Č.j.: S 75/00-46/01-240 V Brně dne 18. 1. 2001

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení zahájeném z vlastního podnětu dne 23. 10. 2000 dle § 18 zákona č. 71/1967 Sb., o správním řízení, v platném znění, ve spojení s § 12 zákona č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění zákona č. 495/1992 Sb., zákona č.286/1993 Sb. a zákona č.132/2000 Sb., ve věci možného porušení § 3 odstavec 1 zákona č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v platném znění, vedeném s účastníkem řízení, kterým je **Družstvo ESO MARKET, Plzeňská 305, 266 01 Beroun, IČ 25649639**, vydává toto

r o z h o d n u t í :

Správní řízení vedené ve věci možného porušení § 3 odstavce 1 zákona č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění zákona č. 495/1992 Sb., zákona č. 286/1993 Sb. a zákona č. 132/2000 Sb., s účastníkem řízení, kterým je **Družstvo ESO MARKET, Plzeňská 305, 266 01 Beroun, IČ 25649639,** se dle § 30 zákona č. 71/1967 Sb., o správním řízení, v platném znění, **z a s t a v u j e .**

O d ů v o d n ě n í :

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen "Úřad") zahájil dne 23. 10. 2000 z vlastního podnětu správní řízení s účastníkem řízení, jímž je Družstvo ESO MARKET ve věci možného porušení § 3 odst. 1 zákona č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění zákona č. 495/1992 Sb., zákona č. 286/1993 Sb. a zákona č. 132/2000 Sb. (dále jen "zákon" nebo "zákon o ochraně hospodářské soutěže"). Možné porušení zákona Úřad spatřoval v jednání účastníka, jímž stanoví svým odběratelům, případně s nimi sjednává maloobchodní

ceny zboží pro jeho další prodej, jakož i obchodní podmínky, které mohou být v rozporu se zákonem.

V průběhu řízení, na základě zjištěných skutečností, zpřesnil Úřad dne 22. 11. 2000 při ústním jednání s účastníkem řízení předmět správního řízení takto: Možné porušení zákona Úřad spatřuje v zavazování členů Družstva ESO MARKET – maloobchodních prodejců, plnit usnesení orgánů družstva (Stanovy čl VIII. bod 2. písm. b), kdy usnesení/rozhodnutí těchto orgánů (resp. pracovního orgánu představenstva), se týkají i letákových a jiných akcí pořádaných pro členy družstva na podporu prodeje zboží a jsou pro členy družstva závazná (čl. II bod 5. písm. b) Organizačního řádu). Obdobně jsou členové družstva povinni bezvýhradně respektovat rozhodnutí představenstva o zákazu prodeje výrobků a zboží určitých výrobců či dodavatelů z důvodu možnosti naplňování určité strategie družstva (čl. IV. odst. 3 Organizačního řádu).

Zjištěné skutečnosti

Družstvo ESO MARKET (dále též „ESO MARKET“), bylo zapsáno do obchodního rejstříku dne 2. 3. 1998. Zakládajícími členy byl velkoobchod EKOSTYL CZ s. r. o. a sedm maloobchodních prodejců. Členy družstva jsou jednak fyzické osoby – maloobchodní prodejci, kteří tvoří maloobchodní prodejní síť družstva (dále taktéž „síť Eso“) jednak dvě právnické osoby a sice velkoobchod EKOSTYL CZ, s. r. o. a velkoobchod ZAVA-Z spol. s r. o. Prodejci zařazení do maloobchodní sítě Eso jsou samostatnými podnikatelskými subjekty, kteří nebytové prostory v nichž prodávají buď vlastní, nebo k těmto nebytovým prostorám mají nájemní vztah. Zboží nakupují do svého vlastnictví a prodávají na vlastní hospodářské riziko. K 31. 12. 2000 mělo družstvo celkem 95 členů. Celkový počet provozoven v rámci sítě Eso je v současné době 121. Prodejní sortiment sítě Eso je zaměřen na prodej především potravinářského zboží doplněného o další zboží pro běžnou denní potřebu v domácnostech.

Stanovy družstva ESO MARKET jsou základním dokumentem, podle kterého se řídí chod družstva. Dle čl. 1 Stanov je ESO MARKET společenstvím neuzavřeného počtu podnikatelských subjektů, které se zavázaly ke společné výstavbě otevřeného prodejního systému za účelem vzájemného zajištění a podpory prodeje k dosahování společných i individuálních cílů v oblastech podnikání se zaměřením na spotřební trhy v oborech potravinářského a nepotravinářského zboží. Stanovy mimo jiné stanoví v čl. VIII Práva a povinnosti členů, bod 2. písm. b), že člen družstva povinen dodržovat stanovy a další normy družstva a plnit usnesení orgánů družstva přijatá v mezích jejich působnosti. (Pozn. pro členské velkoobchody platí plnění povinností členů družstva jen přiměřeně). Orgány družstva jsou členská schůze, představenstvo, kontrolní komise a další orgány určené Organizačním řádem družstva (čl. XIV bod 1 Stanov). Organizační řád družstva stanoví, že představenstvo družstva řídí činnost pracovních orgánů představenstva, což jsou regionální komise a skupina rychlého marketingového řízení. Podle čl. II bod 5. Organizačního řádu, je úkolem regionální komise mimo jiné výběr smluvních dodavatelů u přímých dodávek zboží a schvalování obchodních podmínek spolupráce s nimi a řízení podpory prodejů s důrazem na spoluúčast při organizaci letákových akcí. Další pracovní orgán představenstva – skupina rychlého marketingového řízení, má podle Organizačního řádu rozhodovat o mimořádných nabídkách učiněných družstvu smluvními dodavateli v období mezi zasedáními regionální komise a vyjadřovat se k upřesnění cen výrobků na letákové akce (schválených regionální komisí a představenstvem). Rozhodnutí skupiny rychlého marketingového řízení je závazné pro všechny členy družstva (čl. II. bod 5. písm. b) Organizačního řádu). V čl. IV Organizačního řádu družstva jsou dále rozvedeny povinnosti členů družstva provozního charakteru tzv. “Družstevní dohoda”. Patří sem povinnost přednostně odebírat zboží od členských velkoobchodů v rozsahu nejméně 80 % svých celkových velko-

obchodních odběrů a přednostně odebírat zboží od vybraných přímých smluvních dodavatelů. V odst. 3) čl. IV je uvedeno, že člen družstva je povinen při naplňování základního poslání a základní podnikatelské filosofie družstva bezvýhradně respektovat rozhodnutí představenstva o zákazu prodeje výrobků a zboží určitých výrobců či dodavatelů z důvodu možnosti naplňování určité strategie družstva.

Při jednání s účastníkem řízení (a následně též svědeckou výpovědí) bylo ověřeno, že povinnost členů plnit rozhodnutí (usnesení) orgánů družstva se netýká určování prodejních cen zboží prodávaného v síti Eso nezávislými prodejci. Vztahuje se však na letákové akce organizované orgány družstva, u nichž je zboží uvedené v letáku prodáváno v síti Eso za jednotné ceny. Družstvo organizuje pro své členy- maloobchodní prodejce, tzv. promoční (letákové) akce, jejichž cílem je podpora prodeje určitých výrobků. Letákové akce se konají pravidelně každý měsíc a jejich doba trvání se pohybuje kolem dvou týdnů. Počet jednotlivých druhů zboží v jedné letákové akci není jednoznačně předem stanoven, ale je závislý od zájmu spotřebitelů i potřeby podpory prodeje konkrétního výrobku. Z materiálů, které má Úřad k dispozici vyplývá, že počet výrobků v letákové akci se pohybuje zpravidla okolo 30 - 40. Smyslem letákových akcí je přilákat zákazníky na akční nízké ceny zboží do prodejen sítě Eso. Zákazníci pak zpravidla zakoupí i jiné (nikoli letákové) zboží (čímž se též zvyšuje obrat prodejen v síti Eso). Při jednání sdělili zástupci ESO MARKET, že příprava a organizace letákových akcí je prováděna tak, že skupina rychlého marketingového řízení soustředí od členů družstva návrhy výrobků, které by měli zájem zařadit do příslušné letákové akce a předá tento návrh kanceláři družstva. Kancelář družstva návrhy posoudí a zpracuje orientační přehled výrobků do akce, který předloží v rámci jednání o přípravě letákové akce smluvním dodavatelům. Smluvní dodavatelé předloží kanceláři družstva vlastní návrhy výrobků do akce, ta je postoupí členům skupiny rychlého marketingového řízení k posouzení. Jednotliví členové skupiny rychlého marketingového řízení souhrnný návrh posoudí a předají svůj výběr kanceláři družstva. Kancelář provede statistické vyhodnocení shodnosti návrhů jednotlivých členů skupiny rychlého marketingového řízení a konečný návrh doporučených výrobků pro konkrétní akci „doladí“ s koordinátorem skupiny rychlého marketingového řízení. Konečný přehled výrobků do letákové akce kancelář zašle dodavatelům. Členové sítě Eso dostanou zpravidla e mailem přehled zboží pro akci zahrnující druh zboží, dodavatele, nákupní cenu, akční slevu a akční maloobchodní cenu, přičemž jak vyplývá z dokumentů, které má Úřad k dispozici, jen v některých přehledech je u ceny pro konečného spotřebitele uvedeno „doporučená akční maloobchodní cena“ (např. dokument označený jako „Souhrnný přehled výrobků od přímých dodavatelů“, spis str. 133), v jiných přehledech pro letákové akce není termín „doporučená MO cena uveden, je zde pouze označení „ maloobchodní cena“ (např. dokument nadepsaný LA č. 6, spis str. 294). Obecně tedy z přehledu výrobků do letákových akcí předaných členům sítě Eso nevyplývá jednoznačně, že se jedná o nezávazné doporučení maloobchodních cen zboží v letákových akcích.

K prodejním cenám zboží prodávaného v letákové akci účastník řízení uváděl, že ve všech případech se jedná o doporučenou maloobchodní cenu, za kterou se má zboží v akci prodávat. Současně účastník řízení uvedl, že „v případě, že člen sítě Eso odebere zboží od dodavatelů v dohodnutých nákupních cenách na letákovou akci, očekává dodavatel, že bude zboží prodáváno v doporučených prodejních cenách. Není-li tomu tak, dodavatel oznámí toto zjištění kanceláři družstva. Kancelář družstva provede prověření této informace u konkrétního člena a doporučí řešení, které předloží na nejbližším zasedání představenstva. Navržené řešení bývá různé, případ od případu“.

Úřad má k dispozici též smlouvu o podmínkách dodávek zboží do sítě Eso uzavřenou mezi ESO MARKET a jedním z dodavatelů (spis str. 31), v níž se ESO MARKET dohodl, že

obě strany se budou vzájemně informovat v případech zdokumentovaného zjištění nedodržování akčních prodejních cen konkrétním odběrovým místem v průběhu trvání letákové akce a o svých závěrech bude ESO MARKET dodavatele informovat (spis str. 37). K tomu účastník řízení podal vysvětlení, že se „jedná o opatření ze strany dodavatele, aby nedocházelo ke snížení doporučené maloobchodní ceny uvedené na letáku pod hranici minimální ceny dodavatele na maloobchodní síť (včetně maloobchodních řetězců). Toto opatření není běžné, nikdo za to z členů družstva nebyl postižen a ani tato situace nenastala“.

Úřad má k dispozici zápisy z jednání představenstva ESO MARKET. Ze zápisu číslo P-6/2000 ze dne 27. 6. 2000 vyplývá, pokud jde o letákové akce, byla ze strany družstva provedena kontrola u 23 členských maloobchodů v síti, zaměřená na dodržování letákových akcí a zjištění důvodů, proč případně nejsou členy dodržovány. V zápise je dále uvedeno, že „nedodržování letákových akcí (nevyvěšení a neoznačení výrobků)“ bylo zjištěno konkrétně u tří provozoven (spis str. 88). Současně je v zápise i návrh řešení, ve kterém je uvedeno: „se členy bylo dohodnuto, že od LA č. 10 již budou výrobky do akcí označovat a dodržovat tak jednu z povinností člena. V případě, že by tomu tak při následné kontrole nebylo, jsou si vědomi možného postihu ze strany družstva“.

Dne 22. 11. 2000 se konal výslech svědkyně paní Vladimíry Vyskočilové. Svědkyně pracuje v provozovně MUNO, které je součástí sítě Eso (v této provozovně byla podle zápisu z jednání představenstva, spis str. 88, provedena kontrola dodržování letákových akcí). Svědkyně potvrdila, že v provozovně MUNO byla skutečně kontrola letákových akcí ze strany družstva provedena, ale už si nevzpomíná na co tato kontrola byla zaměřena. Žádný postih ze strany družstva vůči ní nebyl uplatněn. Dále uvedla, že letákových akcí se zúčastňuje dobrovolně a prodejní ceny zboží v těchto letákových akcích si v několika případech stanovila odlišně, než byla cena na letáku. Na otázku zda vůči ní bylo někdy aplikováno ustanovení čl. IV bod 3. Organizačního řádu, svědkyně uvedla, že nikoliv.

Relevantní trh

Relevantní trh je obecně místem, kde se střetává nabídka s poptávkou po určitém druhu zboží. Vymezení relevantního trhu je založeno na posouzení tří aspektů – výrobkového, geografického a časového.

a) **věcné vymezení relevantního trhu**

Výrobkový trh zahrnuje všechny identické výrobky a ty výrobky, které spotřebitelé považují za zaměnitelné nebo nahraditelné vzhledem k jejich vlastnostem, ceně, nebo zamýšlenému způsobu použití. Předmětem činnosti členů sítě Eso – majitelů středně velkých prodejen, je maloobchodní prodej zboží, a to širokého sortimentu potravin (jak trvanlivých, tak určených ke krátkodobé spotřebě) - např. mouka, cukr, luštěniny, těstoviny, oleje, tuky, cukrovinky, konzervované potraviny, káva, koření, masné výrobky, suché plody atd., dále nápojů, tabákových výrobků, ale i nepotravinářského zboží pro domácí potřebu (tj. základní sortiment drogerie a výrobků osobní hygieny), přičemž potravinářský sortiment je převažující. Společným znakem těchto výrobků je, že všechny tvoří část tzv. „koše zboží denní spotřeby“. Uvedené zboží je určeno již konečným spotřebitelům.

Zákazníci vyhledávají toto zboží buď v supermarketech nebo ve středně velkých či menších širokosortimentních prodejnách. Odlišný charakter - pokud jde o spektrum nabízeného sortimentu, způsob prodeje (včetně prodejní doby), jakož i dostupnost prodeje pro spotřebitele a další poskytované služby, vykazuje prodej zboží ve specializovaných prodejnách s úzce vymezeným sortimentem, prodej v kioscích a v tzv. shopech u čerpacích stanic. Zákazníci

poptávající smíšené zboží se primárně pravidelně při uspokojování své poptávky neobracejí na kiosky či shopy čerpacích stanic a rovněž jejich poptávku po širokém sortimentu potravinářského a doplňkového zboží nemohou uspokojit specializované prodejny (například masa či lahůdek apod.). Tato prodejní místa tedy nepředstavují alternativní nabídku při rozhodování spotřebitelů o výběru dodavatele požadovaného zboží. Prodejci prodávající některé obdobné druhy zboží ve specializovaných prodejnách, v kioscích či shopech čerpacích stanic tak nejsou v přímém soutěžním vztahu k prodejcům prodávajícím zboží denní spotřeby; z uvedeného důvodu do celkového obratu dosahovaného na trhu zboží denní spotřeby nebude zahrnován obrat z prodeje obdobných druhů zboží ve specializovaných prodejnách, kioscích a shopech čerpacích stanic.

Na základě výše uvedeného byl v tomto správním řízení relevantní trh po stránce věcné vymezen jako trh **zboží denní spotřeby určené pro maloobchodní prodej spotřebitelům.**

Při vymezování relevantního trhu z hlediska věcného přihlédl Úřad podpůrně i k rozhodnutí Evropské komise č. j. 97/277 z 20. listopadu 1996 (Case No IV/M.784 – Kesko/Tuko), v němž EK vymezila relevantní trh obdobným způsobem.

b) vymezení relevantního trhu z hlediska geografického

Relevantní trh z hlediska geografického zahrnuje území, na kterém se realizuje vztah nabídky a poptávky po zboží za dostatečně homogenních podmínek, jimiž se odlišuje od ostatních území, na kterých nabídka a poptávka probíhá za podmínek zřetelně odlišných. V daném správním řízení se vztah nabídky a poptávky po zboží denní spotřeby realizuje na území, na kterém se rozprostírá síť maloobchodních prodejen ESO MARKET zásobovaná účastníkem řízení a jím vybranými přímými (tzv. smluvními) dodavateli. Síť Eso (121 členských maloobchodních provozoven) se nachází převážně na území středních a severních Čech, částečně také západních Čech. Přesněji se jedná o okresy Praha východ, Praha západ, Beroun, Benešov, Kladno, Louny, Rakovník, Litoměřice, Mělník, Chomutov, Karlovy Vary, Sokolov, Teplice, Most, Ústí nad Labem, Děčín a Cheb.

K tomu je třeba uvést, že součástí vymezení relevantního trhu z hlediska geografického je taktéž zahrnutí území, v němž se může kupující prakticky pokoušet o nalezení alternativních zdrojů nabídky zboží, které je předmětem výrobkového trhu (v daném případě zboží denní spotřeby). Z pohledu spotřebitele je území, v němž může hledat alternativní zdroje nabídky daného zboží, dáno zhruba vzdáleností ujetou při 20 minutové jízdě autem (tzv. dosahová vzdálenost) – viz též citované rozhodnutí EK Case Kesko/Tuko. Toto kriterium však nelze uplatňovat čistě mechanicky - svůj vliv na rozhodování spotřebitele sehrávají i další skutečnosti, jako je kvalita nabízeného sortimentu zboží, kvalita poskytovaných služeb, otevírací doba v prodejnách určité oblasti a další služby (k nimž patří např. snaha některých supermarketů získat zákazníky i organizováním jejich hromadné dopravy z určitého území).

Na základě uvedených skutečností vymezil Úřad relevantní trh z hlediska geografického jako **trh místní,** daný územím kde jsou rozmístěny jednotlivé maloobchodní prodejny členů ESO MARKET(spis str. 415), se zohledněním dosahové vzdálenosti. Takto vymezené území je znázorněno na mapce, která je součástí spisu (spis str. 414). Na tomto území působí řada dalších maloobchodních prodejců nezačleněných do sítě Eso (vč. nadnárodních obchodních řetězců) nabízejících stejné zboží jako prodejci sítě Eso.

c) vymezení relevantního trhu z hlediska časového

Vymezení trhu z hlediska časového vyjadřuje četnost (pravidelnost a opakovanost) střetu nabídky a poptávky a odlišuje jej od střetu nabídky a poptávky, k němuž dochází nahodile, popř. jen ojediněle. Dodávky zboží denní spotřeby určené pro maloobchodní prodej probíhají pravidelně trvale po celý kalendářní rok. Z uvedeného důvodu byl relevantní trh z hlediska časového vymezen jako trh trvalý, vyznačující se pravidelnými dodávkami zboží denní spotřeby.

Podíl účastníků dohody na zásobování místního trhu zbožím denní spotřeby

Pro zjištění podílu členů obchodní sítě Eso na zásobování vymezeného místního trhu zbožím denní spotřeby vycházel Úřad z údajů za rok 1999. Podkladem byly údaje ČSÚ o celkovém obratu dosaženém z prodeje tohoto zboží v České republice (spis str. 387 - 390) a dále obrat maloobchodních prodejen členů sítě Eso dosažený za uvedené období. Výši celkového obratu dosaženého z prodeje zboží denní spotřeby na vymezeném místním trhu stanovil Úřad kvalifikovaným odhadem na základě podílu poptávkové strany na tomto trhu (viz str. 415 spisu). Celkový obrat odhadovaný na daném místním trhu činil 35 056,5 mil Kč (tj. cca 14,07 % celkového obratu dosaženého v ČR). Celkový obrat sítě Eso činil cca 1 201,5 mil Kč, což představuje 3,4 % podílu na celkovém obratu daného místním trhu. ESO MARKET nedodává zboží na vymezený místní trh, poskytuje pouze služby zprostředkování dodávek zboží pro své členy, jeho celkový obrat v roce 1999 činil 3 759 tis. Kč.

Posouzení z hlediska zákona o ochraně hospodářské soutěže

K právní úpravě zakázaných dohod mezi soutěžiteli obecně Úřad uvádí:

Dle § 3 odst. 1 zákona jsou zakázané veškeré dohody mezi soutěžiteli, které vedou nebo mohou vést k narušení hospodářské soutěže na trhu zboží nebo služeb. Zákon nerozlišuje, zda jsou uzavírány v horizontální či ve vertikální úrovni. Vertikální dohody omezující soutěž (tzn. uzavírané mezi soutěžiteli navzájem si nekonkurujícími, ale jejichž činnost na sebe navazuje např. ve vztazích výrobce - distributor - prodejce) se však považují z hlediska jejich dopadu na hospodářskou soutěž za méně škodlivé, nežli horizontální dohody omezující soutěž (tj. uzavírané mezi soutěžiteli na stejné úrovni distribučního řetězce), což se již odráží v platném soutěžním právu EU i v nově navrhované tuzemské právní úpravě ochrany hospodářské soutěže. V některých případech totiž mohou vertikální dohody přispět např. ke zlepšení distribuce zboží a přinést určitý díl výhod i pro spotřebitele (pravidelnost zásobování zbožím standardní kvality, zvýšení dostupnosti určitého zboží, zlepšení úrovně služeb distribuce a pod); omezení hospodářské soutěže v nich obsažená tak mohou být vyvážena výhodami či dostatečně efektivním účinkem pro spotřebitele. Protisoutěžní dopady vertikálních dohod se pak zvyšují existencí určitého stupně tržní síly účastníků dohody (příp. jednoho z nich), jejímž důsledkem je nedostatečná soutěž mezi jednotlivými značkami daného zboží (tzv. inter-brand competition), případně se zvyšují kumulativním účinkem většího počtu uzavřených dohod s obdobnými vertikálními omezeními.

Ve smyslu § 3 odst. 2 zákona se za nejzávažnější porušení zákona považují dohody mezi soutěžiteli obsahující přímé či nepřímé určení cen (a to jak v horizontální, tak i vertikální úrovni). Dohody o cenách jsou vždy považovány za způsobilé narušit hospodářskou soutěž, neboť jejich cílem je ovlivnit hospodářskou soutěž (ve smyslu udržení či zvýšení konkurenceschopnosti daného soutěžitele/soutěžitelů na trhu), nikoli výkony férové soutěže, nýbrž vědomým uplatňováním této protisoutěžní praktiky.

K uvedenému úřad doplňuje, že dle čl. 81 (1) Smlouvy o založení ES jsou se společným trhem neslučitelné a proto zakázány veškeré dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě, které by mohly ovlivnit obchod mezi členskými státy a jejichž cílem nebo výsledkem je vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na společném trhu, zejména ty, které přímo nebo nepřímo určují nákupní nebo prodejní ceny. Dle Oznámení Evropské komise o dohodách zanedbatelného významu („de minimis"), uveřejněného v Official Journal of the European Communities C 372 z 9.12.1997, čl. II. bod. 11., aplikace čl. 81 (1) Smlouvy o založení ES nemůže být vyloučena ani u dohod mezi soutěžiteli, jejichž dopad na soutěž je nepatrný (vzhledem ke společnému podílu účastníků dohody na trhu, nedosahujícímu hranice stanovené v Oznámení), tj tzv. dohod de minimis, jestliže obsahují některé z vyjmenovaných omezení s tzv. „tvrdým jádrem"- mezi něž patří zejména dohody o přímém či nepřímém určení cen. Obdobně postupuje při posuzování bagatelních dohod z hlediska zákona také úřad.

Zákon o ochraně hospodářské soutěže se podle § 2 odst. 1 písm. a) vztahuje na fyzické a právnické osoby, které se účastní hospodářské soutěže, i když nejsou podnikatelé. Vztahuje se tedy i na družstva. Ustanovení zákona se ve smyslu § 2 odst. 2 zákona rovněž obdobně použijí i na sdružení podnikatelů (např. asociace podnikatelů, odbytová družstva apod.), pokud jejich činnost může ovlivňovat hospodářskou soutěž.

Družstvo je samostatnou právnickou osobou, jehož právní forma je jednotně upravena v obchodním zákoníku pro všechna družstva, bez ohledu na předmět činnosti. Stejně tak jsou samostatnými podnikateli i členové družstva – v daném případě buď fyzické osoby podnikající na základě živnostenského oprávnění v oblasti maloobchodního prodeje nebo obchodní společnosti provozující mj. velkoobchodní činnost. Ačkoli jsou tyto osoby členy družstva, zůstávají zároveň i samostatnými podnikateli. Vstupem do družstva se zavazují dodržovat stanovy a plnit usnesení orgánů družstva.

Dohody mezi družstvem a jeho členy jsou dohodami mezi soutěžiteli. K uzavření dohody, kvalifikované jako zakázané ve smyslu § 3 odst. 1 zákona, mezi družstvem a jeho členy dochází tehdy, když družstvo svými právními úkony nebo svým jednáním koordinuje soutěžní aktivity členů tak, že dochází k narušení soutěže. Může jít např. o akceptaci rozhodnutí představenstva družstva ze strany členů družstva, pokud obsahuje závazek narušující hospodářskou soutěž.

Úřad konstatuje, že na organizování letákových akcí pro členy družstva se významně podílí skupina rychlého marketingového řízení, a to jak co do výběru zboží, tak pokud jde o stanovení prodejní akční ceny tohoto zboží pro konečného spotřebitele. Jde o orgán družstva, jehož rozhodnutí jsou dle čl. II bod 5 písm. b) Organizačního řádu pro všechny členy družstva závazná. Přitom bylo zjištěno, že členové sitě Eso nejsou jednoznačně informování o tom, že by se u letákových akcí jednalo o pouhé nezávazné doporučení prodejních cen zboží a nevyplývá to jednoznačně ani z podkladů, které Úřad získal k těmto akcím – viz výše. Jelikož toto zboží je v době prodeje v majetku provozovatele maloobchodní prodejny, musí být jednoznačně pouze na jeho rozhodnutí, za jakou cenu toto zboží bude prodávat.

Porušení zákona Úřad spatřuje v zavazování členů ESO MARKET– maloobchodních prodejců, plnit usnesení orgánů družstva (Stanovy čl VIII. bod 2 písm. b), kdy usnesení/rozhodnutí těchto orgánů (resp. pracovního orgánu představenstva –skupiny rychlého marketingového řízení), se týkají i prodejních cen zboží v letákových akcích pořádaných pro členy družstva a tato rozhodnutí jsou pro členy ESO MARKET závazná (čl. II bod 5. písm. b) Organizačního řádu družstva).

Obdobně představuje možnost porušení zákona i zavázání členů družstva bezvýhradně respektovat rozhodnutí představenstva o zákazu prodeje výrobků a zboží určitých výrobců či dodavatelů z důvodu možnosti naplňování určité strategie družstva (viz čl. IV odst. 3) Organizačního řádu družstva). Toto ustanovení však, jak bylo zjištěno, nebylo dosud v praxi uplatňováno, členové sítě Eso mají možnost volit mezi dodavateli a výrobky, které si sami vyberou podle výhodnosti jejich nabídek. Takto formulovaný závazek je však způsobilý narušit hospodářskou soutěž; vyloučení určitých dodavatelů ze zásobování sitě Eso by vedlo k omezení hospodářské soutěže v dodávkách zboží na daném místním trhu.

V průběhu řízení účastník řízení nabídl projednání úpravy vnitřních předpisů družstva tak, aby z nich jednoznačně vyplývalo, že závazkem členů družstva plnit usnesení orgánů družstva, včetně rozhodnutí skupiny rychlého marketingového řízení, není dotčeno jejich právo stanovit svobodně a nezávisle své prodejní ceny zboží, a to i pokud jde o letákové akce na podporu prodeje. Dále navrhl vypuštění čl. IV odst. 3) Organizačního řádu družstva. Vzhledem k tomu, že úprava vnitřních předpisů družstva podléhá ve smyslu Stanov schválení členské schůze, požádal účastník řízení dne 25. 11. 2000 o přerušení správního řízení na dobu 25 dnů, čemuž Úřad vyhověl rozhodnutím č.j. S 75 A/00-2082/00-240 ze dne 22. listopadu 2000.

Dne 8. 12. 2000 obdržel Úřad od účastníka řízení výpis z usnesení členské schůze ESO MARKET, konané dne 30. 11. 2000 (spis str. 416 – 421), včetně kopie prezenční listiny. Na této členské schůzi byly projednány a schváleny úpravy vnitřních předpisů družstva – Stanov a Organizačního řádu, aby bylo pro členy sítě Eso – maloobchodní prodejce nepochybné, že mají právo svobodně a nezávisle stanovit své prodejní ceny. Pokud jde o ustanovení čl. IV odst 3) Organizačního řádu, pak členská schůze ESO MARKET schválila jeho vypuštění.

Závěr:

Při hodnocení případu Úřad zohlednil pozitivní přístup účastníka řízení k odstranění závadného stavu a přihlédl zejména i k následujícím skutečnostem:

- Obecně vytváření národních sítí maloobchodních prodejců přináší pozitivní prvek v rozvoji kvality soutěžního prostředí na trhu maloobchodního prodeje. Zejména v posledních letech se na tomto trhu projevuje expanze nadnárodních obchodních řetězců, která ovlivňuje kvalitu soutěžního prostředí, neboť malí a střední podnikatelé – maloobchodní prodejci ztrácejí možnost jednotlivě s obchodními řetězci soutěžit za rovných podmínek. V některých zemích již odešlo z trhu značné procento maloobchodních prodejců a valnou část trhu zboží denní spotřeby si rozdělilo několik velkých soutěžitelů (např. V. Británie). Jednou z možností, jak udržet na trhu soutěž „velkých s malými“, je vytváření dobrovolných sdružení maloobchodních prodejců organizovaných ve vertikální úrovni, tzv. nákupních aliancí, jejichž cílem je zajišťovat nákup zboží ve velkém objemu pro celou síť a dosáhnout tak u dodavatelů výhodnějších podmínek dodávek, na jaké dosahují některé obchodní řetězce. Jednotlivě nemají malí a střední prodejci možnost získat u dodavatelů výhodnější podmínky spojené s množstevními slevami, slevami za rozsah odebíraného sortimentu, získat dostatečně dlouhou splatnost zboží, příp. nabídnout požadované garance za platbu zboží apod. a udržet si tak zákazníky v konkurenci s velkými, kapitálově silnými soutěžiteli. Vytváření nákupních aliancí tak působí jako protiváha obchodních řetězců na trhu, přispívá k rozvoji soutěžního prostředí a zvyšování konkurenceschopnosti malých a středně velkých maloobchodních prodejců.

- Současně existence nezávislého maloobchodního trhu brzdí tendence k vytváření oligopolního postavení obchodních řetězců na straně poptávky; národní sítě maloobchodních prodejen představují pro výrobce/dodavatele zboží alternativní možnost uplatnění jejich zboží mimo obchodní řetězec, což přispívá i ke snižování ekonomické závislosti výrobců/dodavatelů na nadnárodních obchodních řetězcích.

- Propagačními akcemi pak jsou spotřebitelé informováni o existenci stabilního partnera (maloobchodní sítě) dodávajícího na trh zboží v požadované úrovni kvality i standardu poskytovaných služeb, blížící se standardu obchodních řetězců.

Z uvedených důvodů považuje Úřad vytváření nákupních aliancí (organizovaných např. též formou družstva) z hlediska hospodářské soutěže za prospěšné. Současně však nákupní aliance nemohou svého účelu dosahovat pomocí uzavírání dohod o cenách, příp. jiných dohod způsobilých narušit hospodářskou soutěž.

V této souvislosti Úřad přihlédl dále k tomu, že zmíněné postupy Eso MARKET při organizování letákových akcí neměly takový dopad na hospodářskou soutěž, jaký způsobují vertikální dohody o cenách zboží určeného pro další prodej, uzavírané mezi dodavatelem zboží určité značky a všemi jeho odběrateli, distribuujícími toto zboží v rámci celé ČR. V takovýchto případech uzavření zakázané dohody o přímém či nepřímém určení prodejní ceny zboží pro konečného spotřebitele přestává fungovat na celostátním trhu soutěž mezi maloobchodními prodejci zboží v rámci dané značky (intra-brand competition) a protisoutěžní omezení má též negativní dopad na spotřebitele, neboť ten nemá možnost nikde získat zboží daného dodavatele za jiné nežli dohodnuté ceny. (Při určitém stupni tržní síly strany takové dohody pak může docházet i ke zkreslení soutěže mezi značkami zboží různých dodavatelů).

V případě ESO MARKET se protisoutěžní omezení členů sítě Eso týkalo jen malého segmentu dodávaného zboží, projevilo se jen okrajově na místním trhu - vyloučením soutěže mezi členy ESO MARKET v omezeném rozsahu (ve vztahu ke zboží odebíraném v letákových akcích), dále též jen po časově omezenou dobu (nikoli trvale k určitému zboží po celou dobu trvání členského vztahu k družstvu). Protisoutěžní omezení maloobchodních prodejců se výrazněji neprojevilo v neprospěch spotřebitele.

Úřad dospěl s přihlédnutím ke všem skutečnostem k závěru, že řízení samotné naplnilo účel zákona; v jeho průběhu bylo dostatečně odstraněno zavázání nezávislých maloobchodních prodejců – členů sítě Eso, dodržovat prodejní ceny zboží u letákových akcí. Ze všech výše uvedených důvodů proto Úřad rozhodl o zastavení správního řízení.

Poučení o opravném prostředku

Proti tomuto rozhodnutí může účastník řízení podle § 61 odstavec 1 zákona č. 71/1967 Sb. o správním řízení, v platném znění, podat rozklad k předsedovi Úřadu pro ochranu hospo-

dářské soutěže prostřednictvím Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, a to do 15 dnů ode dne doručení tohoto rozhodnutí. Včas podaný rozklad má odkladný účinek.

JUDr. Šárka Vlašínová,
pověřená řízením IV. výkonného odboru

Rozhodnutí obdrží:

Družstvo ESO MARKET
Plzeňská 305,
266 01 Beroun