



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: 3061-14/2017-16

Datum: 10. 11. 2017

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata ter ob sodelovanju dr. Aleša Kuharja, Andreja Praha, Francija Pušenjaka in Simona Tantegela kot članov senata, na podlagi 12. in 12. o členu Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o., Cesta Ljubljanske brigade 21, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Telemach), ki ga zastopa direktor Marko Šter, in ki ga po pooblastilu zastopa Odvetniška družba Pantelič in partnerji o.p., d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana, in TELEING, podjetje za trgovino, storitve in telekomunikacijski inženiring d.o.o, Razkrižje 23, 9246 Razkrižje (v nadaljevanju: Teleing), ki ga zastopa direktor Janez Smolkovič, na nejavni seji dne 10. 11. 2017 naslednjo

ODLOČBO

- 1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o., Cesta Ljubljanske brigade 21, 1000 Ljubljana, in TELEING, podjetje za trgovino, storitve in telekomunikacijski inženiring d.o.o, Razkrižje 23, 9246 Razkrižje, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.**
- 2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.**

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

- Agencija je dne 18. 7. 2017 prejela priglasitev koncentracije podjetij Telemach in Teleing². Koncentracijo je priglasilo podjetje Telemach
- Predmet transakcije je pridobitev 100 % poslovnega deleža v podjetju Teleing, ki ga bo priglasitelj pridobil na podlagi Pogodbe o prodaji in nakupu poslovnega deleža z dne 28. 6. 2017³ (v nadaljevanju: Pogodba), sklenjene med edinim družbenikom podjetja Teleing, Janezom Smolkovičem, kot prodajalcem in podjetjem Telemach kot kupcem. Po izvedeni koncentraciji bo podjetje Telemach imelo v lasti 100 % poslovni delež v podjetju Teleing in s tem bo kot edini lastnik pridobila izključno kontrolo nad prevzetim podjetjem.

¹ 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, 33/14, 76/15 in 23/17.

² Dokument št. 3061-14/2017-1.

³ Dokument št. 3061-14/2017-1, priloga Pogodba o prodaji in nakupu poslovnega deleža

3. Vrednost transakcije predstavlja kupnina za 100 % poslovni delež v podjetju Teleing v izhodiščni vrednosti ██████████ EUR, s prilagoditvami določenimi v 3 1 točki Pogodbe.
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 podjetij⁴. Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj dopolnil dne 4. 9. 2017⁵ ter dne 6. 11. 2017⁶.
5. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah⁷ je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR.
6. Priglasitelj je operater storitev elektronskih komunikacij in naročnikom zagotavlja storitve medijskih (TV) vsebin, storitve širokopasovnega dostopa do interneta ter storitve fiksne in mobilne telefonije. Preko svojega razširjenega omrežja, ki temelji na kombinaciji koaksialnega in optičnega omrežja podjetje Telemach ponuja storitve širokemu krogu rezidenčnih in poslovnih uporabnikov na celotnem območju Republike Slovenije.⁸
7. Podjetje Telemach je v 100 % lasti podjetja Slovenia Broadband S.à r.l. iz Luxembourgja (v nadaljevanju: Slovenia Broadband), ki predstavlja holding družbo, odgovorno za upravljanje skupine podjetij na področju Srednje Evrope, ki opravljajo dejavnost telekomunikacijskih storitev ter podjetij, katerih dejavnost je produkcija televizijskih vsebin in z njimi povezanih storitev. Podjetje Slovenia Broadband je pod kontrolo podjetja KKR & Co. L.P., Delaware (v nadaljevanju: podjetje KKR), ki jo izvaja preko mednarodnih podjetij, slednja so navedena po vrstnem redu, glede na to, nad katerim podjetjem imajo neposredno kontrolo, United Group B.V., Nizozemska, Adria MidCo B.V. Nizozemska, Adria TopCo B.V. Nizozemska, Adria LuxCo S.à.r.l., Nizozemska in KKR Adria TopCo Ltd, Kajmanski otoki, slednja je del skupine podjetij, katere gospodujoče podjetje je podjetje KKR.⁹
8. Podjetje KKR je mednarodno investicijsko podjetje, ki ponuja širok spekter alternativnih naložbenih skladov in drugih naložbenih produktov investitorjem, kakor tudi rešitve za kapitalske trge podjetjem, portfeljskim podjetjem, eno izmed njih je tudi priglasitelj, in ostalim strankam. Vsako podjetje iz portfelja KKR ima lasten nadzorni odbor, ki načeloma vključuje enega ali več predstavnikov podjetja KKR. Delovanje in financiranje le-teh je neodvisno od ostalih pridruženih KKR portfeljskih podjetij.¹⁰
9. Podjetje Telemach ima na dan priglasitve posredno ali neposredno kontrolo v naslednjih odvisnih podjetjih s pripadajočimi lastniškimi deleži: v podjetju CAS Media d.o.o. in Telemach Rotovž d.d.¹¹ (v obeh podjetjih 100 % Telemach), v podjetju Telemach Tabor d.d. (64,30 % Telemach, 25,13 % Telemach Rotovž d.d. ter 10,57 % mali delničarji), v podjetju Telemach Tezno d.d. (45,75 % Telemach, 37,12 % Telemach Tabor ter 17,13 % mali delničarji) in podjetju Telemach Pobrežje d.d. (60,01 % Telemach Tabor, 30,12 % Telemach ter 9,87 % mali delničarji).¹² V obdobju od leta 2014 do dne priglasitve zadevne koncentracije je podjetje Telemach pridobilo 100 % lastniške deleže v osnovnem

⁴ Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

⁵ Dokument št. 3061-14/2017-9.

⁶ Dokument št. 3061-14/2017-13 in dokument št. 3061-14/2017-14

⁷ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5.

⁸ Dokument št. 3061-14/2017-1

⁹ Dokument št. 3061-14/2017-1

¹⁰ Dokument št. 3061-14/2017-1

¹¹ Dne 22. 9. 2017 se je Telemach Rotovž d.d. statusno pravno preoblikovalo v družbo z omejeno odgovornostjo ter spremenilo naziv podjetja v Telemach UG d.o.o.

¹² Vir: AJPES portal, ePRS – Poslovni register Slovenije.

kapitalu v podjetjih Tušmobil d.o.o., Total TV d.o.o. in Maxtel d.o.o., ki so bila pripojena k podjetju Telemach in so prenehala obstajati kot samostojni pravni subjekti.¹³

10. Priglasitelj je navedel, da na trgu Republike Slovenije ustvarjajo promet naslednja podjetja, povezana s priglasiteljem: (i) odvisna podjetja priglasitelja navedena v točki 9 te odločbe, in sicer z opravljanjem storitev dobave medijskih (TV) vsebin in storitev zagotavljanja širokopasovnega dostopa do interneta, razen podjetja CAS Media d.o.o. ki je prihodke ustvarjalo z opravljanjem storitev oglaševanja, ter (ii) podjetja United Media Network AG (Švica), United Media Limited (Ciper), Grand Production d.o.o. (Srbija), United Media Sàrl. (Luksemburg), vsa z dejavnostjo veleprodajne dobave TV programov, zadnji dve tudi s storitvami oglaševanja, United Media Production.si d.o.o. (Slovenija), United Media Production d.o.o. (Srbija), Orlando Klinci d.o.o. (Hrvaška) z opravljanjem produkcijskih storitev za oblikovanje TV programov, ter (iv) podjetje Serbia Broadband d.o.o. (Srbija), ki je odvisno podjetje podjetja United Group B.V., s storitvami oddaje satelitskih, telefonskih in internetnih povezav v zakup, vzdrževanja opreme ter storitvami oglaševanja.¹⁴
11. V času izdaje te odločbe postopek presoje koncentracije podjetij United Media Limited, 1, Poseidonos Street, Ledra Business Centre, 2406 Egkomi, Nikozija, Ciper (v nadaljevanju: UML), in United Media Distribution S.r.l., 1-5 G-ral David Praporgescu street, 5th floor, app. 12, 2nd District, Bukarešta, Romunija (v nadaljevanju: UMD), ki ga vodi Agencija pod opr. št. 3061-8/2013, še ni zaključen, zato tržna sprememba kot posledica koncentracije podjetij UML in UMD v predmetni odločbi ni bila upoštevana. Tržne spremembe tudi ni mogoče smiselno predvideti, ker je bil v navedenem postopku izkazan resen sum o skladnosti koncentracije s pravili konkurence zaradi vertikalno povezanih trgov. Zato v času izdaje predmetne odločbe še ni mogoče predvideti, kako se bo postopek zaključil in kakšne posledice bo na trgu posledično povzročil. Dejavnost podjetij, neposredno povezanih s koncentracijo podjetij UML in UMD (United Media Network AG, Švica, United Media Limited, Ciper in United Media Sàrl, Luksemburg), ki se nanaša na veleprodajo športnih TV programov Sport Klub, Sport Klub Golf in Lov in Ribolov, zato pri presoji predmetne koncentracije ni bila upoštevana.
12. Podjetje Teleing je bilo pred zadevno koncentracijo v 100 % lasti fizične osebe Janeza Smolkoviča in po navedbah v priglasitvi nima odvisnih podjetij. Prevzeto podjetje je manjši operater elektronskih komunikacij, ki ponuja storitve distribucije medijskih (TV) vsebin (ne glede na uporabljeno tehnologijo, vendar brez prizemne transmisije¹⁵), storitve širokopasovnega dostopa do interneta s povezanimi storitvami in storitve fiksne telefonije, med tem ko pri storitvah mobilne telefonije podjetje Teleing nastopa zgolj kot posrednik, ki ne zagotavlja oziroma ponuja teh storitev neposredno, temveč uporabnikom njegovih storitev omogoča koriščenje storitev mobilne telefonije drugega samostojnega ponudnika (trenutno podjetja T-2 d.o.o.).¹⁶ Podjetje Teleing je dejavno na delu območja Pomurja, natančneje na območju občin Beltinci, Križevci, Lendava, Ljutomer, Razkrižje, Sveti Jurij ob Ščavnici in Veržej, ter na delu območja Podravja v občinah Dornava, Gorišnica, Markovci pri Ptuj, Ormož, Ptuj, Središče ob Dravi in Sveti Tomaž.¹⁷
13. Priglasitelj je podal gospodarsko utemeljitev koncentracije in pri tem navedel, da bo predmetna koncentracija podjetij Telemach in Teleing omogočala povezljivost in združitve priglasiteljevega omrežja in omrežja prevzetega podjetja ter na tej osnovi boljšo dosegljivost priglasiteljevih storitev elektronskih komunikacij naročnikom storitev Ker ima podjetje

¹³ Vir: AJPES portal, ePRS – Poslovni register Slovenije in dokument št. 3061-14/2017-1

¹⁴ Dokument št. 3061-14/2017-1 in dokument št. 3061-14/2017-9.

¹⁵ Prenos televizijskega signala preko frekvenc od oddajnikov do sprejemnih TV anten

¹⁶ Dokument št. 3061-14/2017-1

¹⁷ Dokument št. 3061-14/2017-9.

Telemach boljši dostop do virov financiranja za investiranje kot podjetje Teleing, bo zadevna transakcija pridobitve celotnega poslovnega deleža podjetju Telemach omogočila izvedbo njegovih poslovnih načrtov, ki se nanašajo na celovito konvergenco ponudb vseh storitev elektronskih komunikacij in hkratne posodobitve njegove ponudbe storitev. Na takšni podlagi bo podjetje Telemach lahko nadaljevalo opravljanje svojih dejavnosti ter uporabnikom ponujalo bolj sofisticirane, obširne in konkurenčne storitve na dolgoročni osnovi, kot bi jih sicer podjetje Teleing lahko ponujalo samo.

14. Agencija je v postopku presoje zadevne koncentracije pridobila tudi podatke o številu priključkov oziroma številu naročnikov na trgu storitev prenosa medijskih (TV) vsebin, storitev fiksne in mobilne telefonije, storitev širokopasovnega dostopa do interneta, ter podatke o konvergenci storitev po posameznih oblikah in razčlenjeno po posameznih komponentah, in sicer v različnih obdobjih, ki jih je Agenciji na podlagi zahteve posredovala Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije, Stegne 7, 1001 Ljubljana (v nadaljevanju: AKOS)¹⁸ Prav tako je Agencija pri presoji uporabila javno objavljene dokumente AKOS¹⁹.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

15. 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.
16. Drugi odstavek 10 člena ZPOmK-1 določa, da kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom 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.
17. Iz Prečiščenega obvestila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij (v nadaljevanju: Obvestilo Komisije) izhaja, da izključna kontrola obstaja, če lahko samo eno podjetje izvaja odločilni vpliv nad drugim podjetjem. Odločitve, bistvene za strateško gospodarsko ravnanje podjetja, vključujejo odločitve o vprašanih, kot so finančni načrt, poslovni načrt, glavne investicije ali imenovanje višjega vodstva in presegajo odločitve, ki so običajne za zaščito pravic manjšinskih delničarjev (npr. odločitve o bistvu skupnega podjetja, kot so na primer spremembe statuta, povečanje ali zmanjšanje kapitala ali likvidacija).
18. V obravnavanem primeru je koncentracija nastala dne 28. 6. 2017, ko je bila sklenjena Pogodba o prodaji in nakupu poslovnega deleža, s čimer je podjetje Telemach pridobilo 100 % poslovni delež in s tem izključno kontrolo nad podjetjem Teleing. Takšna pridobitev

¹⁸ Dokument št. 3061-14/2017-6

¹⁹ Vir: spletna stran AKOS; dokument Analiza upoštevnega trga 3b »Veleprodajni osrednji dostop na fiksni lokaciji za izdelke za množični trg« s predlaganimi obveznostmi, s popravki po javnem posvetovanju, julij 2017 (v nadaljevanju Analiza upoštevnega trga 3b) in dokument Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2016, marec 2017 (v nadaljevanju poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij)

kontrole pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, ki določa, da gre za koncentracijo v primeru, ko eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij.

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

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

20. 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 presegel 35 milijonov EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 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, presegel 1 milijon evrov.
21. Priglasitelj navaja, da je v letu 2016 na trgu Republike Slovenije letni promet podjetja Telemach znašal ██████████ EUR²⁰. Iz revidiranih računovodskih izkazov izhaja, da je letni promet podjetja Teleing je v letu 2016 na območju Republike Slovenije znašal 4.795.818,92 EUR²¹. V primeru presoje pridobitve izključne kontrole podjetja Telemach nad podjetjem Teleing je presežen prag 35 milijonov 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.
22. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru predmetne koncentracije sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1.

C Pristojnost Agencije

23. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij²² (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije²³ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.²⁴
24. 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

²⁰ Dokument št. 3061-14/2017-9.

²¹ Vir: AJEPS portal - JOLP – Javna objava letnih poročil .

²² UL L 24, 29.1 2004, str. 1–22.

²³ 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

²⁴ Glej sodbo Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zdl 2006 str. II-2533, točki 99 in 100

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 EU v eni in isti državi članici.

25. Po navedbah priglasitelja priglášena koncentracija nima razsežnosti EU, saj ne dosega pragov prometa iz drugega in tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. Priglasitelj sicer ni posredoval podatkov o doseženem skupnem prometu vseh udeleženih podjetij v zadevni koncentraciji za leto 2016, je pa, kot izhaja iz točke 20 te odločbe, imelo prevzeto podjetje v letu 2016 skupno 4.795.818,92 EUR letnega prometa, ki ga je v celoti ustvarilo na trgu Republike Slovenije, iz česar sledi, da niso doseženi pragovi iz (b) točke drugega oziroma pragovi iz (b), (c) in (d) točke tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah. 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 KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

26. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s 7. točko 3 člena ZPOmK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.
27. Pri presoji koncentracije je Agencija najprej ugotavljala, ali prihaja do horizontalnega ali vertikalnega 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 njimi tesno povezanih trgov. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih, za vertikalne koncentracije pa štejejo vse tiste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige.
28. Kot izhaja iz priglásitve, podjetje Telemach opravlja dejavnost operaterja storitev elektronskih komunikacij, v okviru katere naročnikom ponuja storitve distribucije medijskih (TV) vsebin (ne glede na uporabljeno tehnologijo, vendar izvzemši prizemno transmisijo), storitve širokopasovnega dostopa do interneta, storitve fiksne in mobilne telefonije, poleg tega pa se ukvarja tudi s produkcijo in predvajanjem medijskih (TV) vsebin s povezanimi storitvami ter izvaja marketinške storitve. Po navedbah priglasitelja podjetje United Media Sàrl, ki je del priglásiteljeve skupine, opravlja dejavnost na področju produkcije in izvajanja medijskih (TV) vsebin, to je TV programov, s športnimi in drugimi vsebinami, v okviru katere od imetnikov pravic do predvajanja medijskih (TV) vsebin, torej od izvornih producentov teh vsebin ali njihovih zastopnikov, pridobiva licenčne pravice za predvajanje zadevnih vsebin v

okviru TV programov, katere nato podjetje izdaja in dobavlja operaterjem storitev elektronskih komunikacij za namen vključitve v programske sheme, ki jih operaterji ponujajo svojim naročnikom. Agencija v zvezi z navedbo priglasitelja ponovno poudarja, da dejavnosti podjetij, neposredno povezanih s koncentracijo podjetij UML in UMD,²⁵ ki zadevajo športne TV programe Sport Klub, Sport Klub Golf in Lov in Ribolov, pri presoji predmetne koncentracije ni upoštevala, saj koncentracija podjetij UML in UMD v času izdaje predmetne odločbe še ni bila zaključena. Priglasitelj in z njim povezana podjetja del prihodkov ustvarjajo tudi z dajanjem neosvetljenih optičnih kabelskih povezav v zakup drugim operaterjem storitev elektronskih komunikacij.

29. Prevezeto podjetje je manjši operater storitev elektronskih komunikacij in svojim naročnikom ponuja storitve distribucije medijskih (TV) vsebin, storitve širokopasovnega dostopa do interneta ter storitve fiksne in mobilne telefonije.²⁶
30. Priglasitelj navaja, da sta priglasitelj in prevzeto podjetje, glede na dejavnost, ki jo opravljata, neposredno ali posredno preko drugih podjetij v skupini dejavna na naslednjih trgih: (i) trg dobave medijskih (TV) vsebin, ne glede na uporabljeno tehnologijo (v nadaljevanju: trg dobave medijskih (TV) vsebin), (ii) trg širokopasovnega dostopa do interneta s povezanimi storitvami, (iii) trg fiksne telefonije, (iv) trg mobilne telefonije, pri vseh naštetih trgih gre za maloprodajne trge, na katerem so naročniki operaterjev končni odjemalci teh storitev, (v) trg produkcije in licenciranja medijskih (TV) vsebin, (vi) veleprodajni trg dobave (TV) programov, ter (vii) trg oglaševanja (vključno s TV oglaševanjem).
31. Večina operaterjev storitev elektronskih komunikacij ponuja storitve dobave medijskih (TV) vsebin, širokopasovnega dostopa do interneta in mobilno ter fiksno telefonijo tudi v različnih oblikah konvergenčnih ponudb prej navedenih storitev, ki predstavljajo t.i. paketne ponudbe storitev elektronskih komunikacij. Agencija je že v svoji pretekli praksi s področja elektronskih komunikacij²⁷ ugotovila, da bi lahko posamezni paketi storitev predstavljali ločene upoštevene trge. Glede na to, da obe v koncentraciji udeleženi podjetji ponujata vse prej naštetite storitve, Agencija kot upošteveni storitveni trg opredeljuje tudi trg paketnih storitev.

Splošno o maloprodajnem trgu storitev elektronskih komunikacij

32. Pri storitvah elektronskih komunikacij gre za t.i. širokopasovne storitve, dostop do katerih je omogočen preko širokopasovnega omrežja, ki je javno komunikacijsko omrežje, ki omogoča prenos podatkov s hitrostjo večjo od 144 kbit/s oziroma na podlagi standardov tovrstno omrežje predstavljajo priključki s hitrostmi 256 kbit/s in več²⁸. AKOS je z namenom opredelitve upoštevnega trga najprej ugotavljal zamenljivost povpraševanja med različnimi oblikami širokopasovnega dostopa, ki končnim uporabnikom na maloprodajnem trgu omogočajo dostop do širokopasovnih storitev
33. AKOS deli maloprodajni trg elektronskih komunikacij glede na različni skupini končnih uporabnikov na maloprodajni množični trg, ki predstavlja trg na katerem po navedenih storitvah povprašujejo rezidenčni uporabniki, to so gospodinjstva, ter predvsem manjši in nekateri srednje veliki poslovni uporabniki, katerim zadostuje običajna kakovost širokopasovnih storitev. Na drugi strani pa je visokokakovostni trg širokopasovnih storitev, po katerih povprašujejo velika podjetja, ki povprašujejo po storitvah, ki zagotavljajo neprekinjeno in zanesljivo podatkovno povezavo, ki omogočajo povezovanje več lokacij v

²⁵ United Media Network AG, Švica, United Media Limited, Ciper in United Media Sàrl, Luksemburg

²⁶ Dokument št. 3061-14/2017-1.

²⁷ Odločba Agencije št. 306-25/2013-16 z dne 9. 5. 2013, odločba Agencije št. 3061-39/2013-14 z dne 5. 6. 2013, odločba Agencije št. 306-55/2013-13 z dne 11. 9. 2013, odločba Agencije št. 3061-20/2014-16 z dne 23. 12. 2014 in odločba Agencije št. 3061-7/2016-157 z dne 7. 10. 2017.

²⁸ Analiza upoštevnega trga 3b

enotno omrežje podjetja, pri čemer pa so cene takšnih povezav zaradi navedenih značilnosti višje od cen običajnega širokopasovnega dostopa in so praviloma predmet individualnih dogovorov med uporabniki in operaterji elektronskih komunikacij. AKOS na podlagi zgornjih navedb tudi ugotavlja, da zamenljivost na maloprodajnem trgu med storitvami za množični trg in storitvami za visokokakovostni trg ne obstaja.

34. Operaterji storitev elektronskih komunikacij (v nadaljevanju: operaterji) ali razpolagajo z zakupljenim javnim komunikacijskim omrežjem ali imajo lastno dostopovno infrastrukturo, in sicer v obliki bakrenega omrežja, optičnega omrežja, kableskega omrežja ter brezžičnega omrežja, preko katerih z različnimi tehnologijami omogočajo prenos storitev elektronskih komunikacij do naročnikov, ki predstavljajo končne uporabnike na maloprodajnem trgu. Naročniki povprašujejo po storitvah širokopasovnega dostopa do interneta, dostopa do medijskih (TV) vsebin in po storitvah fiksne ter mobilne telefonije ter po več oblikah konvergenčnih ponudb prej navedenih storitev, ki predstavljajo t.i. paketne ponudbe storitev elektronskih komunikacij.²⁹
35. AKOS je pri opredelitvi upoštevanih trgov na maloprodajnem trgu storitev elektronskih komunikacij izhajal iz zamenljivosti med različnimi oblikami dostopa, ki omogočajo prenos širokopasovnih storitev elektronskih komunikacij, po katerih povprašujejo končni uporabniki. AKOS je analiziral naslednje oblike širokopasovnega dostopa, in sicer prenos preko (i) bakrenega omrežja z uporabo tehnologije xDSL³⁰, (ii) koaksialnega kableskega omrežja (v nadaljevanju: kablesko omrežje) z uporabo tehnologije DOCSIS³¹, (iii) optičnega omrežja z uporabo tehnologije FTTH³², (iv) fiksne brezžičnega omrežja z uporabo tehnologij MMDS³³, WiFi in satelitski dostop, ter (v) mobilnega omrežja s tehnologijami UMTS³⁴, HSPA³⁵ in LTE³⁶.
36. Fiksni širokopasovni dostop preko mobilnega omrežja je oblika širokopasovnega dostopa, pri kateri je dostop na fiksni lokaciji zagotovljen preko mobilnega omrežja.³⁷ Pri fiksnem širokopasovnem dostopu preko mobilnih omrežij si uporabniki, ki so povezani na isto celico mobilnega omrežja, delijo razpoložljivo pasovno širino, kar pomeni, da se ob veliki zasedenosti in premajhni kapaciteti omrežja posameznim uporabnikom zmanjša zmogljivost povezave, kar lahko privede do poslabšanja kakovosti storitev oziroma motenj pri zagotavljanju storitev, zato AKOS ugotavlja, da fiksno-mobilni širokopasovni dostop ni zamenljiv s širokopasovnim dostopom preko bakrenega omrežja, zaradi česar ni vključen na isti maloprodajni trg, prav tako ni zamenljiv tudi z ostalimi dostopi.
37. AKOS pri opredelitvi maloprodajnega trga dostopa do storitev elektronskih komunikacij zaključuje, da so tehnologije prenosa, ki uporabljajo bakreno, kablesko in optično omrežje

²⁹ Analiza upoštevnega trga 3b.

³⁰ xDSL (Digital Subscriber Line): širokopasovni dostop preko bakrenega omrežja je najstarejša in še vedno najbolj razširjena oblika dostopa. Pri tej obliki dostopa poteka prenos podatkov po posukanem bakrenem paru krajevne zanke, ki vsakega končnega uporabnika individualno povezuje z lokalnim vozliščem (Analiza upoštevnega trga 3b).

³¹ DOCSIS (Data Over Cable Service Interface Specification) širokopasovni dostop preko koaksialnega kableskega omrežja oziroma hibridnega optično koaksialnega omrežja z uporabo DOCSIS tehnologije, ki omogoča širokopasovni dostop na omrežju, katero se je prvotno uporabljalo samo za distribucijo televizije in so prisotna v večini urbanih središč oziroma gosteje poseljenih območjih, ki jih kabelski operaterji danes nadgrajujejo z optičnimi povezavami, pri čemer so končni uporabniki v omrežja še vedno povezani preko koaksialnih kablov (AKOS, Analiza upoštevnega trga 3b).

³² FTTH (Fibre to the Home) je oblika širokopasovnega dostopa, pri kateri je optično omrežje zgrajeno vse do končnih uporabnikov, to je do poslopja končnega uporabnika (Analiza upoštevnega trga 3b).

³³ MMDS (Multichannel Multipoint Distribution Service) širokopasovni dostop pri katerem se uporabljajo podobni standardi kot pri koaksialnih kableskih omrežjih, pri čemer pa gre za brezžični sistem. Posamezne oddajno sprejemne postaje, ki so povezane z glavno postajo, lahko pokrivajo končne uporabnike v razdalji do 25 km (Analiza upoštevnega trga 3b).

³⁴ UMTS (Universal Mobile Telecommunications Service) tretja generacija mobilnega prenosa podatkov (Analiza upoštevnega trga 3b).

³⁵ HSPA (High speed packet access): tretja generacija mobilnega širokopasovnega prenosa podatkov (Analiza upoštevnega trga 3b).

³⁶ LTE (Long-Term Evolution) predstavlja nadgradnjo obstoječih tehnologij UMTS in HSPA (vir: Wikipedia).

³⁷ Analiza upoštevnega trga 3b.

medsebojno zamenljive, zato sodijo na isti upoštevni storitveni trg, kar ne velja za fiksno brezžično omrežje ter mobilno omrežje. Do istih ugotovitev je prišla tudi Agencija v svojih preteklih odločbah³⁸.

Maloprodajni trg dobave medijskih (TV) vsebin

38. Storitve dobave medijskih (TV) vsebin poleg osnovnih TV vsebin vključujejo tudi razširjene programske sheme ter napredne dodatne storitve, kot so video na zahtevo, storitev snemanja, storitev časovnega zamika ter možnost povezave računalnika s televizijskim sprejemnikom. Glede na način prenosa medijskih (TV) vsebin prevladujeta kabelska televizija pri kateri gre za prenos po koaksialnem kablu ali optičnem kablu, ter IP televizija, ki temelji na prenosu po širokopasovnem internetnem omrežju, z uporabo xDSL ali FTTH tehnologije, v manjšem obsegu sta prisotni še satelitska televizija in brezžični prenos z MMDS tehnologijo.
39. Priglasitelj navaja, da podjetje Telemach s povezanimi podjetji distribucijo medijskih (TV) vsebin zagotavljata preko koaksialnega kablanskega omrežja in optičnega kablanskega omrežja ter tudi preko brezžičnih in satelitskih povezav, med tem ko prevzeto podjetje prenos medijskih (TV) vsebin zagotavlja samo preko koaksialnega kablanskega omrežja in optičnega kablanskega omrežja.
40. Po navedbah priglasitelja je sprejemanje medijskih (TV) vsebin preko tehnologij, ki jih uporabljata obe v koncentraciji udeleženi podjetji s povezanimi podjetji, torej preko koaksialnih kablanskih omrežjih in optičnih kablanskih omrežjih, z vidika končnega uporabnika povsem primerljivo in neposredno zamenljivo, saj omenjene tehnologije končnemu uporabniku omogočajo dostop do enakih programskih TV vsebin, dalje so zanesljive in cenovno povsem primerljive ter s strani povpraševanja predstavljajo substitute in so zato del istih maloprodajnih trgov, pri čemer se sklicuje tudi na ugotovitve AKOS in Agencije.

Maloprodajni trg zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta

41. Širokopasovni dostop do interneta je ena najpomembnejših elektronskih komunikacijskih storitev, pri katerih je za uporabnike pomembna hitra in zanesljiva povezava. Dostop do storitev interneta poteka na več načinov, ki se med seboj razlikujejo po dosegu, hitrosti in načinu prenosa. Na območju Republike Slovenije so storitve širokopasovnega dostopa možne preko bakrenega omrežja (xDSL), kablanskega koaksialnega (DOCSIS), in optičnega omrežja (FTTH), fiksnega brezžičnega omrežja, mobilnega brezžičnega omrežja, zakupljenih vodov.³⁹
42. Prevzeto podjetje in priglasitelj s povezanimi podjetji zagotavljata storitev širokopasovnega dostopa do interneta preko lastnega kablanskih omrežij z uporabo tehnologije dostopa DOCSIS in tehnologije FTTH, slednja se uporablja tudi v odprtih omrežjih širokopasovnih kablanskih omrežjih⁴⁰ in zakupljenih vodov omrežij, ki jih upravljajo drugi operaterji.
43. Po navedbah priglasitelja se storitve dostopa do interneta med seboj razlikujejo po dosegu, hitrosti nalaganja ali povzemanju podatkov z interneta in načinu prenosa, pri čemer so kapacitete za internetne prenose podatkov preko različnih tehnologij v preteklem obdobju postale medsebojno primerljive ter zamenljive za veliko večino individualnih uporabnikov storitev na trgu. Iz navedenega razloga tehnologija, ki se uporablja za prenos podatkov nima

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Analiza Upoštevne trga 3b.

⁴⁰ Odprto širokopasovno omrežje je širokopasovno omrežje, ki je izgrajeno na podlagi javno zasebnega partnerstva in je kot tako dostopno vsem operaterjem pod enakimi pogoji (Analiza upoštevne trga 3b).

več bistvenega vpliva na ponudbo in povpraševanje po storitvah širokopasovnega dostopa do interneta, zato storitve dostopa do interneta preko vseh vrst kabelskih povezav (bakreno, koaksialno in optično omrežje) lahko uvrstimo na isti upoštevni trg. Navedeno pa ne velja za mobilno brezžično omrežje, čeprav so se cene dostopa do interneta preko mobilnega brezžičnega omrežja v preteklem obdobju približale cenam storitev širokopasovnega dostopa do interneta s pomočjo ostalih opisanih tehnologij. Pri mobilnem brezžičnem prenosu sta hitrost ter stabilnost prenosa podatkov, zaradi nižje stopnje pokritosti območja Slovenije ter specifične tovrstne tehnologije, ki je podvržena vplivom številnih drugih dejavnikov (npr. geografskim oviram, vremenu ipd.), za enkrat še manj zanesljivi. Iz navedenih razlogov brezžične mobilne povezave še vedno ne predstavljajo povsem celovitega substituta storitvam dostopa do interneta preko kabelskih povezav.⁴¹

44. Agencija pri opredelitvi upoštevnega trga zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta izhaja iz ugotovitev AKOS ter prakse Agencije, da so tehnologije prenosa, ki uporabljajo bakreno, kabelsko in optično omrežje medsebojno zamenljive in zato sodijo na isti upoštevni trg.

Maloprodajni trg storitev fiksne telefonije

45. Zagotavljanje storitev fiksne telefonije deluje na osnovi povezav v kabelskih omrežjih, ki omogočajo originacije telefonskih klicev uporabnikov v operaterjevem domačem omrežju, prenose telefonskih klicev preko tranzitnih medomrežnih povezav in zaključevanje telefonskih klicev v omrežju operaterja, v katerega je bil telefonski klic usmerjen. Zagotavljanje storitev fiksne telefonije (v smislu prenosa podatkov), je v veliki meri primerljivo z zagotavljanjem storitev širokopasovnega dostopa do interneta, razen v tem, da telefonske storitve niso tako anonimne kot prenosi internetnih podatkov, ker se originacije, transferji in zaključevanje vsakega posameznega klica registrirajo in se storitve fiksne telefonije uporabnikom zaračunavajo v skladu z obsegom njihove dejanske uporabe.
46. Operaterji storitve fiksne telefonije ponujajo na dva načina, in sicer preko (i) klasične fiksne telefonije s tehnologijo PSTN (Public Switched Telephone Network) ali ISDN (Integrated Services Digital Network), katere prenos poteka po klasičnem bakrenem omrežju podjetja Telekom Slovenije d.d. in (ii) IP telefonija (VoIP: Voice over Internet Protocol), pri čemer se uporablja širokopasovno omrežje xDSL, kabelsko koaksialno omrežje, optično omrežje ali fiksno brezžično omrežje, pri čemer IP telefonija vse bolj nadomešča klasično telefonijo
47. Priglasitelj navaja, da je zamenljivost storitev fiksne telefonije na visokem nivoju, saj obe tehnologiji (klasična in IP telefonija) omogočata skoraj enake nivoje zanesljivosti in kvalitete. Ker je omogočena popolna prenosljivost obstoječih telefonskih števil uporabnikov od enega operaterja k drugemu, zaradi česar lahko uporabniki dokaj preprosto zamenjajo operaterja z odpovedjo obstoječe naročniške pogodbe in sklenitvijo nove z drugim operaterjem, prehod k konkurenčnemu operaterju za končnega uporabnika ni povezan z nesorazmernimi ovirami. Ponudba in povpraševanje na obravnavanem trgu je v zadnjem obdobju predvsem pod vplivom cen storitvenih paketov v kombinacijami s količinami storitev in prednostmi (npr. brezplačni klici med strankami znotraj omrežja operaterja oz. omrežja, v katerem operater gostuje), ki so vključene v ponudbene pakete storitev fiksne telefonije. Glede na navedeno priglasitelj ocenjuje, da sta glede na namen uporabe, lastnosti in ceno, klasična in IP telefonija substituta in sodita na isti upoštevni trg.
48. Priglasitelj s povezanimi podjetji in podjetje Teleing ponujata storitve fiksne telefonije samo s pomočjo IP telefonije.

⁴¹ Dokument št. 3061-14/2017-9

49. Agencija na podlagi pretekle prakse in drugih razpoložljivih podatkov meni, da storitve fiksne telefonije in mobilne telefonije z vidika povpraševanja in ponudbe nista zamenljivi in ne sodita na istiupoštevni trg.

Trg ponudbe paketnih storitev

50. Prenosna omrežja, elektronske komunikacijske storitve in oprema se z razvojem elektronskih komunikacij vedno bolj združujejo oz. približujejo (t.i. konvergenca storitev). Konvergenco prenosnih omrežij spremlja tudi integracija ali zlivanje storitev, ki operaterjem omogoča, da končnim uporabnikom ponujajo televizijo, internet in telefonijo v različnih kombinacijah paketov, ki vključujejo dve ali več konvergenčni storitvi (širokopasovni dostop do interneta, IP telefonija, kabelska oz. IP televizija ali mobilna telefonija). Kljub temu, da ponuja operater paketne storitve na podlagi iste tehnologije, vsebujejo storitve, ki sodijo na različne trge in zadovoljujejo različne potrebe uporabnikov. Naročnik za različne kombinacije konvergenčnih storitev v paketih sklene pogodbo z operaterjem, kateri za opravljene storitve izda enoten račun. Cena posameznega paketa storitev je praviloma nižja od seštevka cen posameznih konvergenčnih storitev, ki jih operaterji ponujajo tudi samostojno in ima ceno oblikovano za vsako storitev posebej. Elektronske komunikacijske storitve v paketih so običajno cenejše, kar je tudi razlog, da se končni uporabniki odločajo za paketne ponudbe.
51. Obstaja več oblik konvergenčnih ponudb storitev oz. paketov, ki jih operaterji lahko ponujajo zvezano ali nezvezano, pri čemer bi lahko vsaka ponudba predstavljala ločen upošteveni trg: (i) dvojček ponudba oz. »double play«, (vključuje dve od navedenih storitev: storitve fiksne govorne telefonije (IP telefonija), storitve mobilne govorne telefonije, fiksne televizijske in radijske storitve, mobilne televizijske in radijske storitve, storitve fiksne širokopasovnega dostopa in storitve mobilnega širokopasovnega dostopa), (ii) trojček ponudba oz. »triple play« (vključuje tri vrste osnovnih storitev: govor, TV in radio ter prenos podatkov, ki je vezan na širokopasovni dostop) ter (iii) četverček ponudba oz. »quadruple play« (vključuje poleg ponudbe trojček še vsaj eno mobilno komponento).
52. Operaterji ponujajo na trgu različne pakete v različnih cenovnih kombinacijah, pri čemer ponuja priglasitelj s povezanimi podjetji vse tri pakete storitev na trgu, podjetje Teleing pa le paketa dvojček v kombinaciji televizija in internet ter televizija in fiksna telefonija ter paket trojček, ki vključuje vse tri storitve.⁴²
53. Priglasitelj navaja, da je naročniško obdobje za posamezne pakete po navedbah priglasitelja običajno sklenjeno za nedoločen čas in se lahko z upoštevanjem 30 dnevnega odpovednega roka prekine kadarkoli z odpovedjo naročniške pogodbe, brez dodatnih stroškov. V primerih, ko so bile naročniške pogodbe sklenjene ob ponudbenih pogojih, da se naročniku odobrijo kakšni dodatni bonusi (npr. brezplačna izgradnja kabelskega priključka, popust pri cenah storitev za določeno obdobje), vsebujejo naročniške pogodbe tudi določbe, ki se nanašajo na fiksno začetno obdobje naročniškega razmerja, opredeljeno kot 12 mesečno ali 24 mesečno obdobje po sklenitvi naročniške pogodbe, v katerem naročniška pogodba ne more biti odpovedana brez utemeljenega razloga, sicer morajo naročniki plačati pogodbeno kazen v višini bonusa, ki jim je bil odobren na dan sklenitve naročniškega razmerja.
54. Ker so posamezne storitve z vidika kvalitete, zanesljivosti, cen in morebitnih ovir za prehod med različnimi operaterji ob upoštevanju oblikovane paketne ponudbe (tj. zgoraj opisanih kombinacij dvojčkov in trojčkov) medsebojno povsem zamenljive, priglasitelj ocenjuje, da predstavljajo paketne storitve znotraj posameznih paketov na upoštevnem trgu s stališča zamenljivosti ponudbe in povpraševanja substitute. Priglasitelj navedeno dodatno utemeljuje s tem, da lahko končni uporabniki posamezne storitve ob primerljivih stroških posamezne

⁴² Dokument 3061-14/2017-9

paketne storitve in individualne storitve različnih operaterjev brez kakršnih koli ovir medsebojno tudi kombinirajo (npr. pri enem operaterju naročijo paket trojček, ki vključuje televizijo, internet in fiksno telefonijo, pri drugem operaterju pa naročijo storitev mobilne telefonije).

55. Ker v primeru obravnavane koncentracije ni izkazan resen sum glede skladnosti le-te s pravili konkurence niti ob najožji opredelitvi trga paketnih storitev, Agencija le-tega v obravnavanem primeru ni dokončno opredelila, pri sami presoji pa je preučila vpliv obravnavane koncentracije tudi na ožje opredeljenem trgu, tj. na trgu paketnih storitev, ki jih ponujata tako priglasitelj kot prevzeto podjetje.
56. Agencija ugotavlja, da do horizontalnih prekrivanj prihaja na naslednjih trgih: (i) trg storitev distribucije medijskih (TV) vsebin, (ii) trg storitev širokopasovnega dostopa do interneta s povezanimi storitvami in (iii) trg storitev fiksne telefonije in (iv) trgu paketnih storitev.
57. Podjetje Teleing za izvajanje dejavnosti dobave medijskih (TV) vsebin kupuje TV programe od različnih ponudnikov na veleprodajnem trgu, ki jih nato vključuje v svoje programske sheme na maloprodajnem trgu dobave TV storitev, zato lahko pride tudi do vertikalnih učinkov, saj po navedbah priglasitelja podjetje Teling kupuje TV programe tudi od podjetij iz skupine priglasitelja.⁴³
58. Priglasitelj tudi pojasnjuje, da podjetje Telemach s povezanimi podjetji ni dobavitelj signala za prenos medijskih (TV) vsebin podjetju Teleing in s tem ne obstaja vertikalna integracija na medoperaterskem trgu, prav tako obe v koncentraciji udeleženi podjetji s povezanimi podjetji ne dajeta dostopa do svojega kabelskega omrežja drugim operaterjem.

B Upoštevni geografski trg

59. Upoštevni geografski trg je v skladu z 8. točko 3. člena ZPOMK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnege geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
60. Priglasitelj opredeljuje upoštevni geografski trg na nacionalni ravni, to je na območju Republike Slovenije, pri čemer pojasnjuje, da priglasitelj na opredeljenih upoštevni storitveni trgih ponuja svoje produkte oziroma storitve na celotnem območju Republike Slovenije, pri čemer so le ti zamenljive s storitvami oziroma produkti konkurenčnih ponudnikov, ki so prav tako dejavni na celotnem območju Republike Slovenije, ter se sklicuje na dosedanjo prakso Agencije.
61. Agencija je v dosedanjih odločitvah za opredeljene upoštevne storitvene trge kot upoštevni geografski trg opredelila območje Republike Slovenije. Tudi AKOS je vsem navedenim upoštevni storitvenim trgom dodelil nacionalno geografsko dimenzijo, enako tudi Komisija v svoji pretekli praksi s tega področja.

⁴³ Ker koncentracija podjetij UML in UMD še ni zaključena, se obseg vertikalne integracije, ki jo je presojala Agencija v predmetni odločbi, ne nanaša na TV programe Sport Klub, Sport Klub Golf in Lov in Ribolov.

C Presoja koncentracije

62. V skladu z 11. členom ZPOmK-1 so prepovedane koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali krepitev prevladujočega položaja. Agencija presoja koncentracije zlasti glede na tržni položaj v koncentraciji udeleženih podjetij, njihovo možnost za financiranje, strukturo trga, izbiro, ki jo imajo na voljo dobavitelji in uporabniki, ter njihov dostop do virov ponudbe oziroma do samega trga, obstoj morebitnih pravnih ali dejanskih vstopnih ovir, gibanje ponudbe in povpraševanja na upoštevni trgih, koristi vmesnih in končnih uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurence.
63. Pri presoji skladnosti obravnavane koncentracije s pravili konkurence je Agencija preverila možne protikonkurenčne učinke, ki bodo nastali zaradi zadevne koncentracije in možne koristi za potrošnike, ki bodo nastale zaradi povečanja učinkovitosti.
64. Agencija pojasnjuje, da je pri presoji zadevne koncentracije pri ocenah o obsegu posameznih upoštevni trgov storitev elektronskih komunikacij in tržnih deležev za v koncentraciji udeležena in z njimi povezana podjetja na zadevnih trgih za obdobje 2014-2016 na območju Republike Slovenije upoštevala naslednje: (i) pri vrednostnih ocenah, izračunanih glede na dosežene prihodke od prodaje storitev elektronskih komunikacij, je Agencija izhajala iz ocen, kot jih je posredoval priglasiatelj, pri čemer vrednostni obseg posameznega upoštevni trga predstavlja skupna vrednost prodaje vseh udeležencev na zadevnem trgu, katere oceno je priglasiatelj izračunal na podlagi svojega tržnega deleža, skupaj s povezanimi podjetji, pridobljenega iz podatkov AKOS, ki ga je apliciral na dosežene prihodke, ki jih dosegel s prodajo posameznih vrst storitev elektronskih komunikacij skupaj s povezanimi podjetji, (ii) pri količinskih ocenah izračunanih glede na število naročnikov pa je Agencija izhajala iz podatkov, ki jih je pridobila od AKOS, slednje je Agencija uporabila tudi pri izračunu ocene celotne tržne strukture posameznih upoštevni trgov
65. Agencija je pri presoji koncentracije ugotavljala, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij in z njimi povezanih podjetij na katerem od trgov, kjer le ta nastopajo, ali do povezav, ki bi omejevale konkurenco na katerem od z njimi tesno povezanih trgov. Agencija je na podlagi navedb priglasiatelja ugotovila, da v zadevni koncentraciji prihaja do horizontalnega prekrivanja dejavnosti.
66. Tabela 1: Velikost posameznih trgov storitev elektronskih komunikacij na območju Republike Slovenije v obdobju 2014-2016 glede na doseženo prodajo in glede na število naročnikov

Upoštevni trg	2014		2015		2016	
	Prodaja mio EUR	Naročniki	Prodaja mio EUR	Naročniki	Prodaja mio EUR	Naročniki
Trg dobave medijskih (TV) vsebin	■	XXXXXXXX	■	XXXXXXXX	■	XXXXXXXX
Trg širokopasovnega dostopa do interneta	■	XXXXXXXX	■	XXXXXXXX	■	XXXXXXXX
Trg storitev fiksne telefonije	■	XXXXXXXX	■	XXXXXXXX	■	XXXXXXXX

Vir: Podatki o prodaji so ocena priglasiatelja, podatki o številu naročnikov po stanju na koncu posameznega leta so podatki AKOS pridobljeni s strani Agencije.

67. Iz tabele 1 je razvidno, da se v obdobju zadnjih treh let povečuje število naročnikov pri storitvah dobave medijskih (TV) vsebin in pri storitvah širokopasovnega dostopa do interneta, pri obeh se je v obravnavanem obdobju število naročnikov povečalo za dobrih 6 %, med tem

ko je pri storitvah fiksne telefonije za dobrih 24 tisoč naročnikov manj, kar relativno predstavlja zmanjšanje za dobre 3 %.

68. Po podatkih priglasitelja in podatkih AKOS so na območju Republike Slovenije na trgu storitev elektronskih komunikacij prisotni številni operaterji, med njimi so poleg priglasitelja največji operaterji še podjetje Telekom Slovenije d.d., podjetje T-2 d.o.o. in podjetje A 1 d.d., ostali pa so manjši lokalni operaterji, ki delujejo na območju posameznih naselij oziroma občin ali regij. V evidencah AKOS, ki jih vodi na podlagi rednega zbiranja podatkov o razvoju trga storitev elektronskih komunikacij, je bilo ob koncu leta 2016 vpisanih 142 operaterjev, ki razpolagajo z javnim komunikacijskim omrežjem, od tega jih je bilo 102 dejansko aktivnih operaterjev, ne upoštevajoč medsebojno povezanih podjetij.
69. Podjetje Telemach d.o.o. s povezanimi podjetji nudi svoje storitve na pretežnem delu območja Republike Slovenije, medtem ko se kabelsko omrežje podjetja Teleing nahaja le na delu območja pomurske in podravske regije, na katerem pa priglasitelj ni bil prisoten. Priglasitelj je v priglasitvi navedel tudi območja po občinah, v katerih se nahaja kabelsko omrežje podjetja Telemach.⁴⁴ Priglasitelj pojasnjuje, da se na območju, na katerem ima kabelsko omrežje prevzeto podjetje, nahaja tudi kabelsko omrežje podjetja Telekom Slovenija d.d., z uporabo katerega svoje storitve ponujajo tudi drugi operaterji elektronskih komunikacij, in sicer podjetje Telekom Slovenije, d.d. ter podjetji A 1 d.d. in T-2 d.o.o., ki so hkrati konkurenti obema v koncentraciji udeleženi podjetjema.
70. Širokopasovni dostop preko razvezanega bakrenega omrežja (xDSL tehnologija) ponuja le podjetje Telekom Slovenije d.d., preko katerega dostopa in ponuja svoje storitve tudi podjetje A 1 d.d., ki nima svojega omrežja, medtem ko podjetje T-2 d.o.o. ima svoje optično omrežje, vendar ga kombinira z bakrenim omrežjem podjetja Telekom Slovenije d.d.⁴⁵ Priglasitelj svoje storitve ponuja v večji meri preko lastnega kabelskega omrežja, del tudi preko odprtih širokopasovnih omrežij ter preko kabelskih omrežij nekaterih lokalnih kabelskih operaterjev, enako velja tudi za prevzeto podjetje, ki druga omrežja za svoje storitve koristi na območju štirih občin na katerem je prisoten tudi s svojim kabelskim omrežjem ter na območju občine Radenci⁴⁶. Agencija ugotavlja, da do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženi podjetij s povezanimi podjetji prihaja le na območju občine Radenci, na katerem ima svoje kabelsko omrežje tudi priglasitelj, poleg tega pa del svojih storitev na tem območju ponuja tudi preko odprtih širokopasovnih omrežij. Priglasitelj navaja, da sicer v zelo omejenem obsegu svoje storitve ponuja tudi preko bakrenega omrežja podjetja Telekom Slovenija d.d.
71. Po navedbah priglasitelja tako podjetje Telemach kot podjetje Teleing ne nudita dostopa do svojega kabelskega omrežja drugim operaterjem.
72. Priglasitelj na podlagi ugotovljenih tendenc gibanja iz tabele 1 ter ob upoštevanju razvoja novih storitev v povezavi s storitvami elektronskih komunikacij in z njimi povezanih ponudb s strani operaterjev na zadevnih upoštevanih trgih, ocenjuje, da se bo dosedanji trend gibanja na teh trgih nadaljeval tudi v obdobju naslednjih treh letih. Za trg dobave storitev medijskih (TV) vsebin priglasitelj ocenjuje, da je zrel trg, ter da se nadaljnja rast lahko pričakuje z vidika posodabljanja tehnologije, izboljševanja kvalitete storitev in širitev ponudbe z dodatnimi storitvami (video na zahtevo, časovni zamik, snemanje predvajanih vsebin), med tem ko za trg storitev širokopasovnega dostopa do interneta ocenjuje, da je v začetni fazi zrelosti in da bo še rasel naprej, po priglasiteljevih ocenah s povprečno stopnjo rasti ■ % na leto. Trg fiksne telefonije je po ocenah priglasitelja zrel trg, na katerem se ne pričakuje pomembnejše rasti oziroma ga je celo označil kot trg v postopnem upadu.

⁴⁴ Dokument št. 3061-14/2017-9

⁴⁵ Analiza upoštevnega trga 3b.

⁴⁶ Dokument št. 3061-14/2017-9.

Maloprodajni trg dobave medijskih (TV) vsebin

73. V tabeli 2 je prikazan delež prenosa medijskih (TV) vsebin glede na uporabljeno tehnologijo prenosa, pri čemer kablenska televizija vključuje tako analogno televizijo kot digitalno televizijo, slednja sicer prevladuje, saj predstavlja približno 90 % vse kablenske televizije.
74. Tabela 2. Delež televizijskih priključkov glede na tehnologijo prenosa v obdobju 2014 -2016 na območju Republike Slovenije

Tehnologija prenosa medijskih (TV) vsebin	2014	2015	2016
Kablenska televizija	48,5 %	46,6 %	43,7 %
IP televizija	45,4 %	48,0 %	51,1 %
Satelitska televizija	4,4 %	3,7 %	3,7 %
MMDS	2,1 %	1,7 %	1,5 %
Skupaj	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

75. Iz tabele 2 je razvidno, da je bilo konec leta 2016 od vseh televizijskih priključkov 51,1 % priključkov IP televizije, delež katere se je v obravnavanem obdobju zadnjih treh let povečeval, in sicer v celotnem obdobju za 5,7 odstotne točke, medtem ko se je delež priključkov kablenske televizije zmanjšal v tem istem obdobju za 4,8 odstotne točke in konec leta 2016 dosegel 43,7 % delež, delež satelitske televizije in televizije z uporabo MMDS tehnologije skupaj pa predstavlja slabih 5 % vseh televizijskih priključkov.
76. Tabela 3: Delež operaterjev na trgu dobave medijskih (TV) vsebin kot ponudnikov IP televizije in kablenske televizije v obdobju 2014 -2016 na območju Republike Slovenije glede na število naročnikov v %

Operater	Kablenska televizija			IP televizija		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Telemach	69,4	70,0	71,2	0,1	0,2	0,3
Telekom Slovenije d.d.	1,7	2,1	2,1	52,2	52,1	50,7
T-2 d.o.o.	0,0	0,0	0,0	33,7	33,6	32,4
A 1 d.d.	0,0	0,0	0,0	13,7	13,7	16,2
Teleing	3,5	3,7	4,0	0,0	0,0	0,0
Drugi	22,5	24,2	22,7	0,2	0,4	0,4
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Telemach + Teleing	72,9	73,7	75,2	0,1	0,2	0,3

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

77. Iz tabele 3 je razvidno, da je podjetje Telemach s povezanimi podjetji ter prevzetim podjetjem največji ponudnik storitev kablenske televizije, preostali ponudniki kablenske televizije so manjši lokalni operaterji, med tem ko so drugi večji operaterji, in sicer podjetja Telekom Slovenije d.d., A 1 d.d. in T-2 d.o.o., ki so konkurenti prigrasitelja, ponudniki storitev IP televizije. Glede na to, da sta navedeni tehnologiji prenosa medijskih (TV) vsebin substituta in sta med seboj v celoti zamenljivi in kot taki sodita na isti upoštevni trg, uporabljen način prenosa nima vpliva na zadevno koncentracijo. Uporaba določene tehnologije prenosa je posledica uporabe omrežij, prenos IP televizije poteka tudi preko obstoječega bakrenega kablenskega omrežja podjetja Telekom Slovenije d.d., slednje mora na podlagi odločbe AKOS⁴⁷ omogočati dostop do tega omrežja tudi drugim operaterjem na trgu, med tem ko prenos kablenske televizije poteka tudi preko koaksialnega kablenskega omrežja, katerega je

⁴⁷ Analiza upoštevnega trga 3b, točka 4.

podjetje Telemach v preteklosti samo izgradilo, predvsem v urbanih središčih, enako tudi manjši operaterji na svojih lokalnih območjih.

78. Tabela 4: Tržni deleži v koncentraciji udeleženih podjetji glede na ustvarjene prihodke od prodaje storitev medijskih (TV) vsebin v Republiki Sloveniji v obdobju 2014-2016

Trg dobave medijskih (TV) vsebin	2014	2015	2016
Prihodki v RS (v mio EUR)	████	████	████
Prihodki podjetja Telemach (v mio EUR)	████	████	████
Prihodki podjetja Teleing (v mio EUR)	████	████	████
Tržni delež podjetja Telemach	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %
Tržni delež podjetja Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Tržni delež združenega podjetja	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %

Vir: Podatki priglasitelja.

79. Tabela 5: Tržni deleži v koncentraciji udeleženih podjetji glede na število naročnikov storitev medijskih (TV) vsebin v Republiki Sloveniji v obdobju 2014-2016

Trg dobave medijskih (TV) vsebin	2014	2015	2016
Število priključkov v RS	XXXXXXXX	XXXXXXXX	XXXXXXXX
Število priključkov Telemach	████	████	████
Število priključkov Teleing	████	████	████
Tržni delež podjetja Telemach	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %
Tržni delež podjetja Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Tržni delež združenega podjetja	[40-50] %	[30-40] %	[30-40] %

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

80. Iz tabele 4 in 5 je razvidno, da se je tržni delež priglasitelja s povezanimi podjetji na trgu dobave medijskih (TV) vsebin v obdobju zadnjih treh let zmanjševal, in sicer se je glede dosežene prihodke v celotnem obdobju zmanjšal za █████ odstočne točke in je ob koncu leta 2016 dosegel [30-40] %, glede na število naročnikov je bil upad deleža nekoliko večji, in sicer za XXX odstočne točke in je na koncu leta 2016 dosegal [30-40] %. Delež prevzetega podjetja se v tem istem obdobju ni spreminjal in je glede na dosežene prihodke znašal [0-5] %, glede na število naročnikov pa [0-5] %. Po izvedeni koncentraciji bi skupni tržni delež združenega podjetja glede na dosežene prihodke iz naslova dobave medijskih (TV) vsebin znašal [30-40] %, glede na število naročnikov pa [30-40] %.
81. V tabeli 4 in 5 podatki o doseženi prodaji in o številu naročnikov vključujejo vse tehnologije prenosa medijskih (TV), v tabeli 6 pa je tržna struktura zadevnega trga prikazana tudi glede na število naročnikov do katerih prenos medijskih (TV) vsebin poteka preko tehnologij, ki so med seboj zamenljive in sodijo na isti upošteveni trg, torej brez naročnikov satelitske televizije in televizije z uporabo MMDS tehnologije.

82. Tabela 6: Tržni deleži operaterjev na trgu dobave medijskih (TV) vsebin po operaterjih v obdobju 2014-2016 v Republiki Sloveniji glede na uporabljene tehnologije prenosa

Operater	2014		2015		2016	
	Naročniki	Tržni delež (%)	Naročniki	Tržni delež (%)	Naročniki	Tržni delež (%)
Vse tehnologije						
Telemach	██████	[30-40]	██████	[30-40]	██████	[30-40]
Telekom Slovenije d.d.	XXXXXXXX	[20-30]	XXXXXXXX	[20-30]	XXXXXXXX	[20-30]
T-2 d.o.o.	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]
A 1 d.d.	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]
Teleing	██████	[0-5]	██████	[0-5]	██████	[0-5]
Ostali operaterji	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]
Celotni trg RS	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0
Telemach + Teleing	██████	[40-50]	██████	[30-40]	██████	[30-40]
Brez MMDS in satelita						
Telemach	██████	[30-40]	██████	[30-40]	██████	[30-40]
Telekom Slovenije d.d.	XXXXXXXX	[20-30]	XXXXXXXX	[20-30]	XXXXXXXX	[20-30]
T-2 d.o.o.	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]
A 1 d.d.	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]
Teleing	██████	[0-5]	██████	[0-5]	██████	[0-5]
Ostali operaterji	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]
Celotni trg RS	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0
Telemach + Teleing	██████	[30-40]	██████	[30-40]	██████	[30-40]

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

83. Iz tabele 6 je razvidno, da ima združeno podjetje na zadevnem trgu najvišji tržni delež (brez prenosa preko satelita in MMDS), in sicer [30-40] %, medtem ko je drugo največje podjetje na tem trgu podjetje Telekom Slovenije d.d. z [20-30] % tržnim deležem, kot tretji je s [10-20] % tržnim deležem podjetje T-2 d.o.o., kot zadnji izmed večjih operaterjev pa je z [5-10] % tržnim deležem podjetje A 1 d.d. Ostali operaterji, gre za manjše lokalne operaterje, in teh je bilo konec leta 2016 42, imajo skupaj [10-20] % tržni delež. V obravnavanem obdobju se je tržni delež združenega podjetja na tem trgu zniževal, kar je posledica splošnega trenda upada uporabe kablanske televizije na račun IP televizije, kot izhaja iz tabele 2, saj obe podjetji, prigrasitelj s povezanimi podjetji in prevzeto podjetje, večji del dobave medijskih (TV) vsebin omogočata preko kablanske televizije, kot je razvidno tudi iz tabele 3.
84. Kljub relativno visokemu tržnemu deležu združenega podjetja na zadevnem trgu, ki znaša [30-40] %, Agencija ugotavlja, da koncentracija na tem trgu ne bo imela protikonkurenčnih učinkov, saj je imelo podjetje Telemach s povezanimi podjetji na tem trgu takšen položaj že pred obravnavano koncentracijo ter se ob relativno nizkih tržnih deležev prevzetega podjetja na tem trgu tržni položaj združenega podjetja ne bo bistveno spremenil.

Maloprodajni trg zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta

85. Tabela 7: Deleži tehnologij prenosa glede na število priključkov širokopasovnega dostopa do interneta v Republiki Sloveniji v obdobju 2014 - 2016

Tehnologija dostopa do interneta	2014	2015	2016
xDSL (bakreno omrežje)	44,6 %	42,8 %	39,6 %
DOCSIS (koaksialni kabel)	31,1 %	30,2 %	30,0 %
FTTH (optični kabel)	21,8 %	24,5 %	28,1 %
Drugo (MMDS, satelitska povezava, Ethernet, WiFi)	2,5 %	2,5 %	2,3 %
Skupaj	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

86. Iz tabele 7 je razvidno, da je na območju Republike Slovenije največ priključkov širokopasovnega dostopa do interneta preko xDSL tehnologije, in sicer 39,6 %, sledijo priključki preko DOCSIS tehnologije s 30,0 % ter FTTH priključki z 28,1 % deležem. Ostale tehnologije prenosa skupaj predstavljajo le 2,3 % vseh širokopasovnih dostopov do interneta. Kljub temu, da največ uporabnikov dostopa do interneta preko xDSL tehnologije, se v obravnavanem obdobju število teh priključkov vsako leto zmanjšuje, porast pa beleži dostop preko tehnologije FTTH, pri slednjem se bo takšen trend nadaljeval tudi v prihodnje, saj se bo pokritost z optičnim omrežjem povečevala na račun postopne nadgradnje obstoječega bakrenega omrežja podjetja Telekom Slovenije d.d. ter novogradenj s strani drugih operaterjev, ki gradijo optična omrežja predvsem v naseljih, kjer je tovrstna gradnja zaradi večjega števila potencialnih končnih uporabnikov ekonomsko upravičena ⁴⁸

87. Tabela 8. Tržni deleži v koncentraciji udeleženih podjetij po prihodkih na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta v Republiki Sloveniji v obdobju 2014-2016

Trg širokopasovnega dostopa do interneta	2014	2015	2016
Prihodki v RS (v mio EUR)	██████	██████	██████
Prihodki podjetja Telemach (v mio EUR)	██████	██████	██████
Prihodki podjetja Teleing (v mio EUR)	██████	██████	██████
Tržni delež podjetja Telemach	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %
Tržni delež podjetja Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Tržni delež združenega podjetja	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %

Vir: Podatki prglasitelja.

88. Tabela 9 Tržni deleži v koncentraciji udeleženih podjetji po številu priključkov na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta v Republiki Sloveniji v obdobju 2014-2016

Trg širokopasovnega dostopa do interneta	2014	2015	2016
Število priključkov v RS	XXXXXXXX	XXXXXXXX	XXXXXXXX
Število priključkov Telemach	██████	██████	██████
Število priključkov Teleing	██████	██████	██████
Tržni delež podjetja Telemach	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %
Tržni delež podjetja Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Tržni delež združenega podjetja	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

⁴⁸ Analiza upoštevne trga 3b.

89. Iz tabele 8 in 9 je razvidno, da se tržni delež prigrasitelja s povezanimi podjetji na trgu širokopasovnega dostopa do interneta, vključujoč vse tehnologije dostopa, glede na število naročnikov v obdobju zadnjih treh letih ni bistveno spreminjal in je v povprečju dosegal [20-30] %, enako velja tudi za tržni delež glede na dosežene prihodke. Pri prevzetem podjetju se tržni delež glede na število naročnikov v tem istem obdobju prav tako ni bistveno spreminjal in je v povprečju znašal [0-5] %, med tem ko se je glede na dosežene prihodke tržni delež nekoliko znižal. Po izvedeni koncentraciji bi skupni tržni delež združenega podjetja glede na število naročnikov ne glede na tehnologijo dostopa do interneta na zadevnem trgu znašal [20-30] %.
90. Tabela 10. Tržni deleži operaterjev na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta po operaterjih v obdobju 2014-2016 na območju Republike Slovenije ne glede na uporabljene tehnologije prenosa

Operater	2014		2015		2016	
	Naročniki	Tržni delež (%)	Naročniki	Tržni delež (%)	Naročniki	Tržni delež (%)
Vse tehnologije						
Telekom Slovenije d.d.	XXXXXXXX	35,1	XXXXXXXX	34,8	XXXXXXXX	34,0
Telemach	████████	25,8	████████	26,6	████████	25,8
T-2 d.o.o.	XXXXXXXX	18,4	XXXXXXXX	18,9	XXXXXXXX	19,1
A 1 d.d.	XXXXXXXX	11,6	XXXXXXXX	11,4	XXXXXXXX	12,1
Teleing	████████	1,7	████████	1,8	████████	1,7
Ostali operaterji	XXXXXXXX	7,4	XXXXXXXX	7,4	XXXXXXXX	7,2
Celotni trg RS	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0
Telemach + Teleing	████████	27,5	████████	27,4	████████	27,5
Tehnologije xDSL, DOCSIS, FTTH						
Telekom Slovenije d.d.	XXXXXXXX	[30-40]	XXXXXXXX	[30-40]	XXXXXXXX	[30-40]
Telemach	████████	[20-30]	████████	[20-30]	████████	[20-30]
T-2	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]
A 1	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]
Teleing	████████	[0-5]	████████	[0-5]	████████	[0-5]
Ostali operaterji	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]
Celotni trg RS	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0
Telemach + Teleing	████████	[20-30]	████████	[20-30]	████████	[20-30]

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta

91. Iz prikazane tržne strukture na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta v tabeli 10, glede na uporabo med seboj zamenljivih tehnologij prenosa, je razvidno, da ima po številu naročnikov konec leta 2016 vodilni položaj podjetje Telekom Slovenije d.d. s tržnim deležem [30-40] %, drugi največji operater pa je s [20-30] % tržnim deležem prigrasitelj s povezanimi podjetji. Podjetje T-2 d.o.o. ima [10-20] % tržni delež in podjetje A 1 d.d. [10-20] % tržni delež, slednja ponujata svoje storitve tudi preko omrežja podjetja Telekom Slovenije d.d.
92. Položaj podjetja Telemach ter z njim povezanimi podjetji se po izvedeni koncentraciji na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta ne bo spremenil in bo imelo s [20-30] % tržnim deležem še naprej položaj drugega največjega ponudnika širokopasovnega dostopa do interneta, saj bo prigrasitelj z združitvijo s podjetjem Teleing po podatkih za leto 2016 svoj tržni delež povečal le za XX odstotne točke. Na podlagi vsega navedenega in v skladu s prakso Komisije, Agencija sklepa, da zadevna koncentracija združenemu podjetju

ne bo omogočila takšne stopnje tržne moči na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta, ki bi mu omogočala bistveno oviranje učinkovite konkurence.

Trg zagotavljanja storitev fiksne telefonije

93. Storitve fiksne telefonije zajemajo klasično fiksno telefonijo in IP telefonijo, pri čemer se delež slednje, kot izhaja iz tabele 10, iz leta v leto povečuje. Na trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije je konec leta 2016 75 % vseh telefonskih priključkov predstavlja IP telefonija. Po ocenah AKOS⁴⁹, se bo delež IP telefonije še povečeval, saj vse več operaterjev storitev IP telefonije ponuja v cenovno ugodnih paketih skupaj z drugimi storitvami elektronskih komunikacij (medijske (TV) vsebine, dostop do interneta, mobilna telefonija).

94. Tabela 10. Deleži telefonskih priključkov po vrsti tehnologije na območju Republike Slovenije v obdobju 2014-2016

Tehnologija dostopa fiksne telefonije	2014	2015	2016
IP telefonija	65,8 %	70,9 %	75,0 %
Klasična telefonija	34,2 %	29,1%	25,0 %
Skupaj	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vir: Podatki AKOS.

95. Tabela 11: Tržni deleži v koncentraciji udeleženih podjetij glede na ustvarjene prihodke na trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije v Republiki Sloveniji v obdobju 2014-2016

Trg storitev fiksne telefonije	2014	2015	2016
Prihodki na območju RS v mio EUR	██████	██████	██████
Prihodki podjetja Telemach	██████	██████	██████
Prihodki podjetja Teleing	██████	██████	██████
Tržni delež podjetja Telemach	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Tržni delež podjetja Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Tržni delež združenega podjetja	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %

Vir: podatki priglasitelja.

96. Ocene tržnih deležev v koncentraciji udeleženih podjetij s povezanimi podjetji na zadevnem trgu glede na dosežene prihodke prikazane v tabeli 11 se razlikujejo od ocen tržnih deležev glede na število naročnikov, ki sledijo v tabeli 12, kar priglasitelj pojasnjuje s tem, da dosega nižje prihodke iz prodaje teh storitev od ostalih operaterjev na tem trgu zaradi drugačne porazdelitve prihodkov med posamezne vrste storitev, ki so vključene v paketne storitve, ter zaradi zagotavljanja brezplačnih klicev znotraj omrežja podjetja Telemach s povezanimi podjetji svojim naročnikom fiksne telefonije.⁵⁰

⁴⁹ Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij.

⁵⁰ Dokument št. 3061-14/2017-13

97. Tabela 12: Tržni deleži v koncentraciji udeleženi podjetij po številu priključkov na trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije v Republiki Sloveniji v obdobju 2014-2016

Trg storitev fiksne telefonije	2014	2015	2016
Naročniki fiksne telefonije na območju RS	XXXXXXXX	XXXXXXXX	XXXXXXXX
Naročniki podjetja Telemach	████████	████████	████████
Naročniki podjetja Teleing	████████	████████	████████
Tržni delež podjetja Telemach	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %
Tržni delež podjetja Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Tržni delež združenega podjetja	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %

Vir: Podatki AKOS.

98. Iz podatkov v tabeli 12 izhaja, da se je delež podjetja Telemach po številu naročnikov fiksne telefonije v obravnavanem obdobju povečal za ██████ odstotne točke in je konec leta 2016 znašal [20-30] %, medtem ko je delež prevzetega podjetja ostal na enaki ravni in konec leta 2016 dosegal [0-5] %. Po izvedeni koncentraciji bo tržni delež združenega podjetja na zadevnem trgu znašal [20-30] %.
99. Tabela 13. Struktura trga storitev fiksne telefonije po operaterjih v obdobju 2014-2016 na območju Republike Slovenije ne glede na uporabljeno tehnologijo

	2014		2015		2016	
	Naročniki	Tržni delež (%)	Naročniki	Tržni delež (%)	Naročniki	Tržni delež (%)
Telekom Slovenije d.d.	XXXXXXXX	[50-60]	XXXXXXXX	[50-60]	XXXXXXXX	[50-60]
Telemach	████████	[20-30]	████████	[20-30]	████████	[20-30]
T-2 d.o.o.	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]	XXXXXXXX	[10-20]
A 1 d.d.	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]	XXXXXXXX	[5-10]
Teleing	████████	[0-5]	████████	[0-5]	████████	[0-5]
Ostali operaterji	XXXXXXXX	[0-5]	XXXXXXXX	[0-5]	XXXXXXXX	[0-5]
Celotni trg RS	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0	XXXXXXXX	100,0
Telemach + Teleing	████████	[20-30]	████████	[20-30]	████████	[20-30]

Vir: Podatki AKOS, po stanju na koncu posameznega leta.

100. Iz tabele 13 je razvidno, da ima vodilni položaj na trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije podjetje Telekom Slovenije d.d. z [50-60]% tržnim deležem, s [20-30] % sledi podjetje Telemach s povezanimi podjetji, podjetje T-2 d.o.o. ima [10-20] % tržni delež in podjetje A 1 d.d. [5-10] % tržni delež, ostali operaterji skupaj pa dosegajo [0-5] % tržni delež. Po izvedeni koncentraciji bo tržni delež združenega podjetja na tem trgu dosegal [20-30] %.
101. Iz poročil AKOS⁵¹ izhaja, da se vedno več rezidenčnih in poslovnih uporabnikov fiksne telefonije odloča za prehode h konkurenčnim alternativnim operaterjem, ki uspešno gradijo svojo dostopovno infrastrukturo in tistim, ki v primeru, da nimajo svoje lastne infrastrukture, ponujajo IP telefonijo preko infrastrukture podjetja Telekom Slovenije d.d., ki jim je dostopna na podlagi storitev reguliranih medoperaterskih trgov. Vsem operaterjem je omogočeno, da storitev IP telefonije ponujajo tudi na odprtih širokopasovnih omrežjih, ki so bila zgrajena z javno-zasebnimi sredstvi namenjenimi za izgradnjo na območjih, kjer za to ni komercialnega interesa operaterjev.

⁵¹ Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij.

102. Na podlagi vsega navedenega Agencija meni, da koncentracija podjetij Telemach in Teleing na trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije ne more ovirati učinkovite konkurence, saj ne bo imela za posledico ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja na zadevnem trgu.

Trg ponudbe paketnih storitev

103. Podatke o konvergenci storitev oz. o paketih storitev po številu priključkov posameznega paketa storitev in tržne deleže operaterjev po številu priključkov posameznih paketov storitev je Agencija pridobila od AKOS⁵², ki zbira podatke o številu priključkov posameznih paketov storitev, kar pomeni, da podatki o tržnih deležih posameznih operaterjev, ki ponujajo paketne storitve, navedenih v tabeli 13, vključujejo storitve v naročniškem razmerju, ki jih končni uporabniki lahko kupijo kot paket ali kot del posamezne storitve pri določenem operaterju. Priglasitelj ponuja vse tri pakete storitev na trgu (dvojček, trojček in četverček), podjetje Teleing pa ponuja paket dvojček in trojček.

104. Agencija iz podatkov AKOS ugotavlja, da naj bi podjetje Teleing ponujalo tudi paket četverček, v katerem je vključena storitev mobilne telefonije, pri čemer Agencija sklepa, kot izhaja iz navedb v priglasitvi, da gre v tem primeru za storitev mobilne telefonije drugega samostojnega operaterja, in sicer podjetja T-2 d.o.o., koriščenje katere priglasitelj omogoča naročnikom svojih storitev. Iz podatkov AKOS je bilo takšnih naročnikov konec leta 2016 [redacted], in sicer [redacted] jih je imelo storitev mobilne telefonije vključeno v paketu trojček, [redacted] naročnikov pa v paketu četverček. Priglasitelj pojasnjuje, da bodo že sklenjena z pogodbeno razmerja z obstoječimi naročniki, preko katerih koristijo storitve mobilne telefonije podjetja T-2 d.o.o., ostala nespremenjena, medtem ko se bo po izvedeni koncentraciji novim naročnikom ponujalo storitve združenega podjetja.

105. Tabela 14. Struktura trga ponudbe paketnih storitev po operaterjih v obdobju 2014-2016 na območju Republike Slovenije

	2014	2015	2016
Telekom Slovenije	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %
Telemach	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %
T-2	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
A 1	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Ostali skupaj	[5-10] %	[5-10] %	[0-5] %
Telemach+Teleing	[20-30] %	[30-40] %	[30-40] %

Vir: Podatki AKOS, po stanju na koncu posameznega leta.

106. Agencija na podlagi podatkov iz tabele 14 ugotavlja, da se razmere na trgu paketnih storitev na ozemlju Republike Slovenije zaradi izvedene koncentracije ne bodo bistveno spremenile, saj se tržni delež združenega podjetja ne bo bistveno spremenil in bo znašal [30-40] %, s katerim bo drugi največji operater na zadevnem trgu, podjetje Telekom Slovenija d.d. ima namreč tržni delež [30-40] %, ostala dva večja operaterja imata skupaj [20-30] % tržni delež, ostali manjši operaterji pa pokrivajo s paketnimi ponodbami [0-5] % zadevnega trga.

⁵² Dokument št. 3061-14/2014-6

107. Tabela 15: Tržni deleži števila priključkov paketa storitev dvojček, trojček in četverček po posameznih operaterjih v Republiki Sloveniji v obdobju 2014-2016

Paketi storitev		2014	2015	2016
dvojček	Telekom Slovenije d.d.	[30-40] %	[20-30] %	[20-30] %
	A 1 d.d.	[20-30] %	[20-30] %	[10-30] %
	Telemach	[5-10] %	[5-10] %	[10-20] %
	T-2 d.o.o.	[20-30] %	[20-30] %	[10-20] %
	Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Ostali skupaj	[10-20] %	[10-20] %	[0-5] %
trojček	Telemach	[30-40] %	[40-50] %	[40-50] %
	Telekom Slovenije d.d.	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %
	T-2 d.o.o.	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
	A 1 d.d.	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
	Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Ostali skupaj	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
četverček	Telekom Slovenije	[0-5] %	[40-50] %	[40-50] %
	T-2 d.o.o.	[90-100] %	[40-50] %	[30-40] %
	Telemach	[0-5] %	[0-5] %	[10-20] %
	A 1 d.d.	[0-5] %	[0-5] %	[5-10] %
	Teleing	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
	Ostali skupaj	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %

Vir. Podatki AKOS, po stanju na koncu posameznega leta.

108. Iz tabele 15 je razvidna struktura ponudbe paketnih storitev glede na posamezne vrste paketnih ponudb, in sicer pri ponudbi paketa trojček v obdobju obravnavanih treh let na zadevnem trgu ni prišlo do bistvenih sprememb tržnih deležev po posameznih operaterjih, enako velja tudi pri ponudbi paketa dvojček, razen pri prigrasitelju, kateremu se je delež iz [5-10] % v letu 2014 povečal na [10-20] % v letu 2016, med ko je podjetje T-2 zabeležilo padec tržnega deleža pri ponudbi paketa dvojček, in sicer iz doseženih [20-30] % v letu 2014 na [10-20] % v letu 2016. Do večjih sprememb v tem istem obdobju je prišlo tudi pri ponudbi paketa četverček, in sicer je v letu 2014 [90-100] % paketov četverček imelo v ponudbi podjetje T-2, katerega delež se je v letu 2015 skoraj prepolovil predvsem na račun povečane ponudbe tega paketa pri podjetju Telekom Slovenija d.d., katerega delež je konec leta 2015 znašal [40-50] %, delež podjetja T-2 pa [40-50] %, delež obeh podjetij pa se je v letu 2016 znižal, se je pa v tem istem letu povečal delež podjetja Telemach, ki je imelo konec leta 2016 [10-20] % tržni delež pri ponudbi tega paketa.

109. Na podlagi vsega zgoraj obrazloženega, ob upoštevanju tržnega položaja v koncentraciji udeleženih podjetij, tržne strukture, izbire, ki jo imajo na voljo uporabniki paketnih storitev, obstoječe in potencialne konkurence, ter drugih dejavnikov, Agencija zaključuje, da predmetna koncentracija ne omogoča zmanjšanja ali ne onemogoča učinkovite konkurence na trgu paketnih storitev, saj udeleženca koncentracije in z njimi povezana podjetja ne dosegajo tržnih deležev, ki bi jim omogočili vzpostavitev oziroma krepitev prevladujočega položaja na predmetnem trgu, ki bi jim omogočal ravnanje neodvisno od svojih konkurentov, kupcev ali dobaviteljev.

IV. ZAKLJUČEK

110. Ob upoštevanju razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo pridobitve izključne kontrole s strani podjetja Telemach nad podjetjem Teleing 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 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

111. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku⁵³ 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

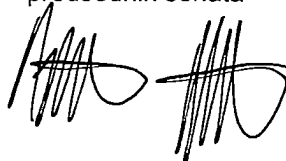
Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču Republike Slovenije, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vložijo pri sodišču ali pa se pošlje po pošti. Šteje se, da je bila tožba vložena pri sodišču tisti dan, ko je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

Postopek vodila:

Nataša Oblak



Andrej Matvoz
predsednik senata



Vročiti:

- Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o., Cesta Ljubljanske brigade 21, 1000 Ljubljana - **osebno po ZUP; po pooblaščenju:** Odvetniška družba Pantelič in partnerji o.p., d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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

⁵³ 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