да се ползват без разрешителни, а таксите се заплащат под формата на обезщетение, поради което и броят места, ползвани на база издадени разрешителни, не съответства на реално ползваните места.

Друга база за оценка на пазарното положение на участници на този пазар е *реализиран тираж*. В отговорите си до КЗК „Табак Маркет” АД и анкетирания лица не представят информация за пазарните си дялове в градовете, където оперират, тъй като и по отношение на този критерий не разполагат с данни за общия обем реализиран тираж чрез търговски обекти/крайни пунктове по общини. Същите не посочват и надежден източник за ползването на такава информация.

По-долу са разгледани локалните пазари в София, Варна, Бургас, Русе, Пазарджик, Пловдив, Шумен⁴¹, доколкото участниците в сделката /“Табак Маркет” АД⁴², „Разпространение на печата“ АД, „Комекс-92“ ЕООД, „НАР“ ЕАД, „Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, „Одесос-М“ ООД, „Александров Прес“ ООД, „Ита“ ООД, „Боби-Прес“ ООД/ са активни в тези общини при продажба на вестници и списания чрез търговски обекти, вкл. и павилиони.

6.3.1 Град София е най-големият по брой участници локален пазар за продажби на дребно на вестници и списания в страната. Разпространението на вестници и списания на територията на **столична община** се различава от това в останалата част на страната, напр. по отношение начините на спечелване и отдаване на общински места за развиване на подобен вид търговия в столицата, която административно е разделена на 24 района; в София са представени най-много фирми-дистрибутори⁴³; пазарът в столицата е по-платежоспособен,

^{41/} Димитровград не е разглеждан, тъй като „Вест Прес РА“ ЕООД няма дейност

^{42/} както и придобитите преди нотифицираната сделка „Елиза 1999“ ЕООД, Армаер ЕООД и „Дрийм Прес“ ЕООД

^{43/} пазарът в София в различни периоди от време формира оборот в граници (.....)*% от оборота на цялата дистрибуция на печатни издания; на територията на общината работят около (.....)*бр. павилиони, маси или др. обекти за продажба на вестници и печатни издания (по данни от Уведомлението);

потенциалните клиенти са повече на брой, предлагат се повече, по-разнообразни издания и в по-голям тираж, конкуренцията е по-силна, а и общинските наеми са по-високи от тези в останалата част на страната. В другите български градове не винаги се предлагат всички излизаци издания, както това се случва в София. За някои вестници с по-малък тираж пазарът в София може да представлява и (...)*% от продажбите им. Най-общо моделът на функциониране на продажбите в столицата е различен, тъй като софийските разпространители се договарят пряко с издателите, получават вестниците на рамките на печатниците (от издатели/дистрибутори на едро) и ги разпространяват със собствен транспорт до своите обекти за продажба на територията на столицата. На територията на **Столична община** действа Наредба за реда и условията за извършване на търговска дейност, в обхвата на която попада разрешителният режим за разполагане на подвижни съоръжения и за извършване на търговия чрез тях. Съгласно чл.22 от тази Наредба, общият брой места, на които може да се извършва търговия на открито, разположението им, видовете съоръжения и стоквата специализация се определят със схеми, одобрени от Главния архитект на Столична община.

Търговия на открито се извършва въз основа разрешение за ползване на място, издадено от кмета на района, в който ще се извършва дейността. Когато това се извършва в имоти, частна собственост, търговците заявяват в районната администрация по местонахождение на имота вида на стоките и на дейността, работно време, вид и площ на съоръжението.

В Столична община действа към момента и Наредба за преместваемите обекти, за рекламните, информационни и монументално-декоративни елементи и за рекламната дейност на територията на СО /Наредба за ПОРИМДЕРДТСО/⁴⁴. Наредбата предвижда стоки да се предлагат в преместваеми обекти – тип „павилион“.

Съгласно разпоредбите на Наредба за ПОРИМДЕРДТСО заявки за поставяне на преместваеми обекти могат да бъдат направени въз основа на типови проекти (общински и корпоративни) и индивидуални. В същата се посочва, че разрешение за поставяне на преместваеми обекти върху държавни и общински имоти се издава въз основа на схема/и за поставяне, които се одобряват от главния архитект на СО след решение на Общинския експертен съвет по устройство на територията.

Схемите за поставяне на павилиони върху имоти, общинска собственост, са столични и районни. Столичните схеми за поставяне на преместваеми обекти са схемите както за I, II, III, IV и V зона, така и за веригите павилиони, разположени на територията на повече от три района, а районните включват както павилионите в VI зона, така и тези в малките населени места⁴⁵.

След одобряване на тези схеми от Главния архитект на общината и с решение на СОС се открива конкурсна процедура за отдаване на части от имоти

^{44/} Приета с Решение № 24 по Протокол № 4 от 20.12.07; изм. и доп. с Решение № 1 по Протокол № 29 от 15.01.09; изм. и доп. с Решение № 83 по Протокол № 59 от 25.02.10; изм. и доп. с Решение № 612 по Протокол № 76 от 04.11.10; изм. с Решение № 10 от 18.01.10 по а. д. № 1445/10 на АС СГ, потвърдено с Решение № 12868 от 02.11.10 по а. д. № 6712/10 на ВАС; изм. с влязло в сила Решение № 1261 от 18.03.11 по а.д. № 5843/10 на АС СГ, обявено на 05.05.11г.)

^{45/} по смисъла на §5, т.7 от Допълнителните разпоредби на ЗУТ

— публична общинска собственост за разполагането им. Тези конкурси се организират и провеждат от кметовете по райони (при районните схеми) и централизирано (при столичните схеми, от дирекция „Обществени поръчки и концесии“ към СО).

Разрешение за поставяне на преместваеми обекти се издава за срока на договора, съгласието или споразумението със собственика за имота, но за не повече от пет години. Павилионите са собственост на наемателите, които нямат право да ги преотдават под наем на трети лица.

Съгласно чл. 22, разрешение за поставяне на елементи и обекти в обхвата на спирките на МГТ е едно за всички обекти и елементи в обхвата на спирката. Тези обекти се предоставят на трети лица за осъществяване на търговска или рекламна дейност по реда на Закона за общинската собственост и подзаконовите нормативни актове по приложението му.

Наредбата за ПОРИМДЕРДТСО допуска изпълнение на модулни павилиони (изпълнени по общински типов проект) и свободностоящи павилиони (изпълнени по типови корпоративни проекти). Първите са определени въз основа на общ национален конкурс за проекти за търговски павилиони и съоръжения и елементи на дизайна.

Съгласно разпоредбите на Наредбата, павилионите ще бъдат собственост (както и до момента) на фирмите, спечелили конкурс за наемане на части от имоти – публична общинска собственост, за поставяне на преместваеми обекти.

В изпълнение разпоредбите на Закона за общинската собственост, Наредбата за условията и реда за провеждане на търгове и конкурси, Наредбата за общинската собственост и Наредбата за ПОРИМДЕРДТСО, отдаването под наем на терените по одобренията от Главния архитект на СО схеми за поставяне на павилиони (по одобрен проект), ще се извърши от общините чрез публично-оповестени конкурси.

Участниците в сделката са активни на този пазар посредством крайни пунктове за продажба⁴⁶, разположени в общински и частни имоти, обобщени в Таблица №3:

Таблица № 3

Дружество	Търговски обекти (бр.)		
	Общински терени	Частни имоти	Общо
„Табак Маркет“ АД	(.....)*	(.....)*	(.....)*
„НАР“ ЕАД ⁴⁷ (.....)*	(.....)*	(.....)*	
„Разпространение на печата“ АД	(.....)*	(.....)*	(.....)*
„Комекс 92“ ЕООД	(.....)*	(.....)*	(.....)* ⁴⁸
Общ брой обекти на участниците	(.....)*	(.....)*	(.....)*

„Табак Маркет“ АД уточнява, че не предвижда промяна в (.....)* крайни пунктове на „РП“ АД, а единствено подмяната им, доколкото последното успее

⁴⁶/ съгласно Уведомлението

⁴⁷/ Към момента на подаване на Уведомлението бяха обявени (.....)* обекти (.....)*; към момента работят (.....)* павилиони (.....)*, което също е доказателство за динамиката в броя и локациите на тези обекти;

⁴⁸/ в т.ч. (.....)*

да спечели същите локации на предстоящите конкурси, провеждани от отделните райони на СО, а по отношение на (.....)*.

Въз основа на установената в хода на проучването информация е необходимо да се отбележи, че на пазара на разпространение на дребно на преса на територията на гр. София оперират много на брой дистрибутори на дребно, които с оглед на непълнотата на получените отговори, КЗК не е в състояние на идентифицира поотделно.

Съгласно предоставените от конкуренти информация е възможно да се посочи, че например „АКС Трейдинг“ ООД обслужва (.....)* търговски обекта, разпределени в отделни общини : (.....)*, „Агенция Стрела“ ЕООД е с (.....)* броя, а „Ел Ес Травъл Ритейл България“ ЕООД⁴⁹ - (.....)*, разположени в наети търговски обекти-(.....)*.

Кметове на райони посочват фирми, които стопанисват различен брой обекти за продажба на преса: ЕТ „Дарко 5“, ЕТ „Юли“, ЕТ „Рома“, ЕТ „Радка-Цеко Михов“, ЕТ „Макс“, „Хъни-1“ ООД, „ДИБ Трейд“ ЕООД, ЕТ „Гид“, ЕТ „Тони-ДВ“, „Саона“ ЕООД, „Дитон Груп“ ЕООД, „Хамелеон Груп“ ЕООД, „Нидес-Ре“ ЕООД, „Тевион“ ЕООД, ЕТ „Таня и Весте-99“ ЕООД /Триадица/⁵⁰, ЕТ „Деси-Марияна Цветкова“ (.....)*; ЕТ „Рогеми - Рони Георгиева“ (.....)*; ЕТ „Харикан - Тони Павлов“ (.....)*; ЕТ „Далина - Данка Тодорова“ (.....)*; (.....)*; „Сил-прес“ ООД (.....)*; „Деми 1995“ ООД (.....)*; ЕТ „Мадлен-Надя Стефанова“ (.....)* /Оборище/, „Ивет 87“ ЕООД (.....)*, „Преса 2012“ ЕООД (.....)* /Средец/. За някои от работещите обекти се посочва, че към момента функционират без правно основание при условия на изтекъл срок на договорите за наем по отношение на терените, върху които са монтирани.

Приблизителният брой търговски обекти в общината е (.....)*⁵¹. Изчислени на тази база, придобиващото и придобиваните предприятия имат пазарни дялове, обобщени в Таблица № 4.

Таблица № 4

Дружество	Търговски обекти	
	Брой	Дял (%)
„Табак Маркет“ АД	(.....)*	(.....)*
„НАР“ ЕАД	(.....)*	(.....)*
„Разпространение на печата“ АД	(.....)*	(.....)*
„Комекс 92“ ЕООД	(.....)*	(.....)*
Общо за участниците в концентрацията	(.....)*	(.....)*
Други	(.....)*	(.....)*
Общ брой за града	(.....)*	100,0

Стратегията на „Табак Маркет“ АД прогнозира (.....)* броя обекти за територията на София-град.

В резултат от сделката, Комисията отчита наличието на **хоризонтални и вертикални ефекти на територията на гр. София**, а именно увеличаване на общия брой преместваеми съоръжения, стопанисвани от „Табак Маркет“ АД, и

^{49/} търговец, който прилага различни концепции на продажби на дребно на едно място на вестници, списания, книги, хранителни продукти, тютюневи изделия, подаръци, импулсни продукти и др. (Inmedio, Relay, One Minute, Le Cafe Inmedio, Le Bistro Inmedio, Discover, Hello, други)

^{50/} данни за разрешени места в района за търговия на открито-продажба на вестници и списания

^{51/} разположени върху общински и частни терени, съгласно Уведомлението

обединяване на дейностите дистрибуция на едро - дистрибуция на дребно на вестници и списания /чиято номенклатура е доста голяма - към момента това са над 400 заглавия, в т.ч. 22 ежедневника, седмичници и месечни издания - вестници, списания и др./, от страна на „НАР“ ЕАД и останалите придобивани дружества, както и разширяване на асортимента на продажбите до краен клиент с традиционните за Придобиващата група цигари и други дребни стоки.

Предвид общия пазарен дял на участниците в концентрацията /(...)* %/, който е под 15%⁵², раздробената структура и динамиката на пазара, може да се заключи, че в резултат от сделката **не се очакват хоризонтални ефекти**, които да имат потенциала да възпрепятстват съществено конкуренцията на пазара на разпространение на дребно на вестници и списания в гр. София.

Съгласно постъпили (края на август-началото на септември) отговори на кметове на отделни райони (Оборище, Средец)⁵³ предстои реорганизация на дистрибуцията на дребно чрез преместваеми обекти в гр. София - провеждане на отделни конкурси за отдаване на павилиони (преместваеми обекти) за продажба на печатни издания и други дребни пакетирани стоки на територията на всяка община (район), както и обявяване на процедура за концесия на спирките на МГТ. След приключване на тези процедури действащите към момента разрешителни за поставяне на преместваеми обекти на територията на града ще бъдат прекратени.

В тази връзка Комисията не би могла да коментира бъдещото пазарно присъствие не само на участниците в концентрацията (с оглед заявените в Стратегията намерения), но и на техните конкуренти.

6.3.2 През 2005г.-2006г. във Варна е проведена процедура за отдаване на концесия изграждането и експлоатацията на автобусни спирки от МГТ с рекламни пана /и 143 бр. павилиони/, разделена на 4 лота. Със спечелилите фирми общината е сключила договори, чиито срок е 15 години.

Към момента са изградени всички лотове. Местата за поставяне на павилионите по лотовете на концесията са определени на база брой и човекопоток на съответните спирки, т.е. лотовете са относително равностойни⁵⁴, видно и от обобщените в Таблица № 5 данни за броя павилиони за всяка една от спечелилите съответния лот на концесията фирма.

Таблица № 5

Дружество	Павилиони	
	Брой	Дял (%)
„Одесос-М“ ООД	38	26,57
„Ди Прес“ ООД	33	23,08
„Ваком“ ООД	32	22,38
„Фактор Плюс“ ЕООД	40	27,97
Общо	143	100

^{52/} Съгласно Методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар, приета с Решение № 393/21.04.2009г., стр.17 /Методиката/

^{53/} в р-н Панчарево е проведен конкурс за отдаване под наем за срок от 5 години на терени-публична общинска собственост, за монтаж на павилиони

^{54/} становище на „Карне-М“ ЕООД, София

Община Варна представи данни както за броя крайни пунктове на участниците в сделката, така и за други участници на пазара. На територията на града оперират (.....)* участника, чиито брой обекти, разположени върху общински имоти, варира между (.....)*((.....)* участника) и (.....)* ((.....)*), което е показател за раздробена структура на пазара. Трите придобивани предприятия стопанисват общо (.....)* съоръжения за продажба на печатни издания, а с прибавените 38 броя павилиони по спечелената от „Одесос-М” ООД концесия, те стават общо (.....)* броя, а сумата им и с функциониращите на „Табак Маркет“ АД е (.....)*.

Съгласно Уведомлението, основни конкуренти на този пазар са „Медика Прес“ ЕООД, Варна, „Прес 2000“ ЕООД, Пловдив, „Ди Прес“ ЕООД, Варна, „Фактор Плюс“ ЕООД, Варна (последните две са концесионери на два лота за изграждане спирки на МГТ в града със съответно 33бр. и 40бр. прилежащи павилиони). Други участници на пазара са: ЕТ „Младен Енчев – ЕМЕ” ((.....)* павилиони), „Варна Прес Енчев и Фамилия” ООД ((.....)*), ЕТ „Преско-Ванеса Игнатова” ((.....)*) и ЕТ „Колона прес-3-Таня Стоянчева“ ((.....)*). „Ел Ес Травъл Ритейл“ ЕООД е декларирало, че експлоатира (.....)* обекта на територията на града, „Булгарпрес“ ООД стопанисва (.....)* бр. павилиона⁵⁵, а „Агенция Стрела“ ЕООД – (.....)* бр.

С Уведомлението „Табак Маркет“ АД декларира, че е реализирал (.....)* броя. Към 22.10.2013г. функциониращите му обекти са (.....)*бр., а за (.....)* броя има сключени договори с общината/издадени разрешения.⁵⁶

По справка на община Варна разпределението на обектите на част от участниците в сделката по райони е представено в Таблица № 6.

Таблица № 6

Дружества	Обекти по райони във Варна						Общо за града	
	(.....)*		(.....)*		(.....)*		Брой	Дял (%)
	Брой	Дял (%)	Брой	Дял (%)	Брой	Дял (%)		
„Варна прес – Аврамова и фамилия” ООД	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
„Александров прес” ООД	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
„Ита” ООД	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Общо за района/града	(.....)*	100,0	(.....)*	100,0	(.....)*	100,0	(.....)*	100,0

В таблица № 7 са определени пазарните дялове на участниците в сделката, изчислени на база общ брой обекти, разположени върху общински терени, посочени от общината (.....)*, допълнително актуализирани с функциониращите обекти (.....)* на „Табак Маркет“ АД.

^{55/} разположени на частни терени (.....)*

^{56/} Таблица № 1

Таблица № 7

Дружество	Търговски обекти	
	Брой	Дял (%)
„Табак Маркет“ АД	(.....)*	(.....)*
„Варна прес – Аврамова и фамилия“ ООД	(.....)*	(.....)*
„Александров прес“ ООД	(.....)*	(.....)*
„Ита“ ООД	(.....)*	(.....)*
„Одесос-М“ ООД	(.....)*	(.....)*
Общо за участниците в концентрацията	(.....)*	(.....)*
Други	(.....)*	(.....)*
Общ брой за града	(.....)*	100,0

Определеният общ пазарен дял на участниците в концентрацията ((.....)* %) е изчислен на база брой работещи павилиони, разположени върху общински терени. И за община Варна следва да се отбележи, че продажбата на дребно на преса се осъществява чрез търговски обекти, разположени както върху общински имоти, така и в частни имоти. Поради липсата на статистика за общия брой/местоположението на последните в общината комисията не е в състояние да определи точните пазарни позиции както на участниците в концентрацията, така и на техните конкуренти. В случай, че за база на изчисление се приеме броя на всички търговски обекти на пазара на продажба на дребно на преса, цигари, дребнопакетни стоки във Варна, пазарният дял на участниците в сделката би бил по-нисък.

Стратегията на „Табак Маркет“ АД прогнозира (.....)* броя обекти за територията на област Варна. Тяхната реализация е условна, доколкото кметът на общината информира, че към момента не се предвижда промяна по одобрената схема на павилионите за периода 2013-2015 г.

6.3.3 Кметът на **община Бургас** съобщава, че в одобрената схема за поставяне на преместваеми обекти на територията на общината са предвидени 89 позиции за продажба на преса⁵⁷, от които 17 са незаети /поради липса на кандидати/. През настоящата година се предвижда отпадане на 2 бр. обекти от одобрената годишна схема във връзка с предстоящата реконструкция на пешеходната зона в града. По реда на Наредбата, одобрена от ОС на Бургас, са издадени 6 бр. разрешителни за поставяне на преместваеми обекти за продажба на печатни издания в частни имоти. (.....)* конкуренти за получили общо (.....)* разрешителни за поставяне на преместваеми обекти (върху общински и частни терени). Срокът на разрешенията за обектите е до 5 години.

„Табак Маркет“ АД декларира, че няма издадени разрешения за поставяне на павилиони върху общински терени, има сключени договори с общината/издадени разрешения за (.....)* локации⁵⁸.

^{57/} както и други - за продажба на кафе и закуски /50 бр./, цигари и алкохол /51 бр./

^{58/} Таблица № 1

Придобиваното предприятие „Боби Прес” ООД оперира на пазара на дребно на разпространение на печатни издания в общината чрез (.....)* търговски обекти, (.....)*, а „НАР“ ЕАД има (.....)* функциониращи обекти. Тази информация е обобщена в Таблица № 8.

Таблица № 8

Дружество	Търговски обекти (бр.)
„Табак Маркет” АД	(.....)*
„НАР” ЕАД	(.....)*
„Боби Прес” ООД	(.....)*
Общ брой обекти след сделката	(.....)*

Други участници на този пазар са „Бургас Прес 2009“ ООД (.....)*⁵⁹, „Братя Герини Прес“ ЕООД (.....)*, „Ел Ес Травъл Ритейл България“ ЕООД (.....)*, „Агенция Стрела” ЕООД (.....)*, както и множество малки фирми, стопанисващи от 1 до 5 или 6 обекта.

Пазарните дялове на участниците в сделката, изчислени на база брой обекти върху общински терени в гр. Бургас, са обобщени в Таблица № 9⁶⁰.

Таблица № 9

Дружество	Търговски обекти	
	Брой	Дял (%)
„Табак Маркет” АД	(.....)*	(.....)*
„НАР” ЕАД	(.....)*	(.....)*
„Боби Прес” ООД	(.....)*	(.....)*
Общо за участниците в концентрацията	(.....)*	(.....)*
Други	(.....)*	(.....)*
Общ брой за града	(.....)*	100,0

За пълнота на анализа, следва да се посочи, че това са пазарни дялове на участниците в сделката, определени само на база брой функциониращи павилиони върху общински терени⁶¹, т.е. това е възможно най-тясно дефиниран пазар.

Стратегията на „Табак Маркет“ АД прогнозира (.....)* броя обекти за територията на област Бургас. Реализирането на тази цел зависи както от намеренията на общината кога и при какви условия ще организира провеждане на конкурси/търгове, така и от други фактори /напр. заявен интерес от конкуренти/.

6.3.4 В своя отговор до Комисията Кметът на **Община Русе** посочва, че на тази територия разпространението на дребно на вестници, списания, цигари и други дребни пакетирани стоки се осъществява съгласно приета от ОС - Русе Наредба №7 за реда и условията за разполагане на преместваеми обекти за търговски и други обслужващи дейности на територията на общината и обектите по чл. 56 и чл. 57 от ЗУТ.

^{59/} от които (.....)*

^{60/} по данни от Уведомлението и от Общината

^{61/} както бе посочено по-горе, кметът на общината съобщава и за 17 бр. свободни позиции, както и други / 101 бр./ – за продажба на кафе, закуски, цигари, алкохол

Съгласно тази Наредба за всички видове павилиони се издава разрешение за поставяне въз основа на Схема за поставяне и проект, одобрени от Главния архитект, а за тези обслужващи транспорта, се изисква предварително одобрен комуникационно-транспортен план за обслужване на площадката от МВР-КАТ. Схемите за поставяне на павилиони в зависимост от своя обхват са Обща схема /за цялата територия на гр. Русе/, схеми за отделни зони и др.

Схемите за поставяне на павилиони се различават в зависимост от собствеността на терените /частни, държавни, общински/, върху които се разполагат, като се изготвят по различен ред и в различни срокове. Разрешението за поставяне на преместваем обект важи за срока на договора за наем или за срока за даденото съгласие за поставянето им.

Отдаването под наем на общински терени за поставяне на преместваеми обекти за извършване на самостоятелна търговска дейност, които не са поставени пред собствен/нает обект с идентична (аналогична) дейност, се извършва след публичен търг или публично оповестен конкурс, по реда на Наредба №1 за общинската собственост.

В община Русе са проведени конкурси и са сключени 15-годишни договори за концесия върху спирки по линиите на МГТ за града. По силата на тези договори на концесионерите е предоставено право на експлоатация чрез изграждане на спирките като елементи от градското обзавеждане, по см. на чл. 56 ал.1от ЗУТ, съгласно одобрена от главния архитект Общинска градска схема за поставянето им. Средствата за изграждането им се осигуряват от концесионерите и на техен риск, като им е предоставено правото да извършват рекламни и търговски услуги по продажба на вестници, списания и пакетирани стоки в тези обекти.

Съгласно изрични разпоредби, съдържащи се в концесионните договори, броят и местоположението на спирките, обект на концесия, може да бъде изменян в срока на действие на договорите, въз основа на влизане в сила на нова одобрена по надлежния ред Общинска градска схема за разполагането им или въз основа на допълнително писмено споразумение между страните. Като елемент на градската среда на част от спирките присъстват и павилиони, в които се извършва продажба на дребни пакетирани стоки, вкл. и преса. Извън спирките - обект на концесионните договори, продажба на дребно на вестници, списания, цигари и др. стоки се осъществява в обекти, построени на основание чл. 56 от ЗУТ.

Разположението на преместваемите обекти се определя ежегодно чрез одобрена от ОС - Русе Обща схема за разполагане на обекти по чл. 56 от ЗУТ на територията на гр. Русе.

Съгласно резултатите от обявената от Община Русе процедура за концесия за 130 бр. спирки, разположени в Зона 1, и за 130 бр. спирки в Зона 2, „НАР“ ЕАД е определен за концесионер на първия лот, а „Фактор Плюс“ ЕООД, Варна-на втория. Концесионните договори са сключени на 23.04.2012г. и са за срок от 15 години. Като елемент на градската среда, павилионите присъстват на част от спирките, а общият им брой е 56, от които 23 са на „НАР“ ЕАД, а 33 бр. на „Фактор Плюс“ ЕООД.

С Уведомлението се посочва, че за **община Русе** „Табак Маркет“ АД има сключени договори с общината/издадени разрешения за (.....)* локации и (.....)* функциониращи обекти⁶². Данните за броя павилиони на придобиващото и придобиваните дружества, разположени върху общински терени, са обобщени в Таблица № 10. Освен специализирани павилиони за вестници и списания кметът съобщава и за такива, които освен преса продават и други стоки.

Таблица № 10

Дружество	Търговски обекти (бр.)
„Табак Маркет“ АД	(.....)*
„НАР“ ЕАД	(.....)*
Общ брой обекти след сделката	(.....)*

Други участници /със съответния брой преместваеми обекти/ на този пазар са : „Абл“ ЕООД (.....)*, ЕТ „Мармила – Йонка Тончева“ (.....)*, „Агенция Стрела“ ЕООД (.....)*⁶³, ЕТ „Вито-91-Валери Кръстев“ и „Екотракс Разпространение“ ЕООД с по (.....)*, ЕТ „Мария Лукарева – ЛОГО – 96“ и „Русе Табак“ ЕООД с по(.....)*, „Джентли“ ООД и ЕТ „Стефана Михайлова – АН –ХА“ с по (.....)*, а ЕТ „Авита – Аспарух Манчев“, ЕТ „Ангелина Бедрос, „Астра – 55“ ЕООД, „ЕМ ПИ БИ ЕС – 2“ ЕООД, ЕТ „Илиан Георгиев - ИТ 93“, ЕТ „Мирослав Христов 01“, ЕТ „Петя Цонева – Цонко Цонев“, „Пресгрупа Утро“ ООД, ЕТ „Цветана Тодорова“, ЕТ „Цветница - Цветелина Цветанова“ с по (.....)* обекти .

Въз основа на данните на Община Русе, КЗК обобщава в таблица № 11 пазарните дялове на участниците в сделката по отношение на обектите, поставени на основание чл.56 от ЗУТ, и тези които са възложени в рамките на концесиите.

Таблица № 11

Дружество	Търговски обекти	
	Брой	Дял (%)
„Табак Маркет“ АД	(.....)*	(.....)*
„НАР“ ЕАД	(.....)*	(.....)*
Общо за участниците в концентрацията	(.....)*	(.....)*
Други	(.....)*	(.....)*
Общ брой обекти за града	(.....)*	100,0

Стратегията на „Табак Маркет“ АД прогнозира (.....)* броя обекти за територията на област Русе. КЗК не би могла да предвиди пазарното присъствие на участниците в концентрацията, вземайки предвид заложеното в тази Стратегия поради наличието на идентични обстоятелства, свързани с политиката на съответните общини.

В отговора си кметът на общината съобщава, че към момента няма предвидена промяна както в броя и разположението на спирките на градския транспорт, така и на общия брой павилиони към тях, но е декларирано, че Общински Съвет-Русе ежегодно одобрява Обща схема за разполагане на преместваеми обекти по чл.56 от ЗУТ на територията на гр. Русе. Това от своя

^{62/} Таблица № 1

^{63/} от които (.....)*- на общински терени

страна още веднъж показва динамичността от гледна точка промяна в броя и местоположението на търговски обекти, респ. участници на пазара.

6.3.5 Кметът на **Община Пазарджик** информира, че общината предоставя терени за разполагане на преместваеми съоръжения за продажба на вестници, списания и дребни пакетирани стоки, съгласно схема, одобрена в съответствие с Наредба за ред и условия за поставяне на преместваеми съоръжения на територията на община Пазарджик⁶⁴.

Подобно на други общини, дирекция „Архитектура“ в общината разработва обща устройствена схема, която се одобрява от гл. архитект на Общината. Съгласно чл.7 от тази Наредба общински терени се предоставят за поставяне на преместваеми съоръжения за търговия и услуги на закрито чрез конкурс, организиран от отдел „Управление на общинската собственост“ след определяне на прилежащата площ. Поставянето на преместваемите съоръжения върху общински терени се извършва в съответствие с утвърдената схема и въз основа на заповед на кмета на общината за срок до 5 години, без да се сключват договори за наем с ползвателите на терените.

В Община Пазарджик поставянето на павилиони върху терените, които са частна собственост, се извършва след проведен конкурс за ползватели на терените за разполагане на преместваеми съоръжения. Съгласно Наредбата преместваемите съоръжения се поставят с разрешение от гл. архитект на общината, като техните ползватели нямат право да ги преотдават под наем.

В отговора на община Пазарджик се уточнява, че терените, предоставени от община Пазарджик, за поставяне на преместваеми съоръжения за продажба на печатни издания и дребни пакетирани стоки са (.....)* бр. (от които (.....)* павилиона, а останалите кабинни).

За територията на **община Пазарджик**, „Табак Маркет“ АД има сключени договори с общината/издадени разрешения за (.....)* локации, от които е реализирало (.....)* обекта⁶⁵. По данни на общината дружеството е спечелило конкурс за (.....)* бр. терена за павилиони, със срок на ползване 3 години. „НАР“ ЕАД осъществява дейност на този пазар посредством (.....)* бр. обекти, които са върху общински терени. Данните за броя обекти на участниците в сделката в общината са обобщени в таблица № 12.

Таблица № 12

Дружество	Търговски обекти (бр.)
„Табак Маркет“ АД	(.....)*
„НАР“ ЕАД	(.....)*
Общ брой обекти след сделката	(.....)*

По данни на общината, други участници на пазара на разпространение на дребно на територията на града със съответния брой обекти върху общински терени са: „Разпространение Знамя“ ООД и ИК „Знамя“ АД с по (.....)*;

^{64/} приета с Решение № 120/29.07.2004г., взето с Протокол № 9 на ОС – Пазарджик

^{65/} Таблица № 1

„Сенатор“ ООД (.....)* и “Серафимов” ООД (.....)*⁶⁶. „Агенция Стрела” ЕООД съобщава за (.....)*бр. в Пловдив и Пазарджик.

Доколкото КЗК не разполага с данни за броя търговски обекти, разположени в частни имоти, Таблица №13 обобщава разпределението на обектите само върху общински терени, респ. и изчисления на тази база пазарен дял на участниците.

Таблица № 13

Дружество	Търговски обекти	
	Брой	Дял (%)
„Табак Маркет” АД	(.....)*	(.....)*
„НАР” ЕАД	(.....)*	(.....)*
Общо за участниците в концентрацията	(.....)*	(.....)*
Други	(.....)*	(.....)*
Общ брой обекти след сделката	(.....)*	100,0

Сумарният дял на участниците в концентрацията ((.....)*%) е формиран на база брой обекти за продажба на дребно на преса, разположени само върху общински терени, което не дава точна и пълна картина на пазара, тъй като не включва броя обекти, разположени в частни имоти.

Стратегията на „Табак Маркет“ АД прогнозира (.....)* броя обекти за територията на област Пазарджик. Кметът не посочва промяна в общата схема на общината в краткосрочен план, което води до заключението, че намеренията на уведомятеля не биха могли да бъдат реализирани в заложения от него период върху общински терени.

Освен това следва да се има предвид, че основната дейност на „Табак Маркет“ АД, която формира и основния приход на дружеството, е продажба на тютюневи изделия и тютюни, което ще се запази и в бъдеще. Приходите от продажби на преса чрез павилиони формира около 3% /за 2012г./ спрямо общия размер приходи от продажби за дружеството и ще продължи да бъде минимален, приблизително (.....)*%, по данни на „Табак Маркет“ АД.

6.4. Преди нотифицираната сделка „Табак Маркет“ АД е придобило дружества в гр. Пловдив („Елиза 1999” ЕООД и „Армаер“ ЕООД) и в гр. Шумен („Дрийм Прес” ЕООД).

„Табак Маркет“ АД е подписало с община Пловдив договори/получени разрешения за (.....)* собствени обекти, от които е реализирало (.....)* бр., а „Елиза 1999“ ЕООД е концесионер по договор за концесия за изграждане на 314 бр. спирки на МГТ от транспортно комуникационната схема⁶⁷, и прилежащите към тях павилиони за обща търговия. Спирките са разпределени в три модула, като вторият модул /за 105 бр. спирки/ включва и павилиони за печатни издания. Договорът за предоставяне на концесия е от 03.07.2003г., за срок от 30 години и дава възможност за поставянето на (.....)* бр. павилиони, след разрешение от общината⁶⁸.

^{66/} последните две със срок (.....)*

^{67/} приета с решение на ОС-Пловдив

^{68/} в момента в изпълнение на концесията в общината работят (.....)* бр. павилиони

На територията на **община Шумен** „Табак Маркет“ АД е спечелило 2 конкурса за отдаване под наем за срок от 10г. на места за поставяне на преместваеми обекти и има сключени договори за общо (.....)* нестационарни обекта, от които е реализирало (.....)*.

За тези сделки /по т.6.4/ не е било налице задължение за предварително уведомяване пред КЗК, защото не са били изпълнени критериите по чл.24, ал.1 от ЗЗК.

Концентрацията, обект на настоящата оценка, няма да доведе до промяна в структурата на пазара за продажби на дребно на преса и др. дребнопакетни стоки на територията на гр. Пловдив и гр. Шумен, респ. на пазарното положение, тъй като нито едно от придобиваните предприятия по нотифицираната сделка не оперира в тези градове.

VII .Сума от общите обороти на предприятията-участници в концентрацията

Сумата на общите обороти, реализирани за **2012г.** на територията на Република България от обичайна дейност на участниците в концентрацията, изчислена в съответствие с чл. 25 от ЗЗК, е в размер приблизително на (.....)* **млн. лв.** (в т.ч. „Табак Маркет“ АД, София/Булгартабак-Групата – (.....)*⁶⁹ млн. лв., „Разпространение на печата“ АД, София - (.....)* млн. лв., „Национална агенция за разпространение“ ЕАД, София - (.....)* млн. лв., „Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, Варна - (.....)* млн. лв., „Одесос-М“ ООД, Варна - (.....)* млн.лв., „Александров Прес“ ООД, Варна - (.....)* млн. лв., „ИТА“ ООД, Варна – (.....)* млн. лв., „Боби Прес“ ООД, Бургас – (.....)* млн.лв., „Комекс 92“ ЕООД, София - (.....)* млн. лв.

По повод преценката за евентуално наличие на „общностно измерение” на сделката по смисъла на Регламент на Съвета № 139/2004, предвид размера на реализираните от участниците в концентрацията обороти, КЗК установи, че не са удовлетворени хипотезите на чл. 1 от Регламента за наличие на „общностно измерение”, което запазва собствената й компетентност.

Въз основа на установените факти, КЗК прави следните

VIII. Правни изводи

По чл. 22 от ЗЗК

Приложимостта на Глава Пета от Закона за защита на конкуренцията е обусловена от настъпването на качествена и трайна промяна в упражнявания върху предприятията контрол. Тази промяна може да се изразява в преминаването от едноличен към съвместен контрол или обратно, промяна на лицето, което упражнява решаващо влияние върху предприятието, като навлизане на нов съдружник/акционер или заместване на съществуващ и др.

⁶⁹/ (.....)*

Придобиването от страна на „Табак Маркет“ АД на целия капитал на „НАР“ ЕАД, София, „Комекс 92“ ЕООД, София и „Вест Прес РА“ ЕООД, Хасково е достатъчен аргумент, че новият едноличен собственик на тези дружества ще има занапред възможност да упражнява едноличен контрол върху тях. Преди сделката тези предприятия са били самостоятелно контролирани от „Карне-М“ ЕООД, София, а след нейното осъществяване - от купувача по нея. В резултат от операцията ще настъпи промяна в лицето, което еднолично определя търговското поведение на „НАР“ ЕАД, София, „Комекс 92“ ЕООД, София и „Вест Прес РА“ ЕООД, Хасково.

Придобитите от Табак Маркет (.....)*% от капитала на „Разпространение на печата“ АД, София са достатъчни мажоритарният акционер да упражнява едноличен контрол върху дружеството, което води до промяна в лицето, което е носител на контрола. Съгласно разпоредбите на устава на РП за приемането на някои решения от компетентността на ОСА са предвидени квалифицирани мнозинства от 2/3 от гласовете на акционерите, но доколкото Табак Маркет разполага със значително повече гласове от изискуемите, същият има възможност да решава еднолично всички въпроси. Предвид изричните договорености, че купувачът няма да извършва реални действия по упражняването на придобития от него контрол до постановяването на решението на КЗК и представената обосновка в тази насока от уведомятеля, то Комисията приема, че решаващото влияние ще се упражнява занапред. До настоящия момент не са извършени промени и в състава на назначеното ръководство от продавача на пакета акции („БГ Приватинвест“ ГмбХ, Австрия).

По отношение на придобиването на 50% от дяловете в капитала на „Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, Варна, „Одесос-М“ ООД, Варна, „Александров Прес“ ООД, Варна, „Ита“ ООД, Варна, „Боби-Прес“ ООД, Бургас Комисията приема че тези предприятия ще бъдат съвместно контролирани от „Табак Маркет“ АД и от физическите лица, които са собственици на останалите дялове в техния капитал. Съображението затова е обстоятелството, че с придобиваните 50% от капитала на тези дружества, купувачът по сделката няма да притежава мнозинство в общото събрание, за да може да приема еднолично решения, които са от компетентността на събранието. Това означава, че той ще трябва да постига съгласие с останалите съдружници по всички въпроси, включително за приемането на решения, които се възприемат като стратегически за политиката на една компания (избор на висше ръководство, определяне на бюджет, бизнес план и инвестиции). Допълнително в самото споразумение, по силата на което „Табак Маркет“ АД придобива по 50% от дяловете в капитала на посочените дружества, изрично е (.....)*. Това потвърждава намерението на „Табак Маркет“ АД да упражнява съвместен контрол върху част от придобиваните чрез сделката предприятия, което няма да измени вида на контрола, но ще доведе до промяна в едно от лицата, които контролират съвместно тези дружества.

В резултат на описаните промени в качеството на контрола може безспорно да се направи извод, че сделката води до осъществяване на една от формите на концентрация между предприятия, визирана в разпоредбата на чл. 22, ал. 1 т. 2 от ЗЗК. Промяната на лицето/лицата, които имат контрол над едно

предприятие, се възприема като достатъчна за осъществяването на концентрация, тъй като контролът освен като вид (едноличен или съвместен) се определя и от идентичността на неговите носители.

Следователно, при настъпването на трансформация във вида на контрола или на промяна на лицата, които го упражняват, се изменя неговото качество, което в случая е на трайна основа и с това са изпълнени всички законови критерии за наличието на концентрация между предприятия.

На следващо място Комисията приема, че всички споразумения, описани подробно в Раздел IV от настоящото решение, водят до осъществяване на една концентрация, тъй като са обединени не само от идентичността на един и същи купувач, но и от общата цел към която са насочени, а именно – изграждане на собствена дистрибуторска мрежа от специализирани обекти за продажба на дребни пакетирани стоки и печатни издания.

По чл. 24 от ЗЗК

Съгласно чл. 24, ал. 1 от ЗЗК, предприятията са задължени да уведомят предварително Комисията за намерението си да осъществяват концентрация, когато сумата от общите обороти на всички предприятия - участници в концентрацията на територията на страната за предходната финансова година надхвърля 25 млн. лв. Законът въвежда допълнително кумулативно изискване с два алтернативни критерия, а именно оборотът на всяко едно от поне две от предприятията – участници в концентрацията или оборотът на предприятието-цел на територията на България през предходната финансова година да надхвърля 3 млн. лв.

Както бе установено по-горе, посочените кумулативни критерии в случая са изпълнени и за уведомятеля е възникнало задължение за предварително уведомяване на КЗК, което задължение е изпълнено.

По чл. 26, ал. 1 от ЗЗК

Задълбочено проучване на концентрация се извършва, когато в резултат на оценката, извършена при ускореното проучване, Комисията установи, че концентрацията поражда сериозни съмнения, че в резултат от осъществяването ѝ ще се създаде или засили съществуващо господстващо положение и ефективната конкуренция на съответния пазар ще бъде значително възпрепятствана. В настоящия случай Комисията прецени, че хоризонталното препокриване на дейности, свързани с продажби на дребно на вестници и списания за отделни общини, както и вертикалните отношения между национален доставчик на едро и регионални търговци на дребно за отделни градове, изискват по-подробно изследване на пазарната ситуация. Информацията, с която разполага и предостави уведомятелят, беше недостатъчна в сроковете на ускореното проучване за проследяване на процедурите по провеждане на конкурси/търгове в отделните общини, където са налице хоризонтални ефекти от сделката, и за изграждане на цялостна картина за пазарната структура по общини, където са налице такива ефекти. Извършването на задълбочено проучване позволи на Комисията да добие по-пълна представа за изследваните пазари и за условията на тях, както и да направи анализ с по-голяма степен на достоверност в резултат

от събраните данни и становища.

При оценка на хоризонтални сливания Комисията взема предвид обстоятелства като структурата на съответните засегнати от концентрацията пазари, наличието или отсъствието на конкуренция между участниците на тези пазари, бариери за навлизане на тези пазари, възможни алтернативи за избор на доставчици и клиенти и други. Пазарните дялове на участниците в концентрацията на съответните пазари дават само първоначална индикация за пазарната значимост на тези предприятия, поради което тези дялове се тълкуват с оглед пазарните условия и се преценява икономическата сила на концентриращите се дружества, сравнена с тази на техните конкуренти.

Доколкото концентрациите могат да доведат паралелно до настъпването на хоризонтални и вертикални ефекти, в тези случаи се изследват както отношенията между участниците като конкуренти (реални и потенциални), така и дейността им на вертикално свързани пазари.

Съгласно Методиката, в която КЗК е обобщила своя опит до момента, притеснителен съвкупен пазарен дял на концентриращите се дружества би могъл да бъде дял, надхвърлящ 40%, тъй като в този случай това може да доведе до установяване на господстващо положение, в резултат на което да се увеличи риска за конкуренцията от гледна точка на пазарната сила и намаляване на броя на конкурентите. В същата методика Комисията приема, че когато общият пазарен дял на предприятията-участници в концентрацията не надхвърля 15% на съответния пазар (ако участниците са конкуренти) или 25% на всеки от съответните пазари, на които оперират предприятията (ако не са конкуренти), концентрацията няма потенциал да възпрепятства съществено конкуренцията.

В съответствие с всички гореизложени критерии, оценката в настоящото производство акцентира върху актуалната структура на пазарите на дистрибуция на едро на вестници и списания на национално ниво и на дистрибуцията им на дребно в региони на страната, където е налице хоризонтално припокриване вследствие осъществяване на нотифицираната концентрация.

Следователно, настоящите изводи са насочени към анализ на промяната в пазарното положение на участниците в концентрацията, която промяна се изразява в настъпването на хоризонтални или вертикални ефекти.

По отношение на хоризонталните ефекти от сделката

Комисията установи, че оценяваната концентрация поражда хоризонтални ефекти на регионалните пазари за продажба на вестници и списания на дребно в градовете София, Варна, Бургас, Русе и Пазарджик.

Посочените локални пазари се характеризират с раздробена структура. Тази фрагментация е резултат от възможността продажбата на печатни издания на дребно да се осъществява чрез крайни пунктове, които са разположени както върху общински имоти (павилиони, маси, сергии), така и в частни имоти (магазини, хотели, бензиностанции, летища, автогари и др.). Предвид предоставената информация, на всеки един от разгледаните регионални пазари присъстват значителен брой участници и към момента достъпът до пазара е улеснен от липсата на съществени бариери за навлизане.

Извършеният анализ констатира също, че регионалните пазари са динамични, поради честа промяна в броя и местоположението на крайните пунктове, продиктувана както от поведението на самите участници на тези пазари, така и от решението на всяка отделна община по отношение броя и начина на разполагане на преместваеми обекти на нейната територия. Намаленото търсене на вестници и списания от крайните клиенти води до намаляване и на броя крайни точки за продажба или до поставяне на павилиони на други места. В същото време общините търсят решения за промяна във визията на старите павилиони и маси за продажби на преса, като по този начин целят да подобрят градската среда. Подобрението на визията на крайните пунктове за продажба на вестници и списания е реорганизация, за която решението е изцяло от компетентността на всяка една община.

Въз основа на информацията, събрана и анализирана в хода на задълбоченото проучване, Комисията установи, че към настоящия момент реорганизацията е стартирала в някои от общините чрез провеждане на конкурси за изграждане и ползване за определен период от време на преместваеми обекти. Одобряването на схеми за разполагането на преместваеми обекти върху общински терени е съобразено както с нормативни изисквания, така и с местата, на които понастоящем се извършва търговска дейност с преса и дребни пакетирани стоки. Поради това реорганизацията, макар да води в някои случаи до намаляване на броя на местата, където ще се продава преса, целта е продажбата им да се извършва на площи с регулиран статут и да се увеличи броят на местата за тяхната продажба в магазинната мрежа.

На следващо място, изработването и одобрението на локалните схеми за локациите, където да бъдат поставени преместваеми обекти за търговски дейности, се извършва в съответствие с наредба, приета от съответния общински съвет. В резултат от проведени конкурси и търгове в някои общини са сключени договори с участниците, които са ги спечелили, т.е. новите павилиони ще бъдат изработени по унифицирани проекти и ще бъдат поставени на определените за това места.

Сключването на договори за поставяне на съответен брой преместваеми обекти на база спечелена състезателна процедура, според Комисията, представлява административно-правна бариера за навлизане на пазара, за която ще бъде обсъдено доколко в бъдеще може да се окаже съществена. Срокът, за който общините отдават чрез договор за ползване общински места за разполагане на павилиони, е поне 3 години. Това на практика означава, че в даден момент, ако реорганизацията стартира успоредно в по-голямата част от отделните общини или райони на една община, тогава за продължителен период от време няма да бъде налице необходимост от провеждане на нови конкурси/търгове. Всеки лот, за който се открива състезателна процедура, включва поставяне на определен брой нови павилиони. Като цяло изискванията на общините за участие в конкурса/търга предполага навлизане на участници със значим финансов ресурс, които имат възможност да инвестират в подобен проект за подобрене на градската среда. След провеждането на такъв конкурс/търг дейността по разпространение на дребно на преса ще се съсредоточи в по-малък брой участници и вероятно от пазара ще отпаднат малките търговци, които

извършват продажба на преса, като оперират само един или незначителен брой преместваеми обекти.

Настоящото проучване не може да направи извод за броя на участниците и оперираните от тях обекти, тъй като към момента се извършва /или предстои/ реорганизация по общини и райони.

Комисията отчита правомощието на органите на местното самоуправление да решават самостоятелно всички въпроси от местно значение, включително развитието на територията на общината и нейното благоустрояване, както и имат правомощието да определят самостоятелно в кръга на своята компетентност броя, местата и изискванията за поставяне на такива преместваеми обекти. Предвид на това определянето на общинско ниво на схеми за територията на района е правомощие на местните органи и със свое решение всяка община може както да определи обектите за крайна продажба, така и да намали техния брой или да постави своите изисквания за визията на населените места на своя територия. В този случай отпадането от пазара на дребните търговци ще се дължи на тяхната невъзможност да отговорят на изискванията на общините за изграждане на нови функционални преместваеми обекти, а не в резултат от поведение на самите участници на пазара.

Динамиката на тези локални пазари е продиктувана и от невъзможността да бъде предвидено кога, кои общини, по какви схеми ще проведат реорганизация на своята територия, поради което е трудно да бъде прогнозирано доколко посочените по-горе бариери ще се окажат значими и в кой момент е възможно да бъде създадено препятствие за навлизане на някои от локалните пазари.

В общините, в които вече са проведени конкурси и са сключени дългосрочни договори за поставяне и ползване на преместваеми обекти, навлизането на нови участници е възможно да се осъществи чрез поставяне на павилиони в частни имоти или продажба на преса в обекти с уреден статут (магазини, бензиностанции и др.). Допълнително Комисията установи, че при вече проведената реорганизация в някои общини /Русе, Варна/ отделни лотове от концесии са спечелени от две, респ. четири различни фирми. Това показва, че реорганизацията в общините води до осигуряване на достъп до пазара за повече участници в зависимост от начина на залагане на критерии при провеждане на конкурса/търга. Доколкото поведението на общините е непредвидимо, трудно може да бъде обосновано дали това поведение може да доведе до създаване на сериозни бариери за навлизане, нито да се прогнозира в какъв срок. Предвид отговорите на повечето общини до Комисията, които не съдържат информация за промени на одобрените локални схеми в краткосрочен план, може да се заключи единствено, че в кратки срокове не се очаква да бъдат създадени съществени препятствия пред новонавлизащите участници.

На следващо място, освен поведението на общините, непредвидимо е и поведението на самите участници на разглежданите локални пазари, които изменят своята пазарна стратегия с оглед постигане на по-висока рентабилност от продажби на преса и други разрешени стоки, в резултат от което променят

броя, местоположението на своите крайни точки за продажба. За някои от участниците, които имат пунктове за продажба на преса в няколко региона, това може да се изразява в стесняване на дейността в някои от тези региони или в навлизане на нови локални пазари.

Самата реорганизация, която може да бъде проведена от общините в рамките на техните правомощия, е насочена не само към изменение на градската визия, но и към постигане на отчетност и регулиран статут за всички преместваеми обекти, които да бъдат обновени и отдадени за ползване чрез договори въз основа на проведени търгове/конкурси. Предвид това очакваните от нея положителни ефекти са важни от гледна точка и на условията, при които ще функционират локалните пазари, тъй като чрез сключването на договори за разполагане на преместваеми обекти ще се постигне по-добра отчетност, прозрачност по отношение както на броя и разположението им, така и на предприятията, които ги експлоатират.

В предоставената Стратегия Табак Маркет е заложил като цел да достигне до определен брой пунктове за продажба, постигането на която в краткосрочен план е условно, тъй като зависи от откриването на нови пунктове и участието в общински търгове и конкурси за разполагане на павилиони. Към момента дружеството е достигнало приблизително (.....)*% от броя предвидени крайни точки за продажба. Допълнително в отговори до Комисията някои от запитаните общини заявяват, че не предвиждат промени в общите схеми за преместваеми обекти, които се поставят на тяхна територия за следващите две години, което също отлага във времето експанзията на пазара на купувача по сделката.

Табак Маркет декларира, че има намерение да запази дейността на всяко едно от придобиваните от него дружества, които след осъществяване на концентрацията ще запазят съществуващия до момента модел на доставка (издатели, дистрибутори на едро) и на реализация на печатни издания. Тези предприятия, предвид особеностите на анализираните локални пазари, не притежават пазарна сила, която да им дава възможност да действат независимо от своите конкуренти, доставчици и клиенти. Комисията счита, че оценяваната сделка няма да доведе до съществени хоризонтални ефекти, които да ограничат конкуренцията, доколкото основната дейност на „Табак Маркет“ АД е /и ще продължи да бъде/ продажба на цигари и цигарени изделия (за които се очаква да продължават да формират около (.....)*% от приходите му), а бъдещите годишни приходи от продажби на вестници и печатни издания чрез павилиони в краткосрочен план се прогнозира около (.....)*%. Всичко това предполага, че в краткосрочен план не се очаква да настъпят съществени изменения на условията, при които и към момента функционират тези локални пазари. Този извод се подкрепя и от липсата на постъпили в хода на задълбоченото проучване становища, които да съдържат опасения в тази посока.

Пазарните дялове на участниците в сделката /и на техни конкуренти/ на всеки един от локалните пазари са изчислени на база брой обекти, разположени върху общински терени, тъй като липсва статистика за общия брой обекти,

разположени в частни имоти. Така представените пазарни позиции не отразяват реалното пазарно положение на участниците в концентрацията, тъй пазарните дялове, изчислени на тази база, може да се приеме, че са надценени.

Също така оценката за определяне пазарното положение на участниците в концентрацията на база брой обекти в конкретния случай не е прецизна. Това е свързано с обстоятелството, че дейността на „Табак Маркет“ АД чрез павилионите, за които е спечелил конкурси/търгове в съответните общини и райони включва не само продажба на преса, но основно на тютюн и тютюневи изделия, както и на дребни пакетирани стоки. Следователно, сделката не би могла да доведе до съществено ограничаване или нарушаване на конкуренцията на анализирания локални пазари, тъй като продажбата на печатни издания на придобивания няма да надхвърля 10% спрямо общите му приходи, реализирани в тези обекти. Трудно биха могли да се прогнозира и пазарните позиции на участниците в концентрацията, предвид заявените в изготвената от уведомятеля Стратегия, поради неприключилите общински процедури, което определя пазарите като динамични от гледна точка брой и разположение на обектите и на участниците.

По отношение на вертикалните ефекти, които ще настъпят от сделката

Комисията приема, че в резултат от сделката няма да настъпят съществени вертикални ефекти от нея, които да породят опасения за конкурентната среда при придобиването на контрол от страна на Табак Маркет върху националния дистрибутор на едро НАР.

Направеният анализ на пазара на дистрибуция на едро на печатни издания показва, че НАР е един от водещите национални дистрибутори. По отношение на някои печатни издания (национални ежедневници – „Монитор“ и „Телеграф“), практиката го определя като основен доставчик на тези издания. В същото време националните дистрибутори се конкурират помежду си при продажбата на всички видове печатни издания. Предвид структурата на пазара на дистрибуция на едро на печатни издания и пазарните дялове на основните участници, сред които „НАР“ ЕАД (дял от (...)*%), на този пазар няма предприятие с господстващо положение.

При анализа на вертикалните ефекти Комисията отчита също, че „Табак Маркет“ АД ще използва своята изградена логистична схема за разпространение на дребни пакетирани стоки и за доставянето на печатни издания, на които „НАР“ ЕАД е дистрибутор. В резултат от това, обаче, реално няма да настъпи промяна в механизма на разпространение на печатни издания на едро, т.е. ще се запази съществуващият модел - издатели, разпространители на едро, разпространители на дребно. Също така запазването на съществуващата схема на „НАР“ ЕАД за извършване на доставки на вестници и списания чрез оперираните от него депа и неговият интерес да продава печатни издания на по-

голям брой търговци изключва възможността да бъде ограничен достъпа до пазара на едро и на дребно на печатни издания.

Относно предложените от „Агенция Стрела“ ЕООД задължителни изисквания

Направеното от „Агенция Стрела“ ЕООД предложение за въвеждане на задължителни изисквания към всички участници на пазара на разпространение на печатни издания с цел създаване на предсказуема пазарна среда не са адресирани конкретно към участниците в конкретната оценявана сделка. Доколкото настоящото производство обхваща единствено анализ на ефектите, които ще породи нотифицираната концентрация, същото не може да налага условия, задължителни за поведението на всички дружества, осъществяващи дейности по разпространение на вестници и списания.

Извършеният от Комисията анализ установи, че няма да настъпят изменения в условията и механизма, при които се осъществява разпространение и продажба на печатни издания в страната, тъй като сделката не възпрепятства, нито ограничава по какъвто и да е начин съществуващия модел. Допълнително, навлизането на разглежданите в случая пазари е свободно и оценяваната концентрация не води в краткосрочен план до съществено завишаване на бариерите за навлизане на пазарите, на практика. Необходимостта от финансов ресурс за организиране на транспорт и логистика за осъществяване на дейностите по разпространение на едро на печатни издания и за спечелване на конкурси, провеждани от общините за поставяне на павилиони за продажба на дребно на преса, на практика е задължително условие за всеки един от участниците на пазара, чиято цел е осъществяване на дейностите по дистрибуция. Тези условия, обаче, не са създадени в резултат от осъществяването на нотифицираната сделка, а са условията, при които тези пазари функционират на практика преди осъществяването ѝ; тези условия постоянно търпят промени поради динамичния характер на дейностите по разпространение на преса.

Предвид изложените съображения на Комисията относно хоризонталните и вертикални ефекти, които ще настъпят от сделката, може да се заключи, че операцията няма да доведе до установяване или засилване на господстващо положение на никой от анализирания пазари, което да възпрепятства ефективната конкуренция. Получените в Комисията становища от анкетирани конкуренти също не съдържат опасения относно евентуален негативен ефект от сделката, в резултат на който да бъде нарушена конкуренцията на тези пазари. Според „Табак Маркет“ АД и някои анкетирани лица очакванията са операцията да доведе по-скоро до ползи за крайния клиент.

С оглед гореизложеното, КЗК счита, че нотифицираната концентрация следва да бъде безусловно разрешена, при условията на чл.26, ал.1 от ЗЗК.

Въз основа на направения анализ и на основание чл. 60, ал. 1, т. 14, във връзка с чл. 85, ал. 2, т. 1, чл. 22, ал. 1, т. 2, чл.24, ал.1 и чл. 26, ал.1 Комисията за защита на конкуренцията

РЕШИ:

РАЗРЕШАВА концентрацията, изразяваща се в придобиване от страна на „Табак Маркет“ АД, София (ЕИК 175127176) на едноличен контрол върху „Национална агенция за разпространение“ ЕАД, София (ЕИК 175239360), „Разпространение на печата“ АД, София (ЕИК 121207277), „Комекс 92“ ЕООД, София (ЕИК 131076591) и „Вест Прес РА“ ЕООД, Хасково (ЕИК 201057248) и на съвместен контрол върху „Варна Прес-Аврамова и фамилия“ ООД, Варна (ЕИК 103890978), „Одесос-М“ ООД Варна (ЕИК 103747040), „Александров Прес“ ООД, Варна (ЕИК 103874881), „Ита“ ООД, Варна (ЕИК 103893771) и „Боби-Прес“ ООД, Бургас (ЕИК 102684007).

За издаване на разрешението по чл.26 от ЗЗК, на основание чл. 1, т. 4 от Тарифата за таксите⁷⁰, които се събират от Комисията за защита на конкуренцията по ЗЗК, ЗОП и ЗК, следва да се заплати такса в размер на (.....)* лева.

На основание чл. 64, ал.1 от ЗЗК решението подлежи на обжалване пред Върховния административен съд на Република България в 14-дневен срок, който започва да тече от съобщаването по реда на АПК, а за третите лица - от публикуването му в електронния (публичния) регистър на КЗК.

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....
Петко Николов

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....
Ангелина Милева

ЧЛЕНОВЕ:

.....
Александър Александров

.....
Елена Димова

.....
Зорница Иванова

⁷⁰ Обн. ДВ. бр.95 от 14 Август 1998г., изм. ДВ. бр.93 от 19 Октомври 2004г., изм. ДВ. бр.54 от 4 Юли 2006г.

.....
Петя Велчева