



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE  
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97

F: 01 478 36 08

E: gp.avk@gov.si

www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-12/2015-8

Datum: 28. 8. 2015

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Krašek kot predsednik senata ter ob sodelovanju dr. Aleša Kuharja, Simona Tantegela in Francija Pušenjaka kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence<sup>1</sup> (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij FMR Financiranje in upravljanje naložb d.d., Vojkova ulica 10, 5280 Idrija (v nadaljevanju: FMR), ki ga zastopata predsednik uprave Andrej Kern in članica uprave Nataša Luša, in Delo časopisno in založniško podjetje d.d., Dunajska 5, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Delo), ki ga zastopa predsednica uprave mag. Irma Gubanec, na zahtevo, na nejavni seji dne 28. 8. 2015, naslednjo

## ODLOČBO

**1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij FMR Financiranje in upravljanje naložb d.d., Vojkova ulica 10, 5280 Idrija, in Delo časopisno in založniško podjetje d.d., Dunajska 5, 1000 Ljubljana, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.**

**2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.**

## Obrazložitev

### I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 18. 6. 2015 prejela priglasitev koncentracije podjetij FMR in Delo.<sup>2</sup> Priglasitelj koncentracije je podjetje FMR.

2. Priglasitelj je v priglasitvi navedel, da gre v zadevnem primeru za koncentracijo, kjer je podjetje FMR pridobilo kontrolo nad celotnim podjetjem Delo.<sup>3</sup> Podjetji FMR kot kupec in Pivovarna Laško d.d. kot prodajalec sta dne 3. 6. 2015 podpisali Pogodbo nakupu vseh delnic podjetja Delo, pri čemer bo priglasitelj prodajalcu plačal kupnino v višini 7,3 mio EUR. Priglasitelj bo nakup delnic financiral z lastnimi sredstvi. Po izvedenem nakupu bo priglasitelj edini lastnik delnic podjetja Delo.

3. Podjetje Delo je v obdobju 2010-2014 večkrat dobilo finančno pomoč Mestne občine

<sup>1</sup> Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 Odl.US: U-I-40/12-31, 63/13-ZS-K in 33/14.

<sup>2</sup> Prvi odstavek 10. člena ZPOMK-1.

<sup>3</sup> Prvi odstavek 43. člena ZPOMK-1.

Ljubljana, Ministrstva za kulturo RS in sredstva SLOPAK (evropska sredstva); celoten znesek v vseh petih letih znaša 1.426.480 EUR.

4. V skladu s prvim odstavkom 43. člena ZPOmK-1 morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe ali objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči s prvim od teh dogodkov. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih natančneje določa na podlagi šestega odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij<sup>4</sup> (v nadaljevanju: Uredba). Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj na poziv Agencije dne 21. 7. 2015 ustrezno dopolnil, s čimer je priglasitev postala popolna.

5. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah<sup>5</sup> (v nadaljevanju: ZUT) je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.

6. Glavna dejavnost podjetja FMR je dejavnost holdingov, ukvarja se tudi z upravljanjem naložb, z dolgoročnimi in kratkoročnimi finančnimi naložbami ter z naložbami v nepremičnine, del dejavnosti pa predstavlja tudi oddajanje lastnih nepremičnin v najem. V skupino FMR spada podjetje FMR MEDIA d.o.o., ki se ukvarja z izdajanjem časopisa koncerna KOLEKTOR: Komunikator (časopis je brezplačen, razdeli se v občinah Idrija in Cerklje, naklada je 8.000 izvodov), ki ga tudi financira.

7. Lastniki podjetja FMR d.d. so: FMR Holding (41,61 % lastniški delež), HDR d.o.o. (38,66 % lastniški delež), Kolektor Sikom d.o.o. (15,9 % lastniški delež), Kolektor Prokos d.o.o. (1,62 % lastniški delež), Kolektor Group d.o.o. (0,71 % lastniški delež), Kompas Kapital d.o.o. (0,003 % lastniški delež). Lastniki preostalega deleža so fizične osebe.

8. Skupino FMR poleg obvladujočega podjetja FMR sestavljajo naslednja podjetja: ASCOM d.o.o. (100 % lastniški delež), FMR d.d. (100 % lastniški delež), FMR MEDIA d.o.o. (100 % lastniški delež), DOM UPOKOJENCEV IDRJA d.o.o. (100 % lastniški delež). Naložbe v druga podjetja, ki dosegajo 10 ali več odstotkov, so: KOLEKTOR GROUP d.o.o. (39,32 %), KOLEKTOR KAUTT & BUX GmbH (33,33 %), KOLEKTOR KOLING d.o.o. (22,86 %), NEBESA GOSTINSKE STORITVE d.o.o. (19,54 %), FI FINANČNI INŽENIRING d.o.o. (24,01 %), RSG KAPITAL d.o.o. (13,10 %) in PRVI SKLAD DRUŽBA TVEGANENGA KAPITALA d.o.o. (12,40 %). Lastniki delnic podjetja FMR so: FMR HOLDING d.d. (41,61 %), HIDRIA FIN d.o.o. (38,66 %), KOLEKTOR SIKOM d.o.o. (15,90 %), KOLEKTOR PROKOS d.o.o. (1,62 %), KOLEKTOR GROUP d.o.o. (0,71 %), KOMPAS KAPITAL (0,001 %) in fizične osebe (0,85 %).

9. Ciljno podjetje Delo se ukvarja s časopisnim založništvom in tiskanjem in je vodilni izdajatelj informativnih medijev in eno najvplivnejših podjetij na slovenskem medijskem trgu. Bralcem vsak dan posredujejo sprotne informacije, spodbujajo bralno kulturo in ozaveščenost prebivalstva. Izbera d.o.o. je hčerinsko podjetje, ki se ukvarja z distribucijo tiskanih edicij na naslove naročnikov. Poleg dnevnika Delo podjetje Delo izdaja še Slovenske novice, Nedelo, Nedeljske novice in Pogledi, redne priloge kot so: Ona, Delo in dom, Polet, Rekord, Svet kapitala, Vikend, Sobotna priloga, Odprta kuhinja in PLUS 50, reviji Delo De facto, Ona plus, spletna ponudba vsebin: Delo.si, Slovenskenovice.si, Pogledi.si, Polet.si, Deloindom.si in Mična.si, ter ponudba digitalnih vsebin (Delo na iPadu in Androidu).

10. Skupino Delo sestavljata obvladujoče podjetje DELO d.o.o. in odvisno podjetje IZBERI d.o.o. (100 % lastniški delež). Obenem je podjetje Delo tudi 10 % lastnik podjetja

<sup>4</sup> Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

<sup>5</sup> Uradni list RS, št. 106/10-UPB5.

GORENJSKI GLAS d.o.o. Lastnik podjetja Delo pa je PIVOVARNA LAŠKO d.d.

11. Podjetje FMR navaja, da bo kot dolgoročni lastnik Dela podpiralo razvoj časopisne hiše Delo na strateškem, tehnološkem in kadrovskem področju. Priglasitelj se zaveda, da ima Delo posebno vlogo v slovenskem medijskem prostoru, ki ga kreira z vsebinami v svojih edicijah in je na tem področju predvsem odgovorno svojim bralcem. Kot lastnik si bo prizadeval, da bo z dobrim korporativnim upravljanjem prispeval k temu, da bo podjetje Delo uspešno poslovalo in na ta način ustvarjalo dobre temelje za ohranitev in razvoj neodvisnega in raziskovalnega novinarstva v skladu z novinarskim kodeksom in etiko. Od uprave Dela pa pričakuje dobičkonosno poslovanje, kar je eden od pomembnejših razlogov za nakup Dela.

## **II. PODREJENOST ZPOmK-1**

### **A Koncentracija**

12. ZPOmK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer: i) pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij, ii) kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij, ali iii) kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.

13. Kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom v smislu prejšnjega odstavka pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, in sicer zlasti: (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja; (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.

14. Nastanek koncentracije v smislu prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 pomeni tako imenovani pravni pogoj, ki je poleg izpolnjevanja ekonomskega pogoja - preseganje ekonomskih pragov, določenih v prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1, nujni opredelilni element koncentracije. Če sta izpolnjena oba pogoja, nastane obveznost priglasitve in presoje po ZPOmK-1.

15. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij po drugi alineji prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 nastala dne 3. 6. 2015, ko je podjetje FMR kot kupec sklenilo Pogodbo o nakupu delnic s podjetjem Pivovarna Laško d.d. kot prodajalcem, na podlagi katere bo podjetje FMR pridobilo 667.464 navadnih kosovnih delnic podjetja Delo, kar predstavlja 100 % lastniški delež. Podjetje FMR bo tako lahko samostojno določalo strateške poslovne odločitve in s tem izvajalo odločilni vpliv nad podjetjem Delo.

16. Takšna pridobitev kontrole nad drugim podjetjem, pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, ki jo je treba v primeru doseganja pragov letnega prometa iz 42. člena ZPOmK-1 obvezno priglasiti Agenciji.

### **B Preseganje pragov po 1. odstavku 42. člena ZPOmK-1**

17. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu

na trgu Republike Slovenije presešel 35 milijonov EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presešel 1 milijon EUR oziroma v primeru kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem, če je letni promet, vsaj dveh v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, presešel 1 milijon evrov.

18. Iz predloženih podatkov priglasiatelja in javno dostopnih podatkov izhaja, da v koncentraciji udeležena podjetja skupaj s podjetji v skupini presegajo pragove letnega prometa, določene v prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1. Upoštevajoč pravila o dodelitvi prometa v koncentraciji udeleženih podjetij in z njimi povezanih podjetij, kot jih določa Obvestilo Komisije, je Agencija ugotovila, da je skupni letni promet skupine FMR v letu 2014 v Republiki Sloveniji znašal 24.500,00 EUR<sup>6</sup>. Čisti prihodki od prodaje ciljnega podjetja Delo, skupaj s podjetjem v skupini, pa so v istem obdobju na trgu Republike Slovenije znašali 44.526.955,00 EUR<sup>7</sup>. Navedeno pomeni, da je presežen prag 35 mio EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1, ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.

19. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasiitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru koncentracije podjetij FMR in Delo sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podjetij podrejena določbam ZPOmK-1.

## **C Pristojnost Agencije**

20. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij<sup>8</sup> (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katerokoli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije<sup>9</sup> je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU<sup>10</sup>.

21. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij razsežnost EU, kadar: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa, in (b) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici. Koncentracija, ki ne doseže pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, ima na podlagi tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah razsežnost EU, če: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, (b) vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa, (c) vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic za namen odstavka b) ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in (d) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 100 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu

<sup>6</sup> Dokument št. 3061-12/2015-4.

<sup>7</sup> Dokument št. 3061-12/2015-5.

<sup>8</sup> Uradni list RS št. 24, 29. 1. 2004, str. 1–22.

<sup>9</sup> Dolžnost izhaja tako iz načela lojalnosti, ki je opredeljeno v tretjem odstavku 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26. 10. 2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

<sup>10</sup> Sodba Sodišča EU, 14. julij 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zdl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

EU v eni in isti državi članici.

22. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, ker je skupni promet podjetij FMR in Delo v letu 2014 na svetovnem trgu znašal 45.421.446,00 EUR. Tako ni presežen prag iz točke (a) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet ne presega 5.000 mio EUR), kot tudi ne iz točke (a) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet ne presega 2.500 mio EUR). Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence, na podlagi nacionalnega prava o konkurenci, na Agenciji.

### III. SKLADNOST S PRAVILI KONKURENCE

#### A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgi

23. Skladno s sedmo točko 3. člena ZPOMK-1 je upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg tisti trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive. Zamenljivi so tisti proizvodi oziroma storitve, ki so v očeh uporabnika z vidika lastnosti, cene in namena uporabe medsebojno zamenljivi ali nadomestljivi. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.

24. Agencija je pri presoji koncentracije ugotavljala, ali zaradi priglašene koncentracije prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi lahko omejevale konkurenco na katerem od trgov, ki so z njimi tesno povezani.

25. Podjetje FMR in z njim povezana podjetja ustvarjajo prihodke na trgu Republike Slovenije z opravljanjem dejavnosti holdingov, dejavnostjo oskrbe starejših, proizvodnjo komutatorjev in drsnih obročev ter dejavnostjo založništva. Podjetje Delo skupaj s podjetjem v skupini pa opravlja dejavnost časopisnega založništva in tiskarstva ter dejavnost distribucije časopisov in tiskovin. Dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij se prekrivajo le na področju založništva. Podjetje FMR Media se ukvarja z izdajanjem časopisa koncerna Kolektor., in sicer časopisa Komunitator z naklado 8.000 izvodov na leto, ki je namenjen informiranju zaposlenih v Skupini Kolektor o dogajanjih znotraj Skupine ter obveščanju bralcev v širšem okolju o dogajanjih na Idrijskem in Cerkljanskem. Glede na vsebino izdaja časopisa Komunikator v primerjavi z izdajo časopisov, ki jih izdaja podjetje Delo ne predstavlja neposredne konkurence.

26. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da podjetje FMR in z njim povezana podjetja ter podjetje Delo skupaj s podjetjem v skupini delujejo praktično na različnih upoštevni trgih, ki med seboj niso povezani. Koncentracija predstavlja konglomeratno združevanje dejavnosti. Konglomeratne združitve so združitve, ki niso ne v horizontalnem ne v vertikalnem odnosu in v večini primerov ne vzbujajo pomislekov glede konkurence.<sup>11</sup>

27. Ker v primeru zadevne koncentracije ne prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij in ker ni izkazan resen sum o neskladnosti

<sup>11</sup> Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij, UL EU C 265/6, z dne 18. 10. 2008, odst. 91 in 92.

koncentracije s pravili konkurence, dokončna določitev upoštevnih storitvenih/proizvodnih trgov ni potrebna.

28. Na podlagi podatkov, ki jih je posredoval priglasitelj, pa je Agencija ugotovila, da bi lahko podjetja, povezana s podjetjem FMR, nastopila kot kupci oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih na trgu prodaje oglasnega prostora, na katerem deluje podjetje Delo. Ker v primeru zadevne koncentracije ni izkazana nevarnost za nastanek proti konkurenčnim učinkom, Agencija trga prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih ni dokončno opredelila.

## **B Upoštevni geografski trg**

40. V skladu z osmo točko 3. člena ZPOmK-1 je upoštevni geografski trg območje, kjer si konkurenti na upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji in nakupu proizvodov in storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ga je mogoče oddeliti od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence na teh območjih bistveno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.

41. Ker priglašena koncentracija ne povzroča sprememb, ki bi ustvarile resen sum ustvarjanja oziroma krepitve prevladujočega položaja in ker upoštevni storitveni/proizvodni trgi niso bili dokončno določeni, dokončna določitev upoštevnega geografskega trga ni potrebna.

## **C Presoja koncentracije**

29. Pri presoji koncentracije je Agencija ugotavljala, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij ali delov podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njim tesno povezanih trgov. Ker se dejavnosti udeležencev koncentracije in z njimi povezanih podjetij ne prekrivajo, na trgih, kjer delujejo, ne prihaja do sprememb tržnih deležev. Konglomeratno združevanje dejavnosti v okviru priglašene koncentracije ne bo imelo negativnih učinkov na konkurenco, saj vpliva, ki bi izviral iz morebitnega prevladujočega položaja na katerem od upoštevni trgov, ne bi bilo mogoče prenesti na druge trge. Priglašena koncentracija ne bo ustvarjala oziroma krepila prevladujočega položaja, ki bi hkrati pomenil zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence.

30. Ker bi lahko podjetja, povezana s podjetjem FMR, nastopila kot kupci oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih podjetja Delo, je Agencija v nadaljevanju preučila morebitne učinke koncentracije na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih.

31. Priglasitelj je navedel, da je bil v letu 2014 bruto oglaševalski prihodek založnikov izdajateljev dnevnih časopisov<sup>12</sup> 61.358.826 EUR, pri čemer je podjetje Delo v enakem obdobju ustvarilo 21.056.149 EUR prihodkov od oglaševanja v tiskanih medijih.

<sup>12</sup> Izdajatelji dnevnih časopisov so: Delo d.d., Dnevnik d.d., Salomon/Krater d.o.o., ČZP večer d.d., Časnik Finance d.o.o. in Primorske novice d.d..

Tabela 1: Oglaševalski prihodki založnikov izdajateljev dnevnik časopisov in oglaševalski prihodki podjetja Delo na trgu Republike Slovenije v obdobju 2011 – 2014

	2011	2012	2013	2014
<b>Delo (v EUR)</b>	26.425.676	23.597.349	21.056.149	20.792.966
<b>Delo (v %)</b>	27,4	30,4	29,7	33,9
<b>Skupaj založniki izdaj. dnevnik časopisov (v EUR)</b>	96.327.736	77.523.444	70.971.373	61.358.826

Vir: Podatki priglasiatelja na podlagi podatkov Mediana IBO.

32. Oglaševalski prihodki podjetja Delo so se od leta 2011 do leta 2014 pa so se zmanjšali za 21,3 % oziroma za 5.632.710 EUR. Na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih medijih je tržni delež podjetja Delo glede na ustvarjene prihodke od oglaševanja v tiskanih medijih v letu 2014 znašal 33,9 %. Količinski tržni delež podjetja Delo na trgu oglaševanja v tiskanih medijih v Republiki Sloveniji (na podlagi naklade) pa je nižji in je v letu 2014 znašal 22,3 %.<sup>13</sup>

33. Velikost trga oglaševanja v internetnih medijih je v letu 2014 v Republiki Sloveniji znašala 33.888.605 EUR, podjetje Delo pa je v tem obdobju ustvarilo 1.918.678 EUR prihodkov iz oglaševanja v e-medijih. Tržni delež podjetja Delo na navedenem trgu v Republiki Sloveniji v letu 2014 je tako znašal 5,66 %.

34. Od podjetij v skupini FMR na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih medijih nastopa le podjetje FMR MEDIA, ki je v letu 2014 na trgu Republike Slovenije za trženje oglasnega prostora v tiskanih medijih namenilo 127.000 EUR oziroma 3 % svojih celotnih prihodkov. Priglasiatelj ocenjuje, da je tržni delež podjetja FMR MEDIA na navedenem trgu zanemarljiv. Ostala podjetja, udeležena v koncentraciji ,po navedbah priglasiatelja v letu 2014 niso oglaševala.

35. Konkurenti in njihovi tržni deleži v letu 2014 glede na oglaševalske prihodke, ki poleg Dela nastopajo na tem trgu, so: Dnevnik d.d. 21,3 %, Večer d.d. 14 %, Salomon/Krater d.o.o. 11,8 %, Žurnal Media d.d. 8,7 %, Časnik Finance d.o.o. 7,5 %.<sup>14</sup> Po mnenju Agencije je na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih dovolj konkurentov, da ne bi prišlo do omejevanja oz. izključevanja. Poleg tega združeno podjetje ne bi imelo spodbude za omejevanje dostopa do virov dobav ali trgov dejanskim ali potencialnim konkurentom, saj podjetja, ki sodijo v skupino FMR in ki bi lahko bila potencialni kupci oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih podjetja Delo, sploh ne oglašujejo v tiskanih medijih.<sup>15</sup>

36. Na trgu oglaševanja v tiskanih medijih poteka ostra konkurenca med ponudniki oglasnega prostora za oglaševalske prihodke, ki v zadnjih letih beležijo velik padec. Podjetje Delo beleži upad oglaševanja v obeh nedeljskih časopisih Nedelo in Nedeljske novice, največji upad neto oglasnih prihodkov v letu 2014 v primerjavi z letom 2013 pa so zaznali v časniku Delo, Slovenskih novicah, prilogi Delo in dom ter na področju malih oglasov in osmrtnic. Razlog za padec trga je v preusmerjanju oglaševalskih proračunov v druge kanale, npr. TV in internet, delno pa tudi v padcu proste prodaje in naročnine večine tiskanih medijev, kar se odraža v padcu branosti vseh slovenskih dnevnik časopisov, vključno s časopisom Delo. Ponudniki oglasnega prostora zaradi navedenega stanja na trgu oglaševanja v tiskanih medijih nudijo kupcem oglasnega prostora vedno večje popuste in dodatne storitve.<sup>16</sup> Poleg navedenega

<sup>13</sup> Dokument št. 3061-12/2015-4.

<sup>14</sup> Podatki priglasiatelja na podlagi podatkov Mediana IBO.

<sup>15</sup> Podjetje iz skupine FMR je zabeležilo le en oglas družbe Kolektor d.o.o., aprila 2014 v Delu v vrednosti 1.296 €.

<sup>16</sup> Odločba Agencije 3061-15/2014-15, z dne 19.9.2014.

obstaja tudi veliko substitutov, kar se odraža v obliki porasta brezplačnih dnevnikov, porasta internetnih ponudnikov vsebin in porasta aplikacij, ki preko novih naprav filtrirajo in dostavljajo vsebine.<sup>17</sup>

37. Tržni delež združenega podjetja se na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih po izvedeni koncentraciji ne bo spremenilo. Imelo bo sicer največji tržni delež (33,9 %), vendar ostaja na tem trgu dovolj konkurentov, da bi združeno podjetje kakorkoli lahko vplivalo na pogoje konkurence in omejilo dostop do trga ostalim udeležencem ali kako drugače omejilo učinkovito konkurenco na trgu.

#### IV. ZAKLJUČEK

38. Na podlagi posredovanih podatkov priglasiateljev koncentracije, ob upoštevanju javno dostopnih podatkov ter drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zadevi priglašene koncentracije ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Koncentracija ne bo povzročila bistvenega omejevanja učinkovite konkurence na ozemlju Republike Slovenije, zlasti kot posledice ustvarjanja oziroma krepitev prevladujočega položaja, poleg tega se tržni deleži združenega podjetja po izvedeni koncentraciji na upoštevem trgu ne bodo spremenili. Agencija zato koncentraciji na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOmK-1 ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

#### V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

39. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku<sup>18</sup> mora organ odločiti o stroških postopka. Glede na to, da posebni stroški v postopku niso nastali, je organ odločil, kot izhaja iz druge točke izreka.

#### POUK O PRAVNEM SREDSTVU

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču Republike Slovenije, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vloži pri sodišču ali pa se pošlje po pošti. Šteje se, da je bila tožba vložena pri sodišču tisti dan, ko je bila priporočeno oddana na pošto.

Postopek vodila:  
Karmen Oderlap  
področna podsekretarka



Andrej Krašek  
predsednik senata



<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, 105/06-ZUS-1, 126/07, 65/08, 47/09 Odl.US: U-I-54/06-32 (48/09 popr.), 8/10 in 82/13.



Vročiti:

- FMR Financiranje in upravljanje naložb d.d., Vojkova ulica 10, 5280 Idrija – osebno po ZUP.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

- Izrek odločbe na spletni strani Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence.

