



TRH S PIVEM

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE

tř. Kpt. Jaroše 7, 604 55 Brno

Redakční rada: Kristián Chalupa, Filip Vrána,
Martin Švanda, Jana Ištvanová

tel.: 542 167 288

fax: 542 167 112

e-mail: tiskuohs@compet.cz

www.uohs.eu

Mapa na poslední straně použita se souhlasem serveru www.pivni.info

ÚVODNÍ SLOVO PŘEDSEDY



Musím se přiznat, že i když jsem Čech, který navíc donedávna bydlel ve městě poblíž něhož se nachází jeden z nejvýznamnějších tuzemských pivovarů, pivo nepiji vůbec. Případá mi totiž příliš hořké. Proto dávám přednost minerálkám a při slavnostních příležitostech vínu. Zároveň ale plně respektuji fakt, že drtivá většina našeho národa konzumuje pivo s chutí či přímo s radostí. Potvrzují to ostatně i statistiky, které hovoří jasnou řečí. Češi dlouhodobě patří k největším konzumentům zlatavého nápoje na světě. Je to dáno určitě zejména tím, že vaření piva má u nás staletou tradici, že to prostě umíme. Není také proto náhodou, že na nejrůznější druhy českých piv narazíme dnes nejen v restauracích ve všech evropských státech, ale i v řadě vyloženě exotických zemí. Nejde přitom zdaleka jen o světoznámé značky Plzeňský Prazdroj

či Budvar, ale často jsou to i produkty z méně známých českých pivovarů. Přesto slyšíme od řady výrobců piva nejrůznější nářky. Zejména představitelé některých menších pivovarů si stěžují na fúze velkých pivovarnických společností, na investiční pobídky pro některé subjekty. Kritici přitom asi zapomínají, že tyto pobídky jsou v souladu s pravidly Evropské unie, s českými zákony. Mnozí zároveň také zapomínají na skutečnost, že tzv. malí výrobci piva s výstavem do 200 tisíc hektolitrů mají již řadu let slevu na spotřební dani.

Českému pivovarnictví se v posledních letech mimořádně dobře daří, a to mne samozřejmě velice těší. Pevně věřím, že tomu tak bude v blízké a samozřejmě i v dlouhodobější perspektivě. Jsem přitom přesvědčen, že moje, z pohledu většiny příslušníků našeho národa politováníhodná pivní abstinence, určitě na tomto pozitivním trendu nic nezmění. Mám totiž naštěstí řadu přátel a známých, kteří tento můj „výpadek“ lehce nahradí.

*Martin Pecina
předseda ÚOHS*

TRH PIVA – KATASTROFICKÉ SCÉNÁŘE SE NENAPLNILY



Úřad pro ochranu hospodářské soutěže již zaujal pevné a stabilní místo v hierarchii ústředních orgánů státní správy v České republice. Za uplynulých 15 let své činnosti se zabýval sledováním konkurenčního prostředí na celé řadě trhů a svými rozhodnutími přispíval a přispívá k podpoře fungující soutěže. I když primárním cílem ochrany fungující soutěže není pouze blaho konečného spotřebitele, přesto jsou si pracovníci Úřadu vědomi, že svými zásahy, které mají ponejvíce podobu správních rozhodnutí, významně přispívají i ke spokojenosti na straně právě konečných spotřebitelů.

Ne všechna rozhodnutí Úřadu jsou však vždy přijímána s pochopením, a to nejen ze strany spotřebitelů, ale mnohdy i ze strany podnikatelské veřejnosti. Jedním z rozhodnutí, které vyvolalo, do té doby nevídanou míru nevole, bylo povolení spojení pivovarů Radegast a Plzeňský Prazdroj. Vlastní rozhodování o propojení těchto dvou, v té době nezávislých pivovarů, procházelo různými peripetemi a není důležité, že bylo povoleno v souvislosti s povolením spojení tehdejší Investiční a poštovní banky (IPB) a společností Nomura. Důležité je, jaké reakce toto spojení vyvolalo, jaké akce se konaly, jaké výroky, a to zejména z řad podnikatelů působících v odvětví pivovarnictví v této souvislosti padaly a konečně, k čemu na trhu ve skutečnosti došlo.

Především byly vyslovovány obavy, že v důsledku tohoto spojení zaniknou mnohé malé pivovary, dojde k narušení konkurenčního prostředí, dojde ke zhoršení kvality piva. Tyto důsledky předpovídal například tehdejší šéf svazu malých pivovarů Stanislav Bernard v Lidových novinách 18. 3. 1999 a v časopisu Týden č. 21/99 označil fúzi za „pivní Mnichov“. Před budovou Úřadu se konaly v tomto duchu i poněkud komické protestní akce studentů, kteří „zasvěceně“ hovořili o dopadech této fúze na malé a střední pivovary (tato „obava“ byla nápadně podobná obavě vyslovené již zmíněným Stanislavem Bernardem).

Do obrazu z té doby ovšem spadá i druhá strana mince. Úřad se situací na trhu piva před uskutečněním fúze pečlivě zabýval a zjistil, že existovaly významné překážky pro vstup menších pivovarů do restaurací, a to v podobě smluv o výhradních dodávkách piva ze strany Plzeňského Prazdroje i Radegastu. Jednalo se o smlouvy výhradní, které zavazovaly odběratele k odběru pouze jedné značky piva. Konkrétně měl Plzeňský Prazdroj takto zavázáno 34% a Radegast 20% ze všech svých smluvních partnerů. Zásahem Úřadu došlo k odstranění těchto bariér a tím i k významné pozitivní změně na trhu piva. Bez odstranění těchto protisoutěžních ustanovení by nebylo možné zmíněnou fúzi obou pivovarů umožnit. Tolik tedy k historii této, ve své době, velice pozorně sledované fúzi.

A jaká je současnost ?

K žádnému kolapsu na trhu piva nedošlo. Právě naopak. V roce 2006 překonaly české pivovary i ty nejoptimističtější předpoklady a jejich produkce se přiblížila hranici dvaceti milionů hektolitrů za rok. Je sice pravda, že hlavní zásluhu na tomto trendu má vývoz, nicméně je to potvrzení předpokladů, z nichž Úřad vycházel při povolení fúze, že si totiž každý schopný pivovar najde místo na trhu, a to buď výrobou originalit nebo prostřednictvím exportu. A nejedná se pouze o velké pivovary; obrovský meziroční nárůst (téměř 100%) zaznamenal pivovar Vratislavice, o pětinu vzrostl například pivovar Jihlava, Klášter. Vývoz 80% své produkce zaznamenal

Lobkowiczský pivovar. Pokud hovoříme o nejrůznějších specialitách, i v této oblasti byl zaznamenán značný rozvoj v počtu speciálních piv. Tato piva tvoří významný podíl v nabídce, a to 16% u klasických pivovarů (tedy pivovarů tzv. průmyslových) a až 47% u tzv. mikropivovarů. Obecně se výrobou speciálních piv zabývá ve větší či menší míře většina producentů piva. Vstupem zahraničních silných společností do některých českých pivovarů došlo k významnému rozšíření nabídky značek a druhů piv, malé či menší pivovary se začaly orientovat na nejrůznější speciality a trh s pivem v současné době je plně funkční a z rozšířené nabídky profitují především spotřebitelé.

Neznamená to však, že by Úřad i nadále tento trh nesledoval. Právě naopak. V nedávné minulosti provedl Úřad znovu šetření zaměřené na situaci na trhu piva a zjistil, že existují některé pivovary, které omezují své odběratele v možnosti exportovat pivo do zahraničí. Takové omezení však představuje nedovolené narušení soutěžního prostředí, a to nejen na českém trhu, ale dopady může mít i na obchod mezi členskými státy. Úřad proto kontaktoval ty pivovary, které takto smluvně omezily své odběratele a informoval je o možných důsledcích, které by následovaly, kdyby v této praxi pokračovaly i nadále. Je třeba poznamenat, že takto oslovené pivovary uznaly oprávněnost výhrad Úřadu a přijaly závazek odstranit protisoutěžní ujednání ze smluv uzavřených s jejich odběrateli.

Jaký závěr z uvedeného plyne? Především všeobecně známý – každý případ je třeba posuzovat samostatně, každý je zcela jiný. A konkrétně, pokud hovoříme o českém národním nápoji? Pivo se i nadále vaří, rozšiřuje se nabídka značek, existuje řada speciálních piv a nehrozí žádné nebezpečí, že by došlo k enormnímu zdražení piva, resp. že by docházelo ve větším počtu k ukončení činnosti pivovarů.

Luděk Svoboda
ředitel Sekce ochrany hospodářské soutěže I

INVESTIČNÍ POBÍDKA PRO PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A.S.



Obdobné obavy ohledně narušení trhu stejně jako v případě schválené fúze pivovarů Radegast a Plzeňský Prazdroj se vyskytly i v případě schválení investiční pobídky ve prospěch Plzeňského Prazdroje, a.s. Společnost o ně zažádala na základě zákona o investičních pobídkách za účelem realizace svého investičního projektu rozšíření výroby piva a sladu ve výrobním závodě v Plzni.

V roce 2003 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, který působí i v oblasti posuzování slučitelnosti veřejných podpor s evropským právem, výjimku ze zákazu veřejné podpory nepovolil. Investiční projekt společnosti nebyl shledán na základě tehdy dostupných informací z hlediska regionálního rozvoje za přínosný. Nové informace ohledně vlivu investice na vytváření nepřímých pracovních míst, postavení společnosti na zahraničních trzích

a zaměření investice na přidanou hodnotu však vedly k přehodnocení a udělení podmíněného souhlasu Úřadu. Byly přitom stanoveny následující podmínky:

- veškerá produkce z podpořené výroby bude exportována mimo Českou republiku
- společnost zajistí prostřednictvím svých zakázek vytvoření nepřímých pracovních míst (470 nových míst). Úřad dále navrhnul snížení stropu intenzity veřejné podpory o 20%.

Společnost posléze získala veřejnou podporu v souladu s maximální mírou podpory uvedenou v regionální mapě. Celková výše veřejné podpory tak nesmí přesáhnout téměř **689 milionů Kč**.

Nedávno však podal Český svaz malých nezávislých pivovarů stížnost u Evropské komise na poskytování veřejné podpory silným pivovarům, s odůvodněním, že na českém trhu zaujímají dominantní postavení a jejich podpora ohrožuje postavení malých výrobců piva. Svaz rovněž vyjádřil názor, že poskytnutí investiční pobídky Plzeňskému Prazdroji je v rozporu s pravidly EU pro oblast veřejné podpory.

Evropská komise se k výše uvedené stížnosti vyjádřila v tom smyslu, že nepovažuje tvrzení stěžovatele o nezákonnosti poskytnuté podpory za relevantní. Investiční pobídka byla totiž poskytnuta v souladu a na základě schváleného programu podpory. Komise stížnost postoupila Generálnímu ředitelství pro zemědělství a rozvoj venkova, které se jí bude zabývat z hlediska investic dotčeného výrobku, tj. sladu.

Kamil Rudolecký
I. místopředseda ÚOHS

VÝVOJ TRHU S JEDNOTLIVÝMI ZÁSAHY ÚOHS

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže se tímto významným trhem zabývá už od svého vzniku v roce 1991. Předem je třeba zdůraznit, že prioritou je zajištění fungující soutěže, nikoliv ochrana jednotlivých soutěžitelů před druhými. Proto například v roce 1994 v době, kdy žádný z pivovarů ještě nezískal na trhu dominantní postavení nepodporoval prosazení nižší spotřební daně pro malé pivovary. Přesto byla tato změna s platností od roku 1995 přijata.

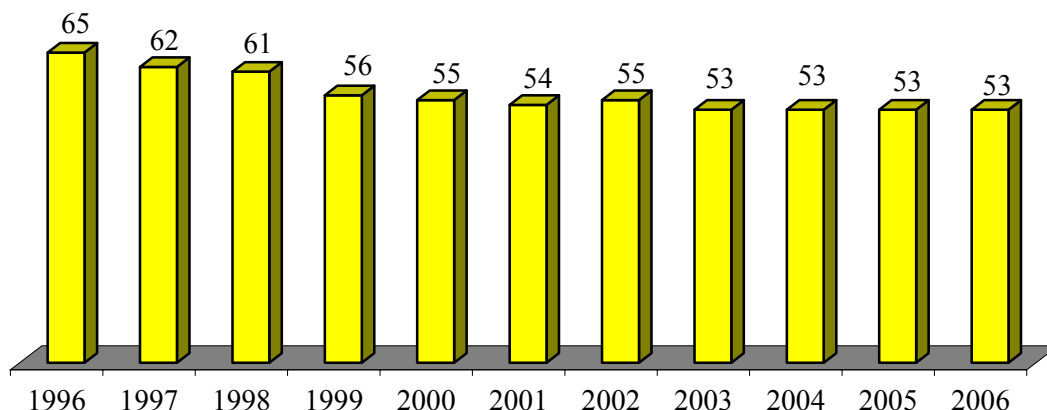
Postupná koncentrace trhu

Co se týče počtu soutěžitelů na trhu, je tento stav v průběhu jednotlivých let v porovnání s některými jinými trhy poměrně konstantní. Činných je kolem 50 pivovarů a nic na tomto čísle významně nezměnily ani snahy o koncentraci, ke kterým postupně zejména v devadesátých letech docházelo. Například v roce 1995 koupila Pražské pivovary britská společnost Bass PLC, která získala majoritu i v pivovarech Vratislavice a Ostravar. Toto spojení přitom svým objemem ani nepodléhalo povolení antimonopolního úřadu. Naproti tomu v roce 1996 došlo k dekoncentraci ve skupině Moravskoslezské pivovary, kdy vznikly 4 nové firmy Pivovar Litovel, Pivovar Zubr Přerov, Pivovar Holba a Pivovar Zlatovar.

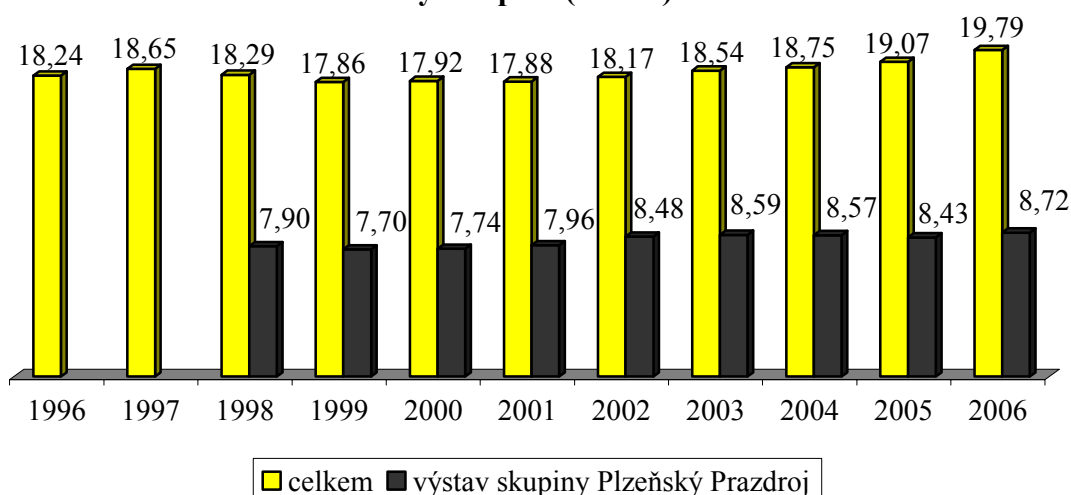


Co se týče koncentrace trhu, klíčový je případ fúze společností Plzeňský Prazdroj a Pivovar Radegast. Tento případ Úřad řešil od roku 1997 a předložená žádost byla nejdříve zamítnuta. Ke schválení fúze však došlo v roce 1998, kdy vstoupila japonská společnost Nomura do české banky IPB a získala tak kontrolu nad oběma pivovary. Přesto na počátku roku 1997 bylo v ČR činných celkem 57 pivovarů. Došlo ale k základní změně struktury trhu, který má dnes svého dominantního hráče. Je jím společnost South African Breweries, která Plzeňský Prazdroj v roce 1999 získala, do té doby ovšem v ČR nepůsobila. ÚOHS spojení povolil s podmínkami. Jednou z nich bylo zachovat po dobu 5 let dostupnost značek spojených pivovarů Plzeňský Prazdroj, Radegast, Gambrinus a Velkopopovický Kozel na českém trhu. Uvedené pivovary se v té době staly součástí třetí největší pivovarnické skupiny (dnes 2. největší) na světě, čímž získaly přístup do jedné z největších mezinárodních distribučních a marketingových sítí s pivem, což se v následujících letech projevilo i na výstavu Plzeňského Prazdroje. Zhruba od konce 90. let pro pivovary v ČR až na výjimky platí, že ty velké se zaměřují zejména na dodávky do obchodních řetězců a na export, zatímco malé si budují své pozice v regionech. Skupina Plzeňského Prazdroje má v současnosti v ČR srovnatelný podíl jako největší společnosti v některých dalších členských státech EU (Interbrew v Belgii, Heineken v Nizozemsku nebo Carlsberg v Dánsku).

Vývoj počtu pivovarů v České republice



Výstav piva (mil. hl)



Zdroj: Publikace výzkumného ústavu pivovarského a sladařského.

Zavazování hostinských

Velmi závažným problémem, který ÚOHS řešil již v druhé polovině 90. let, se stala problematika uzavírání velkého počtu smluv o výhradním nákupu a prodeji. V listopadu 1997 byl zaslán všem pivovarům dopis, jímž ÚOHS upozornil na možnou závadnost smluv o výhradním nákupu piva. Úřad doporučil pivovarům, aby ve smlouvách o dodávkách nezavazovaly provozovatele hostinských zařízení k výhradnímu odběru svého piva. Úřad má za to, že restauraci by mělo být umožněno nabízet zákazníkům současně několik značek. Ve stejném roce také někteří soutěžitelé předložili velký počet dohod o výhradním prodeji nebo nákupu nebo o obchodní spolupráci na různých relevantních trzích (např. Plzeňský Prazdroj uzavřel dohody o distribuci finských voděk a o výhradním prodeji Karlovarské Becherovky a whisky). ÚOHS některé postupy pivovarů také sankcionoval. V roce 1998 se jednalo především o zavazování provozovatelů restaurací ohledně odběru piva a jeho prodeje ze strany společností Pivovar Radegast (uložena sankce 100 tisíc korun), Plzeňský Prazdroj (450 tisíc) a Královský pivovar Krušovice (50 tisíc). Takto bylo rozhodnutím Úřadu odblokováno více než 10 tisíc provozoven. Narušení soutěže spatřoval ÚOHS

také v dohodě Plzeňského Prazdroje se společností Jan Becher, na jejímž základě pivovar převzal veškerou distribuci výrobků Karlovarské Becherovky.

Z hlediska přístupu soutěžitelů na trh piva považuje Úřad stále za prioritní, aby nedocházelo k žádným formám **vertikální integrace** mezi výrobcí a prodejci piva, zejména pak ze strany významných soutěžitelů. Proto tuto situaci ÚOHS průběžně stále sleduje. V roce 2002 ÚOHS vydal na základě provedených šetření rozhodnutí, jímž deklaroval porušení zákona ze strany společností Plzeňský Prazdroj a Pivovar RADEGAST, které ve svých smlouvách upravujících poskytování reklamy zavazovaly provozovatele pohostinských zařízení k odběru minimálního ročního množství piva, přičemž

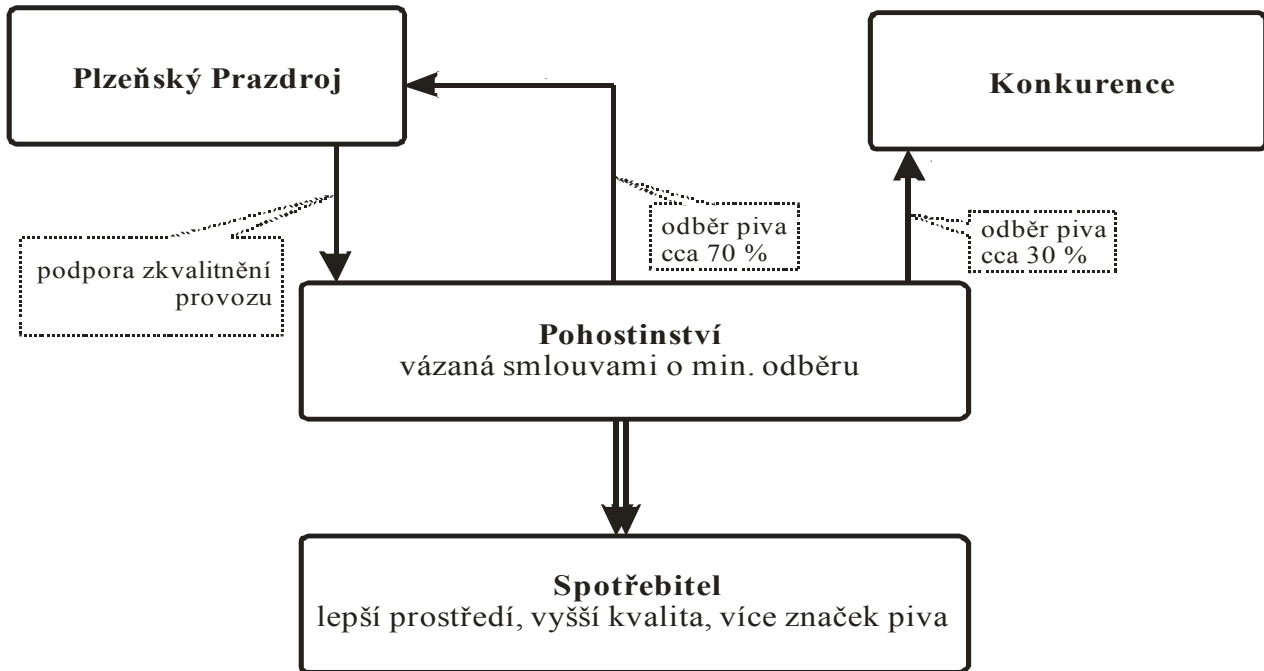


velikost těchto závazků ve vztahu k celkové spotřebě piva v daných provozovnách bránila přístupu konkurence do zavázaných provozoven po mnoho let (některé smlouvy byly i na 10 let). **Za porušení zákona byla uložena pokuta ve výši 2,3 mil Kč. Proti tomuto rozhodnutí podala společnost Plzeňský Prazdroj žalobu, kterou později vzala zpět. Společnost také požádala ÚOHS o schválení výjimky ze zákazu dohod narušujících soutěž, která jí nakonec byla s podmínkami v prvním pololetí roku 2006 povolena.**

Plzeňský Prazdroj se konkrétně zavázal, že zašle svým odběratelům návrh dodatku smlouvy, v němž změní výši závazku minimálního ročního odběru tak, že tato výše bude činit maximálně 70 % objemu dodávek piva v průměru z let 2003 až 2005. To umožní provozovatelům restaurací, aby významné množství piva nakupovali od konkurence. V případech, kdy provozovatelé již za trvání stávajících smluv odebírali pivo od jiných firem, bude uvolněný prostor pro konkurenci ještě vyšší. Podle dalšího přijatého závazku bude v případě meziročního poklesu spotřeby piva o 10 % nabídnuto provozovatelům pohostinských zařízení adekvátní snížení existujícího závazku. Přijme-li zavázaný provozovatel uvedené změny smlouvy, **získá možnost odběru piva od konkurenčních výrobců**, aniž by ztratil ostatní výhody, jež mu ze smlouvy uzavřené s Plzeňským Prazdrojem plynou. Využije-li takové možnosti, nezaniká mu právo nakládat s finančními a věcnými prostředky, jež mu účastník řízení na základě smluv poskytl.

Přijaté závazky modifikují rozsah protisoutěžních dopadů dohod pro něž byla původně výjimka žádána. Závazky o minimálním odběru kromě negativ pro hospodářskou soutěž přinášejí i některé výhody, které nezůstávají pouze u účastníků dohody, nýbrž **mohou být přiměřeným dílem přeneseny na spotřebitele.** Přispěl-li Plzeňský Prazdroj finančními prostředky provozovateli pohostinského zařízení např. na rekonstrukci provozovny, na zakoupení kvalitnějšího vybavení, resp. poskytl-li přímo takové vybavení, získávají **spotřebitelé výhody v podobě konzumace piva v kulturním prostředí nebo ve vyšší kvalitě.** Je přitom nepochybné, že provozovatel pohostinství by např. rekonstrukci provozovny nemohl v mnoha případech sám uskutečnit. Platí přitom, že závazky minimálního odběru jsou z pohledu hospodářské soutěže méně závažné než výhradní dohody. Jsou spojeny s nižší mírou uzavření trhu a ponechávají kupujícímu určitý prostor k nákupu konkurenčního zboží.

Situace na trhu po rozhodnutí ÚOHS



ÚOHS se vertikálními vazbami na trhu s pivem zabývá dlouhodobě. V současné době přitom šetří celý trh. Objem vázaného objemu piva na základě smluv o výhradním, minimálním či určitém odběru přitom činí podle údajů ÚOHS v současné době cca 2,5 mil. hl, tj. zhruba 30 procent z celkového objemu piva dodávaného v České republice do on-trade kanálu. Z uvedeného zjištění lze konstatovat, že míra uzavřenosti trhu v ČR není ze soutěžního hlediska znepokojivá. Významnější problém ÚOHS shledává v zákazech exportů piv, které se objevují ve smlouvách jednotlivých pivovarů. Jedná se o smlouvy, kdy se kupující zavazuje nevyvážet zboží za hranice České republiky. Pro případ porušení těchto povinností se kupující vystavuje zejména významným peněžitým sankcím ze strany příslušných pivovarů. Tímto způsobem dochází k určité teritoriální ochraně výrobce piv a vytváření bariér účinné soutěže mezi státy. ÚOHS zákazy exportu shledal ve smlouvách necelé desítky pivovarů, případ je řešen soutěžní advokací.

AKTUÁLNÍ ŠETŘENÍ ÚŘADU

Uzavřenost on-trade trhu s pivem

Smlouvy, jimiž si pivovary zavazují provozovatele restaurací k minimálnímu či výhradnímu odběru piva, mohou být z hlediska hospodářské soutěže zásadním problémem. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže se jím v podstatě kontinuálně zabývá již od druhé poloviny 90. let minulého století a kromě toho, že vedl několik správních řízení, tento trh rovněž pozorně monitoruje.

V minulém roce provedená analýza tzv. on-trade kanálu (prodej piva v pohostinských zařízeních) ukázala, že v roce 2005 činil objem piva dodaný do pohostinských zařízení v ČR 8 521 000 hl, z čehož bylo dohodami o výhradním, minimálním či určitém odběru piva vázáno nejméně cca. 2 563 000 hl. Maximální zavázaný objem tedy činí přibližně 30% z celkového množství piva dodaného na sledovaný trh. Všeobecně poklesl objem vázaných dodávek piva, přičemž i do provozoven vázaných minimálními odběry jsou pravidelně možné dodávky z jiných pivovarů. Dohody o čistém výhradním odběru se týkají pouze tří pivovarů s méně než 1% podílem na trhu. Tyto dohody, přestože jsou považovány za tzv. soft-core kartel, jsou tolerovány, pokud jsou uzavírány soutěžitelem s menším než 30% podílem na trhu a nepřekročí dobu pěti let (vztahuje se na ně bloková výjimka). V případě dohod uzavíraných hráči s ještě větším podílem je třeba individuální posouzení (dle § 3 odst. 4 zákona o ochraně hospodářské soutěže).

Na trhu mohou nastat kumulativní uzavírací účinky, pokud je vertikálními dohodami pokryto více než 30% trhu, opravdu problematické by však z pohledu soutěžní politiky bylo až 50% pokrytí trhu těmito dohodami. Z výše uvedeného je tedy patrné, že vázanost trhu je v České republice v současné době hraniční a Úřad proto

bude tuto oblast i nadále sledovat. Nepůjde pouze o monitorování jednání dominantního Plzeňského Prazdroje, ale i dalších pivovarů, které mají sjednané vysoké objemy minimálního odběru a jejich tržní podíly přitom nejsou zanedbatelné.



Zákaz exportu odporuje zákonu

Při prověřování smluv pivovarů s provozovateli pohostinských zařízení Úřad pro ochranu hospodářské soutěže zjistil, že někteří z těchto soutěžitelů uzavírají se svými odběrateli zakázané dohody. Konkrétně se jednalo o smluvní ustanovení, které těmto odběratelům zakazuje vyvážet pivo do zahraničí. Přestože není pravděpodobné, že by jednotliví provozovatelé pohostinských zařízení usilovali o export piva do ciziny, jedná se o závažné porušení soutěžního práva.

Úřad si následně vyžádal od dotčených pivovarů, mezi nimiž jsou např. Pivovary Staropramen a.s., Městský pivovar Platan, Bohemia Regent a další, vyjádření, proč tuto klauzuli ve svých smlouvách

uplatňují. Pivovary jako důvod uváděly především ochranu obalového kontá, označení obalů či etiket, reklamační důvody či jakost zboží.

Úřad je následně informoval o tom, že tyto smlouvy porušují národní i komunitární soutěžní právo, neboť se na ně nevztahuje bloková výjimka o vertikálních dohodách, která jasně stanovuje, že nepokrývá některé druhy omezení se závažným dopadem na hospodářskou soutěž, mezi něž řadí především stanovení nejnižších nebo pevných prodejních cen nebo některé typy územní ochrany. Tyto dohody jsou vždy zakázané, bez ohledu na tržní podíl daných soutěžitelů.

Protože pivovary po tomto upozornění projevily vůli spolupracovat, rozhodl se Úřad, že nezahájí správní řízení, ale bude případ řešit pomocí tzv. soutěžní advokacie. Se soutěžiteli byly dohodnuty lhůty, během nichž mají pozměnit své smlouvy tak, aby byly slučitelné se soutěžním právem. V současné době již většina pivovarů požadované změny provádí, nejzazším



termínem pro odstranění protisoutěžního ustanovení ze smluv je konec října 2007. Úřad průběžně kontroluje, zda byla nápravná opatření provedena skutečně v plném rozsahu.

Úřad posuzuje spojení BRAU-UNION Aktiengesellschaft/Královský pivovar Krušovice a.s.

Dne 4. července 2007 zahájil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže na základě návrhu rakouské společnosti BRAU-UNION Aktiengesellschaft správní řízení. Ke spojení soutěžitelů má dojít tak, že navrhovatel má nabýt možnost vykonávat kontrolu nad společností Královský pivovar Krušovice a.s. K navrhovanému spojení soutěžitelů dochází především v oblasti výroby a distribuce piva. Kupující stranou je BRAU-UNION Aktiengesellschaft náležející do skupiny Heineken. Společnost Heineken v současnosti v České republice vlastní Starobrno a.s., jejíž výrobní provozy se nacházejí v Brně a Znojmě. Společnost vyrábí značky Starobrno, Hostan a Zlatý Bažant a importuje značku Heineken. Začleněním pivovaru Krušovice do skupiny dosáhne Heineken prodeje na českém trhu kolem 1,6 mil. hl piva a stane se trojkou na trhu. **Rozhodnutí ve výše uvedené věci dosud nebylo vydáno.**

Šetření Úřadu ve věci výkupu pivních lahví

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže na jaře 2006 obdržel celkem čtyři podněty ve věci výkupu klasických starých pivních lahví Plzeňským Prazdrojem, a.s. (typ NRW) poté, co tento pivovar začal plnit pivo Gambrinus do nového typu lahve. Podle názoru jednotlivých stěžovatelů jednání dominantanta směřuje k vytlačení malých, konkurenčních pivovarů z trhu, a to tím způsobem, že malé pivovary budou muset nést náklady na výkup přebytečných klasických lahví z trhu.

Oblast nakládání s obaly je upravena především zákonem č. 477/2001 Sb., o obalech. Dohled nad povinnostmi zpětného odběru vratných zálohovaných obalů u všech osob, které je uvádějí na trh nebo do oběhu (s výjimkou posledních prodejců) vykonává Česká inspekce životního prostředí (ČIŽP). Inspekce provedla dne 9. 5. 2006 kontrolu dodržování povinností vyplývajících ze zákona o obalech. Nebylo přitom prokázáno, že by se Plzeňský Prazdroj vyhýbal povinnosti vykoupit staré vratné lahve, resp. nezajistil dostatečné množství přepravek na staré typy obalů.

Úřad se dále obrátil na společnost Plzeňský Prazdroj s žádostí, aby uvedla, jakým způsobem hodlá při zpětném odběru lahví postupovat. Z poskytnutých informací vyplynulo, že Prazdroj láhve starého typu nadále vykupuje a bude vykupovat tak, jak mu ukládají příslušná ustanovení zákona o obalech. Část vykoupených lahví je opětovně použita pro stáčení ostatních značek piv vyráběných Prazdrojem, část lahví je znehodnocována a část je exportována.

ÚOHS dále prověřil informace stěžovatelů, že jejich obchodní partneři z důvodu přebytku starých lahví na trhu vyzývají k poskytování dalších prázdných přepravek. Z vlastního šetření ÚOHS ovšem vyplynulo následující:

- Situace ve výkupu starých pivních lahví NRW se po zavedení nového typu lahve zásadním způsobem nezměnila.
- Přebytek NRW lahví se v prodejnách ve větší míře neprojevil. Pokud se někdy projevil, byl řešen objednáním většího množství přepravek od Plzeňského Prazdroje.
- Plzeňský Prazdroj odebírá zpět lahve NRW i nové lahve.
- Plzeňský Prazdroj dodává dostatečné množství přepravek pro výkup lahví NRW.
- Pivovarům se obvykle vrací tolik lahví, kolik dodají.
- Nebývá časté, že by se pivovaru vracelo více prázdných lahví, než dodal plných.
- Pokud se v prodejně vykoupí více lahví najednou, obchod vrací lahve rovnoměrně tak, aby nezpůsobil problémy malým pivovarům.



Informace poskytnuté reprezentativním vzorkem maloobchodů tedy nepotvrdily tvrzení o značném přebytku lahví NRW na trhu. Pokud se danému pivovaru vrací z maloobchodu více NRW lahví než dodal (resp. je vyzýván k poskytování prázdných přepravek), jde především o vztah mezi konkrétní pivovarskou společností a příslušnými maloobchodními prodejci, regulovaný zákonem o obalech. **Z uvedeného vyplývá, že ÚOHS nezjistil žádné indicie, které by nasvědčovaly možnému porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže ze strany společnosti Plzeňský Prazdroj.**

ANKETA MEZI ZÁSTUPCI PIVOVARŮ

1. Jaký je podle Vašeho názoru stav konkurenčního prostředí na českém trhu?
2. Domníváte se, že došlo k významným změnám na trhu po schválení spojení Plzeňský Prazdroj/Radegast koncem 90. let?



Alexej Bechtin, tiskový mluvčí společnosti Plzeňský Prazdroj, a.s.

1. Pivovarnické odvětví v České republice představuje podle našeho názoru vysoce konkurenční prostředí, kde cenou, servisem a vyrovnanou kvalitou soupeří několik desítek subjektů-průmyslových pivovarů s nabídkou téměř 400 značek piva. V poslední době výrazně - z hlediska pestrosti nabídky - doplňuje trh doslova boom restauračních, hotelových a domácích minipivovarů. Na českém trhu je totiž dostatek surovinových a výrobních kapacit, stejně jako lidských zdrojů, protože čeští sládkové patří k nejlepším na světě. Je evidentní, že si každá z kategorií pivovarů – velké, střední, malé a mini – našla své správné a přirozené místo na trhu. O pozitivním vývoji v odvětví svědčí také dobré ekonomické výsledky všech pivovarů, bez rozdílu velikosti či zaměření. Českému pivovarnictví výrazně pomáhá stále rostoucí export a dobré jméno českého piva ve světě.

2. Po schválení fúze tehdejších společností Plzeňský Prazdroj, a.s., Pivovar RADEGAST a.s. a Pivovar Velké Popovice, a.s. a po jejich definitivním sloučení v roce 2002 se český trh s pivem a celé odvětví pivovarnictví stabilizovalo. Působení silného hráče na trhu se zázemím významné mezinárodní pivovarnické společnosti SABMiller (2. na světě v objemu prodaného piva) stanovilo vysokou laťku a standardy kvality ve všech oblastech souvisejících s výrobou a prodejem piva: v nárocích na parametry surovin, ve špičkových technologických postupech, v distribuci, prodeji a marketingu. Vymezení současného Plzeňského Prazdroje jako nezpochybnitelného lídra trhu umožnilo ostatním soutěžitelům rozvíjet nabídku v řadě oblastí, které nejsou pro velké firmy typické – speciální piva, různá balení, marketingové akce zaměřené na nejbližší okolí menších pivovarů. Plzeňský Prazdroj jako největší český exportér v tomto odvětví přispívá k propagaci českého piva v zahraničí a svým způsobem tam razí cestu ostatním výrobcům. Jako firma se špičkovým zázemím, tradicí a lidskými kapacitami rozvíjí Plzeňský Prazdroj vysoké standardy kvality výroby i péče o pivo, stejně jako unikátní českou pivní kulturu, jejímž je nejnvýraznějším představitelem.



Jiří Fusek, prezident Českého svazu malých nezávislých pivovarů a předseda představenstva Pivovaru Černá Hora, a.s.

1. Současný vývoj konkurenčního prostředí na trhu má zhoršující se tendenci a to z toho důvodu, že dominantní hráči na pivovarském trhu využívají výhod svého postavení v řadě oblastí obchodu, služeb a cen.

Příklady:

Pokud se týká cen, tak skupina Plzeňského Prazdroje ve svých třech základnách rozdělila cenu piva na maximální a minimální relaci a využívá nástupu nízkých cen u značky Kozel nebo Radegast a tím znevýhodňuje menší dodavatele a vyvolává cenovou válku v restauracích. Vedle toho reklamním způsobem vyzdvihují značku Gambrinus a Pilsner Urquel, kde vyrovnávají cenové ztráty jiných výrobků.

Nové vedení skupiny Prazdroj využilo svého dominantního postavení a v rámci reklamního tahu ruší postupně využívání lahví NRW, které byly využívány všemi pivovary a byly i vynikající službou zákazníkovi, který láhev s pivem kdekoli nakoupil a mohl ji kdekoliv vrátit. K této hře se přidali i další velcí výrobci. Tímto krokem se omezuje vracení lahví, zvyšují se náklady na třídění a přepravu a hlavní důvod je ten, že malé a střední pivovary mají znesnadněn přístup do obchodních řetězců, protože se zvyšuje počet vratných obalů a protože skupinu Prazdroje potřebují, vyřazují malé pivovary a to zejména tlakem na cenu výrobku, kterou chtějí dostat zcela mimo ekonomickou výrobu. Tím se zvyšuje podíl dominantního hráče.

V případě, že nastupují do obchodního jednání v restauracích, kde je malý nebo střední pivovar, využívají své ekonomické síly k přeplácení provozovatelů zase v kombinaci s nabídkou i levného zboží a zejména nedodrží ponechání 30% prostoru pro svou konkurenci a vždy trvají na tom, aby současný dodavatel ukončil ostatní dodávky a oni byly monopolní.

V současné době ve spojení s pivovarem Staropramen mají snahu zastavit registraci Českého piva v Bruselu, což může v budoucnu ovlivnit rozvoj vysoce kvalitních produktů v oblasti piva. Může se stát, že nechráněné značky budou limitovány ekonomicky a může to dopadnout tak, že bude zastavena historická výroba piva v ČR.

2. Ano na trhu došlo k významným změnám. V této době se jednalo o akciovou společnost, kdy rozhodujícím akcionářem byly české banky a skupina Prazdroje jako dominantní výrobce spolupracoval s řadou menších výrobců při výrobě speciálů. Na základě tohoto postupného vývoje vyjádřil i Pivovar Černá Hora, a.s. souhlas se spojením, protože jsme brali, že tento výrobce českého piva, který byl v minulosti vždy protěžován státními zdroji jako pivo ČR napomůže i nám k dalšímu rozvoji při zachování historické produkce. Výsledek však můžeme hodnotit zcela obráceně. Dnes má zájem tento producent stavět licenční výroby v zahraničí pod značkou Pilsner Urquel. Tato strategie je výhodná pro vlastníka SAB Miller, ale není vhodná pro české pivovarnictví. V současné době bychom v žádném případě kladné stanovisko nedali, protože zejména při nevhodné investiční pobídce státu vůči této skupině jsou způsobovány další škody českému pivovarnictví, které patří mezi rozhodující atrakce českého státu v rámci turistiky a všechny tyto direktivní zásady způsobují nenahraditelné škody.

ANKETA MEZI OSOBNOSTMI

Je podle Vašeho názoru na českém trhu dostatečný výběr piv různé kvality a rozdílných cenových relací?

Pavel Ciprian
ředitel Muzea města Brna

Protože nejsem vyhraněným „pivařem“, zdá se mně, že mohu na anketní otázku odpovědět kladně. Většinou preferuji pivo dle lokality, v níž se nacházím: v Brně Starobrno, v Praze Staropramen, v Plzni Prazdroj a v ostatních místech pivo z místních pivovarů. Řekl bych, že na českém trhu je dostatečný výběr piv různé kvality - alespoň pro mne to stačí.



Jiří Kekrt
bývalý trenér házenkářské reprezentace mužů, současný kouč mistra České republiky HCB OKD Karviná

Nemohu o sobě tvrdit, že jsem pivař, ale jsou samozřejmě okamžiky, kdy pivo s chutí vypiji. Víím, že v čase, kdy konkurence na pivním trhu neustále roste, je udržení životaschopnosti malých pivovarů stále obtížnější. Jsem rád, že se jim to daří. Tento fakt přispívá k různorodosti pivních produktů i jejich kvalitě. Jsem Čech, který hodně cestuje a může porovnat naše produkty s těmi zahraničními. Domnívám se, že stále patříme v porovnání s ostatním světem ke špičce a přál bych si, aby to tak zůstalo i nadále. Co se týká množství produktů v tomto oboru, domnívám se, že je dostatečný. Cenová různorodost od typů piv, které jimi snad ani nejsou v relaci několika korun, až po kvalitu ve vyšší ceně, je rovněž obstojná. Žiji nedaleko Nošovic, takže Radegast patří k tomu, co preferuji, ale neodmítnu ani kvalitní pivo jiné české produkce.

Marcela Staňková
šéfredaktorka časopisu *Parlament*, vláda, samospráva

Ačkoliv nepatřím mezi milovníky piva, čas od času si sklenku piva ráda dám. Myslím, že výběr piv je u nás široký, jen bychom mohli zlepšit kulturu jeho podávání. Třeba v Belgii servírují každý druh piva v jiné sklenici a podávají k němu něco na zub - oříšky či sýr. Pokud se kvality piva týče, myslím, že máme špičková piva a úměrné cenové relace.



Petr Halberstadt
herec Národního divadla v Brně

Na našem trhu je skutečně dostatečně široký výběr piv různé kvality, zdůrazňuji různé kvality, tím samozřejmě i ceny. Nicméně se domnívám, že v mnoha případech výslednou kvalitu výrazně negativně ovlivňují koncové pohostinské provozovny svojí neodbornou péčí a čepem. Osobně preferuji tradiční české značky Prazdroj nebo Budvar z malých pivovarů bych zmínil Lobkowicz.

