

РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА

РЕШЕНИЕ

№ 1345

гр. София, 12.12.2024 г.

Комисията за защита на конкуренцията в състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Юлия Ненкова

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Димитър Кюмюрджиев

ЧЛЕНОВЕ:

Анна Янева

Георгица Стоянова

Красимир Витанов

Красимир Зафиров

при секретар-протоколист г-н Захари Сръндев, разгледа в закрито заседание на 12.12.2024 г. докладна записка с вх. № ДЗП-896/06.12.2024 г. от г-жа Ирина Тагаринска – директор на дирекция „Антитръст и концентрации“ и г-жа Албена Динчева – началник на отдел „Концентрации“ относно приемането на Насоки относно контрола върху концентрациите.

Комисия за защита на конкуренцията, на основание чл. 60, ал. 1, т. 24 от ЗЗК във връзка с чл. 8, ал. 1, т. 13 от ЗЗК

РЕШИ:

ПРИЕМА Насоки относно контрола върху концентрациите със следното съдържание:

НАСОКИ ОТНОСНО КОНТРОЛА ВЪРХУ КОНЦЕНТРАЦИИТЕ

Съдържание

I. Общ преглед.....	4
1. Цел и обхват	4
2. Приложима правна уредба.....	4
2.1. Национална нормативна рамка.....	4
2.2. Европейска нормативна рамка.....	4
II. Задължение за нотифициране.....	5
1. Преднотификационни консултации.....	5
2. Подаване на уведомление.....	5
2.1. Задължение за предварително уведомяване	5
2.2. Кога се подава уведомление.....	5
2.3. Кой има задължение да уведоми КЗК.....	6
2.4. Форма на уведомление.....	7
2.5. Начин на предоставяне на относимите документи.....	7
2.6. Действия при установяване на нередовност на уведомлението.....	8
2.7. Образуване на производство.....	8
III. Придобиване на контрол.....	8
1. Определение на понятието концентрация.....	8
2. Контрол	9
2.1. Общ преглед.....	9
2.2. Лице, което придобива контрол	9
2.3. Едноличен контрол.....	10
2.4. Съвместен контрол.....	10
2.4.1. Специфични обстоятелства.....	11
3. Придобиване на обособен бизнес или част от него.....	11
4. Сливане/Вливане.....	11
5. Съвместно предприятие.....	12
5.1. Общ преглед.....	12
5.2. Съвместен контрол.....	12
5.3. Критерии за пълнофункционалност на съвместното предприятие.....	12
5.3.1. Оперативно управление и наличие на достатъчно ресурси.....	12
5.3.2. Връзка между предприятията-майки и съвместното предприятие..	13
5.3.3. Оперирание на съвместното предприятие на трайна основа.....	13
5.4. Промяна в дейностите на съвместното предприятие.....	14
6. Специфични случаи.....	14
6.1. Непряко придобиване на контрол посредством съвместно предприятие..	14
6.2. Вътрешногрупови преструктурирания.....	14
6.3. Двугодишно правило.....	15
7. Взаимосвързани сделки.....	15
IV. Изчисляване на оборота.....	16
1. Общ преглед.....	16
1.1. Юрисдикция на КЗК.....	16
1.2. Юрисдикция на ЕК.....	16
1.3. Механизъм за препращане на концентрации.....	16
2. Дефиниция на понятието оборот.....	16
2.1. Въведение.....	16
2.2. Предходна финансова година.....	17

2.3.	Обичайна дейност.....	17
2.4.	Суми, включени в оборота.....	17
2.4.1.	Общи положения.....	17
2.4.2.	Преминаващи парични потоци.....	17
2.4.3.	Държавни помощи при изпълнени определени условия.....	18
2.5.	Корекции при изчисляването на оборота в определени случаи.....	18
2.6.	Припадания от общия оборот.....	18
2.7.	Кредитни институции, инвестиционни и застрахователни компании.....	18
3.	Изчисляване на оборота при различните видове концентрации.....	19
3.1.	Общ преглед.....	19
3.2.	Придобиване на контрол.....	19
3.3.	Придобиване на бизнес или част от него.....	19
3.4.	Структурни преобразувания.....	19
4.	Съвместни предприятия.....	20
4.1.	Създаване на съвместно предприятие.....	20
4.2.	Придобиване на съвместен контрол.....	20
4.3.	Промяна от едноличен в съвместен контрол.....	20
4.4.	Промяна от съвместен в едноличен контрол.....	20
4.5.	Замяна на съществуващ акционер в съвместно контролирано предприятие или друга промяна в структурата на контрола.....	20
4.6.	Придобиване на контрол чрез съвместно предприятие.....	20
5.	Разпределяне на оборота на засегнатите предприятия.....	21
6.	Географско разпределение на оборота.....	23
7.	Специфики при изчисляване на оборота.....	23
7.1.	Физически лица.....	23
7.2.	Концентрации с участници държавни предприятия.....	23
7.3.	Двугодишното правило.....	24
7.4.	Конвертиране на оборота в евро (съгласно чл. 12 и чл. 13 от Закона за въвеждане на еврото в Република България (ЗВЕРБ).....	24
V.	Процедура по оценка на концентрациите.....	24
1.	Ускорено проучване.....	24
1.1.	Срокове за извършване на ускорено проучване.....	24
1.2.	Ред на протичане на производството.....	25
1.3.	Приключване на ускореното проучване.....	26
2.	Задълбочено проучване.....	26
2.1.	Предпоставки за започване на задълбочено проучване.....	26
2.2.	Срокове за извършване на задълбочено проучване.....	27
2.3.	Процесуални действия в хода на задълбоченото проучване.....	27
2.4.	Приключване на задълбоченото проучване.....	27
3.	Производства, образувани по инициатива на Комисията.....	29
3.1.	Предпоставки за започване на производството.....	29
3.1.1.	Концентрация, осъществена без разрешение от Комисията.....	30
3.1.2.	Концентрация, осъществена по начин и при условия, различни от тези, при които е била разрешена.....	30
3.1.3.	Предоставена непълна, неточна и заблуждаваща информация.....	30
3.2.	Ред на протичане на производството.....	30
3.3.	Приключване на производството.....	31
VI.	Оценка на концентрациите.....	32
1.	Общ преглед.....	32

2. Приложим пазарен тест.....	32
3. Господстващо пазарно положение.....	33
4. Видове концентрации.....	34
5. Определяне на съответния пазар.....	34
6. Конкурентен анализ.....	35
6.1. Пазарна структура и индикатори.....	36
6.2. Антиконкурентни ефекти при хоризонтални концентрации.....	39
6.2.1. Едностранни ефекти.....	39
6.2.2. Координирани ефекти.....	42
6.2.3. Специфични случаи.....	44
6.3. Антиконкурентни ефекти при нехоризонтални концентрации.....	45
6.3.1. Общ преглед.....	45
6.3.2. Вертикални концентрации.....	46
6.3.2.1. Ограничаване на достъпа.....	46
6.3.2.2. Конкурентен анализ.....	47
6.3.3. Конгломератни концентрации.....	48
6.3.3.1. Ограничаване на достъпа.....	48
6.3.3.2. Конкурентен анализ.....	48
6.3.4. Координирани ефекти.....	50
6.4. Балансиращи фактори.....	51
6.4.1. Договорна сила на клиенти и доставчици.....	51
6.4.2. Потенциална конкуренция и бариери за навлизане.....	52
6.4.3. Ефективност.....	54
6.4.4. Губещо предприятие.....	56
VII. Допълнителни ограничения.....	56
1. Основни принципи.....	56
1.1. Изискване за пряка връзка.....	56
1.2. Изискване за необходимост.....	57
1.3. Клаузи за неконкуриране.....	57
1.4. Лицензионни споразумения.....	58
1.5. Задължения за покупка и доставка.....	58
1.6. Допълнителни ограничения и съвместни предприятия.....	58
1.7. Други ограничения, договорени при концентрациите.....	59

I. Общ преглед

1. Цел и обхват

Настоящите Насоки имат за основна цел да информират предприятията и техните представители за осъществявания от Комисията за защита на конкуренцията (КЗК, Комисията) контрол върху концентрациите между предприятия. Целта е да се повиши осведомеността по отношение задължението за подаване на уведомление за предстояща сделка пред КЗК, прилаганите подход и процедура за оценка на концентрациите съгласно Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК). Очакванията са с публикуването на Насоките да се подобри нивото на предвидимост и да се осигурят условия за добро сътрудничество между участниците в концентрацията и КЗК. Повишаването на прозрачността и предвидимостта при оценката на концентрациите ще повиши не само правната сигурност, но и ще спомогне процеса при вземане на решения за евентуално придобиване на контрол.

Насоките се основават на опита на КЗК при оценката на концентрации и не са строго обвързващи за КЗК, както и не поражда права или задължения за участниците в концентрацията. Специфични обстоятелства в даден случай могат да изискват адаптиране или отклонение от подхода, посочен в Насоките.

Настоящите Насоки подлежат на периодично изменение и/или допълнение, с оглед адекватно отразяване практиката на КЗК при оценка на концентрациите между предприятия или при настъпили съществени промени в нормативната уредба.

2. Приложима правна уредба

2.1. Национална нормативна рамка

Правилата относно контрола върху концентрациите се съдържат в Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК) - глави V и X; Правила за осъществяване на преднотификационни контакти относно контрола върху концентрациите между предприятия, Методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар; Правила за достъп, използване и съхраняване на документи, представляващи производствена, търговска или друга защитена от закон тайна; Методика за определяне на санкциите и глобите, налагани по Закона за защита на конкуренцията; Правила за одобряване на мерки за запазване на конкуренцията при концентрации между предприятия.

Подробни указания каква информация трябва да съдържа уведомлението са дадени и в Образец на уведомление за концентрация и указания за попълване, приет с Решение №1384 от 19.12.2019 г.¹, изм. и доп. с Решение № 603 от 10.06.2021 г.²

2.2. Европейска нормативна рамка

При прилагане на българския Закон за защита на конкуренцията³ от значение е Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета от 20 януари 2004 година относно контрола върху концентрациите между предприятия (Регламент за сливанията на ЕО). Насоки за тълкуване и прилагане на някои общи термини и основни положения могат да бъдат намерени и в приложимите към момента насоки на Европейската комисия (ЕК), като: Консолидирано юрисдикционно известие на Комисията съгласно Регламент (ЕО) №

¹ <https://reg.cpc.bg/Decision.aspx?DecID=300056739>

² <https://reg.cpc.bg/Decision.aspx?DecID=300060271>

³ Обн., ДВ, бр. 102 от 28.11.2008 г., изм. и доп., бр. 42 от 5.06.2009 г., изм., бр. 54 от 16.07.2010 г., бр. 97 от 10.12.2010 г., в сила от 10.12.2010 г., бр. 73 от 20.09.2011 г., в сила от 20.09.2011 г., бр. 38 от 18.05.2012 г., в сила от 1.07.2012 г., бр. 15 от 15.02.2013 г., в сила от 1.01.2014 г., изм. и доп., бр. 56 от 24.07.2015 г., бр. 2 от 3.01.2018 г., изм., бр. 7 от 19.01.2018 г., изм. и доп., бр. 77 от 18.09.2018 г., в сила от 1.01.2019 г., изм., бр. 17 от 26.02.2019 г., бр. 28 от 5.04.2019 г., изм. и доп., бр. 17 от 26.02.2021 г., в сила от 26.02.2021 г. (<https://www.cpc.bg/legislation>)

139/2004 на Съвета относно контрола върху концентрациите между предприятия (2008/С 95/01); Насоки относно оценката на хоризонталните сливания съгласно Регламента на Съвета относно контрола върху концентрациите между предприятия (2004/С 31/03); Насоки за оценяването на нехоризонтални сливания, извършвано съгласно Регламента на Съвета относно контрола върху концентрациите между предприятия (2008/С 265/07); Известие на Комисията относно ограниченията, пряко свързани и необходими за концентрациите (2005/С 56/03); Известие на Комисията относно определянето на съответния пазар по смисъла на общностното право на конкуренция; Известие на Комисията относно препращането на преписки за концентрации; Насоки относно прилагането на механизма за препращане, предвиден в чл. 22 от Регламента за сливанията, за определени категории случаи на концентрации между предприятия.

Приложимата правна рамка е достъпна на интернет сайтовете на ЕК и на КЗК (<http://ec.europa.eu/competition/mergers/legislation/legislation.html>; <https://www.cpc.bg/legislation>)

II. Задължение за нотифициране

1. Преднотификационни консултации

КЗК стимулира провеждането на срещи с представителите на дружества, които имат намерение да осъществят концентрация. Целта на тези срещи е още преди образуване на производството да се открият основните аспекти и пазари, върху които концентрацията ще окаже въздействие, както и евентуални бъдещи проблеми, които биха възникнали вследствие на концентрацията и възможностите за тяхното ефективно управление. Преднотификационните консултации повишават ефективността на процедурата и спомагат за изготвянето на уведомление, съдържащо цялата необходима информация, съгласно чл. 79, ал. 1 от ЗЗК.

Процесът по инициране, провеждане и документиране на преднотификационните срещи, са разписани подробно в „*Правила за осъществяване на преднотификационни контакти относно контрола върху концентрациите между предприятия*“, публикувани на интернет страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

2. Подаване на уведомление

Основание за образуване на производство по оценка на концентрация между предприятия е подаването на уведомление в КЗК (в деловодството на Комисията или по електронен път) от лицата, придобиващи контрол върху предприятие и/или част от предприятие (обособен бизнес).

2.1. Задължение за предварително уведомяване

Задължение за предварително уведомяване за предстояща сделка, която подлежи на контрол от КЗК, е налице когато са изпълнени следните две кумулативни изисквания.

На първо място, за да подлежи на нотификация дадена сделка, тя трябва да представлява концентрация, по смисъла на чл. 22, ал. 1 или ал. 2 от ЗЗК.

На второ място, участниците в концентрацията (т.нар. засегнати предприятия) трябва да са достигнали праговете за оборот, реализирани на територията на страната за предходната финансова година, посочени в чл. 24, ал. 1 от ЗЗК. Начинът на изчисляване на оборота е разписан в раздел IV от Насоките.

2.2. Кога се подава уведомление

Уведомителят/уведомителите следва да нотифицира/т концентрацията пред Комисията след сключването на договора, публичното оповестяване на търговото предложение или придобиването на контрол, но преди предприемането на реални действия по изпълнение на сделката.

По изключение и в зависимост от конкретния случай, КЗК може по искане на страните да извърши оценка на сделката преди сключването на договора или публичното оповестяване на търговото предложение, само ако бъдат представени достатъчно доказателства относно техните намерения. Такива могат да бъдат писма за намерение и разменена кореспонденция между купувача и продавача, съдържащи достатъчно данни относно предстоящата сделка, предварителни споразумения, меморандуми за разбирателство, решения на органите на управление относно придобиването/продажбата на предприятието/обособения бизнес/създаването на съвместно предприятие, както и други относими документи, доказващи по безспорен начин намерението за сключване на договор или публичното оповестяване на търговото предложение.

С оглед на гореизложеното, в своята практика Комисията оценява в цялост и приема като релевантни следните доказателства относно нотифицираните концентрации:

- документ/и, свързани с подготовката на концентрацията, протоколи от заседанията на управителните органи на засегнатите предприятия, на които е взето съответното решение, както и други вътрешни документи, като напр. презентации, анализи, доклади и проучвания, свързани със сделката и направени за подготовка за вземането на това решение;

- последни варианти на всички документи, които са свързани с концентрацията, независимо дали тя се осъществява по силата на договор/споразумение или чрез публичен търг (например договор, писмо за намерение, копие на оферта при публичен търг и др.);

- споразумения, меморандуми и др.;

- хронологията на значимите действия, които ще бъдат предприети във връзка с осъществяването на концентрацията (напр. дата на подписване на отделните договори, планирана дата на приключване и др.);

- клаузи за неконкуриране.

Горепосочените документи следва да бъдат представени в цялост, придружени с превод на български език и изготвени в поверителен и неповерителен вариант.

2.3. Кой има задължение да уведоми КЗК

При придобиване на едноличен контрол върху предприятие или част от предприятие (обособен бизнес), уведомлението се подава от придобиващото контрол предприятие.

Ако две или повече предприятия придобиват съвместен контрол или осъществяват преобразуване под формата на сливане/вливане, уведомлението следва да бъде подадено от името на всички съвместно контролиращи предприятия или от преобразуващите се предприятия.

При навлизане на нов съвместно контролиращ акционер/съдружник и при трансформация от едноличен в съвместен контрол, уведомлението се подава от всички лица, които след сделката съвместно ще контролират обекта на придобиване, дори ако не настъпят промени в дяловете на отделните акционери.

При създаване на съвместно предприятие уведомлението следва да бъде подадено от учредителите на съвместното предприятие (предприятията майки).

В случаите когато придобиващото контрол предприятие е създадено специално за целите на придобиване, уведомлението може да бъде подадено от него или от неговото предприятие майка.

2.4. Форма на уведомление

Уведомлението следва да бъде попълнено съгласно приетия образец на уведомление за концентрация и указания за попълване, приет с решение № 1384/19.12.2019 г, изм. и доп. с решение № 603 от 10.06.2021 г. на КЗК. Образецът е публикуван на интернет страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

Освен посочената в Образеца на уведомление информация КЗК, в зависимост от конкретния случай, може да изисква от уведомяващата страна допълнителна информация, необходима за образуването на производството и последващата оценка на концентрацията.

Също така съществува възможност, с оглед характеристиките на нотифицираната концентрация, част от изисканите в образеца информация и/или документи, да не са приложими в конкретния случай. За да бъде освободен от задължението за тяхното предоставяне, уведомявателят следва да направи подробна обосновка и да докаже по безспорен начин защо счита, че съответната информация/документи не са относими за оценката на сделката.

В случай че при попълването на образеца на уведомление, уведомявателят идентифицира ясно изразени антиконкурентни проблеми, които биха могли да възникнат вследствие на концентрацията, същият има възможност още с подаване на уведомлението да предложи промени в условията на сделката, с оглед тяхното цялостно отстраняване.

2.5. Начин на предоставяне на относимите документи

Уведомлението за предстояща концентрация между предприятия се изготвя на български език и се подава в КЗК освен на хартиен, и на електронен носител (флаш памет или диск), в поверителен и неповерителен вариант.

Всички документи и доказателства, приложени към уведомлението, могат да бъдат предоставени и само на електронен носител (флаш памет или диск). Същите следва да бъдат изготвени както в поверителен, така и в неповерителен вариант и да бъдат представени на два отделни електронни носителя (за явните и за поверителните документи). В неповерителния вариант, заличената информация трябва да бъде отбелязана с (...)*. Поверителните и неповерителните материали следва да бъдат придружени от подробен опис. Приложените пълномощни следва да бъдат изготвени в съответствие със Закона за защита на личните данни (ЗЗЛД).

При определянето на дадена информация като поверителна, уведомявателят трябва да мотивира твърдението си за поверителност, като посочи по какъв начин нейното разкриване би могло да навреди сериозно на личността, предприятието или негов служител.

В случай че цялата информация в даден документ се счита за поверителна, тя трябва да бъде обобщена накратко в неповерителен вариант (резюме).

Комисията може да прецени, че дадена информация, посочена от уведомявателя като поверителна, не представлява такава. В тези случаи, КЗК се произнася с определение и уведомява лицето, подало уведомлението. Това определение може да бъде обжалвано по реда на чл. 64, ал. 3 от ЗЗК.

Съществува законова възможност (чл. 55, ал. 4 от ЗЗК) материалите, посочени като съдържащи производствена, търговска или друга защитена от закона тайна, да

бъдат разкрити и използвани от Комисията в случай че са от съществено значение за доказване на нарушение или за упражняване на правото на защита на ответната страна.

Редът за достъп, използване и съхраняване на документи, представляващи производствена, търговска или друга защитена от закон тайна, е разписан в приетите с Решение № 161/19.02.2009 г. , изм. и доп. с решение на КЗК № 246/13.03.2013г. правила, достъпни на интернет страницата на Комисията: <https://www.cpc.bg/legislation> .

2.6. Действия при установяване на нередовност на уведомлението

След подаване на уведомлението за концентрация, Комисията извършва т. нар. предварителен контрол, за да провери дали в него се съдържа съответната информация и доказателства. В случай че се установят нередовности в попълнената форма на образец на уведомление и/или не са предоставени съответните доказателства, Комисията уведомява придобиващото контрол предприятие за констатираните нередовности, които следва да бъдат отстранени в 7-дневен срок от получаване на писмото. Срокът за предоставяне на изисканата информацията може да бъде удължен по искане на уведомяващата страна, след подаването на мотивирана молба.

В случай че нередовностите не бъдат отстранени в указания срок, на основание чл. 38, ал. 2 от ЗЗК Комисията с разпореждане отказва да образува производство.

2.7. Образуване на производство

Комисията образува производство за оценка на предстояща концентрация в срок от пет работни дни от постъпване на уведомлението. При установени нередовности, производството се образува в срок от пет работни дни след получаването на цялата изискана информация и документи.

След образуване на производството, в електронния регистър на Комисията се публикува съобщение за предстоящата сделка. Съобщението се изготвя от уведомяващия и се попълва съгласно приложение № 1 към образца на уведомление и не трябва да съдържа поверителна информация. В случаите, когато концентрацията подлежи на уведомяване и пред друг национален орган по конкуренция, съобщението се изготвя и на английски език.

С публикуването на съобщението се предоставя възможност на всяко трето заинтересовано лице да представи становище относно ефекта на концентрацията върху конкуренцията на съответния пазар.

III. Придобиване на контрол

1. Определение на понятието концентрация

Съгласно чл. 22, ал. 1 от Закона за защита на конкуренцията всяка сделка, която включва трайна промяна в контрола върху друго независимо предприятие, в това число придобиване на активи - част от предприятие, сливане или вливане, или създаване на съвместно предприятие, което за продължителен период от време ще изпълнява функциите на самостоятелен икономически субект, представлява концентрация. В тази връзка транзакциите, които водят до промяна на контрола и засягат структурата на пазара, подлежат на контрол върху концентрациите.

От основно значение за оценяването дали една сделка представлява концентрация, както е определено от Закона за защита на конкуренцията, е дали ще има или не постоянна промяна на контрола върху дадено предприятие.

Трайна промяна на контрола може да настъпи посредством:

- сливане или вливане на две или повече независими предприятия;
- едно или повече лица, които вече контролират поне едно предприятие, или едно или повече предприятия – чрез споразумение за закупуване на дялове или активи

или по друг начин – придобият пряк или непряк контрол върху цялото или части от едно или повече други независими предприятия.

2. Контрол

2.1. Общ преглед

Понятието контрол в българското законодателство в областта на конкурентното право се прилага и тълкува в съответствие с Регламента за сливанията на ЕС и Консолидираното юрисдикционно известие на Европейската комисия, съгласно които контролът се дефинира като възможност за придобиване на решаващо влияние върху управлението на дадено предприятие.

Разпоредбата на чл. 22, ал. 3 от ЗЗК определя контрола като придобиване на права, сключване на договори или други начини, които поотделно или заедно дават възможност за упражняване на решаващо влияние върху определено предприятие чрез придобиване на: правото на собственост или на ползване върху цялото или върху част от имуществото на предприятието; права, включително въз основа на договор, които осигуряват възможност за решаващо влияние върху състава, гласуването или решенията на органите на предприятието.

Контролът върху дадено предприятие най-често се постига чрез придобиване на дялове/акции. Контролът обаче може да бъде получен и по алтернативни начини, напр. чрез придобиване на активи, при условие че активите представляват част от предприятие (обособен бизнес). Контролът може да произтича и от споразумение, когато не се прехвърлят акции или активи, но страните се споразумяват едната от тях да упражнява контрол над другата. Сделки, при които се създава пълнофункционално съвместно предприятие на трайна основа или при които се извършва постоянна промяна на контрола върху пълнофункционално съвместно предприятие, също представляват концентрация съгласно Закона за защита на конкуренцията.

Имайки предвид цитираната по-горе правна норма (чл. 22, ал. 3 от ЗЗК), контролът се изразява в придобиване на възможност за упражняване на решаващо влияние върху стопанските действия и конкурентното поведение на дадено предприятие, като същият не е обвързан от правната форма на споразумението.

Контролът обикновено съществува, когато едно лице е в състояние да упражнява повече от половината от правата на глас в дадено предприятие, но може да е налице и в случай на миноритарен дял, представляващ най-голямото акционерно/дялово участие. Освен това контролът може да съществува въз основа на договорни връзки, значително влияние върху висшето ръководство или финансови връзки. Контролът може да се осъществява и чрез възможността за блокиране на стратегически решения, т.н. право на вето.

2.2. Лице, което придобива контрол

Контролът може да се упражнява от едно лице или предприятие, или съвместно от няколко лица или предприятия. Понятието „лице“ се отнася както до обществени органи, включително държавата, така и до физически лица. Счита се, че придобиването на контрол от физическо лице води до трайна промяна в структурата на засегнатите предприятия, ако физическото лице контролира поне едно друго предприятие или осъществява самостоятелно други стопански дейности.

Установяването на съвместен контрол, както и промените в групата собственици с контролно участие, също представляват промяна на контрола.

Обичайно лицето или предприятието, което притежава контролния дял или правата, предоставящи контрол, е носител на контрола (пряк контрол). В определени

случаи обаче е възможно официалният притежател на правата да е използван като средство за тяхното придобиване от друго предприятие или лице. В тези хипотези контролът следва да се отнесе към предприятието/лицето, което стои зад операцията и реално упражнява правата, предоставящи контрол (непряк контрол).

2.3. Едноличен контрол

Придобиването на едноличен контрол в дадено предприятие предполага самостоятелна възможност за упражняване на решаващо влияние върху неговото конкурентно поведение. Водещ фактор за наличието на едноличен контрол е потенциалната възможност за такова решаващо влияние.

Решаващото влияние може да се основава както на придобиване на мажоритарни права на глас, така и на разпоредби в устава или споразумения на акционерите, които дават възможност на дадено предприятие да взема важни бизнес решения самостоятелно. Примери за основни стратегически решения включват бюджета на предприятието, бизнес плана, инвестициите, назначаването на висшето ръководство и други. Придобиването на контрол върху бизнес плана или бюджета, както и върху състава на управителните органи, са най-ясната индикация, че е придобито решаващо влияние.

Едноличен контрол може да се породи и при наличие на финансова зависимост на предприятие от миноритарен акционер, която зависимост дава възможност на акционера да взема важни бизнес решения самостоятелно.

Едноличен контрол може също да се счита за придобит в ситуации, в които само един акционер има възможност да блокира стратегически решения, въз основа на право на вето или правила за гласуване. В тези случаи е налице т. н. отрицателен едноличен контрол, при който неговият носител не може самостоятелно да налага определено стратегическо решение, но може да възпрепятства неговото приемане.

Едноличен контрол на фактическа основа (едноличен контрол de facto)

Възможна е ситуация, при която миноритарен акционер е вероятно да получи стабилно мнозинство на събранието на акционерите, предвид размера на неговите акции и сведенията за схемата на гласуване на събранията през предходните (три) години, в резултат на което се приема, че той упражнява едноличен контрол на de facto основа. В тези случаи, критериите за оценка включват дали останалите акции са широко разпръснати, наличието на структурни, икономически или родствени връзки на други важни акционери с миноритарния акционер, както и дали други акционери имат стратегически или чисто финансов интерес в предприятието, което е цел на придобиването.

2.4. Съвместен контрол

Съвместен контрол е налице, когато двама или повече акционери трябва да постигнат общо разбиране относно стратегическите решения на предприятието, за да определят неговата търговска политика.

Съвместният контрол може да се основава на равномерно разпределение на акции с право на глас между двама акционери, равен брой гласове между двама или повече акционери в органите за вземане на решения на предприятието, равно право за назначаване на членове на управителните органи, споразумение на акционерите за упражняване на съвместен контрол или разпоредба в устава. Може също да се счита, че миноритарен акционер упражнява съвместен контрол, ако същият има възможност да блокира стратегически решения, отнасящи се до предприятието.

По изключение, колективни действия могат да възникнат на фактическа основа, когато съществуват силни общи интереси между миноритарни акционери,

поради което те не биха действали един срещу друг при упражняване на правата си във връзка със съвместното предприятие. При липса на силни общи интереси, възможността за различни коалиции между миноритарни акционери обикновено изключва упражняването на съвместен контрол.

Придобиването на съвместен контрол подлежи на оценка, ако предприятието, върху което се упражнява съвместен контрол, представлява автономно съвместно предприятие.

2.4.1. Специфични обстоятелства

Промяна на контрола от едноличен в съвместен

Едноличният контрол се променя в съвместен, когато един или повече акционери придобият съвместен контрол върху предприятие, което преди е било предмет на едноличен контрол. Ако акционерът, който преди това е имал едноличен контрол, продължи да има съвместен контрол върху предприятието, споразумението представлява създаване на съвместно предприятие и всички акционери, споделящи съвместния контрол, се считат за учредители на съвместното предприятие.

Замяна на съществуващ акционер/съдружник във вече съвместно контролирано предприятие или друга промяна в структурата на контрола

Задължение за уведомяване възниква, ако броят на контролиращите акционери/съдружници се увеличава или ако съществуващ акционер/съдружник бъде заменен. Същевременно, замяната на дъщерно дружество от неговото дружество майка като контролиращ акционер/съдружник не се счита за равнозначно на промяна на контрола и не представлява концентрация, която подлежи на уведомяване.

Намаляването на броя на контролиращите акционери/съдружници обикновено не представлява концентрация, освен когато това води до промяна от съвместен контрол към едноличен контрол или замяна на съществуващ акционер/съдружник.

Съвместният контрол се променя в едноличен контрол, когато един или повече акционери/съдружници продадат своите акции/дялове в съвместното предприятие и оставащият акционер/съдружник придобие едноличен контрол.

3. Придобиване на обособен бизнес или част от него

Една от формите на концентрация, посочени в чл. 22, ал. 1, т. 2 от Закона за защита на конкуренцията, е придобиването на част от предприятие. Това се отнася до придобиването на контрол върху активи (обособен бизнес) по начин, който предизвиква структурна промяна на пазара. Придобиването на машини, част от оборудване или производствено съоръжение без клиентска база, ноу-хау или персонал обикновено не се счита за концентрация, съгласно ЗЗК. Същевременно, ако активите позволяват на придобиващия да управлява бизнес с пазарно присъствие и формират оборот, придобиването представлява концентрация. Също така, когато прехвърлянето на активи включва персонал, сделката обикновено се приравнява на концентрация.

В някои случаи, придобиването на права върху интелектуална собственост може да има критични последици за бизнеса (напр. в сектора на високите технологии), поради което такова придобиване се счита за концентрация, дори ако със сделката не се прехвърля персонал.

Сделки, свързани с прекратяване на съвместни предприятия, при които дейността или част от дейността на съвместното предприятие се прехвърля на една от страните, участващи в съвместното предприятие, или на трета страна, също е необходимо да бъдат нотифицирани.

4. Сливане /Вливане

Съгласно член 22, ал. 1, т. 1 от ЗЗК, консолидацията на две независими предприятия, изразяваща се в сливане или вливане, представлява концентрация. В този случай, концентрацията може да включва вливане, при което едно или повече предприятия (преобразуващи) се поглъщат от съществуващо трето предприятие (приемащо). Алтернативно, концентрацията може да включва сливане на поне две предприятия, които заедно образуват приемащото (новоучредено) предприятие. Както при вливане, така и при сливане, приемащото предприятие става правопреемник на преобразуващите се дружества, които се прекратяват без ликвидация.

5. Съвместно предприятие

5.1. Общ преглед

Съгласно чл. 22, ал. 2 от Закона за защита на конкуренцията, създаването на съвместно предприятие, което трайно изпълнява всички функции на икономически независим субект, представлява концентрация. Съвместното предприятие подлежи на контрол върху концентрациите, ако е предназначено да работи на дълготрайна основа и ако разполага с достатъчно ресурси, за да е независимо от неговите учредители (предприятията-майки).

В допълнение към създаването на ново съвместно предприятие, разпоредбите за контрол на концентрациите се прилагат и когато две или повече предприятия придобиват съвместен контрол върху трето предприятие, което не принадлежи към техните икономически групи, както и при установяване на съвместен контрол върху предприятие, което преди това е било контролирано само от едната страна. За да се прилагат разпоредбите за контрол на сливанията към споразумения, свързани със съвместни предприятия е необходимо: 1) контролът да бъде разделен между поне две страни, участващи в съвместното предприятие; 2) съвместното предприятие да притежава всички функции на автономен икономически субект; 3) съвместното предприятие да работи на продължителна основа. По отношение на оценката на съвместните предприятия, КЗК се позовава също и на Юрисдикционното известие на Комисията, когато е приложимо (параграфи 91–109).

5.2. Съвместен контрол

Както бе посочено по-горе (параграф 2.3.), съвместен контрол съществува в ситуации, при които двама или повече акционери трябва да се споразумеят по отношение на стратегическите решения на предприятието. Съвместният контрол се характеризира с възможността за безизходно положение, което е резултат от властта на двама или повече акционери да отхвърлят предложените стратегически решения.

В някои случаи, съвместният контрол възниква от съвместното упражняване на правото на глас. В тези ситуации, няколко миноритарни акционери са съгласни изрично или по друг начин да гласуват заедно, за да получат контрол над предприятието. По изключение съвместен контрол може да възникне на фактическа основа, когато съществуват силни общи интереси между миноритарните акционери, в резултат на което те не биха действали един срещу друг при упражняване на правата си във връзка със съвместното предприятие.

5.3. Критерии за пълнофункционалност на съвместното предприятие

5.3.1. Оперативно управление и наличие на достатъчно ресурси

За да се прилагат разпоредбите за контрол на концентрациите, съвместните предприятия трябва да изпълнят критерия за пълнофункционален стопански субект. Съвместните предприятия трябва да имат оперативна самостоятелност и достатъчно икономически и материални активи, за да оперират самостоятелно на пазара.

Оперативната автономия не означава, че контролиращите предприятия не биха могли да повлияят на стратегическите решения на съвместното предприятие. Пълнофункционалните съвместни предприятия обикновено имат собствен персонал (включително оперативен мениджмънт и персонал по маркетинга и продажбите), бизнес помещения (за производство, съхранение на стоки и продажби) и финансова независимост.

5.3.2. Връзка между предприятията-майки и съвместното предприятие

Решаващият елемент при оценката е съотношението между продажбите/покупките на/от предприятията майки и продажбите/покупките на/от трети страни. Ако повече от половината от продажбите на съвместното предприятие са насочени към трети страни, то може да се счита за автономно. Оценката обръща внимание също дали предприятията-майки и съвместното предприятие работят помежду си при нормални търговски условия, като първоначалният период на стартиране, през който съвместното предприятие може да разчита почти изцяло на продажби или покупки от своите майки, обикновено не трябва да надвишава период от три години.

Ако съвместното предприятие работи в мрежа за доставка или дистрибуция, осигурена от предприятията-майки, дългосрочната търговия между майките и съвместното предприятие не прави непременно съвместното предприятие освободено от контрол върху концентрациите. Например, дългосрочната търговия между родителите и съвместното предприятие може да се дължи на факта, че родителите доминират търсенето или предлагането на въпросните продукти или услуги, като следва и да се обърне внимание колко важни са търговските отношения за бизнеса. Що се отнася до суровините и другите производствени ресурси, специално внимание се обръща на цената на суровините, произхождащи от майките или съвместното предприятие, спрямо продажната цена на крайния продукт. Колкото по-голямо е значението на взаимната търговия за бизнеса и колкото по-малка е добавената стойност чрез мрежата за доставка или дистрибуция между майките и съвместното предприятие, толкова по-вероятно е съвместното предприятие да не се счита за автономно.

Разпоредбите за контрол на концентрациите обикновено не се прилагат, ако съвместното предприятие действа като търговска агенция за разпространение на продуктите на майките. Ако обаче съвместното предприятие изпълнява нормалните функции на търговско дружество и набавя значителен процент от своите доставки от страни, различни от майките, и ако има други предприятия, които са специализирани в продажбата и дистрибуцията на въпросните продукти на пазара, обикновено се прилагат разпоредби за концентрациите. Дори когато съвместното предприятие използва дистрибуторските мрежи или търговските съоръжения на една или повече от своите майки, то не губи непременно статута си на автономен икономически субект, ако майките действат само като представители на съвместното предприятие.

5.3.3. Оперирание на съвместното предприятие на трайна основа

Критерий за пълната функционалност на съвместното предприятие е дали същото ще оперира на трайна основа. Фактът, че предприятията-майки ангажират ресурси към съвместното предприятие, обикновено показва, че съвместното предприятие е предназначено да работи на дълготрайна основа. Съществуването на разпоредби относно прекратяването на съвместното предприятие или възможността едно или повече от предприятията-майки да се оттеглят от предприятието не възпрепятства съвместното предприятие да се счита за работещо на трайна основа. Ако споразумението определя период за продължителността на съвместното предприятие, този период трябва да бъде достатъчно дълъг (10–15 години се счита за достатъчен), за да доведе до трайна промяна в структурата на пазара. Съвместните предприятия,

създадени за ограничен период от само няколко години, обикновено не се считат за действащи на трайна основа.

Разпоредбите за контрол върху концентрациите не се прилагат за съвместни предприятия, създадени за изпълнението на конкретен проект. Съвместното предприятие също така не разполага с достатъчни операции на трайна основа на етап, на който има неизпълнени решения на трети страни (напр. чакащи заявления за лиценз), които са от съществено значение за започване на бизнес дейността на съвместното предприятие.

5.4. Промяна в дейностите на съвместното предприятие

Съвместните предприятия могат да разширят обхвата на своя бизнес чрез придобиване на активи или права от своите предприятия-майки. Този вид разширяване може да се равнява на нова концентрация, подлежаща на уведомяване. Това обаче изисква другите критерии, определени за концентрации, подлежащи на уведомление, също да бъдат изпълнени. Ако обхватът на съвместно предприятие се разшири, без да бъдат прехвърлени допълнителни активи, договори, ноу-хау или права, не се счита, че възниква концентрация, подлежаща на уведомяване. Същевременно промяна в дейностите може да превърне неавтономно съвместно предприятие в автономно съвместно предприятие ако придобие контрол върху всички функции на автономно икономическо образувание, например като започне да продава големи количества продукти на трети независими страни, различни от своите майки. Ако другите критерии са изпълнени, този вид промяна се равнява на концентрация, която подлежи на уведомяване.

6. Специфични случаи

6.1. Непряко придобиване на контрол посредством съвместно предприятие

Контролът може да бъде придобит непряко чрез съвместно предприятие, което е използвано като средство/проводник на предприятията - майки и при условие, че съвместното предприятие не притежава всички функции на автономен стопански субект.

При оценката на това коя страна е придобила контрол следва да се обърне внимание на целта за създаване на съвместното предприятие, неговата дейност, финансовата му независимост и други фактори, които са определящи по отношение на преценката дали съвместното предприятие се счита за фактическа страна по сделката.

6.2. Вътрешногрупови преструктурирания

Вътрешно преструктуриране в рамките на група компании не представлява концентрация, тъй като няма промяна на контрола. Това се отнася до предприятия, които принадлежат към една икономическа група, обединена от единство на търговската политика, и които не са независими едно от друго. В тази връзка, преструктурирането на предприятия в рамките на една икономическа група се счита, че не попада в регулацията на концентрациите, когато това не променя контрола, упражняван преди планирана операция. Липсата на независимост между засегнатите от планирана сделка предприятия означава, че не е изпълнен елемент от фактическия състав на разпоредбата на чл. 22 от ЗЗК и същата е неприложима.

От своя страна случаите, при които едно предприятие придобива дялове на друго предприятие, принадлежащо към същата група, но от трета независима страна и когато съвместният контрол, установен по силата на споразумение на акционерите, се прекратява, не представляват вътрешно преструктуриране. Това променя структурата на пазара и следователно представлява концентрация по смисъла на ЗЗК.

Налице е особено положение, когато купувачът и придобиваното предприятие по една планирана сделка са предприятия, които са собственост на една и съща държава (или на един и същи обществен орган или община). В тези случаи, за да се оцени определена транзакция като концентрация, е необходимо участващите в нея предприятия преди сделката да са били части от различни икономически единици и да са притежавали самостоятелни права за вземане на решения. Ако в конкретен случай се установи, че купувачът и придобиваното предприятие са дружества от една икономическа единица, операцията следва да се разглежда като вътрешно реструктуриране, а не като концентрация.

Същевременно, в съответствие с т. 52 от Консолидираното известие, ако отделните икономически единици продължават да бъдат независими при вземането на решения и след извършване на сделката, то е налице вътрешно реструктуриране, дори когато дяловете на предприятията, представляващи различни икономически единици, се притежават от една единствена единица.

6.3. Двугодишно правило

В случаите когато две или повече сделки (всяка, от които води до придобиване контрол) се осъществяват в рамките на двегодишен период между едни и същи лица или предприятия, тези сделки следва да се разглеждат като една концентрация. Това правило не се прилага когато към същите лица или предприятия се присъединяват други лица и предприятия само за част от обхванатите сделки. Достатъчно е сделки, макар и да не се осъществяват между същите предприятия, да се извършват между предприятия, принадлежащи към същите съответни групи. Правилото е налице и когато две или повече сделки между едни и същи лица или предприятия се извършват едновременно. Винаги когато тези едновременни сделки водят до придобиване на контрол от страна на едно и също предприятие, представляват една концентрация, дори и да не са взаимно обвързани под условие.

7. Взаимосвързани сделки

В своята практика КЗК приема, че две или повече сделки представляват една концентрация, ако те са неделими по своя характер и в своята съвкупност водят до промяна в структурата на пазара. На първо място, Комисията анализира икономическата цел, преследвана от участниците в концентрацията, за да установи тяхната неделимост. Във всеки отделен случай е необходимо да се удостовери дали тези сделки са взаимосвързани дотолкова, че всяка от тях да не може да бъде осъществена без другата, т.е. са обвързани под условие.

Взаимната зависимост на сделките не е нужно да бъде скрепена в правна форма – тя може да бъде изведена от фактите във всеки конкретен случай. Правно обвързани (де юре) са сделките по силата на споразумения, съдържащи тази условност. При обвързаност на фактическа основа (де факто), КЗК извършва икономическа оценка доколко всяка една от сделките зависи от осъществяването на другите. Доказателства за взаимната обусловеност на сделките биха могли да бъдат например и самите изявления на участниците в концентрацията или едновременното им сключване.

В същото време, дори и да са обвързани под условие, за да могат да се оценят като една концентрация, контролът трябва да бъде придобит от едно и също лице или предприятие, а сделките да бъдат осъществени едновременно или поредно в кратък период от време. В случаите когато това лице или предприятие въз основа на взаимосвързани споразумения, придобие различен по вид контрол върху предприятия (едноличен и съвместен) тези операции също се разглеждат като една концентрация.

КЗК приема, че е налице една концентрация и в случаите когато сделката ще се осъществи чрез няколко последователни етапа и в кратък срок (до една година). Такъв например е случаят, когато едно предприятие придобива първоначално самостоятелен контрол с цел да продаде част от придобитите акции/дялове на друго предприятие, което впоследствие води до съвместен контрол, упражняван и от двете предприятия. В тези случаи Комисията оценява като една сделка придобиването на съвместен контрол.

Сделките може да се приемат като взаимно свързани и поради икономическите интереси на Продавачите и Придобиващите предприятия.

IV. Изчисляване на оборота

1. Общ преглед

1.1. Юрисдикция на КЗК

На задължително предварително уведомяване пред Комисията подлежат сделките, които покриват праговете за оборот съгласно изискванията на чл. 24, ал. 1 от ЗЗК, а именно сумата от общите обороти на всички предприятия - участници в концентрацията на територията на страната за предходната финансова година да надхвърля 12,78 млн. евро (съгласно чл. 12 и чл. 13 от ЗВЕРБ). 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 1,53 млн. евро (съгласно чл. 12 и чл. 13 от ЗВЕРБ).

1.2. Юрисдикцията на Европейската Комисия

Европейската Комисия има изключителна компетентност да оценява концентрации с общностно измерение, т.е. тези, които покриват праговете за оборот по чл. 1 от Регламента за сливанията. В тези случаи, сделките не подлежат на предварително уведомяване пред КЗК.

1.3. Механизъм за препращане на концентрации

В същото време, Регламентът за сливанията предвижда и механизъм за препращане на концентрации (със и без общностно измерение) с цел конкретният случай да бъде оценен от най-подходящия национален орган по конкуренция (НОК), респ. ЕК.

Пренасочването и обменът на информация от и към ЕК се осъществяват съгласно сроковете, посочени в Регламента за сливанията и процедурите, разписани в Насоки на ЕК относно препращане на преписки по концентрации.

✓ В случай че концентрацията е с общностно измерение, но засяга конкуренцията на обособен пазар в България, по искане на страните по сделката, Европейската комисия може преди да бъде уведомена за нея да препрати концентрацията за оценка до КЗК (*чл. 4, параграф 4.*). Ако за сделката вече е подадено уведомление пред ЕК, КЗК може да изиска пълно/частично препращане на сделката за оценка (*чл. 9*).

✓ В случай че сделката няма общностно измерение, уведомителят може да поиска препращане на сделката към ЕК преди националните органи да бъдат уведомени за нея, когато същата представлява концентрация и подлежи на оценка съгласно националното законодателство в най-малко три държави-членки (*чл. 4, параграф 5*). КЗК може да инициира препращане на сделка до ЕК, за която е била нотифицирана или да се присъедини към иницирано от друг компетентен НОК искане за препращане при изпълнение на правните изисквания на *чл. 22* от Регламента за сливанията.

2. Дефиниция на понятието оборот

2.1. Въведение

Общият оборот съгласно чл. 25 от ЗЗК включва нетните приходи от продажби на предприятие - участник в концентрацията, през предходната финансова година, представляващи сумите от продажба на продукция, стоки и услуги, генерирани от обичайната дейност на предприятието, намалени с търговските отстъпки, отбивите, рабатите и данъка върху добавената стойност. В оборота не се включват приходите от продажба на продукция, стоки и услуги между предприятия, принадлежащи към една и съща икономическа група.

Изчисляването на оборота на кредитни и други финансови институции, както и на застрахователни предприятия, ще бъде обсъдено по-подробно в т. IV.2.7. от Насоките.

2.2. Предходна финансова година

Сумата на общия оборот на участниците в концентрацията се изчислява въз основа на данните за предходната финансова година⁴. В своята практика Комисията се позовава на последните одитирани годишни финансови отчети на участниците в концентрацията. Когато сделката се осъществява през първите месеци на годината и все още няма заверени (одитирани) отчети за най-близката изминала финансова година, данните които следва да бъдат взети предвид са тези, които се отнасят до предхождащата я година.

При изключителни обстоятелства, Комисията може да се позове на неодитирани отчети, когато са налице сериозни отклонения между тях и последния одитиран ГФО поради значителни и трайни промени в засегнатото предприятие, като същите следва да бъдат одобрени от управителните органи на съответното дружество.

2.3. Обичайна дейност

Участниците в концентрацията следва да представят данни за реализирания на територията на страната общ нетен оборот (в евро (съгласно чл. 12 и чл. 13 от ЗВЕРБ)) от обичайна дейност за предходната финансова година, изчислен съгласно изискванията на чл. 25 от ЗЗК. Обичайна дейност е продажбата на продукти или предоставянето на услуги в нормалния процес на работа на предприятието, т.е. не се включват финансовите приходи и извънредните приходи. Оборътът, деклариран във финансовите отчети на дадено предприятие, не е задължително да отговаря на определението за оборот съгласно конкурентното право.

2.4. Суми, включени в оборота

2.4.1. Общи положения

Оборотът включва сумите, получени от продажба на продукти и предоставяне на услуги в хода на обичайната дейност на предприятието. Обичайните приходи не са ограничени до суми, получени от продажба на продукти или предоставяне на услуги, но включват например също приходи от наем.

2.4.2. Преминаващи парични потоци

Според счетоводните стандарти, оборътът не включва така наречените преминаващи парични потоци, които нямат пряко влияние върху формирането на приходите на предприятието, а се прехвърлят при същите условия и на същата цена на трети лица, съответно не се очаква печалба. Такива операции едновременно биват отразени като „приход от продажби“ и „разходи за покупка“. Следователно тези

⁴ Която в някои случаи е възможно да не съвпада с календарната.

приходи не представляват брутни потоци от икономически ползи по смисъла на параграфи 7 и 8 от МСС 18. Съгласно параграф 8 от МСС 18 „Приходите включват само брутните потоци от икономически ползи, получени от и дължими на самото предприятие.“

Например, приходите на туристическите агенции включват сумите, получени от организирани от тях мероприятия. В случаите, когато се продават туристически услуги, организирани от други туристически агенции, то в приходите на предприятието се отчита единствено сумата на полученото комисионно възнаграждение.

2.4.3. Държавни помощи при изпълнени определени условия

Всяка публична помощ, получена от предприятията, се включва в оборота в случай че: се предоставя за обичайната дейност на предприятието; предприятието е краен бенефициент на помощта; има пряко въздействие върху формирането на приходите на предприятието; е получена за предоставяне на услуга или е пряко свързана с продажба на стоки.

2.5. Корекции при изчисляването на оборота в определени случаи

Оборотът отразява икономическите ресурси, свързани с концентрацията и действителното финансово състояние на участниците към момента на нейното осъществяване. Ако оборотът, отчетен в последните одитирани финансови отчети, не предоставя точна картина на тези икономически ресурси, изчисленията следва да бъдат коригирани.

В този смисъл при изчисляването на общия оборот на участниците в концентрацията следва да се вземат предвид и промените, свързани с придобиване, разделяне или закриване на част от дейността, настъпили през/след датата на изготвения заверен ГФО. Оборотът, реализиран от придобитата/продадена/закрита дейност следва да се добави, респективно приспадне. Следва да се има предвид, че при подписано споразумение/договор за продажба на част от дейността, когато сделката все още не е приключена (не е прехвърлено законното вещно право върху придобитите акции/активи), то тази промяна не се взема предвид, освен ако продажбата не е предварително условие за осъществяване на концентрацията - предмет на уведомление.

2.6. Приспадания от общия оборот

Общият оборот на засегнатото предприятие не включва продажбата на продукти или предоставянето на услуги между които и да било от предприятията по чл. 25, ал. 4 от ЗЗК, т.е. групата, към която принадлежи засегнатото предприятие (вътрешногруповите обороти).

В случай че са налице продажби, извършени между участниците в концентрацията, същите не следва да бъдат приспаднати от реализирания оборот, тъй като преди осъществяване на сделката дружествата са независими един от друг субекти и не представляват икономическа група.

2.7. Кредитни институции, инвестиционни и застрахователни компании

В някои сектори е налице специфика при изчисляване на оборотите по чл. 24, ал. 1 от ЗЗК. Така например, при *кредитните и други финансови институции* оборотът се формира от сумата от следните приходни пера, след приспадане на данъка върху добавената стойност и при необходимост - други данъци, свързани с тези пера:

- приходи от лихви и други подобни приходи;
- приходи от ценни книжа: приход от акции и други променливи доходоносни книжа; приход от дялови вноски; приход от дялове във филиали на предприятията;
- вземания от комисиони;

- нетна печалба от финансови операции;
- друг оперативен приход.

В определени отчети, каквито са отчетите на банките, нетното представяне на приходите съдържа разходи (като например разходите за лихви, извършени от банките). В този случай изискването за нетни стойности е неприложимо, като се оценяват единствено приходите, реализирани в съответното перо.

Оборотът при *застрахователните институции* се състои от стойността на brutните премии, които обхващат получените средства и вземания по застрахователни договори, издадени от или от името на застрахователните предприятия, включително разходи за презастрахователни премии след приспадане на данъци и вноски или начислени такси по отношение на сумите на индивидуалните премии или общия размер премии.

Оборотът на предприятията, предлагащи услуги по *пенсионно осигуряване*, се изчислява на база приходи от такси и удържки, а на тези, предоставящи *доброволно здравно осигуряване* – на база начислен брутен премиен приход по видове пакети.

Оборотът на предприятията, предоставящи услуги по *финансов лизинг*, се изчислява по реда за изчисляване на оборота на кредитни и други финансови институции, като съдържа перото „Приходи от лихви” по ОПР или Отчета за доходи.

Предприятията, извършващи *оперативен лизинг*, не се считат за финансови институции, поради което за тях се прилагат общите правила за изчисляване на оборота чрез размера на нетните приходи от продажба, в частност „Приходи от продажба на услуги”.

Освен с борсова търговия, *инвестиционните посредници* могат да се занимават и с управление на активи, както и да предоставят консултантски и др. услуги, което не позволява конкретизиране на информацията, представляваща „оборот на инвестиционния посредник” по смисъла на ЗЗК, като същата следва да се преценява индивидуално за всеки отделен случай.

3. Изчисляване на оборота при различните видове концентрации

3.1. Общ преглед

Видът на придобивания контрол влияе върху определянето на засегнатите предприятия и съответните им обороти. Следващите раздели описват накратко критериите, използвани за идентифициране на засегнатите предприятия и начина на изчисляване на техния оборот.

3.2. Придобиване на контрол

При придобиване на едноличен/съвместен контрол засегнати предприятия се явяват придобиващото/ите контрол предприятие/я и обекта/обектите на придобиване. При придобиване на едноличен контрол продавачите не се явяват засегнати предприятия, тъй като губят контрол върху обекта на придобиване.

Въпроси, свързани с изчисляването на оборота в случаите на придобиване на съвместен контрол или промени в структурата на (съвместния) контрол, са разгледани по-подробно в т. IV.4. от насоките.

3.3. Придобиване на бизнес или част от него

В случай на придобиване на контрол върху актив (част от предприятие), засегнати предприятия се явяват купувачът/купувачите и придобитата/ите част/и на предприятието, което е предмет на придобиването, като другите търговски дейности на продавача не се вземат под внимание.

3.4. Структурни преобразувания

При преобразуване на две независими едно от друго дружества чрез вливане на едното в другото, засегнати от сделката предприятия се явяват приемащото предприятие и дружеството, което се преобразува.

В случай на сливане, засегнати предприятия се явяват сливащите се предприятия, които формират новото образувание.

4. Съвместни предприятия

4.1. Създаване на съвместно предприятие

В случаите когато е налице придобиване на съвместен контрол над новосъздадено предприятие, засегнати предприятия са всяко едно от предприятията, които придобиват контрол над новосъздаденото съвместно предприятие (учредителите), т.е. последното не се разглежда като засегнато предприятие, тъй като няма генериран оборот.

4.2. Придобиване на съвместен контрол

В случаите когато е налице придобиване на съвместен контрол над съществуващо предприятие или бизнес и когато никоя от придобиващите контрол страни не упражнява преди това едноличен или съвместен контрол над въпросното предприятие или бизнес, засегнати предприятия са всяко едно от дружествата, които придобиват съвместен контрол, от една страна, и съществуващото предприятие или бизнес – обект на придобиване, от друга страна.

4.3. Промяна от едноличен в съвместен контрол

В случаите когато съществуващо предприятие е било обект на едноличен контрол и един или повече нови акционери придобиват съвместен контрол върху него, така че акционерът, който преди това е имал едноличен контрол, продължава да контролира съвместно предприятието с новите акционери, сделката се разглежда като създаване на ново съвместно предприятие. Засегнати предприятия са всяко едно от предприятията, които придобиват контрол. Придобиваното дружество не следва да се разглежда като засегнато предприятие, а реализираният от него оборот трябва да се причисли към оборота на предприятието, което го е контролирало еднолично преди сделката.

4.4. Промяна от съвместен в едноличен контрол

В случаите когато настъпва промяна в упражнявания контрол от съвместен в едноличен, засегнати предприятия са придобиващият акционер и предприятието, обект на придобиване.

4.5. Замяна на съществуващ акционер в съвместно контролирано предприятие или друга промяна в структурата на контрола

В случаите когато един или повече акционери придобиват контрол, било чрез навлизане или чрез заместване на един или повече акционери, при наличие на съвместен контрол преди и след операцията, засегнати предприятия са акционерите (съществуващите и новите), които ще упражняват съвместен контрол и самото съвместно предприятие.

Оборотът на предприятието, върху което се упражнява контрол, не се причислява към оборотите на предприятията, които запазват контрол. Следователно оборотът на предприятието, върху което се упражнява контрол, не се разпределя по равно между предприятията, упражняващи съвместен контрол преди сделката. Всички суми, получени от продажбата на продукти или предоставянето на услуги между

предприятията, които преди сделката са упражнявали съвместен контрол и предприятието, върху което се упражнява контрол, също не се приспадат от оборота.

4.6. Придобиване на контрол чрез съвместно предприятие

В ситуации когато акционерите на съвместно предприятие използват съвместното предприятие като средство за придобиване на контрол, същите могат да бъдат сметени за лицата, които придобиват контрол, а не съвместното предприятие. Ако предприятието, придобиващо контрол, е съвместно предприятие, което изпълнява всички функции на автономен икономически субект (пълнофункционално съвместно предприятие), с други думи предприятие, което има достатъчно икономически и други ресурси, за да функционира трайно и което вече е активно на пазара, засегнатите предприятия обикновено включват съвместното предприятие и предприятието, върху което се придобива контрол. В тези случаи оборотите на групите предприятия, към които принадлежат предприятията-майки на съвместното предприятие, се причисляват към оборота на съвместното предприятие.

5. Разпределяне на оборота на засегнатите предприятия

След идентифициране на засегнатите предприятия, съответните им обороти се изчисляват съгласно чл. 25 от ЗЗК.

Когато предприятие, участващо в концентрацията, има преки или непреки връзки, състоящи се от правата или правомощията с други предприятия, посочени в букви от а) до д) по-долу, те се разглеждат като част от неговата група. В този случай, преценката дали е надхвърлен прага по чл. 24 от ЗЗК се прави въз основа на оборота на цялата група. Целта е да се прецени общия обем на икономическите ресурси, които ще бъдат обединени чрез предстоящата концентрация.

Общият оборот по смисъла на чл. 24, ал. 1 от ЗЗК се изчислява като сбор от оборотите на:

а) самото предприятие-участник;

б) предприятията, в които предприятието-участник, пряко или непряко:

- притежава повече от половината капитал или активи, или

- има правото да упражнява повече от половината гласове, или

- има правото да назначава повече от половината членове на контролните и управителните органи или законните представители, или

- има правото да управлява предприятието.

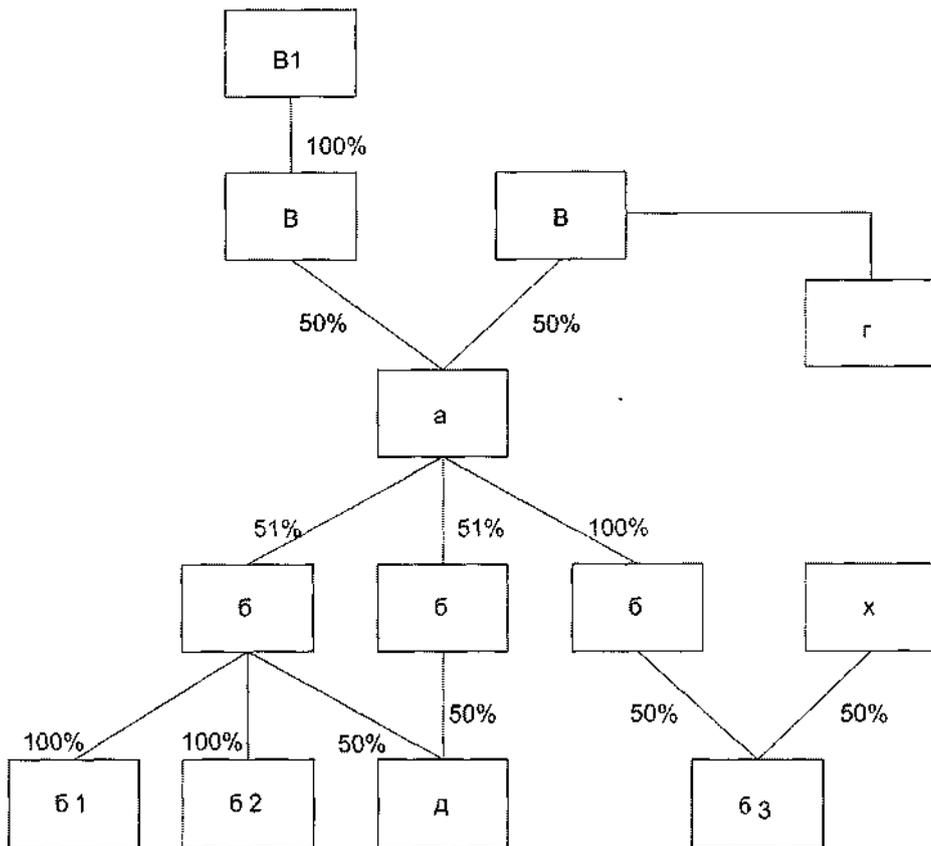
в) тези предприятия, които имат в предприятието правата или възможностите, изброени в буква (б).

г) тези предприятия, в които предприятията по буква (в) имат права или възможности, изброени в буква (б);

д) тези предприятия, в които две или повече предприятия, отговарящи на условията от (а) до (г), съвместно имат права или възможности, изброени в (б).

Това означава, че оборотът на предприятието, директно включено в сделката по концентрацията (а), трябва да включва неговите дъщерни предприятия (б), неговите дружества-майки (в), другите дъщерни дружества на предприятията майки (г) и всяко друго дъщерно дружество, съвместно контролирано от две или повече предприятия, принадлежащи на групата (д).

Това е илюстрирано в следната схема:



- а) самото предприятие - предмет на концентрацията;
 б) неговите дъщерни предприятия, притежавани съвместно с трети страни (б 3) и техните дъщерни предприятия (б 1 и б 2);
 в) неговите дружества-майки и техните дружества-майки (в и в 1);
 г) други дъщерни дружества на предприятията майки (г);
 д) предприятия общо контролирани от две или повече предприятия в групата (д).
 е) трета страна – (х).

Към тази схема могат да се направят следните уточнения:

Когато се осъществява контрол по смисъла на (б), целият оборот на дъщерното предприятие ще се взема предвид, независимо от действителния дял на контролиращото предприятие. В примера ще бъде включен общият оборот на трите дъщерни предприятия (б) на участващото предприятие (а).

Когато някои от предприятията, определени като принадлежащи към групата, също контролират и други предприятия, последните трябва да се включат в изчисленията. В примера едно от дъщерните предприятия на (а) има свои собствени дъщерни (б 1) и (б 2).

Когато две или повече предприятия съвместно управляват участващото предприятие (а) в смисъл, че е необходимо съгласието на всяка една от тях, за да се постигне управление на дейността му, е необходимо включването и на техния оборот в общата сума. В примера оборотът на двете предприятия майки (в) ще се включи в изчислението, както и оборотът на тяхната майка (в 1).

Когато участващото предприятие (а) упражнява съвместен контрол върху дадено предприятие (б3) заедно с трети страни (х), дори ако всяко от тях поотделно упражнява правото да управлява контролираното предприятие, но тези права са отрицателни, т.е. под формата на вето, и третата страна (х) трябва да се включи в

изчисленията, тъй като и (а) и (х) имат права на вето в (б3) въз основа на равните си акционерни дялове в (б3).

При съвместен контрол върху дружества извън икономическата група, към която принадлежи засегнатото предприятие, оборотът на съвместното предприятие се разпределя на пропорционална основа, в зависимост от броя на предприятията/лицата, които упражняват съвместен контрол.

6. Географско разпределение на оборота

Съгласно чл. 24, ал. 1 от ЗЗК, задължението за уведомяване е налице когато сумата от общите обороти на съответните предприятия, генерирана **на територията на Република България**, надхвърли определени прагове.

Счита се, че оборотът е генериран в географското местоположение на клиента по време на сделката, следователно местоположението на клиента е определящо за географското разпределение на оборота, генериран от продажбата на продукти или предоставянето на услуги. Основният принцип е този оборот да се счита за генериран в географското местоположение, където предприятието се конкурира с други доставчици на стоки или услуги. Това обикновено е и мястото, където действително се предоставят услугите или до което се доставят стоките.

По отношение на *продажбата на продукти* е възможно географското местоположение на клиента към момента на подписването на договора, да се различава от адреса за фактуриране и/или за доставка. В тези случаи мястото, където е подписан договора и адреса, до който се доставят продуктите, обикновено са по-важни от адреса за фактуриране.

По отношение на *предоставянето на услуги* решаващ фактор е местоположението, в което услугите се предоставят на клиента. В случаите, когато доставчикът на услуги или клиентът пътува, оборотът се приема за генериран на местоназначението на пътуващия, т.е. мястото, където услугите реално се предоставят на клиента. В случаите, когато нито доставчикът, нито клиентът пътува, се счита, че оборотът е генериран в географското местоположение на клиента.

7. Специфики при изчисляване на оборота

7.1. Физически лица

Физически лица също могат да придобият контрол. Оборотът, относим към физическите лица включва всеки оборот, генериран от предприятия, контролирани от тях.

7.2. Концентрации с участници държавни предприятия

В случай на концентрации между предприятия с **държавно/общинско участие**, когато придобиващото контрол предприятие и предприятието, върху което се придобива контрол, са собственост на едно и също държавно предприятие и двете страни принадлежат към една икономическа единица, сделката обикновено се разглежда като вътрешно реструктуриране.

В случай че предприятията принадлежат към различни икономически единици, то сделката се счита за концентрация, съответно засегнати са придобиващото контрол и придобиваното предприятие.

В случай че държавно предприятие не е предмет на каквато и да е координация с други холдинги, контролирани от държавата, то трябва да се счита за независимо за целите на изчисляване на оборота, а оборотът на другите предприятия, притежавани от същата държава, не трябва да се взема предвид. Ако, обаче, няколко държавни предприятия се намират в един и същ независим център на вземане на търговски

решения, то оборотът на тези предприятия следва да се разглежда като част от групата на засегнатото предприятие, което участва в концентрацията за целите на чл. 25 от ЗЗК. При придобиване на предприятие от държавата или от контролирано от държавата предприятие, при изчисляването на оборота по отношение на купувача, се взема само този на съответната икономическа единица с независими правомощия за вземане на решения и на предприятията, свързани с тази икономическа единица.

7.3. Двугодишното правило

Когато придобиването на бизнес или част от бизнес включва две или повече трансакции, оборотът на придобивания бизнес включва оборотите на всеки придобит бизнес от същото предприятие или от предприятия, принадлежащи към същата група в рамките на две години преди нотифицираната сделка, независимо дали съответното придобиване е оценявано от КЗК.

7.4. Конвертиране на оборота в евро (съгласно чл. 12 и чл. 13 от ЗВЕРБ)

Данните за общия оборот на всеки един от участниците в концентрацията следва да бъдат в евро (съгласно чл. 12 и чл. 13 от ЗВЕРБ). Когато финансовите данни на участниците са изготвени в друга валута, тя се преизчислява в евро (съгласно чл. 12 и чл. 13 от ЗВЕРБ) по средногодишния обменен курс. Същият принцип се прилага в ситуации, когато предприятията имат продажби в няколко различни валути.

V. Процедура по оценка на концентрациите

1. Ускорено проучване

Процедурата по оценка на концентрациите между предприятия стартира с така нар. ускорено проучване, което се извършва по реда на чл. 80 и сл. от ЗЗК.

След образуване на производството, всяко трето заинтересовано лице има възможност в срок от 7 работни дни от публикуване на съобщението за предстоящата концентрация да представи становище и аргументи относно нейния ефект върху конкуренцията на засегнатите съответни пазари.

1.1. Срокове за извършване на ускорено проучване

Оценката на концентрациите в рамките на ускореното проучване се извършва в срок до 25 работни дни, който започва да тече от работния ден, следващ деня на образуване на производството.

При необходимост от предоставяне на допълнителна информация и документи от уведомяващите предприятия, този срок спира да тече до момента на тяхното предоставяне, след което отново се възобновява. В тези случаи и крайният срок за произнасяне се удължава.

Срокът за произнасяне се удължава (до 10 работни дни) и в случаите, когато уведомяващите предприятия предложат да изготвят промени в условията на концентрацията с оглед отстраняване на откритите от Комисията антиконкурентни ефекти. Предложените от уведомяващите промени в условията на концентрацията се изготвят в поверителен и неповерителен вариант.

За да оцени доколко предложените промени в условията на концентрацията са ефективни и елиминират изцяло установените проблеми за конкурентната среда, Комисията удължава срока с още 10 работни дни, считано от деня, в който уведомяващият предостави пълна информация относно предлаганите мерки. КЗК извършва пазарен тест, като изпраща неповерителен вариант на предложените промени на трети заинтересовани страни, с искане на становище доколко същите биха отстранили откритите проблеми за конкурентната среда в резултат на осъществяване на концентрацията.

До постановяване на решение на Комисията на страните е забранено да предприемат фактически или правни действия, свързани с предвижданата концентрация. Изключение от тази забрана представляват случаите, при които е налице търгово предложение или поредица от сделки с ценни книжа, допуснати до търговия на регулирани пазари на финансови инструменти, чрез които се придобива контрол по смисъла на чл. 22, ал. 3 от различни продавачи. В тези случаи, Комисията трябва да бъде уведомена непосредствено след сключване на договора, публично оповестяване на търговото предложение или придобиването на контрол, но преди да бъдат предприети реални действия по изпълнение на сделката. В същото време лицето, придобило ценните книжа, не трябва да е започнало да упражнява свързаното с тези книжа право на глас, освен за да заплати стойността на направената инвестиция.

1.2. Ред на протичане на производството

В хода на ускореното проучване Комисията има право да изисква от уведомятеля допълнителна информация и доказателства.

В рамките на ускореното проучване Комисията изготвя въпросници до основни конкуренти, клиенти и доставчици на участниците в концентрацията. Информацията, която се изисква, е в зависимост от конкретния случай, като например: в какво се изразява дейността им, какви продукти и услуги предлагат, какво е пазарното им положение, какви са отношенията им с участниците в концентрацията и при наличие на договорни отношения - от кога датират същите. Допълнително, на анкетиранияте участници се предоставя възможност да изразят становище относно ефекта на планираната сделка върху засегнатите пазари, тяхното дефиниране в продуктов и географски аспект, бариери за навлизане и др. Изразяване на становище и предоставяне на данни могат да бъдат изискани и от браншови организации, сдружения и асоциации. Комисията изисква информация и от секторните регулатори, които събират, обобщават и анализират данни от операторите в съответния сектор, извършват мониторинг, изготвят годишни доклади за дейността на сектора и др. в зависимост от тяхната компетентност.

В някои случаи, когато обект на оценка са мултинационални концентрации, Комисията осъществява и тясно сътрудничество с националните органи по конкуренция, които също са компетентни да оценят сделката. За да може КЗК да обменя със съответните компетентни органи по конкуренция информация, свързана с оценката на сделката, се изисква участниците в концентрацията да предоставят съгласие за обмен на информация, в т.ч. такава, представляваща търговска тайна. Образец на Декларация за съгласие за разкриване и използване на поверителна информация, приета с решение на КЗК №238/05.03.2010г. е публикувана на интернет страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

Когато в хода на ускореното проучване постъпят опасения за значително засягане на конкуренцията в резултат на концентрацията, КЗК изпраща писмо до уведомятеля, който следва да предостави обосновка и аргументи, придружени със съответните доказателства, доколкото следва да бъдат приети или отхвърлени като неоснователни всяко едно от изразените опасения.

При наличие на открити в хода на проучването опасения за съществено възпрепятстване на ефективната конкуренция, КЗК може да прикани уведомятеля да предложи промени в условията на концентрацията. Към тази процедура се пристъпва само когато идентифицираните проблеми за конкуренцията са недвусмислени и предложените промени в условията на концентрацията са достатъчно ясно очертани, което да не налага преминаване към задълбочено проучване. Критериите и реда за одобряване на тези промени са регламентирани в Правила за одобряване на мерки за

запазване на конкуренцията при концентрации между предприятия, достъпни на интернет страницата на Комисията: <https://www.cpc.bg/legislation>.

1.3. Приключване на ускореното проучване

След анализ на информацията и данните, предоставени от уведоителя и от анкетираните в хода на ускореното проучване трети заинтересовани лица, Комисията на закрито заседание се произнася с решение по реда на 82, ал. 3 от ЗЗК.

В зависимост от конкретния случай, Комисията може да приеме, че нотифицираната операция не представлява концентрация по смисъла на чл. 22, ал. 1 и ал. 2 от ЗЗК или че не попада в обхвата на чл. 24, ал. 1 от ЗЗК.

Комисията разрешава концентрацията между предприятия, когато установи, че същата не води до значително възпрепятстване на ефективната конкуренция, особено в резултат на установяване или засилване на господстващо положение.

В случаите, когато в хода на ускореното проучване са предложени от уведоителя промени в условията на концентрацията и същите са одобрени от КЗК, се разрешава нейното осъществяване в съответствие с тези изменения. След влизане в сила на решението, КЗК осъществява последващ контрол върху неговото изпълнение, като изисква релевантни доказателства дали са изпълнени изцяло и в срок постановените промени в условията на разрешената концентрация. В случай че КЗК установи неизпълнение на постановеното решение, образува производство по реда на чл. 38, ал. 1, т.1 от ЗЗК.

Комисията може да постанови решение, с което да започне задълбочено проучване, когато са налице предпоставките на чл. 83, ал. 1 от ЗЗК.

На основание чл. 66, ал. 2 от ЗЗК Комисията, в рамките на ускореното проучване, се произнася и по допускане на незабавно изпълнение на решението си, в случай че уведоителят е направил мотивирано искане за това. В тази хипотеза уведоителят следва да мотивира искането си в съответствие с изискванията на чл. 60, ал. 1 от АПК.

След приемане на решение по чл. 82, ал. 3 от ЗЗК, Комисията с уведоително писмо съобщава на нотифициращите страни за постановеното решение, в което се посочва диспозитива на решението, дължимите държавни такси⁵ и възможността за запознаване с материалите по преписката. Правилата и редът, по който се предоставя достъп, са уредени в Правила за достъп, използване и съхраняване на документи, представляващи производствена, търговска или друга защитена от закон тайна, са публикувани на страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

Неповерителният вариант на решението се публикува в електронния регистър на КЗК в срок до 14 дни от неговото постановяване, а препис от него се предоставя на страните след заплащане на дължимите държавни такси.

Решенията, освен тези с които Комисията започва задълбочено проучване, могат да бъдат обжалвани относно тяхната законосъобразност пред Административен съд - София област от уведоителя, както и от всяко трето лице, което има правен интерес. Решенията се обжалват в 14-дневен срок, който започва да тече от съобщаването им по реда на Административно-процесуалния кодекс, а за третите лица - от публикуването им в електронния регистър на комисията. Решенията на АССО подлежат на касационно обжалване пред Върховния административен съд.

2. Задълбочено проучване

2.1. Предпоставки за започване на задълбочено проучване

⁵ Съгласно Тарифа за таксите, които се събират от Комисията за защита на конкуренцията по Закона за защита на конкуренцията, достъпна на интернет страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>)

Когато в резултат на извършената в рамките на ускореното проучване оценка, Комисията установи, че концентрацията поражда сериозни съмнения, че в резултат на осъществяването ѝ съществено ще се възпрепятства ефективната конкуренцията на съответния пазар, особено в резултат на създаване или засилване на господстващо положение, тя започва задълбочено проучване по реда на чл. 83 и сл. от ЗЗК.

Неповерителният вариант на решението, с което КЗК инициира задълбочено проучване, се публикува в електронния регистър. В 30-дневен срок от неговото публикуване всяко заинтересовано лице може да представи информация или становище относно ефекта на концентрацията върху съответния пазар, както и да отправи мотивирано искане да бъде конституирано като участник в производството.

2.2. Срокове за извършване на задълбочено проучване

Задълбоченото проучване се извършва в срок до 90 работни дни от публикуването на решението за неговото инициране в електронния регистър на КЗК.

С оглед изразените от Комисията опасения за конкурентната среда в постановеното от нея решение за инициране на задълбочено проучване, участниците в концентрацията могат да предложат мерки за запазване на ефективната конкуренция. В този случай срокът за извършване на проучването може да се удължи с 15 работни дни, считано от деня, следващ деня, в който Комисията получи пълна информация във връзка с предложените мерки.

При концентрации с правна и фактическа сложност, срокът от 90 работни дни може да се удължи с не повече от 25 работни дни.

Забраната за предприемане на фактически или правни действия, както и предвидените в закона изключения от нея, са приложими и в рамките на задълбочено проучване на концентрацията.

2.3. Процесуални действия в хода на задълбоченото проучване

В хода на задълбоченото проучване Комисията изисква допълнителна информация и доказателства от участниците в концентрацията, анкетираните в рамките на ускореното проучване лица и конституираните заинтересовани лица. В зависимост от конкретния случай и открити опасения, Комисията може да изиска данни и доказателства и от други конкуренти, доставчици, клиенти, както и секторни регулатори и браншови организации.

Когато концентрацията подлежи на оценка и пред друг национален орган по конкуренция, в рамките на проучването КЗК може да осъществи тясно сътрудничество относно хода и резултатите от извършеното проучване. Обмен на поверителната информация може да бъде осъществен само в случай на предоставено от участниците в концентрацията съгласие (waiver).

За разлика от процедурата при ускорено проучване, на този етап от проучването могат да се извършват и проверки на място по реда на чл. 50 и следв. от ЗЗК.

2.4. Приключване на задълбоченото проучване

След обобщаване и анализ на допълнително събраните данни и информация, председателят на Комисията насрочва закрито заседание, на което КЗК се произнася с решение по реда на 85, ал. 2 от ЗЗК.

Когато в резултат от извършеното проучване бъде установено, че сделката няма да доведе до отрицателно въздействие върху ефективната конкуренция на засегнатия пазар и по категоричен начин се отхвърлят породените в рамките на ускореното проучване сериозни съмнения, Комисията постановява решение, с което разрешава осъществяването на концентрацията.

Ако в резултат на извършеното задълбочено проучване съмненията за съществено възпрепятстване ефективната конкуренция на съответния пазар се потвърдят, но страните докажат, че положителният ефект от концентрацията и ползите, които ще произтекат от нея ще имат превес над отрицателното въздействие върху конкуренцията на съответния пазар, Комисията може да разреши концентрацията на основание чл. 26, ал. 5 от ЗЗК.

С постановяване на решението си КЗК се произнася и по искането за допускане на незабавно изпълнение на основание чл. 66, ал. 2 от ЗЗК, в случай че същото е направено от уведомятеля с подаване на уведомлението. В тази хипотеза уведомятелят следва да мотивира искането си в съответствие с изискванията на чл. 60, ал. 1 от АПК.

След постановяване на решението, с което концентрацията се разрешава на основание чл. 26, ал. 4 или ал. 5 от ЗЗК, нотифициращите страни се уведомяват за постановения акт, дължимите държавните такси и възможността за запознаване с материалите по преписката. Правилата и реда, по който се предоставя достъп до материалите са уредени в Правила за достъп, използване и съхраняване на документи, представляващи производствена, търговска или друга защитена от закон тайна, публикувани на страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

Неповерителният вариант на решението се публикува в електронния регистър на КЗК в срок до 14 дни от неговото постановяване, а препис от него страните могат да получат след заплащане на дължимите такси.

Когато на база допълнително събраните данни и доказателства се потвърдят изразените опасения за съществено възпрепятстване на ефективната конкуренция, станали повод за образуване на задълбочено проучване, Комисията постановява определение, с което приема предварителните си заключения за ефекта на концентрацията върху конкуренцията на съответните засегнати пазари.

С постановяване на определението си КЗК приканва участниците в концентрацията (в срок не по-кратък от 14 дни) да предложат конкретни мерки, чрез въвеждането на които да бъде запазена ефективната конкуренция на съответния пазар. В същия срок на уведомятеля и конституираните заинтересовани лица се и дава възможност за предоставяне на становища по предварителните заключения, ведно с относими доказателства. За уведомятеля този срок започва да тече от деня на получаване на копие от неповерителния вариант на определението, а за конституираните заинтересовани лица - от писменото уведомление за него. Допълнително, за да могат да упражнят правото си на защита в пълнота, на уведомятелите и конституираните заинтересовани лица се дава възможност да бъдат изслушани в открито заседание преди постановяване на решение по същество. То се насрочва не по-рано от 14 дни след изтичане на срока за предоставяне на становища.

С определението за предявяване на предварителните заключения на страните и конституираните заинтересовани лица се дава право да се запознаят с материалите по преписката, за да могат да организират защитата си. Редът, по който се предоставя достъп до същите (включително и неповерителните), е установен в Правилата за достъп, използване и съхраняване на документи, представляващи производствена, търговска или друга защитена от закон тайна, публикувани на страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

Ако след като бъдат приканени, страните предложат мерки за запазване на ефективната конкуренция, тяхната ефективност се оценява чрез подлагането им на т.нар. пазарен тест. Чрез този тест основните конкуренти/клиенти/доставчици на участниците се анкетират доколко предложените мерки биха елиминирали изцяло откритите от Комисията опасения за възпрепятстване на ефективната конкуренция. Подробна информация относно видовете мерки, процедурата по разглеждането и

одобряването им се съдържа в Правила за одобряване на мерки за запазване на конкуренцията при концентрации между предприятия, публикувани на сайта на Комисията. (<https://www.cpc.bg/legislation>).

В случай че страните изразят желание да бъдат изслушани от Комисията, те могат да изложат своите възражения срещу необходимостта от предлагане на мерки за запазване на ефективната конкуренция или да обосноват защо именно предложените мерки са подходящи да неутрализират отрицателното въздействие върху конкуренцията.

Ако Комисията одобри предложените мерки, тя постановява решение, с което разрешава осъществяването на концентрацията под условие, че одобрените мерки бъдат изпълнени в съответния указан срок. След влизане в сила на решението КЗК осъществява последващ контрол върху неговото изпълнение, като изисква релевантни доказателства дали мерките са изпълнени изцяло и в срок. В случай че се установи неизпълнение на постановеното решение, КЗК образува производство по реда на чл. 38, ал. 1, т.1 от ЗЗК.

Ако в хода на производството уведомятелът е предложил мерки, които Комисията е установила по безспорен начин, че не са подходящи и достатъчно ефективни, тя постановява решение, с което забранява осъществяването на концентрацията и постановява незабавно изпълнение на решението си.

След приемане на решение по чл. 88, ал. 1 от ЗЗК, Комисията с уведомително писмо съобщава на нотифициращите страни за постановеното решение, в което се посочва диспозитива на решението, дължимите държавни такси⁶ и възможността за запознаване с материалите по преписката. Правилата и реда, по който се предоставя достъп са уредени в Правила за достъп, публикувани на страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

Неповерителният вариант на решението се публикува в електронния регистър на КЗК в срок до 14 дни от неговото постановяване, а препис от него страните могат да получат след заплащане на дължимите държавни такси.

Решенията могат да бъдат обжалвани относно тяхната законосъобразност пред Административен съд - София област от уведомятеля, както и от всяко трето лице, което има правен интерес в 14-дневен срок. Този срок започва да тече от съобщаването им по реда на Административно-процесуалния кодекс- за уведомятелите, а за третите лица - от публикуването на решенията в електронния регистър на Комисията. Решенията на съда подлежат на касационно обжалване пред Върховния административен съд.

3. Производства, образувани по инициатива на Комисията

3.1. Предпоставки за започване на производството

Комисията може да образува производство за оценка на концентрация и по собствена инициатива съгласно чл. 38 ал. 1, т. 1 от ЗЗК. Основание за образуване на производство по този ред може да бъде извършено от КЗК предварително проучване, данни, постъпили в Комисията в хода на образувано друго производство (по оценка на концентрация, секторен анализ, др.), публикации в медиите за осъществени концентрации в нарушение на закона, постъпило искане на трети заинтересовани лица, чиито интереси са засегнати или застрашени от нарушение по ЗЗК и др.

Решението, с което се открива производството, се публикува в електронния регистър на КЗК и не подлежи на обжалване.

Случаите, при които се образува производство по реда на чл. 38, ал. 1, т. 1 от ЗЗК са следните:

⁶ Съгласно Тарифа за таксите, които се събират от Комисията за защита на конкуренцията по Закона за защита на конкуренцията, достъпна на интернет страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>)

3.1.1. Концентрация, осъществена без разрешение от Комисията

Производството се образува в случаите на неизпълнение на задължението за предварително уведомяване, а именно: когато сделката представлява концентрация по смисъла на чл. 22, ал. 1 от ЗЗК и са били достигнати праговете за оборот по чл. 24, ал. 1 от ЗЗК за финансова година, предхождаща сключването на договора и осъществяването на концентрацията. Тази хипотеза може да бъде налице и когато в процеса на образувано производство по оценка на нотифицирана сделка, същата е осъществена преди постановяване на решение на Комисията.

3.1.2. Концентрация, осъществена по начин и при условия, различни от тези, при които е била разрешена.

Производството се образува в случаите, когато КЗК има основателни съмнения въз основа на извършения от нея последващ контрол или получена информация от трети страни, или други източници, че разрешената от нея сделка е осъществена по начин, различен от този в постановеното от нея решение. Тази хипотеза е приложима когато сделката е разрешена под условие и одобрените мерки, необходими за запазване на ефективната конкуренция и ограничаване на отрицателното ѝ въздействие върху съответния пазар, не са изпълнени или са изпълнени частично, или не е спазен срока за тяхното изпълнение.

3.1.3. Предоставена непълна, неточна и заблуждаваща информация

Повод за образуване на такова производство е налице, когато КЗК установи, че постановеното от нея решение, с което е разрешила осъществяването на концентрация, се основава на непълна, неточна, недостоверна или заблуждаваща информация и данни.

3.2. Ред на протичане на производството

В случаите когато Комисията образува производство по собствена инициатива, проучването се извършва по реда на глава VIII от ЗЗК, както и по чл. 74 и чл. 76 от ЗЗК.

В хода на проучването КЗК има право да изисква информация и документи от ответната страна, както и да изпраща въпросници до основни конкуренти, клиенти и доставчици на участниците в концентрацията. Информацията, която се изисква, е различна с оглед спецификата на случая, като например: в какво се изразява дейността на участниците в концентрацията, какви продукти и услуги предлагат, какви са отношенията им, ако същите са с договорен характер - от кога датират. Допълнително на анкетиранията предприятия се предоставя възможност да изразят становище относно ефекта на осъществената сделка върху засегнатите пазари, тяхното дефиниране в продуктови и географски аспект, бариери за навлизане и др. Изразяване на становище и предоставяне на данни могат да бъдат изискани и от браншови организации, сдружения и асоциации, секторни регулатори и други.

Когато концентрацията е извършена по начин, различен от този, постановен в решението, се изисква информация и доказателства от ответната страна какви са били конкретните причини за неизпълнение на одобрените от КЗК мерки за запазване на ефективната конкуренция и елиминиране на отрицателното въздействие на концентрацията върху засегнатите съответни пазари.

Когато решението е постановено въз основа на непълна, неточна и заблуждаваща информация, Комисията изисква от уведомителите предоставянето на достоверна и точна информация, след което оценява ефекта на концентрацията върху конкурентната среда на съответните засегнати пазари, въз основа на получената информация.

В срок до 30 дни от публикуване на решението за образуване на производство по собствена инициатива, всяко заинтересовано лице може да подаде до Комисията мотивирано искане да бъде конституирано като участник в производството.

3.3. Приключване на производството

След извършване на анализ на информацията и данните, предоставени от ответната страна по производството, както и от анкетираните в хода на проучването трети заинтересовани лица, Комисията в закрито заседание се произнася с решение по чл. 89, ал. 1 от ЗЗК.

В хода на производството, въз основа на събраните данни и доказателства, КЗК може да установи, че не е налице неизпълнение на инкорпорираното в разпоредбата на чл. 24 от ЗЗК задължение за предварително уведомяване.

В случаите когато Комисията установи нарушение, тя постановява определение, с което предявява твърдения за извършено нарушение. С определението си КЗК дава възможност на ответната страна и конституираните заинтересовани лица да представят своите възражения/становища, заедно с относими доказателства, в срок не по-кратък от 30 дни. За ответната страна срокът за предоставяне на становище започва да тече от деня на получаване на копие от неуповителния вариант на определението, а за конституираните лица - от писменото уведомление за него. Освен да предоставят възражения/становища, на страните се дава и възможност да бъдат изслушани в открито заседание.

След уведомяването за предварителните заключения на Комисията, на страните се дава право да се запознаят и с материалите по преписката (включително и неуповителните), за да могат да организират защитата си. Редът, по който се предоставя достъп до материалите, е установен в Правилата за достъп, публикувани на страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

Не по-рано от 14 дни след изтичане на срока за предоставяне на възражения/становища по предявените предварителни заключения, Комисията насрочва открито заседание, на което, ако страните и конституираните заинтересовани лица са изявили желание, имат възможност да бъдат изслушани и да упражнят в пълна степен правото си на защита.

След изслушването на страните и изясняване на обстоятелствата по случая, КЗК насрочва закрито заседание, на което постановява решение. При установено извършено нарушение на задължението по чл. 24, ал.1 от ЗЗК, Комисията налага имуществена санкция. Индивидуалният размер на санкцията се определя съгласно Методиката за определяне на санкциите по ЗЗК, приета с решение №71/03.02.2009г. на КЗК, изм. и доп. с решение № 1024/06.10.2009 г., решение № 330/17.03.2011 г. и решение № 900/17.11.2015 г., публикувана на страницата на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

В случаите, предвидени в чл. 90 от ЗЗК, освен имуществена санкция, с решението си КЗК може да наложи на участниците в концентрацията определени структурни и/или поведенчески мерки за възстановяване на ефективната конкуренция, включително като постанови разделяне на обединени капитали, дялове или активи и/или прекратяване на общия контрол. Подробна информация относно видовете мерки, процедурата по разглеждането и одобряването им се съдържа в Правила за одобряване на мерки за запазване на конкуренцията при концентрации между предприятия, публикувани на сайта на Комисията (<https://www.cpc.bg/legislation>).

След влизане в сила на решението, с което са наложени мерки за запазване на ефективната конкуренция, КЗК осъществява последващ контрол върху тяхното изпълнение, като изисква релевантни доказателства дали същите са изпълнени изцяло и в срок. В случай че Комисията установи неизпълнение на постановеното решение, образува производство по реда на чл. 38, ал. 1, т.1 от ЗЗК.

Процедурата по уведомяване за постановеното решение и неговото обжалване е същата като тази при ускореното и задълбочено проучване.

VI. Оценка на концентрациите

1. Общ преглед

Ефективната конкуренция носи ползи за потребителите, като например по-ниски цени, по-високо качество и по-голям избор на продукти и/или услуги.

Концентрациите могат да имат положително въздействие върху конкуренцията, както и да са неутрални.

Практиката показва, че по-голямата част от концентрациите не вредят на конкуренцията, тъй като те дават възможност на обединяващите се предприятия да намалят разходите си и да работят по-ефективно. Принципно, обединяването на ресурсите на участниците в дадена концентрацията води до оптимизиране на разходите, което рефлектира върху цените и качеството на предлаганите от тях стоки и услуги. Увеличава се и стремежа на предприятията да инвестират в иновации, като разработване на нови продукти, технологии и др.

Някои концентрации обаче биха могли да възпрепятстват значително конкуренцията на съответния пазар, чрез създаване или увеличаване на пазарната мощ на концентриращите се предприятия. В тези случаи, обединеното предприятие едностранно или в координация с конкуренти, може да увеличи цената над конкурентното равнище за значителен период от време, да намали производството, избора или качеството на предлаганите стоки и/или услуги, да ограничи иновациите, да предотврати навлизането на нови потенциални конкуренти, да ограничи мобилността на пазара или по друг начин значително да повлияе върху конкурентната среда. Ето защо основната цел, която преследва КЗК при оценката на концентрации, е да идентифицира именно тези от тях, които биха имали негативен ефект върху конкуренцията.

Целта на настоящия раздел е да се изяснят общите принципи, които КЗК прилага, когато оценява ефекта върху конкуренцията на съответния засегнат пазар след осъществяване на концентрацията. Анализът на конкурентната среда във всеки конкретен случай се основава на цялостна оценка на предвидимото въздействие на концентрацията, с оглед релевантните фактори и условия.

2. Приложим пазарен тест

Конкуренцията може да се счита, че е значително възпрепятствана в резултат на концентрацията, ако негативните последици от сделката върху ефективната конкуренция са дълготрайни и/или съществени. Това означава, че една концентрация може да бъде разрешена въпреки създаването или укрепването на господстващо положение на пазара, ако има вероятност обединеното предприятие да загуби господстващото си положение в близко бъдеще, например поради навлизането на нови предприятия или увеличаване на международната конкуренция. Установяването на значително възпрепятстване на ефективната конкуренция винаги се основава на цялостна оценка във всеки отделен случай и може да зависи от пазарния дял на обединеното предприятие, неговата икономическа и финансова мощ, силата при договаряне с клиенти и доставчици, прогнозите за темповете на развитие на пазара.

Една от основните промени в Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК)⁷ е замяната на теста за „господстващо положение“ с този за „значително възпрепятстване на ефективната конкуренция“⁸, (SIEC).

Основната цел на новия тест е да премахне всякаква несигурност относно това дали се прилага и за концентрации, които не водят до господстващо положение сами по

⁷ Обн. ДВ, бр. 17 от 26.02.2021 г., в сила от 26.02.2021 г.

⁸ Предвиден в Регламент (ЕО) № 139/2004 на съвета от 20 януари 2004 година относно контрола върху концентрациите между предприятия.

себе си, но въпреки това имат антиконкурентни последици, произтичащи от т.нар. некоординирано поведение на предприятия на олигополни пазари.

В допълнение, SIEC тестът е по-подходящ и при ситуации, в които конкуренцията е възпрепятствана на ниво учредители на съвместни предприятия. При някои обстоятелства оценката на концентрации при създаване на съвместно предприятие може да изисква оценка на значимостта на сделката и нейните ефекти върху конкуренцията между учредителите на съвместното предприятие. Съвместното предприятие може да позволи координация между учредителите, ако чрез съвместното предприятие всеки от тях може да следи и да наблюдава действията на другия. Освен това, икономическото значение на съвместното предприятие за неговите учредители може да бъде толкова голямо, че учредителите да се въздържат да се конкурират помежду си на други пазари, за да осигурят постоянна жизнеспособност на съвместното предприятие.

3. Господстващо пазарно положение

Счита се, че дадено предприятие има господстващо положение⁹, когато то е в състояние да оперира на пазара достатъчно независимо от действителните или потенциалните си конкуренти, клиенти и доставчици. Тази независимост е свързана със степента на конкурентен натиск, който господстващото предприятие може да упражнява. Друго условие е конкурентите, клиентите и доставчиците да не са в състояние да влияят върху начина, по който господстващото предприятие използва своята пазарна мощ (в значителна степен или достатъчно бързо) и да не могат да упражняват достатъчно ефективен конкурентен натиск. В резултат, господстващото предприятие е в състояние да попречи на ефективната конкуренция на съответния пазар.

Господстващото положение се характеризира със съществуването на икономическо, правно, техническо или друго конкурентно предимство от страна на господстващото предприятие, което конкурентите не са в състояние да достигнат. Такова предимство може да бъде пазарният му дял, финансови ресурси, възможности за достъп до пазара, технологично равнище и/или стопански отношения с други предприятия.

Клиентите, доставчиците и конкурентите могат да бъдат зависими от господстващото предприятие по различни начини. Клиентите може да се нуждаят от доставка на стоки от господстващото предприятие, поради липсата на други съпоставими възможности. Господстващото предприятие може да има контрол върху снабдяването или маркетинговите и дистрибуторски канали, като принуждава доставчиците да имат договорни отношения с него. Предприятията, които имат господстващо положение, обикновено са в състояние да отговорят на всякакви конкурентни действия, които могат да предприемат техните конкуренти и по този начин са в състояние да влияят върху цените и/или условията на доставка.

Счита се, че дадена концентрация създава предприятие с господстващо положение на пазара, ако предприятието постига горепосочената независимост спрямо своите конкуренти, клиенти и доставчици на даден пазар в резултат на сделката. Концентрацията укрепва господстващо положение на пазара, ако съществуващата способност на предприятието да оперира в достатъчна степен независимо от конкурентите, клиентите или доставчиците, се разширява в резултат на сделката. В повечето случаи, едно предприятие достига господстващо положение, но в определени случаи господстващо положение може да бъде споделено от няколко предприятия.

⁹ По смисъла на чл. 20 от ЗЗК.

4. Видове концентрации

Концентрациите могат да бъдат хоризонтални или нехоризонтални.

Хоризонтални са концентрациите между конкуренти, т.е. между предприятия, които оперират на едни и същи продуктови пазари или на едно и също ниво на веригата за доставки. В тези ситуации, продуктите и/или услугите, предоставяни от страните, са до голяма степен взаимозаменяеми от гледна точка на клиентите.

Нехоризонталните концентрации могат да бъдат два вида: вертикални и конгломератни.

Вертикални са концентрациите между предприятия, които оперират на различни нива на една и съща верига на доставки, т.е. съществува вертикална връзка между техните дейности. Например, продуктът от дейността на единия участник се използва като суровина от другия, т.е. единият участник е продавач, а другият - купувач на един и същи пазар. Друг пример е концентрацията между предприятие „нагоре по веригата“ (например производител/вносител на определени продукти/услуги) и предприятие „надолу по веригата“ (дистрибутор/търговец на едро/търговец на дребно на същите продукти/услуги). В този случай единият участник в концентрацията оперира на пазар, който предхожда или следва този, на който оперира другият участник, независимо от това, дали участващите предприятия на практика имат отношения доставчик-клиент.

При придобиване на контрол вертикална връзка между дейностите на участниците в сделката съществува, когато поне едно предприятие от страна на придобиващия/те контрол оперира/т на пазар (продуктов и географски), вертикално разположен на този, на който оперира придобиваното/ите предприятие/я или части от тях. При създаване на съвместно предприятие – съвместното предприятие и поне една от неговите майки оперират на вертикално разположени пазари. При сливане на две или повече независими предприятия – поне две от сливащите се предприятия, а при вливане - предприятието, правопреемник и вливащото се предприятие оперират на вертикално разположени пазари.

КЗК приема, че е налице вертикална връзка между дейностите на участниците в концентрацията и в случаите, когато само единият от участниците в концентрацията оперира на пазар, вертикално разположен на този, на който предприятие от страна на другата група от предприятия, участващи в концентрацията, има намерение да навлезе (съществуват условия за своевременно и в достатъчна степен на сигурност навлизане).

Конгломератни са концентрациите между предприятия, които не са в хоризонтални взаимоотношения (като конкуренти на един и същи пазар) или във вертикални взаимоотношения (не оперират на вертикално свързани пазари).

При конгломератните концентрации участващите предприятия оперират на различни пазари. Тези пазари могат да нямат никаква връзка помежду си, както и да са свързани съседни пазари. Участниците в концентрацията оперират на свързани съседни пазари, когато предлагат продукти, които са взаимно допълващи се, т.е. продукти с обвързана употреба - потреблението на един продукт по същество предполага използването или потреблението на друг продукт или продукти, които обикновено се купуват от една и съща категория клиенти за една и съща крайна употреба.

Концентрациите могат да имат както хоризонтални, така и нехоризонтални ефекти.

5. Определяне на съответния пазар

Оценката на концентрацията между предприятия започва с определянето на съответните пазари (в продуктов и географски аспект), на които оперират (или имат намерение да навлязат) участниците в концентрацията (преките и непреките

участници). Идентифицирането на съответния/ите пазар/и цели да открие тези от тях, върху които концентрацията ще окаже въздействие, а именно припокриващи се и/или свързани пазари (вертикално или тясно свързани съседни пазари). След като КЗК определи кои са пазарите, върху които концентрацията ще окаже въздействие, започва своята оценка по същество, а именно извършване на анализ на конкурентната среда на всеки един от тези съответни пазари преди и след нейното осъществяване.

Настоящите Насоки акцентират и разясняват прилагания от КЗК подход при извършване на конкурентния анализ на засегнатите от сделката съответни пазари, а начинът на определяне на техните граници в продуктов и географски обхват, се съдържа в Методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар, както и в Известието на ЕК относно определянето на съответния пазар за целите на правото на Съюза в областта на конкуренцията.

6. Конкурентен анализ

КЗК в своя анализ се позовава на концепцията за „теория на вредата“ за да очертае рамката за оценка на ефекта от концентрацията като анализира възможните промени, произтичащи от нея, всяко въздействие върху конкуренцията и очакваната вреда за клиентите в сравнение със ситуацията, която може да възникне без осъществяване на сделката. В определени случаи КЗК взема предвид бъдещи промени на пазара, които могат да бъдат разумно предвидени, като например либерализация на пазара или вероятно навлизане или излизане на предприятия.

В хода на проучването, КЗК се стреми да разбере търговската обосновка (икономическа цел) на транзакцията от гледна точка на всеки един от участниците в концентрацията. В тази връзка, внимателно се анализират всички основни доказателства - вътрешни документи, свързани с планираното придобиване, бъдещи стратегии, бизнес планове и др. релевантна информация. КЗК оценява доколко в резултат на сделката биха се влошили условията на пазара по отношение на ценовите и неценовите аспекти, като количество, качество на продуктите/услугите, продуктова гама и иновации. Резултатите от този анализ се влияят от степента, в която събитията или обстоятелствата и техните последици са предвидими и биха могли да се предскажат с известна степен на сигурност. Бъдещите промени в пазарните условия и тенденции на развитие, като например регулиране или либерализация на пазара, също се разглеждат от КЗК като част от цялостната оценка.

За да оцени вероятните ефекти от концентрацията върху ефективната конкуренция на съответните пазари, КЗК проучва по какъв начин сделката би могла да повлияе на пазарните структури. За целта анализира евентуалните потенциални антиконкурентни ефекти, които може да породят сделката, както и потенциалните противодействащи (балансиращи/уравновесяващи) фактори.

За разлика от традиционните пазари, оценката на конкурентните ефекти на цифровите пазари изисква по-динамичен подход, като се проучи и конкурентния натиск, упражняван от други канали за продажба, дори ако те не са част от съответния пазар. Това е особено уместно в случаите при висок дял потребители, които използват сайта или платформата само за целите на сравнение. Цифровите пазари имат определени характеристики, които влияят на динамиката на конкуренцията и принуждават предприятията да се конкурират по начин, различен от този на традиционните пазари. Цифровите пазари обикновено са многостранни, обединяват различни групи потребители чрез платформа и се характеризират със силни мрежови ефекти. Многостранният характер на цифровите пазари води до специални бизнес модели, при които поне от едната страна на пазара (обикновено на потребителите)

продуктите и услугите се предоставят на нулева цена. Тъй като потребителите обикновено плащат с данните си на тези пазари, придобиването на данни може да бъде важна мотивация за осъществяването на концентрации. Поради това високата концентрация в цифровата икономика, значителните икономии от мащаба, предимството по отношение на данните, с които разполагат установените на пазара оператори, мрежовите ефекти и бариерите за пренасочване намаляват конкуренцията на пазара и поражда традиционните теории за вредата. В същото време, предвид динамичната промяна на тези пазари, оценката на пазарната мощ е по-малко надеждна, отколкото при традиционните пазари. Освен това някои от предприятията може да упражняват контрол над цели екосистеми, което се явява предизвикателство за новите участници на пазара да се конкурират с тях, без значение колко са иновативни. Използването на платформата от потребителите обикновено не включва задължение за плащане и в зависимост от избрания модел на работа, компенсацията за услугата на платформата може да се реализира в множество различни форми, което затруднява оценката на въздействието на концентрацията върху цената на продукта или услугата. Ето защо, при цифровите пазари цената се явява в по-малка степен релевантен фактор за конкуренцията, или в случай на пазари с нулеви цени изобщо не е, затова трябва да се обърне специално внимание на качеството и иновациите. Освен концентрации между действителни конкуренти, такива с потенциални конкуренти също могат да навредят на динамичната конкуренция, когато премахнат стимулите за съществуващото предприятие да прави иновации и да подобрява качеството на своите услуги или продукти. Също така на дигиталните пазари данните имат ключова роля в конкуренцията, като създават стойност на платформата и се превръщат във важен източник на пазарна сила и могат да се използват и за други пазари. Придобиването на уникални и специфични данни може да повдигне въпроси, свързани например с оперативната съвместимост, и да доведе до вертикални опасения. От друга страна, натрупването на данни обикновено поражда и хоризонтални опасения на цифровите пазари, като позволява на обединената група след осъществяване на концентрацията да се насочи към голям брой потребители с индивидуални оферти.

В заключение може да се посочи, че оценката на планираната сделка е индивидуална, като в зависимост от конкретния случай КЗК изисква от участниците в концентрацията да представят съответни доказателства, особено проучвания (количествени/качествени), както и разяснения за прилаганата от тях методология и алгоритъма на предоставените данни и твърдения относно нейния ефект върху конкурентната среда.

6.1. Пазарна структура и индикатори

Пазарни дялове

КЗК обичайно започва конкурентния анализ като изследва промените, които е вероятно да произтекат от концентрацията по отношение структурата на съответния пазар. За целта използва различни структурни показатели, като пазарни дялове, индекса на Херфиндал-Хиршман (ННІ) и коефициенти на концентрация (CR). Сравнението на пазарните дялове преди и след концентрацията или изчисляването на ННІ и на CR дават първоначална индикация относно нейния ефект върху пазарните позиции на участниците в концентрацията и техните конкуренти, както и върху нивото на концентрация на пазара.

Пазарните дялове (на дефинираните в продуктов и географски аспект пазари) могат да бъдат определени на база стойностен или количествен показател. Пазарният дял, определен въз основа на продажбите в количествено изражение, се явява особено полезен индикатор в случаите, когато доставчиците произвеждат хомогенни продукти

на сходни цени, а в останалите случаи се изчислява на база стойност (при диференцирани продукти). Когато антиконкурентните ефекти се оценяват спрямо доставчиците, КЗК се позовава и на двата показателя (количествен и стойностен). Пазарните дялове могат да бъдат определени и на база разполагаем капацитет, който измерител е подходящ при хомогенни продукти, когато клиентите могат лесно да сменят доставчика, но доставчиците имат ограничен капацитет. В тези случаи, данните за обем и стойност е възможно да бъдат по-слаб индикатор за пазарна сила, в сравнение с тези за разполагаем капацитет.

Пазарният дял на обединената група се изчислява чрез сумиране на пазарните дялове на участниците в концентрацията преди сделката. Пазарните им дялове могат да бъдат изследвани в продължение на няколко предходни години, като тяхното вариране и причините довели до това могат да предоставят полезна информация за конкурентния процес и вероятното развитие на конкурентните условия. Например висок пазарен дял, който дадено предприятие е поддържало за дълъг период от време, може да бъде знак за силно независима позиция, докато промените в позицията на пазарния лидер и загубата на пазарни дялове могат да се приемат като индикация за бъдещото значение на конкурентите.

В Методиката за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар са разяснени и други начини за изчисляване на пазарните дялове в зависимост от спецификата на дейността и сектора, в който оперират участниците на съответния пазар.

Изчисляването на пазарния дял дава възможност и за използването на други структурни показатели, свързани с определяне нивото на концентрация на съответния пазар.

Ниво на концентрация (ННІ)

За определяне нивото на концентрация се използва индекса на Херфиндал-Хиршман (ННІ). Индексът се изчислява като сума на квадратите на отделните пазарни дялове на всички участници на съответния пазар. Определя се по формулата :

$$ННІ = \sum_{i=1}^n P_i^2$$

където n е броят на участниците на съответния пазар; P_i - пазарният дял на i -я участник (%).

Стойността на индекса характеризира степента на концентрация на релевантния пазар и варира от стойности близки до 1 (в случай на свършена конкуренция и голям брой участници на пазара – атомистичен пазар) до 10 000 (при един участник на пазара – чист монопол).

Изчисляват се стойности на индекса ННІ преди и след концентрацията и разликата между тях - делта (Δ). Например: преди сливането пазар, който се състои от 5 предприятия с пазарни дялове съответно 40%, 20%, 15%, 15% и 10% има *ННІ* 2500 ($=40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2$). Стойността на *ННІ* след сливане се изчислява въз основа на предположението, че отделните пазарни дялове на предприятията не се променят. Увеличението на концентрацията, измерено с *ННІ* (разликата делта), се изчислява чрез удвояване на произведението от пазарните дялове на концентриращите се предприятия. Това е така, тъй като преди концентрацията пазарните дялове на концентриращите се предприятия допринасят за увеличаването на *ННІ* със своите квадратни стойности поотделно: $(a)^2 + (b)^2$, а след концентрацията - с квадратната стойност на техния сбор: $(a+b)^2 = a^2 + 2ab + b^2$. Следователно, увеличението се представя чрез $2ab$.

Степента на концентрация на пазара се характеризира както следва:

ННІ < 1000 - нормален конкурентен пазар с ниско ниво на концентрация. Обикновено такъв пазар не изисква разширен анализ.

1000 < ННІ < 2000 - сравнително конкурентен пазар с умерено ниво на концентрация.

ННІ > 2000 - слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация.

При ННІ (1000-2000) и $\Delta < 250$, и при ННІ > 2000 и $\Delta < 150$, концентрациите по принцип не биха представлявали проблем за конкуренцията, освен ако не са налице едно или повече от следните обстоятелства:

- сливането включва потенциален новонавлизащ или скоро навлязъл на пазара участник с малък пазарен дял;
- една или повече от сливащите се страни са важни иноватори в области, което обстоятелство не намира отражение в пазарните дялове;
- налице е значително кръстосано акционерно участие между участниците на пазара;
- едно от сливащите се предприятия е предприятие отцепник (maverick) с голяма вероятност да противопостави или наруши координирано поведение на пазара;
- налице са индикации са минала или текуща координация или са налице улесняващи практики;
- една от сливащите се страни притежава пазарен дял преди сливането в размер на 50% или повече.

Коефициент на концентрация (CR - Concentration Ratio)

За разлика от индекса на Херфиндал Хиршман, показателят CR характеризира не целия пазар, а само позицията на най-големите участници в него. Изчислява се като сума от пазарните дялове на най-големите участници. Когато участниците на пазара са 15 и повече може да се използва само коефициентът за пазарна концентрация (CR).

Въз основа стойностите на CR3 (трима големи участника) и CR4 (съответно четирима големи участници) могат да се определят 3 типа пазар:

- нормален конкурентен пазар, за който $CR3 < 40$ и $CR4 < 50$;
- сравнително конкурентен пазар със средно ниво на концентрация $CR3 = 40-70$ и $CR4 = 50-85$
- слабо конкурентен пазар с високо ниво на концентрация $CR3 > 70$ и $CR4 > 85$

Пазарните дялове на участниците в концентрацията и структурните показатели, като ННІ и CR, предоставят полезни първоначални индикации за пазарната мощ на обединеното в резултат на концентрацията предприятие. Например изключително висок пазарен дял обикновено е показател за значителна пазарна мощ, докато ниските пазарни дялове показват липсата на такава мощ. Освен това, колкото е по-голяма разликата между пазарните дялове на двете най-големи предприятия и колкото по-атомистични са пазарните дялове на другите конкуренти, толкова по-вероятно е предприятието с най-висок пазарен дял да притежава значителна пазарна мощ.

В същото време пазарните дялове и показателите ННІ и CR сами по себе си не дават достатъчно информация за ефекта на концентрацията, респ. за наличието или отсъствието на опасения за конкуренцията. Ето защо е необходимо да бъдат взети предвид и редица други фактори. Фактори, които могат да увеличат значително пазарната мощ на предприятията и повишат тяхната независимост спрямо другите участници на пазара включват икономическа и финансова сила, наличен капацитет, различни вертикални връзки в доставките или дистрибуционните мрежи, обхват на продуктите и други синергии, както и силна продуктова идентичност (напр. установена и наложила се на пазара марка). От друга страна, значимостта на високите пазарни дялове може да бъде отслабена например от наличието на значима договорна сила на

клиентите, нестабилност на пазарния дял в резултат на редки, но големи покупки, потенциална конкуренция, бързо технологично развитие и конкурентни предимства на основни конкуренти. От гледна точка на конкурентния анализ, от значение също могат да бъдат и съображения като това дали един или повече от участниците в концентрацията се явяват важни иноватори или независимо предприятие е с голяма вероятност да бъде в състояние да наруши координираното поведение на пазара (maverick) по начини, които не е необходимо непременно да се отразят на пазарните дялове.

Следователно, пазарните дялове и други подобни структурни показатели не са решаващи, за да се заключи доколко дадена концентрация значително би възпрепятствала ефективната конкуренция на съответния пазар. За да се направи такова заключение, е необходимо да се оценят и други фактори.

6.2. Антиконтурентни ефекти при хоризонтални концентрации

Хоризонталните концентрации може значително да засегнат ефективната конкуренция в резултат на намаляване броя на независимите предприятия, опериращи на съответния пазар или на тези, които възнамеряват да навлязат на пазара. Това от своя страна може да повлияе на конкурентния натиск, пред който са изправени обединеното предприятие и неговите конкуренти, както и на техните стимули да се конкурират.

Потенциалните антиконкурентни ефекти в резултат на осъществяването на концентрация от хоризонтален тип могат да бъдат разделени на две категории: координирани и некоординирани (едностранни) ефекти. В някои случаи концентрацията може да доведе както до некоординирани ефекти, така и до координирани последици, поради което понякога е трудно да се направи ясна граница между тях. По-долу ще бъдат обсъдени поотделно както некоординираните и координирани ефекти, така и други специфични обстоятелства и ситуации, при които концентрацията създава или засилва силата на купувача и елиминира потенциален конкурент.

6.2.1. Едностранни ефекти

Хоризонталните концентрации могат да доведат до едностранни ефекти чрез премахване на действителната или потенциална конкуренция, която участниците в сделката упражняват или биха могли да упражняват един върху друг преди нейното осъществяване. Следователно, ефектът в резултат на концентрацията е директен, тъй като елиминира конкуренцията между участниците в концентрацията, респ. елиминира съществуващия преди това конкурентен натиск, който упражняват помежду си. Две конкуриращи се предприятия могат да се ограничават взаимно, включително чрез (действително или потенциално) прехвърляне на продажби от едното на другото, когато клиентите преминават или заплашват да преминат към някой от тях. Ако тези две предприятия се концентрират, това от своя страна обединява всички прехвърляния в рамките на новосформираната група, премахвайки този ефект. Това от своя страна може да позволи на сливащите се предприятия да увеличат изгодно цените.

При появата на едностранни ефекти, отговорът на другите участници на пазара може да варира. В някои случаи, част от участниците на пазара може да отговорят по конкурентен начин и (поне частично) да се опитат да компенсират поведението на обединеното/слятото предприятие, така че да могат да „уловят“ продажбите и по този начин да въздействат върху конкуренцията, загубена вследствие концентрацията. В тези случаи, едностранните ефекти са малко вероятни, ако конкурентите имат стимула и способността да реагират по този начин при едно увеличение на цените от обединеното/слятото предприятие. За други участници на пазара може да бъде по-

изгодно да подкрепят поведението на обединеното/слятото предприятие като например, ако същото упражнява едностранна пазарна сила чрез повишаване на цената на своите продукти, част от конкурентите могат да отговорят, като и те повишат цените си без изрична или дори мълчалива координация. По този начин се засилва антиконкурентното въздействие от едностранното упражняване на пазарна сила, което се явява изгодно както за обединеното/слятото предприятие, така и за неговите конкуренти.

В зависимост от спецификата и характеристиката на засегнатия от концентрацията съответен пазар, пазарните дялове може да не отразят действителния или потенциалния конкурентен натиск и по този начин да надценят или подценят потенциала на сделката да доведе до антиконкурентни едностранни ефекти. Това важи особено за концентрации/сливания, осъществявани на цифрови или динамични/бързо променящи се пазари, наличие на новатори или скорошни/потенциални участници на пазара, пазари на търгове или придобивания на иновативни предприятия. В контекста на пазарите, достъпът до които е възможен след провеждане на тръжни процедури, пазарните дялове, основани на продажбите, може да не са особено подходящи за оценка на конкурентния натиск, упражняван от участниците в концентрацията (и трети страни) една върху друга. Пазарните дялове показват кои дружества са получили оферта за определен период от време, но не отчитат участниците в търга, които в крайна сметка не са били избрани. В тази връзка други показатели биха могли да бъдат по-подходящи, като например: честотата на пряката конкуренция между участниците в концентрацията в миналото; вероятността за спечелване или отпадане на един от участниците в концентрацията в зависимост от наличието или отсъствието на другата страна; броя на оставащите надеждни участници в търга; продължителността на изпълнение; стратегиите на клиентите за многократна доставка; прозрачността на тръжния процес и др.

Редица фактори могат да повлияят за това доколко е вероятно да настъпят значителни едностранни ефекти в резултат на концентрацията, като например:

- Участниците в концентрацията притежават високи пазарни дялове. В някои случаи обаче, дори малки увеличения на пазарната сила могат да породят опасения за конкуренцията, когато единият участник в сделката има силна позиция на пазара преди сливането.

- Пазарните дялове остават относително стабилни за продължителен период от време;

- Сделки, осъществявани на концентрирани пазари могат да доведат до значителен едностранен отрицателен ефект върху конкуренцията, дори когато нито един участник не е с господстващо положение преди или след концентрацията/сливането.

- Участниците в концентрацията са близки конкуренти, техните продукти се приемат от значителен брой клиенти като взаимнозаменяеми и не са налице алтернативни продукти, предлагани от други конкуренти на пазара. Участниците в концентрацията се явяват близки конкуренти, ако се различават от своите конкуренти по следните примерно изброени показатели: характеристика и предназначение на произвежданите/предлагани продукти/стоки; лоялност на клиента; производствен капацитет; продуктови линии и ниво на специализация; покритие на дистрибуционна мрежа; географско присъствие; структура на разходите; ниво на вертикална интеграция, др.

- Клиентите имат ограничени възможности за смяна на доставчика, поради ограничени алтернативи или когато пренасочването е свързано със значителни разходи;

- Конкуренстите имат ограничени възможности за своевременна реакция при повишаване на цените чрез увеличаване на собствената си продукция, поради ограничен капацитет или поради факта, че евентуалното им разширяване е скъпо струващо;

- Обединеното предприятие би могло да затрудни навлизането или разширяването на конкурентите, защото например има контрол или влияние върху: патенти или други видове права на интелектуална собственост; доставката на суровини; мрежи за разпространение (дистрибуционни канали); достъп до платформи или притежава икономическа или финансова мощ;

- Концентрацията е свързана с придобиването на т.нар. „maverick“ предприятие (скорошен участник или потенциален конкурент), който би бил в състояние в бъдеще да упражни съществен конкурентен натиск върху опериращите вече на пазара конкуренти. Елиминирането на потенциален участник на пазара може значително да намали конкуренцията, тъй като то обективно има вероятност да навлезе на пазара в рамките на сравнително кратък период от време, независимо дали действащото предприятие е реагирало на такова потенциално навлизане или е знаело за него (действителна потенциална конкуренция). Това е особено вероятно в случаите, когато потенциалният участник е в състояние да преодолее бариерите пред навлизането на пазара и може да навлезе лесно, без да прави значителни невъзстановими разходи. Концентрациите, включващи такива участници, могат да доведат до едностранни ефекти чрез възпрепятстване или елиминиране на значителни аспекти за конкуренцията, като иновации или разработване на продукти.

Горепосочените фактори са примерно изброени, т.е. не са изчерпателни. В същото време, не е необходимо и всички тези фактори да са налице, за да се породят значителни едностранни ефекти. На практика значимостта на различните фактори може да варира в зависимост от конкретния случай.

Едностранните ефекти може да възникнат по различен начин, в зависимост от характеристиката на пазара. Най-очевидният начин е, когато *няма да има конкуренти* след осъществяване на концентрацията (сливане към монопол). При липса на ефективни конкурентни алтернативи от други източници, като бъдещи участници, внос или сила на купувача, концентрацията води до едностранни ефекти, които значително намаляват конкуренцията.

Едностранни ефекти могат също да възникнат при концентрации на пазари, характеризиращи се с *едно предприятие с пазарна сила и многобройни други по-малки конкуренти*, които могат да осигурят само малка част от общото пазарно търсене поради фактори, ограничаващи способността им да разширяват значително производството си. При тези обстоятелства, КЗК оценява дали обединеното/слятото предприятие би имало способността и стимула да повишава цените на засегнатия пазар, на който по-малките конкуренти не биха имали способността и стимулите за разширяване на своя капацитет.

На пазари, включващи *хомогенни продукти* без присъствие на господстващо предприятие, анализът на конкуренцията се съсредоточава върху стратегическото взаимодействие между конкуренти, конкуриращи се с продукцията или капацитет. Едностранни ефекти могат да възникнат, когато обединеното/слятото предприятие определи нивото на продукцията след концентрацията значително под нивото на продукцията, което би преобладавало при нейното отсъствие и, въпреки отговора на конкурентите, води до по-висока цена, отколкото би била при отсъствието на сделката.

Нивото на конкуренция между участниците в сделката преди нейното осъществяване може да бъде важен фактор при анализа на концентрацията при *диференцирани продуктови пазари*. Концентрация между предприятия, доставящи

конкурентни диференцирани продукти, могат да доведат до едностранни ефекти, когато се считат за близки конкуренти от достатъчен брой клиенти, което променя стимулите на участниците в концентрацията след осъществяване на сделката. В тези случаи е твърде вероятно същите да имат стимул да увеличат цената на единия или на двата продукта, ако продажбите, загубени поради увеличението на цените, ще бъдат възстановени от увеличаване на продажбите на другия продукт. Тоест, колкото по-голям е броят на клиентите, които разглеждат страните по концентрацията като особено близки конкуренти (например техния първи и втори избор), толкова по-голям е потенциала участниците в концентрацията да наложат едностранно увеличение на цената след сделката.

В някои случаи, конкурентите на диференцирани продуктови пазари, които не са преки конкуренти в момента на концентрацията, потенциално могат да преодолеят тази разлика, за да станат по-близки конкуренти. Това може да се случи, когато конкурентите имат способността и стимула да препозиционират или разширят продуктовата си гама сравнително лесно и без значителни разходи, в отговор на увеличаването на цените след концентрацията. Ако конкуренцията, загубена от концентрацията, има вероятност да бъде заменена от други конкуренти на пазара или нови участници в рамките на период от една до две години, е по-малко вероятно концентрацията да доведе до значими едностранни последици.

6.2.2. Координирани ефекти

Концентрациите могат да доведат и до координирани ефекти чрез увеличаване на вероятността независими преди това предприятия да започнат да координират поведението си, за да повишат цените на продуктите или да понижават тяхното качество или производствени обеми. Концентрациите могат и да направят и съществуваща преди осъществяването им координация в поведението на участниците на пазара по-лесна, по-стабилна или по-ефективна за тях.

Координацията може да бъде под различни форми, като запазване на цените над конкурентното ниво, ограничаване на производството или разпределяне на пазара по географски региони, или по групи клиенти, или посредством разпределяне на договори на пазари, на които се извършват търгове/обществени поръчки.

Координирани ефекти е по-вероятно да се появят при високо концентрирани олигополни пазари, когато две или повече предприятия считат за възможно и икономически изгодно да координират търговското си поведение. Не е необходимо координацията да включва изрични споразумения или действителен обмен на информация между предприятията. Така наречената мълчалива координация може да бъде достатъчна.

При оценката на координираните ефекти КЗК следва да прецени дали би било възможно да се постигнат условия за координация и дали координацията е вероятно да бъде устойчива. Обикновено са необходими три условия, за да се приеме, че в резултат на концентрацията координацията е възможна или по-вероятна.

Първото условие за появата на координация е когато конкурентите могат лесно да достигнат до общо разбиране за това как трябва да функционира координацията. Множество фактори могат да повлияят, като прозрачност на пазара, всякакви структурни връзки между предприятията - кръстосано акционерно участие или участие в съвместни предприятия; координиращите се предприятия са симетрични по отношение на пазарни дялове и структура на разходите (при хомогенни продукти), пазарът е отворен и прозрачен; пазарът има институционални фактори, които насърчават координацията или обмяната на информация (асоциации, браншови организации, др.) или между предприятията има договорености като такива, свързани с обмяната на информация; пазарните дялове остават стабилни за продължителен период

от време; търсенето и разходите са стабилни и лесно предвидими; концентрацията е свързана с придобиването на т. нар. „maverick“, което предприятие има повече влияние върху конкурентната динамика, отколкото предполага пазарният му дял или е скорошен участник, или е потенциален конкурент, който се опитва да навлезе на пазара и има вероятност в бъдеще да упражни значителен конкурентен натиск върху предприятията, които вече оперират на пазара. Концентрации, които включват придобиването на такова предприятие, е по-вероятно да доведат до значително и устойчиво увеличаване на едностранната пазарна сила на обединеното/слятото предприятие или да увеличат способността и стимула на малък брой фирми да се ангажират при координирано поведение. Това е така, защото такъв тип конкуренти могат да стимулират значителни аспекти на конкуренцията, като ценообразуване, иновации или разработване на продукти, въпреки че пазарният им дял може да е незначителен. Тези предприятия са склонни да бъдат по-малко предсказуеми в своето поведение и да предоставят ползи на потребителите извън собствените им непосредствени доставки, като принуждават другите участници на пазара да доставят по-добри и по-евтини продукти. Те също са склонни да осуетяват опитите за координиране и упражняване на пазарна сила.

Списъкът на изброените фактори не е изчерпателен, а примерен и цели да покаже какво взема предвид КЗК, за да оцени вероятността от координирани ефекти вследствие осъществяване на концентрацията.

Принципно, колкото е по-малко усложнена и по-стабилна икономическата среда, и колкото по-малък е броят на участващите предприятия, толкова по-лесно е за предприятията да постигнат общо разбиране за условията на координация. За да бъде устойчива координацията, координиращите се предприятия трябва да могат да следят в достатъчна степен дали условията на съгласуване се спазват. Това обикновено е по-лесно при по-отворени и прозрачни пазари.

На следващо място дисциплината изисква да има някаква форма на надежден възпиращ механизъм, който може да се активира, ако бъде открито отклонение от координираното поведение. Дори когато координацията е в общ интерес на координиращите се предприятия, някои от тях биха имали краткосрочни интереси да се отклонят от условията на координация, чрез понижаване на цените или чрез продажби извън техния географски регион. Координацията не е устойчива, освен ако последиците от отклонението са достатъчно сериозни, за да убедят координиращите се предприятия, че е в техен интерес да се придържат към условията на координация. За да бъдат ефективни механизмите за възпиране, те трябва да бъдат значими, навременни и достатъчно строги, за да убедят отклонилите се от условията на съгласуване предприятия, че това не е в техен интерес.

Възможността на координиращите се предприятия да наказват отклоненията често се увеличава в случаите, когато имат сходна структура на разходите; се конкурират помежду си на повече от един пазар (това осигурява допълнителни пазари, на които могат да бъдат наказани отклоняващите се предприятия); някои от тях имат излишен капацитет, което им позволява да увеличат продукцията и намалят цените в отговор на отклонение от координацията в поведението.

Следователно, взаимозависимостта и координацията могат да бъдат улеснени чрез концентрацията, която създава предприятие с подобни пазарни дялове, структура на разходите, производствен капацитет и нива на вертикална интеграция. На асиметрични пазари с по-малки предприятия или такива с по-ниски разходи може да има повече полза от конкуриране, отколкото въздържане от конкуренция. В тази връзка, ефективният конкурент играе важна роля за нарушаване на взаимозависимостта и гарантиране на ефективна конкуренция.

На трето място, реакциите на настоящи и бъдещи конкуренти, които не участват в координацията, както и на клиенти, трябва да не могат да застрашат очакваните резултати от координацията. Успешна и устойчива координация е малко вероятна, ако некоординиращите се конкуренти притежават голям потенциал за развитие или съществуват клиенти със значителна покупателна сила при договаряне, които биха могли да нарушат стабилността на координацията.

Като цяло оценката дали концентрацията има вероятност да доведе до координирани ефекти изисква внимателно проучване на условията, преобладаващи на съответния засегнат пазар и вероятният ефект от нейното осъществяване върху тези условия. Предвид сложността на оценката, са необходими доказателства за наличие на координирано поведение между предприятията на съответния пазар преди концентрацията, тъй като същата макар и да води до намаляване броя на участниците, може да не промени условията на пазара чрез улесняване на координирано поведение на участниците, опериращи на него.

6.2.3. Специфични случаи

Концентрацията създава или укрепва покупателна сила

В някои случаи хоризонталните концентрации могат да възпрепятстват ефективната конкуренция по отношение на доставчиците, чрез създаване или укрепване на силата на договаряне (силата на купувача) от страна на участниците в концентрацията.

Силата на купувача, създадена или засилена в резултат на концентрацията, поставя участниците в концентрацията в позиция, в която могат да договорят по-ниски цени или по-изгодни условия. Например сила на купувача, която създава или укрепва господстващо положение, може да даде възможност на участниците в концентрацията да работят независимо от своите доставчици.

От друга страна, силата на купувача може да бъде в полза на конкуренцията и да има благоприятни последици за потребителите. Повишената покупателна способност може да позволи договаряне на по-ниски цени за производствените ресурси, като част от това намаление на разходите е вероятно да бъде прехвърлено на крайните потребители под формата на по-ниски цени. Това би могло да бъде така, в случай че силата на купувача не води до спад в общото производство или не ограничава конкуренцията на пазарите надолу по веригата. Възможността на предприятията със своята сила на купувач да влияят на цените чрез намаляването на техните покупки за суровини, може да доведе до спад в производството/реализацията на всички нива надолу по веригата до крайния продукт и по този начин да увреди крайния потребител, особено когато пазарът нагоре по веригата е силно фрагментиран. Създаването или укрепването на покупателната сила също може значително да попречи на конкуренцията на продуктите пазари надолу по веригата. Предприятия с увеличена сила на купувача биха могли да използват позицията си спрямо доставчиците, за да изключат конкурентите си, опериращи на продуктите пазари надолу по веригата, чрез натиск върху доставчиците да се въздържат от снабдяването им със суровини.

Концентрацията елиминира потенциален конкурент

Концентрациите, които значително възпрепятстват ефективната конкуренция обикновено се осъществяват между предприятия, които вече оперират на съответни пазари. Въпреки това, концентрации между предприятия, на които не е налице припокриване в дейностите, също биха могли да възпрепятстват значително ефективната конкуренция при определени обстоятелства. Това може да бъде случаят, когато концентрацията елиминира потенциален конкурент. За да се приеме, че концентрацията с потенциален конкурент би имала значителни антиконкурентни

ефекти, трябва да бъдат изпълнени две основни условия. На първо място, този потенциален конкурент вече трябва да упражнява значително конкурентно влияние или е много вероятно това влияние да прерасне в ефективна конкурентна сила в близко бъдеще. Такъв е случаят, когато потенциалният конкурент притежава активи, които лесно могат да бъдат използвани за навлизане на пазара, без да понесе съществени невъзстановими разходи или ако има такива разходи, да е готов да ги понесе, за да навлезе на пазара за относително кратък период. Второто условие е да няма значителен брой други потенциални конкуренти, които биха упражнили съществен конкурентен натиск след концентрацията. Тези две условия е по-вероятно да бъдат изпълнени в случаи, включващи тясно свързани съседни продуктови пазари и съседни географски райони.

6.3. Антиконтурентни ефекти при нехоризонтални концентрации

В настоящия раздел се анализира ефекта върху конкуренцията при нехоризонталните концентрации. На практика, фокусът е върху някои конкурентни аспекти, които са от значение при оценката на вертикалните и конгломератните концентрации. Общите насоки, по отношение на оценката на хоризонталните концентрации, също са относими и при нехоризонталните концентрации.

6.3.1. Общ преглед

Вертикалните концентрации включват предприятия, които оперират на различни нива от веригата за доставки. Конгломератни са концентрациите между предприятия, които оперират на пазари, които нямат нито хоризонтални, нито вертикални връзки.

Нехоризонталните концентрации по принцип е по-малко вероятно да възпрепятстват значително ефективната конкуренция, отколкото хоризонталните. На първо място, за разлика от хоризонталните концентрации, при вертикалните и конгломератните концентрации не се елиминира пряката конкуренция между концентриращите се предприятия, тъй като участващите предприятия не извършват дейност на едни и същи съответни пазари и не са в пряка конкуренция помежду си. Чисто нехоризонталните концентрации не намаляват пряко броя на предприятията, опериращи на пазара (или на потенциалните конкуренти, които желаят да навлязат на него) и нямат пряко въздействие върху пазара, както и върху пазарните дялове на концентриращите се предприятия или върху степента на пазарна концентрация.

На второ място, нехоризонталните концентрации често предоставят значителни възможности за повишаване на ефективността. Характерно за вертикалните концентрации например е, че дейностите и продуктите или услугите на участващите предприятия се допълват взаимно. Интегрирането на допълващи се дейности, продукти или услуги в рамките на едно предприятие може да доведе до значителни предимства за ефективността, което от своя страна може да увеличи способността и стимулите на концентриращите се предприятия да действат проконкурентно в полза на клиентите.

Конгломератните концентрации между предприятия, които предлагат допълващи се продукти или услуги, също могат да доведат до значително повишаване на ефективността и следователно до по-ниски цени и други ползи за потребителите.

Съществуват обаче и обстоятелства, при които нехоризонталните концентрации могат значително да възпрепятстват ефективната конкуренция. Такъв е случаят например, ако вертикална концентрация води до придобиване на контрол от страна на предприятие върху важни източници на доставка (суровини, материали) или канали за дистрибуция, на които неговите конкуренти също разчитат. Конгломератните концентрации също могат значително да възпрепятстват ефективна конкуренция, например в случаите, когато обединеното предприятие има възможност да използва

силната си пазарна позиция на един пазар, като изключи конкурентите си от друг пазар и по този начин намали конкурентния натиск върху обединеното предприятие.

Вертикалните и конгломератните концентрации също могат да имат отрицателни последици върху конкурентните условия след сделката, като увеличат вероятността предприятия, които са действали независимо преди нейното осъществяване, да координират своето поведение или да направят координацията по-лесна, по-устойчива или по-ефективна за предприятията, които са се координирали и преди сливането.

Подобно на хоризонталните сливания, потенциалните антиконкурентни ефекти произтичащи от вертикални и конгломератни сливания, също могат да бъдат разделени на две категории: координирани и некоординирани ефекти (въздействие).

Една концентрация може да има както координирани, така и некоординирани ефекти, които са разгледани в следващите подраздели (7.3.2 и 7.3.3).

6.3.2. Вертикални концентрации

6.3.2.1. Ограничаване на достъпа

Вертикалните концентрации обикновено водят до значителни пречки за ефективна конкуренция, когато сделката води до т.нар. ограничаване на достъпа до пазара. Ограничаването на достъпа може да приеме много различни форми, като например възпрепятстване навлизането на нови потенциални конкуренти на пазара или възпрепятстване на достъпа на опериращите на пазара конкуренти до важни производствени мощности или канали за дистрибуция. Това намалява възможностите и стимула на конкурентите да се конкурират ефективно, което от своя страна помага на обединеното предприятие да се възползва от пазарната си мощ на един или повече пазари нагоре или надолу по веригата в ущърб на клиентите, като например увеличи цените с цел печалба.

Могат да бъдат разграничени две форми на ограничаване достъпа до пазара, които представляват антиконкурентни некоординирани ефекти: i) ограничаване на достъпа до суровини и ii) ограничаване на достъпа до клиенти.

(i) Ограничаване на достъпа до суровини може да настъпи, когато след сделката обединеното предприятие е вероятно да ограничи достъпа на конкурентите надолу по веригата до важни за производството суровини и по този начин да повиши техните разходи и да навреди на възможностите им да се конкурират ефективно на пазара. Намаляването на конкурентния натиск може да позволи на обединеното предприятие да реализира печалба от увеличаването на цените за клиентите;

(ii) Ограничаване на достъпа до клиенти може да настъпи, когато сделката е вероятно да доведе до ограничаване на достъпа на конкурентите нагоре по веригата до достатъчна клиентска база на пазарите надолу по веригата, което от своя страна уврежда способността им да се конкурират ефективно по отношение на предлагането на продукти в началото на веригата за доставки. Ограничаването на достъпа също така може да повиши разходите на конкурентите надолу по веригата. Намаляването на конкурентния натиск може да позволи на обединеното предприятие да използва пазарната си мощ, например чрез увеличаване на цените или намаляване на продукцията надолу по веригата.

На практика ограничаването на достъпа може да се прояви под различни форми. Обединеното предприятие може да спре доставките за конкурентите си или да ги ограничи, да повиши цената за доставка на конкурентите, или по друг начин да направи условията за доставка по-неблагоприятни, като например влоши качеството на доставяните суровини. Обединеното предприятие може също така да намали покупките си от конкуренти нагоре по веригата или да спре да купува от тях и да се снабдява с всички продукти и/или услуги от собствено подразделение.

6.3.2.2. Конкурентен анализ

При оценката на вероятността от ограничаване достъпа до пазара, КЗК обичайно изследва наличието на следните три условия: i) дали обединеното предприятие би имало възможност след сделката да ограничи достъпа до производствени ресурси или клиенти, ii) дали би имало стимул да направи това и iii) дали стратегията за ограничаване на достъпа би имала значително вредно въздействие върху конкуренцията и следователно върху благосъстоянието на потребителите надолу по веригата.

(i) Възможност за ограничаване на достъпа

Възможността за ограничаване на достъпа до входящи ресурси обикновено изисква обединеното предприятие да притежава контрол върху важни производствени ресурси, необходими за производството на даден продукт на конкуренти надолу по веригата, като например основен компонент или суровина, които представляват значителна част от разходите спрямо цената на продукта надолу по веригата. За да бъде ограничен достъпът до суровини, обединеното предприятие трябва да има значителна пазарна мощ на пазара нагоре по веригата. Само при тези обстоятелства обединеното предприятие може да се очаква да окаже значително влияние върху конкурентните условия на пазарите нагоре по веригата и следователно върху цените и условията на предлагане на пазарите надолу по веригата. Обединеното предприятие би имало възможност да изключи конкурентите си от пазара, ако те не са в състояние да реагират на неговите усилия да намали достъпа до своите продукти или услуги нагоре по веригата, чрез увеличаване на собствения си капацитет или ефективност.

Когато КЗК преценява доколко обединеното предприятие би имало способността да ограничи достъпа до клиенти, Комисията проверява дали има достатъчно икономически алтернативи за конкурентите нагоре по веригата да продават продукцията си на пазара надолу по веригата. По принцип, малко вероятно е да бъде засегната конкуренцията чрез ограничаване на достъпа до клиенти, ако има достатъчно голяма клиентска база, която понастоящем или в бъдеще е в състояние да премине безпрепятствено към независими доставчици. За да има ограничаване на достъпа до пазара, трябва да е налице случай, при който сделката включва предприятие, което е важен клиент със значителна пазарна мощ. Няколко фактора трябва да бъдат взети под внимание при конкурентния анализ, като дали съществуват значителни икономии от мащаба или обхвата на пазара на суровини.

(ii) Стимул за ограничаване на достъпа

Обединеното предприятие, освен възможност, трябва също така да има и стимула да възпрепятства достъпа до суровини или клиенти. Стимулът обикновено зависи от степента, до която ограничаването на достъпа би било печелившо за него, сравнявайки възможните разходи, свързани с ограничаването на достъпа и печалбата, която ще получи при повишаване на цените. Изборът вероятно ще зависи от маржовете на печалбата на обединеното предприятие на пазарите нагоре и надолу по веригата, от пазарните му дялове на пазарите надолу по веригата, от ефективността му на пазарите нагоре и надолу по веригата, евентуалните ограничения на капацитета и други подобни фактори.

(iii) Вероятно въздействие върху ефективната конкуренция и благосъстоянието на потребителите

Даден случай на ограничаване на достъпа до пазара се счита за антиконкурентен, ако е в състояние да причини значителна вреда на ефективната конкуренция на съответните пазари. Такъв може да бъде случаят ако ограничаването елиминира основен конкурент или особено агресивен по-малък конкурент. Потенциалната вреда, причинена на отделни конкуренти, може да бъде показател, че

конкурентният натиск е отслабнал и че е възникнала значителна пречка за ефективната конкуренция. Основният критерий е дали ограничаването на достъпа до пазара би могло да има отрицателен ефект върху благосъстоянието на потребителите на пазарите надолу по веригата, например под формата на по-високи цени.

Други едностранни ефекти

Други едностранни ефекти, които биха могли да възникнат вследствие на вертикална концентрация, включват повишаване на структурни и/или стратегически бариери за навлизане на пазара и достъп до чувствителна търговска информация.

Вертикалната концентрация може да създаде пречки пред навлизането на нови конкуренти на пазара, ако в резултат на сделката новите участници ще трябва да навлязат на няколко пазара от вертикалната верига на доставка, а не само на един от тях. В тази връзка, увеличаването на едностранната пазарна мощ на обединеното предприятие в резултат на повишените бариери за навлизане представлява значително отслабване на конкуренцията.

Също така, вертикалната концентрация може да доведе до едностранни ефекти, ако интегрираното предприятие, чрез доставката си на продукти/суровини или чрез дистрибуционните си услуги на предприятия, които в противен случай биха били негови конкуренти, получава достъп до чувствителна търговска информация, като например за разходите или за планирано пускане на пазара на нови продукти. Това от своя страна може да наруши динамиката на конкуренцията.

6.3.3. Конгломератни концентрации

6.3.3.1. Ограничаване на достъпа

Конгломератните концентрации могат да имат значителни антиконкурентни ефекти в случаите, когато предоставят на обединеното предприятие възможност да използва силната си пазарна позиция на един пазар, за да ограничи достъпа на конкуренти до друг пазар. При тези обстоятелства, намалените възможности и стимул на конкурентите да се конкурират ефективно намалява конкурентния натиск върху обединеното предприятие, което може да използва своята пазарна мощ в ущърб на клиентите, например като увеличи цените с цел печалба.

Съществуват много начини, по които обединеното предприятие може да ограничи достъпа на конкурентите си до степен, която представлява значителна заплаха за ефективната конкуренция.

Най-често срещаният начин, по който обединеното предприятие може да използва пазарната си сила на един пазар, за да ограничи достъпа на конкуренти до друг пазар, е като извършва продажбите по начин, който обвързва продуктите на отделните свързани или независими пазари. Това се прави чрез обвързване или пакетизиране. Обвързването обикновено се отнася до ситуации, при които клиентите, които купуват една стока (обвързваща стока), се изисква да закупят и друга стока от производителя (обвързана стока). Пакетизирането се отнася до ситуации, при които два или повече продукта се продават само заедно или когато продуктите се предлагат и отделно, но сборът от самостоятелните им цени е по-висок от пакетната цена, например поради различни практики на отстъпки.

6.3.3.2. Конкурентен анализ

При оценката на вероятността от антиконкурентен сценарий за ограничаване на достъпа, КЗК обикновено проучва три условия: (i) дали обединеното предприятие би имало възможността да ограничи достъпа на конкурентите си, (ii) дали би имало стимула да го направи и (iii) дали стратегията за ограничаване на достъпа би могла съществено да възпрепятства конкуренцията на съответните пазари, като по този начин причини и вреда на потребителите.

(i) Възможност за ограничаване достъпа до пазара

За да може обединеното предприятие да ограничи достъпа до пазар чрез обвързване или пакетиране на продукти, е необходимо то да има значителна пазарна мощ на поне един от засегнатите пазари. Такъв може да бъде случаят, когато поне един от продуктите на концентриращите се предприятия се разглежда от много клиенти като особено важен (поради фактори като изключителна функционалност или лоялност към марката) и има малко подходящи алтернативи, например поради продуктова диференциация или ограничения на капацитета от страна на конкурентите.

Освен това, възможност за ограничаване на достъпа до пазара чрез обвързване или групиране на стоките обикновено е по-вероятно да възпрепятства конкуренцията, когато има голям общ брой клиенти за отделните продукти и където мнозинството от клиентите са склонни да купуват и двата продукта, вместо само единия от тях. Необходимо е да се оценят и връзките между пазарите.

Подобно съответствие в покупателното поведение е по-вероятно да бъде значително, когато въпросните продукти се допълват.

Оценката дали обединеното предприятие има значителна пазарна мощ на един пазар може да включва изчисляване на пазарни дялове, но също така и анализ на последиците за свързаните продукти, ако достъпът до тях бъде ограничен, т.е. конкурентното значение на свързания(те) продукт(и) и ефекта върху конкуренцията на съответния(те) пазар(и). Елементите, които следва да бъдат разгледани като част от цялостната оценка на пазарната мощ, включват силата на търговската марка, маржовете на печалба, наличието на мрежови ефекти, наличието на бариери за навлизане на пазара, разходите за преминаване към друг продукт, контрола върху интелектуалната собственост, достъпа до данни, конкурентната среда, действителното преминаване на клиентите към друг продукт или способността на конкурентите да разширяват производството (напр. като предложат конкурентен пакет).

На практика има няколко обстоятелства, които е подходящо да се изследват, когато се преценява дали обединеното предприятие е в състояние да изключи конкурентите чрез обвързване или групиране. Например, ефектите от ограничаване на достъпа чрез групиране или обвързване на стоките ще бъдат по-изразени в отрасли, където има икономии от мащаба и моделът на търсене във всеки даден момент има динамични последици за бъдещите условия на предлагане. Може също така да е необходимо да се изследват техническите свойства и други специални характеристики на продуктите и тяхното въздействие не само върху поведението на потребителите, но и върху способността на обединеното предприятие да направи своята стратегия за обвързване или пакетиране трайна. От друга страна, клиентите могат да имат силен стимул да купуват гамата от съответните продукти от един източник, а не от много доставчици, например поради спестяване на транспортни разходи.

(ii) Стимул за ограничаване на достъпа до пазара

Притежаването на пазарна мощ от обединеното предприятие на един или повече съответни пазари е необходимо условие, но не и достатъчно само по себе си, за да бъде ограничен достъпа до друг пазар. Дори ако обединеното предприятие има възможност, то може да няма икономическия стимул да ограничи достъпа до пазар за конкурентите. Неговата стратегия зависи от естеството на конкуренцията на всеки един от релевантните пазари и конкретните средства, с които то разполага за ограничаване достъпа до пазар.

Стимулът за ограничаване на достъпа до пазара обикновено зависи от степента, до която тази стратегия би била печеливша. По същество, обединеното предприятие е изправено пред компромиса между възможните разходи за ограничаване на достъпа и възможните печалби от увеличаване на пазарните дялове или повишаване на цените на

съответните пазари, предвид неговата пазарна мощ. Компромисът вероятно ще зависи от редица фактори, като например доколко е вероятно клиентите да бъдат възпрепятствани от обвързването и пакетирането и да преминат към конкурентни продукти или пакети, относителната стойност на всеки един от продуктите за обединеното предприятие, структурата на собствеността на обединеното предприятие, възможността поведението му да бъде незаконно и дали решението за обвързване или пакетиране на продукти е вероятно да увеличи неговите печалби чрез придобиване на пазарна мощ на пазара на обвързаните стоки и/или да укрепи пазарната мощ на пазара на обвързващите стоки.

Обединената група би могла да получи полза от икономия от мащаба на един пазар чрез увеличаване на продажбите на този пазар и би имала възможност за получаване на икономия от мащаба на свързан пазар, там където има сходство в извършваните операции (като в производството, дистрибуцията и/или маркетинга).

При оценката на вероятността от стимул за затваряне на пазара, КЗК взима под внимание наличието на количествена и качествена информация.

(iii) Вероятно въздействие върху ефективната конкуренция и благосъстоянието на потребителите

За да се счита ограничаването на достъпа за антиконкурентно, то трябва да причинява значителна вреда на ефективната конкуренция и следователно на потребителите на съответните пазари. Такъв може да бъде случаят, когато ограничаването пречатства достъпа на основен конкурент или на особено агресивен по-малък конкурент. За да има негативен ефект върху конкуренцията, ограничаването на достъпа до пазара за конкуренти не е необходимо да води до тяхното излизане от съответния пазар. Реалните конкуренти може просто да бъдат принудени да ползват по-скъпи алтернативни източници от тези, които предлага обединената група или да ги обезкуражи да разширяват дейността си. Потенциалните конкуренти може да бъдат обезкуражени да навлязат на пазара или да бъдат принудени да навлязат на няколко продуктови пазара (обвързани и пакетни продукти) едновременно. Ограничаването на достъпа до пазара има негативен ефект върху конкуренцията, когато обединената група намира това поведение за изгодно, за да увеличи цената за междинните и крайни клиенти или да намали цената, заплащана на доставчици под конкурентните нива. От друга страна, малко вероятно е да бъде увредена конкуренцията, ако след сделката останат достатъчно конкуренти на някой от съответните пазари, които могат да предизвикат обединеното предприятие чрез по-агресивно ценообразуване.

Същото важи, когато останат малко конкуренти, но те имат способност и стимул за разширяване на производството. За разлика от доставчиците на един продукт, предприятия, които свързват или обединяват няколко допълващи се продукта, могат да се възползват от възможността да пренесат положителния ефект от спада в цената на един от техните продукти върху продажбите на друг. Следователно, конгломератните концентрации могат също така да дадат на обединеното предприятие стимул да понижи цените. От гледна точка на анализа на конкуренцията, акцентът е върху цялостното въздействие, което сделката ще има върху ефективната конкуренция и следователно в крайна сметка върху потребителите. Потенциалната вреда, причинена на отделни конкуренти, може да бъде индикатор, че конкурентният натиск е отслабнал и следователно е възникнала значителна пречка за ефективната конкуренция, но не е решаващ фактор за конкурентния анализ. На практика, релевантният показател е дали ограничаването на достъпа може да има вредно въздействие върху благосъстоянието на потребителите, например под формата на по-високи цени.

6.3.4. Координирани ефекти

При някои обстоятелства нехоризонталните концентрации също могат да имат негативни ефекти върху условията на конкуренция след сделката, като увеличават вероятността предприятия, които са действали независимо преди сделката, да предприемат координирано поведение или като улесняват или направят координацията по-ефективна за предприятията, които са се координирали преди сливането.

Така например вертикалната интеграция може да даде на обединеното предприятие достъп до ценна информация за продажните цени на други пазари, което може да улесни координацията на тези пазари. Вертикалните концентрации могат да улеснят координацията както на пазарите нагоре по веригата, така и на пазарите надолу по веригата.

Конгломератните концентрации могат да създадат или засилят координираните ефекти по различни начини. Когато сделката води до ограничаване на достъпа до пазара, намаляването на броя на конкурентите или значителното отслабване на способността им да се конкурират ефективно може да им даде стимул да предприемат координирано поведение, за да се възползват от повишеното ценово равнище. Освен това, предприятията, които се конкурират на множество пазари, вероятно ще имат по-лесен достъп до информация относно конкурентните условия на различните пазари. Това от своя страна може да ги улесни да постигнат общо разбиране относно условията на координация и да увеличи обхвата и ефективността на дисциплиниращите механизми, тъй като отклоненията от договорените условия на координация на един пазар могат да доведат до предприемане на ответни мерки на друг пазар.

Основните принципи за оценка на координираните ефекти, обсъдени по-горе в раздел VI, т. 7.2.2 във връзка с хоризонталните сливания, се прилагат и за оценка на потенциалните координирани последици от конгломератните концентрации.

6.4. Балансиращи фактори (countervailing factors)

В случаите когато обединеното/слятото предприятие придобива значителна степен на пазарна мощ, не може да се счита, че концентрацията ще възпрепятства съществено ефективната конкуренция, ако са налице фактори, които биха могли ефективно да противодействат на антиконкурентните ефекти, които иначе би имала концентрацията. Някои от най-честите противодействащи фактори са обсъдени по-долу.

6.4.1. Договорна сила на клиенти и доставчици

При оценка на силата на договаряне от страна на клиенти и на доставчици, КЗК преценява дали клиентите или доставчиците са в достатъчно силна позиция спрямо обединеното/ слятото предприятие, за да се противопоставят на всякакви усилия от негова страна за антиконкурентно поведение чрез влияние върху условията на търговия.

Доставчиците могат да имат сила при договаряне, защото притежават т. нар. задължителна марка (must-stock brand), която дори клиенти със значителна сила на купувача не могат да си позволят да бъде извън техния набор от предлагани продукти. Клиентите могат да имат сила при договаряне например, ако имат възможност да преминат в разумен срок към алтернативни източници на доставка в случай че доставчикът реши да повиши цената или да влоши по друг начин условията на доставка, или решат да се интегрират вертикално на пазара нагоре по веригата, или да спонсорират навлизането на нови доставчици на пазара. Клиентите също така може да упражнят силата си на купувач, като откажат да купуват други продукти от доставчика или забавят покупките, което да позволи на новите доставчици, които те спонсорират, да навлязат на пазара. Наличието на ефективни алтернативи на обединеното/слятото предприятие осигурява на всички купувачи начин да го заобиколят, чрез пренасочване

например към алтернативни доставчици. Покупателна сила съществува и когато специфичните характеристики на купувача - като големина, търговско значение за доставчиците или начинът, по който той купува от доставчиците, предоставят на купувача допълнителен лост за договаряне. В някои случаи купувачът може да има покупателна сила, защото притежава пазарна сила.

Въпреки че е по-вероятно големите клиенти да притежават този вид балансираща покупателна сила в сравнение с по-малките клиенти във фрагментираните индустрии, тяхната значимост сама по себе си не определя степента на силата при договаряне, която клиентите и доставчиците могат да упражняват. Дори голям клиент би могъл да загуби част от силата си на купувач, ако обединеното/слятото предприятие е в състояние, например чрез собствена доставка или дистрибуторска верига да удовлетвори клиентите си, заобикаляйки купувача. В някои случаи КЗК е необходимо да установи и доколко е налице стимул от страна на доставчиците и клиентите да упражнят своята сила на договаряне относно условията и сроковете с обединеното/слятото предприятие. Така например, голям купувач, който формира значителна част от продажбите на обединеното/слятото предприятие, може да бъде в състояние да договори по-благоприятни условия и цена спрямо останалите купувачи на пазара.

За да установи дали покупателната сила на клиенти или доставчици е в състояние да предотврати същественото възпрепятстване на конкуренцията и способността на обединеното/слятото предприятие да увеличи пазарната си сила, КЗК взема предвид редица фактори, сред които: тяхната пазарна сила, вероятността за пренасочване към други алтернативни източници, техния стимул да упражнят силата си на договаряне и др.

6.4.2. Потенциална конкуренция и бариери за навлизане

Потенциална конкуренция

Когато оценява възможните антиконкурентни ефекти в резултат на концентрацията, КЗК анализира не само реалната конкуренция, но и наличието на евентуален конкурентен натиск, породен от потенциални конкуренти. Тези потенциални конкуренти трябва да имат възможност да навлязат на съответния пазар за относително кратък период от време (като пригодят производството/доставките или разширят географската си територия на предлагане на продуктите) и да се конкурират ефективно с обединеното/слятото предприятие.

За да се приеме, че навлизането на потенциални конкуренти може значително да повлияе на поведението на основните участници на пазара след осъществяване на концентрацията, то трябва да бъде вероятно, навременно и достатъчно за да възпре или преодолее антиконкурентните ефекти в резултат на концентрацията.

Потенциалната пряка конкуренция от вносни стоки или услуги също представлява ефективно ограничение концентрацията да не доведе до значително засягане на конкуренцията. КЗК в своя анализ изследва историческите, настоящите нива и потенциала за разширяване на вноса, в случай че обединеното/слятото предприятие упражни пазарна сила след концентрацията. Вносът би могъл да повлияе ефективно и пряко върху поведението на обединеното/слятото предприятие когато са изпълнени следните условия:

- налице е внос, осъществяван от независими от участниците в концентрацията предприятия;

- няма бариери за бързо увеличаване на вноса, които биха попречили на доставчиците на внесен продукт да се конкурират ефективно с обединеното/слятото предприятие в период от една до две години (например нормативни уредба, разходи за

смяна на клиенти или необходимост от създаване или разширяване на дистрибуторски мрежи);

- вносеният (действителен или потенциален) продукт е близък заместител във всички отношения (качество, асортимент, цена и др.) на съответния продукт на обединеното/слятото предприятие, като се вземат предвид фактори, като например необходимост продуктът да отговоря на съответните национални стандарти, логистични договорености с клиентите, срокове и разходи за транспорт и други рискове;

- цената на действителния или потенциалния внос, включително всички тарифи или други специфични за вноса данъци и такси, т.е. доставната цена при вноса е близка до местната цена на съответния продукт, която би преобладавала при липса на концентрация;

- вносителите са в състояние лесно да увеличат обема на доставката на вносения от тях продукт с минимално или никакво увеличение на цената;

- обединеното/слятото предприятие и други основни местни доставчици нямат пряк интерес, не се контролират или по друг начин не взаимодействат с действителни или потенциални вносители.

Ако вносът не е в състояние да отговори, или е в състояние да отговори бавно на увеличеното търсене от местните потребители, е малко вероятно да противодейства ефективно на увеличената пазарна мощ на обединеното/слятото предприятие. Барьерите пред разширяването на вноса, които КЗК взема предвид при оценката на еластичността на доставките на вноса, включват:

- съществуването на ограничения на капацитета в чужбина и произтичащото от това въздействие върху потенциала за разширяване на вноса в България;

- нивото и въздействието на транспортните разходи и логистиката (особено въздействието на транспортните разходи като процент от стойността на стоката или услугата, която се внася);

- разходите и забавянето, свързани с необходимостта от изграждане или разширяване на ефективни мрежи за разпространение;

- разходите и забавянето, свързани с всякакви специализирани съоръжения, изисквани от вносителите за снабдяване на местните клиенти;

- нивото и ефекта на тарифите, квотите и други правителствени разпоредби (както в България, така и в страната на произход);

- наличието на изключителни лицензионни режими при внос;

- наличието на пречки за клиентите, които избират вноския, а не местния продукт след концентрацията, като разходи за смяна на доставчик, обвързващи договори, проблеми със съвместимостта, др.

За да определи доколко вносът (реален/потенциален) би могъл да се приеме като фактор, който ефективно да противодейства на пазарната сила на обединеното/слятото предприятие и на евентуално антиконкурентно поведение на местните доставчици, КЗК може да изиска следната информация и данни: кои продукти се внасят на съответния засегнат пазар/и; кой осъществява вноса и неговия относителен дял на пазара/ите; исторически данни за вноса; описание на всички пречки за навлизане при внос, включително достъп до съоръжения за дистрибуция, транспортни разходи и митнически ограничения; подробности за цената на вноса и на местната продукция/стока и обяснение за всяко различие в тези цени.

Оценката относно навлизането на пазара се извършва за всеки отделен случай и може да зависи от различни фактори, като например: характеристика и динамика на пазара, икономически ресурси, с които разполагат потенциалните конкуренти и др. В своя анализ относно вероятността за навлизане КЗК обикновено се фокусира върху

икономическата обосновка за навлизането на пазара и всички свързани с това потенциални рискове. Високият риск и разходите обикновено правят навлизането по-малко вероятно.

Бариери за навлизане

В случаите когато навлизането на пазара е сравнително лесно, е малко вероятно концентрацията да създаде значителен антиконкурентен риск. Поради това анализът на бариерите за навлизане съставлява важен елемент от общата оценка за конкурентната среда. В случай че новонавлезлите участници успеят да предложат на клиентите алтернативен източник на доставки в подходящия момент, всеки опит на участниците в концентрацията да упражнят пазарна сила ще бъде неустойчив, тъй като техните клиенти просто ще преминат към новите участници. Това навлизане на пазара обаче трябва да бъде *навременно, вероятно и достатъчно/значимо* по обхват и естество, за да бъде ефективно.

КЗК определя навлизането като *навременно* в рамките на период от 1-2 години, вземайки предвид спецификата на засегнатия пазар като: честота на продажбите; продължителност на договорите между купувачите и продавачите, времето за производство и за постигане на съответния мащаб. Относно *вероятността* за навлизане КЗК следва да прецени дали новият участник може да очаква търговска възвръщаемост на инвестицията си, като взема предвид ценовите ефекти, които допълнителната продукция може да има върху пазара, вероятните реакции на съществуващите предприятия, както и други разходи/рискове, свързани с навлизането. Доказателствата за минал успех или неуспех на новонавлезли участници да се утвърдят като ефективни конкуренти на съответния пазар, също могат да дадат представа за рентабилността на навлизането на определени пазари. За да провери вероятността за навлизане, когато не е възможно да се идентифицират потенциални нови участници, КЗК изисква идентифициране на вероятните категории участници, които потенциално биха могли да навлязат на пазара. Навлизането трябва да бъде в *достатъчен мащаб* и гама от продукти, за да може ефективно да противодейства на обединеното/слятото предприятие. При диференцирани продуктови пазари, значимостта на навлизане ще зависи от способността и стимула на участниците да доставят близък заместител на този на обединеното/слятото предприятие. Навлизането е малко вероятно да ограничи всеки опит за упражняване на пазарна сила, ако е малко вероятно настаналите се на пазара предприятия да загубят значителен обем продажби. Следователно навлизане, което е с малък мащаб, локализирано или насочено към нишови сегменти, е малко вероятно да бъде ефективно ограничение за антиконкурентно поведение на обединеното/слятото предприятие след осъществяване на концентрацията.

В случаите когато има голяма вероятност за навременно и достатъчно навлизане на засегнатия пазар след концентрацията, обединеното/слятото предприятие е малко вероятно да има пазарна мощ, респ. да възпрепятства значително конкуренцията. Следва да се има предвид, че на някои пазари съществуват бариери за навлизане, които или пречат на предприятията да навлязат изцяло на пазара, или забавят и възпрепятстват навлизането до такава степен, че обединеното/слятото предприятие е защитено от ефективна конкуренция за значителен период от време.

6.4.3 Ефективност

За да оцени дали концентрацията би могла да възпрепятства значително конкуренцията на съответния пазар, всяко твърдение за повишаване на ефективността в резултат на нейното осъществяване, също е предмет на анализ от страна на КЗК.

Концентрациите със значителни антиконкурентни ефекти често водят до риск от загуба на ефективност. Наличието на конкурентен натиск обичайно влияе върху стимула на предприятията да се конкурират ефективно под формата на по-ниски цени

или по-качествени продукти, или в предлагането на по-богато продуктово портфолио. Колкото е по-нисък конкурентният натиск, толкова е по-висок рискът от загубата на ефективност, което се отразява и върху благосъстоянието на потребителите.

От друга страна, концентрациите могат да имат значителни положителни ефекти върху ефективността на обединеното/слятото предприятие, подобрявайки способността и стимула да действа проконкурентно в полза на потребителите, като по този начин противодейства на неблагоприятните последици за конкуренцията, които сделката би могла да породии.

Ефективността, постигната от концентрацията, може да бъде свързана с производството (*productive efficiency*), като например подобро качество на продуктите, по-ефективно производство и дистрибуция, възможност за предлагане на по-широко продуктово портфолио със същите суровини или други икономии в разходите за производство, доставка или дистрибуция. Потребителите могат да се възползват и от т.нар. динамична ефективност, като например нови и подобрени продукти, получени в резултат на иновации в производството или разпространението.

Тежестта, която се придава при оценката на твърдяната ефективност, зависи от това колко съществена е тази ефективност, колко вероятно е същата да бъде постигната и дали насърчава конкуренцията в полза на клиентите и потребителите.

Най-общо казано, колкото по-значителни са антиконкурентните ефекти, породени от концентрацията, толкова по-съществена трябва да бъде ефективността. Ето защо КЗК трябва да има безспорни основания за да приеме, че конкурентният натиск след концентрацията ще бъде достатъчен, за да се гарантира, че обединеното/слятото предприятие ще има стимул да работи в полза на конкуренцията и да прехвърли повишаването на ефективността в достатъчна степен на потребителите. Много малко вероятно е концентрация, водеща до пазарна позиция, доближаваща се до тази на монопол или подобно ниво на пазарна сила да бъде одобрена на основание ефективност, която би била достатъчна, за да противодейства на потенциалните антиконкурентни ефекти вследствие концентрацията.

КЗК също така трябва да може да се увери, че твърдяната от участниците в концентрацията ефективност ще бъде реализирана и действително ще бъде от полза за потребителите, чрез намаляване на цената, подобряване на качеството на продукта/услугата, предлагане на нови продукти/услуги, др. Така например, ефективността на разходите, която води до намаляване на променливите или на пределните разходи, е по-вероятно да доведе до нетна полза за потребителите, отколкото динамичната ефективност, свързана с иновациите. Привидната ефективност, като например намаляването на разходите, което е резултат единствено от антиконкурентно намаляване на продукцията, не може да се счита за ефективност в полза на потребителите.

Участниците в концентрацията трябва да демонстрират по безспорен начин, че не биха могли да постигнат тази ефективност без осъществяването на концентрацията.

В своя анализ КЗК отчита доколко е налице стимул от страна на обединеното предприятие да постигне твърдяната от него ефективност, вземайки предвид пазарната му сила след осъществяване на концентрацията, структурата на засегнатия пазар и наличието на конкурентен натиск.

За да бъде прието твърдението за ефективност и на това основание КЗК да разреши концентрацията, тази ефективност трябва да бъде съществена, доказана и материализирана своевременно, а не отлагана за бъдещ неопределен период, както и да бъде трайна във времето.

В случая е важно да се отбележи, че тежестта за доказване на ефективността е изцяло на участниците в концентрацията. Затова е необходимо да бъдат представени

своевременно на КЗК всички необходими документи (информация за разходите и синергиите, вътрешни документи, изследвания и др.), доказващи по убедителен начин твърденията за очакваната ефективност и ползи за потребителя след осъществяване на концентрацията.

6.4.4. Губещо предприятие (failing firm)

КЗК може да разреши концентрация, въпреки че тя води до съществено възпрепятстване на ефективната конкуренция, в случаи, когато обектът на придобиване е предприятие в затруднено финансово положение (губещо предприятие).

За да бъде разрешена сделката на това основание, участниците в концентрацията следва да докажат, че промяната в конкурентната среда (структурата на пазара) не е в резултат на концентрацията.

В тази връзка, КЗК изисква от участниците в концентрацията своевременно да предоставят аргументи, подкрепени със съответните доказателства, а именно: дали в отсъствие на концентрацията предприятието-обект на придобиване ще излезе от пазара; има ли друг алтернативен купувач за това предприятие; по какъв начин ще се разпределят продажбите на придобиваното предприятие между останалите участници на пазара или същите биха отишли изцяло към придобиващия контрол.

VII. Допълнителни ограничения

При извършване на оценка на дадена концентрация Комисията проверява доколко договорените между купувача и продавача допълнителни ограничения, т. нар. клаузи за неконкуриране, се позовават на принципите, съдържащи се в Известието на Комисията относно ограниченията, пряко свързани и необходими за концентрациите (2005/С 56/03) („Известието“). В хода на производствата по концентрации в случаите, когато са договорени такива ограничения, КЗК изисква от уведомятеля обосновка и аргументи доколко същите попадат в обхвата и отговарят на изискванията, посочени в Известието.

1. Основни принципи

Допълнителните ограничения, които са пряко свързани и необходими за осъществяване на концентрациите, ограничават свободата на действие на страните на пазара. Ограничения върху конкуренцията, които се основават на споразумения с трети страни, не се считат за пряко свързани и необходими за концентрациите.

Оценката на допълнителните ограничения се основава на цялостния анализ на концентрацията. Преценката дали ограниченията са пряко свързани с концентрацията зависи от пазарните условия към момента на концентрацията.

По принцип, необходимостта на купувача да се ползва от дадена закрила е по-наложителна от съответната потребност на продавача. Купувачът е този, който трябва да бъде напълно уверен, че ще може да придобие пълната стойност на придобиваната търговска дейност.

За да се считат дадени ограничения като допълнителни по отношение на концентрацията, те трябва да са пряко свързани и необходими за нейното осъществяване.

Такива клаузи са оправдани от легитимната цел за осъществяване на концентрацията, когато тяхната продължителност, предмет и географски обхват на приложение не надхвърлят разумно необходимото за постигане на целта.

1.1. Изискване за пряка връзка

За да се считат ограниченията допълнителни за концентрацията, те трябва да са пряко свързани с основната сделка и да имат за цел да позволят плавен преход към променената структура на дружеството след сделката. Непреките връзки между

сделката и ограниченията, договорени от страните, не правят тези ограничения пряко свързани с концентрацията.

1.2. Изискване за необходимост

Ограниченията, договорени от страните по концентрацията, се считат за необходими за нейното осъществяване, ако при тяхната липса концентрацията не може да бъде осъществена или би могла да се извърши само при значително по-високи разходи, или за значително по-дълъг период, или при значително по-големи трудности.

1.3. Клаузи за неконкуриране

Основни принципи

Задълженията за неконкуриране се считат за допълнителни ограничения, ако тяхната продължителност, географски обхват на прилагане и техният предмет са разумни и ако не ограничават конкуренцията повече от това, което е необходимо за осъществяване на концентрацията и за гарантиране на прехвърлянето на пълната стойност на придобиваните активи. Клаузите за неконкуриране се считат за необходими за осъществяване на концентрацията когато се придобива ноу-хау, положителна репутация или клиентска база на продавача. Когато се прехвърлят само материалните активи на дадено предприятие, ограниченията, наложени на продавача, обикновено не могат да се считат за необходими за защита на купувача срещу конкуренция.

Приемлива продължителност на клаузите за неконкуриране

Максималната продължителност на клаузите за неконкуриране, зависи от конкретния случай. В повечето случаи клаузите за неконкуриране са за срок до три години и по-конкретно, когато прехвърлянето на предприятието включва едновременно изградената положителна репутация, ноу-хау и клиентска база. Когато са включени само клиентска база и репутация, клаузите за неконкуриране обикновено се считат за оправдани за период до две години.

Възможно е клаузите за неконкуриране да бъдат оправдани и за период над две години например, когато страните демонстрират много висока степен на лоялност от страна на техните клиенти. В случаите, когато се придобива техническо ноу-хау, което съставлява изключително висок процент от стойността на предприятието, клаузите за неконкуриране могат да бъдат оправдани и за период над три години. От друга страна, когато прехвърлянето фактически е ограничено само до материални активи (като земя, сгради или машини), клаузите за неконкуриране от три години не следва да се смятат за необходими.

Клаузите за неконкуриране съвпадащи с период, през който продавачът запазва собствеността или контрола върху прехвърленото предприятие, могат да се считат за допълнителни ограничения за концентрацията, когато продавачът остава миноритарен акционер или член на борда на директорите на предприятието след концентрацията. При изключителни обстоятелства, клаузите за неконкуриране, които остават за кратък период от време, след като продавачът е преотстъпил собствеността или контрола върху прехвърленото предприятие, също могат да бъдат оправдани за концентрацията.

Предмет и географски обхват на клаузите за неконкуриране

Географският обхват на клаузите за неконкуриране трябва да бъде ограничен до територията, в рамките на която прехвърляното предприятие оперира. По същия начин, клаузите за неосъществяване на конкурентна дейност трябва да останат ограничени до продукти и услуги, формиращи икономическата дейност на прехвърляното предприятие.

За да могат клаузите за неконкуриране да се считат като допълнителни за концентрацията, те трябва да са ограничени до продавача или дъщерните му дружества, които биха могли, чрез лоялност на клиентите и ноу-хау да станат конкуренти на

прехвърленото предприятие при липса на задължения за неконкуриране. При изключителни обстоятелства клаузите за неконкуриране, които обвързват купувача, също могат да се считат за необходими за осъществяване на концентрацията. Клаузите за неконкуриране, които обвързват купувача, могат да се считат за допълнителни за концентрацията, например когато концентрацията включва разделяне на бизнес, който преди е съставлявал единна икономическа единица между купувача и продавача.

Други подобни допълнителни ограничения

Гореспоменатите принципи се прилагат и за други ограничения, договорени между страните, когато те имат подобен ефект като клаузите за неконкуриране. Например, клаузите ограничаващи процента акции, които страните могат да придобият в други предприятия, работещи в същия отрасъл като прехвърленото предприятие, могат да се считат за необходими за осъществяване на концентрацията. Ограниченията върху възможността продавачът да участва в управлението на други предприятия, работещи в същия отрасъл като прехвърленото предприятие могат да се считат за необходими за концентрацията. Клаузите за избягване на съдебни спорове и за поверителност също могат да имат подобни ефекти и следователно се оценяват по начин, сходен на този за клаузите за неосъществяване на конкурентна дейност.

1.4. Лицензионни споразумения

В много случаи продавачът остава собственик на правата на интелектуална собственост на прехвърленото предприятие, за да ги използва за дейности, различни от прехвърляните. В тази хипотеза обичайното средство за гарантиране, че купувачът ще използва пълноценно прехвърления бизнес, е сключването на лицензионни споразумения в негова полза. Лицензите за права върху интелектуална собственост могат да бъдат ограничени до прехвърления бизнес. Клаузите за изключителност не пречат лицензионните споразумения да се считат за необходими за осъществяване на концентрацията. Те могат да бъдат разглеждани като неразделна част от концентрацията и не е необходимо да бъдат ограничени във времето.

Въпреки това, териториалните ограничения в лицензионните споразумения не се считат за допълнителни ограничения, тъй като териториалните ограничения върху лицензиите не се считат за необходими за осъществяване на концентрациите.

1.5. Задължения за покупка и доставка

Задълженията за покупка и доставка между страните могат да се считат за необходими за осъществяването на концентрацията, когато в резултат на прехвърляне на предприятие или част от него се стигне до прекъсване на традиционните търговски канали за покупки и доставки, съществували преди, в резултат на интегриране на тези дейности в икономическия субект на продавача. В тези случаи, се налага при разумни условия и в рамките на преходен период, да се запазят съществуващите или подобни на тях връзки между продавача и купувача, под формата на споразумения, чрез поемането на определени задължения за покупка и доставка. Споразуменията могат да са както в полза на продавача, така и на купувача, в зависимост от конкретния случай.

Продължителността на задълженията за покупка и доставка трябва да бъде ограничена до преходен период, необходим връзките на зависимост да бъдат заменени с автономия на пазара. В практиката на Европейската комисия, такива задължения могат да бъдат оправдани за преходен период до пет години.

1.6. Допълнителни ограничения и съвместни предприятия

Задълженията за неосъществяване на конкурентна дейност между предприятията- майки и създадено съвместно предприятие може да се разглеждат като пряко свързани и необходими за осъществяването на концентрацията, когато са ограничени до района, в който предприятията-майки са предлагали съответните продукти или услуги преди създаването на съвместното предприятие. По същия начин,

клаузите за неконкуриране като цяло трябва да бъдат ограничени до продукти и услуги, съставляващи икономическата дейност на съвместното предприятие.

Лицензът, предоставен от предприятията майки на съвместното предприятие, също може да се счита за необходим за осъществяването на концентрацията. Необходимостта от лицензионни споразумения често се основава на това, че предприятията майки трябва да използват съответните права на интелектуална собственост за други дейности и следователно не ги прехвърлят на съвместното предприятие.

В допълнение към оценката дали споразуменията между съвместните предприятия и техните майки са пряко свързани и необходими за осъществяване на концентрацията, проверката трябва да вземе предвид факта, че постоянна връзка на зависимост, ненужно дълга продължителност на задълженията за покупка и доставка или ненужно голям брой продукти, обхванати от споразуменията, може да означава, че съвместното предприятие не се счита за автономно икономическо образувание, съгласно разпоредбите за контрол върху концентрациите (виж. раздел III.5 Съвместни предприятия).

1.7. Други ограничения, договорени при концентрациите

Когато ограничение, договорено в контекста на концентрацията, не е пряко свързано с основната сделка и не е необходимо за осъществяването ѝ, то не се счита за допълнително ограничение по отношение на концентрацията. Такива ограничения не се считат за част от процедурата за контрол на концентрациите, а попадат в приложното поле на чл. 15 от Закона за защита на конкуренцията.

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....
Юлия Ненкова

ЗАМ. - ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....
Димитър Кюмюрджиев

ЧЛЕНОВЕ:

.....
Анна Янева

.....
Георгица Стоянова

.....
Красимир Витанов

.....
Красимир Зафиров