



Številka: 3061-14/2020-12

Datum: 13. 7. 2020

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 in Francija Pušenjaka kot članov senata, na podlagi 12. in 12.o člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOMK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o., Brnčičeva ulica 49A, 1231 Ljubljana - Črnuče (v nadaljevanju: Telemach), ki ga zastopa predsednik posloводства Adrian Ježina, in ki ga po pooblastilu zastopa Odvetniška družba Pantelič in partnerji o.p., d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana, in ANSAT Montaža in vzdrževanje elektronskih naprav d.o.o., Cesta krških žrtev 47, 8270 Krško (v nadaljevanju: ANSAT), ki ga zastopa direktor Tomi Horvat, na nejavni seji dne 13. 7. 2020 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji pridobitve kontrole podjetja Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o., Brnčičeva ulica 49A, 1231 Ljubljana - Črnuče, nad podjetjem ANSAT Montaža in vzdrževanje elektronskih naprav d.o.o., Cesta krških žrtev 47, 8270 Krško, 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 4. 5. 2020 prejela priglasitev koncentracije podjetij Telemach (v nadaljevanju tudi priglasitelj) in ANSAT (v nadaljevanju tudi prevzeto podjetje). Koncentracijo je priglasilo podjetje Telemach.²
2. Predmet koncentracije je pridobitev celotnega poslovnega deleža v podjetju ANSAT, ki ga bo priglasitelj pridobil na podlagi Pogodbe o prodaji in nakupu poslovnega deleža z dne 3. 4. 2020³, sklenjene med podjetjem Kostak, komunalno in gradbeno podjetje, d.d., Leskovška

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. 3061-14/2020-1.

³ Dokument št. 3061-14/2020-1, priloga 4: Pogodba o prodaji in nakupu poslovnega deleža.

(Švica), tem sledijo podjetja, ki ponujajo storitve oglaševanja: Cas Media d.o.o. (Slovenija), Direct Media d.o.o. (Srbija), Fusion Communications d.o.o. (Srbija), Direct Media d.o.e.l. (Makedonija), Direct Media Tirana (Albanija), Direct Media d.o.o. (Črna Gora), Media Point d.o.o. (Srbija), Promedia Priština (Kosovo), Cas Media d.o.o. (Srbija), Nova TV d.d. (Hrvaška) in Nova BH d.o.o. (BIH), in še podjetja, ki se ukvarjajo s produkcijo TV vsebin, ta so: (United Media Production SI d.o.o., United Media Production d.o.o. (Srbija) in Grand Production d.o.o. (Srbija)).¹²

9. Podjetje ANSAT je lokalni ponudnik telekomunikacijskih storitev, ki na območju občin Krško in Radeče ponuja dostop do televizijskih storitev, IP telefonije, mobilne telefonije in interneta, in sicer preko kabelskega, optičnega ter brezžičnega omrežja. Storitve širokopasovnega dostopa do interneta ter fiksno in mobilno telefonijo ponuja v sodelovanju s podjetjem Sofnet d.o.o. iz Trzina. Prevezeto podjetje je bilo pred zadevno koncentracijo v izključni lasti podjetja Kostak d.d. in nima odvisnih podjetij.¹³
10. Priglasitelj je podal gospodarsko utemeljitev koncentracije in pri tem navedel, da bo predmetna koncentracija omogočala povezljivost in združitev priglasiteljevega omrežja in omrežja, ki ga upravlja podjetje ANSAT ter na tej osnovi boljšo dosegljivost priglasiteljevih storitev elektronskih komunikacij naročnikom storitev. Ker ima podjetje Telemach večje vire za investiranje kot podjetje ANSAT, bo koncentracija podjetju Telemach omogočila izvedbo poslovnih načrtov, ki se nanašajo na celovito konvergenco ponudb vseh storitev elektronskih komunikacij in hkratne posodobitve ponudbe teh 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 podjetje ANSAT lahko ponujalo samo.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

A Koncentracija

11. 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.
12. 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.
13. 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

¹² Dokument št. 3061-14/2020-1.

¹³ Dokument št. 3061-14/2020-1.

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)¹⁴.

14. 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.
15. V obravnavanem primeru je koncentracija nastala dne 3. 4. 2020, ko je bila sklenjena Pogodba o prodaji in nakupu poslovnega deleža, s čimer bo podjetje Telemach pridobilo dva poslovna deleža v prevzetem podjetju v skupni višini 100 % osnovnega nominalnega kapitala družbe. Po izvedeni koncentraciji bo podjetje Telemach edini družbenik oziroma izključni lastnik prevzetega podjetja, s tem bo podjetje Telemach imelo izključno kontrolo nad podjetjem ANSAT. Ker takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, Agencija ugotavlja, da je v obravnavanem primeru pravni pogoj izpolnjen.

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

16. 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 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegel 1 mio 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 mio EUR.
17. Iz priloženih finančnih podatkov priglasitelja izhaja, da je podjetje Telemach skupaj z drugimi podjetji v skupini v letu 2019 na trgu Republike Slovenije doseglo skupni letni promet v višini [REDACTED] EUR. Letni promet podjetja ANSAT pa je v letu 2019 na trgu Republike Slovenije znašal [REDACTED] EUR.¹⁵ Navedeno pomeni, da je v primeru presoje pridobitve izključne kontrole podjetja Telemach nad podjetjem ANSAT 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.
18. 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

19. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja

¹⁴ Obvestilo Komisije, odstavki od 54 do 61 in od 65 do 73.

¹⁵ Dokument št. 3061-14/2020-1.

2004 o nadzoru koncentracij podjetij¹⁶ (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 Agencije¹⁷ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.¹⁸

20. 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 EU v eni in isti državi članici.
21. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, saj je podjetje ANSAT v letu 2019 na trgu EU ustvarilo zgolj ████████ EUR prometa, kar pomeni, 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 Agenciji.

III. SKLADNOST KONCENTRACIJE S PRAVILI KONKURENCE

A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

22. 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.
23. 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.

¹⁶ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

¹⁷ 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.

¹⁸ Glej sodbo Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zodl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

24. Priglasitelj in podjetja v skupini priglasitelja opravljajo dejavnost operaterja storitev elektronskih komunikacij, v okviru katere naročnikom ponujajo storitve prenosa televizijskih vsebin (ne glede na uporabljeno tehnologijo, vendar izvzemši prizemno transmisijo¹⁹), storitve širokopasovnega dostopa do interneta, storitve fiksne telefonije in storitve mobilne telefonije. Poleg tega pa se podjetja v skupini priglasitelja ukvarjajo tudi z veleprodajo dobave TV programov, storitvami oglaševanja in produkcijo TV vsebin.²⁰
25. Prevzeto podjetje samostojno ponuja storitve na trgu storitev prenosa televizijskih vsebin. Pri ponujanju storitev širokopasovnega dostopa do interneta ter fiksne in mobilne telefonije pa pogodbeno sodeluje s podjetjem SOFTNET Informacijske infrastrukture d.o.o. (v nadaljevanju: Softnet) iz Trzina. [REDACTED]
26. Glede na dejavnosti s katerimi s ukvarjajo v koncentraciji udeležena in z njimi povezana podjetja bi za potrebe presoje zadevne koncentracije le te lahko uvrstili na naslednje trge: (i) trg storitev prenosa televizijskih vsebin, (ii) trg storitev širokopasovnega dostopa do interneta, (iii) trg storitev fiksne telefonije, (iv) trg storitev mobilne telefonije in (v) trg konvergenčnih (paketnih storitev). Pri vseh naštetih trgih gre za maloprodajne trge, na katerem so naročniki operaterjev končni odjemalci teh storitev in katere je Agencija v svoji dosednji praksi že opredeljevala.²² Zadevni trgi so opredeljeni tudi v dokumentih Agencije za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije, Stegne 7, 1001 Ljubljana (v nadaljevanju: AKOS)²³.
27. AKOS je pri opredelitvi upoštevni 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 xDSL²⁴, (ii) koaksialnega kablanskega omrežja z uporabo tehnologije DOCSIS²⁵, (iii) optičnega omrežja z uporabo tehnologije FTTH²⁶, (iv) fiksne brezžičnega omrežja z uporabo tehnologij MMDS²⁷, WiFi in satelitskega dostopa, ter (v) mobilnega omrežja s tehnologijami UMTS²⁸, HSPA²⁹, LTE³⁰ in prihajajočo 5G³¹

¹⁹ Prizemna transmisija pomeni spremljanje prosto-dostopnih (brezplačnih) TV programov preko strešne ali sobne antene.

²⁰ Dokument št. 3061-14/2020-1.

²¹ Dokument št. 3061-14/2020-1 in dokument št. 3061-14/2020-10.

²² 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, odločba Agencije št. 3061-7/2016-157 z dne 7. 10. 2016, odločba Agencije št. 3061-14/2017-16 z dne 10. 11. 2017, odločba Agencije št. 3061-9/2019-10 z dne 26. 7. 2019, odločba Agencije št. 3061-10/2019-9 z dne 26. 7. 2019 in odločba Agencije št. 3061-18/2019-9 z dne 7. 10. 2019.

²³ Agencija pri opredelitvi trgov izhaja iz naslednjih dokumentov AKOS: (i) Poročilo AKOS o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2019, april 2020 (v nadaljevanju: Poročilo 4/20), (ii) Poročilo AKOS o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2018, april 2019 (v nadaljevanju: Poročilo 4/19), (iii) Analiza AKOS upoštevne trga 3a "Veleprodajni lokalni dostop na fiksni lokaciji" s predlaganimi obveznostmi s popravki po javnem posvetovanju, julij 2017 (v nadaljevanju: Analiza 3a), (iv) Analiza AKOS upoštevne trga 3b "Veleprodajni osrednji dostop na fiksni lokaciji za izdelke za množični trg" s popravki po javnem posvetovanju, julij 2017 (v nadaljevanju: Analiza 3b); vsi dokumenti so dostopni na <https://www.akos-rs.si/>.

²⁴ xDSL (Digital Subscriber Line); širokopasovni dostop preko bakrenega omrežja.

²⁵ DOCSIS (Data Over Cable Service Interface Specification); širokopasovni dostop preko koaksialnega kablanskega omrežja oziroma hibridnega optično koaksialnega omrežja z uporabo DOCSIS tehnologije.

²⁶ 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 3b).

²⁷ MMDS (Multichannel Multipoint Distribution Service); širokopasovni dostop pri katerem se uporabljajo podobni standardi kot pri koaksialnih kablanskih omrežjih, pri čemer pa gre za brezžični sistem. (Analiza 3b).

²⁸ UMTS (Universal Mobile Telecommunications Service); tretja generacija mobilnega prenosa podatkov (Analiza 3b).

²⁹ HSPA (High speed packet access); tretja generacija mobilnega širokopasovnega prenosa podatkov (Analiza 3b).

³⁰ LTE (Long Term Evolution); četrta generacija mobilnega širokopasovnega prenosa podatkov (Analiza 3b).

tehnologijo. Na podlagi opravljene analize zamenljivosti AKOS zaključuje, da so tehnologije prenosa, ki uporabljajo bakreno, kabelsko in optično omrežje medsebojno zamenljive, zato sodijo na isti upoštevni storitveni trg, kar pa ne velja za fiksno brezžično omrežje ter mobilno omrežje. Tudi Evropska komisija (v nadaljevanju: Komisija) je v svojih preteklih odločitvah na področju maloprodajnih trgov storitev elektronskih komunikacij, le te ločevala na trge fiksnih storitev in trge mobilnih storitev³², s tem, da pri svojih nedavnih odločitvah Komisija ugotavlja, da fiksni in mobilni trgi postajajo vse bolj zamenljivi oziroma, da se s ponudbo paketnih storitev združujejo.³³

Maloprodajni trg storitev prenosa televizijskih vsebin

28. Med uporabniki je televizija še vedno zelo priljubljena. Končni uporabniki pa niso več zadovoljni le z osnovnimi programi, temveč od ponudnikov pričakujejo vedno več. Ker imajo uporabniki vse več možnosti različnega dostopanja do novic, informacij in drugih vsebin (televizija, časopisi, internet, socialna omrežjih ipd.), ki jih zanimajo, pričakujejo od ponudnikov razgibane programske sheme, kakovostno in zanesljivo storitev ter napredne dodatne storitve. Temu operaterji digitalne televizije sledijo z omogočanjem interaktivnosti, kot so video na zahtevo, storitev snemanja programov, storitev časovnega zamika (kasnejše predvajanje TV vsebin), povezavo računalnika s televizijskim sprejemnikom ipd.³⁴
29. Komisija je v svojih preteklih odločitvah na področju maloprodajnega trga storitev prenosa televizijskih vsebin ta trg poskušala nadalje deliti, in sicer (i) glede na plačljivost na trg neplačljive (Free-To-Air) in plačljive televizije³⁵, (ii) glede na način sprejemanja/gledanja na trg linearne in nelinearne televizije³⁶, in (iii) glede na tehnologijo prenosa na kabelsko, IP, satelitsko in MMDS televizijo³⁷. V vseh naštetih primerih Komisija trga ni dokončno razdelila, oziroma ga ni dokončno opredelila.
30. Priglasitelj zagotavlja storitve prenosa televizijskih vsebin ob uporabi kabelskega ali brezžičnega distribucijskega omrežja, ki je v lasti in upravljanju podjetij znotraj skupine priglasitelja. Samo manjši del storitev podjetja Telemach se distribuira preko omrežij drugih operaterjev, kot na primer kabelskega in brezžičnega omrežja podjetja Telekom Slovenije, ali odprtih širokopasovnih omrežij, ki so bila zgrajena na podeželskih področjih v projektih, financiranih z javnofinančnimi sredstvi. Prevzeto podjetje storitve prenosa televizijskih vsebin ponuja prek lokalnih kabelskih in optičnih omrežij, ki jih upravlja na osnovi koncesijskih pogodb.³⁸ Priglasitelj opisuje maloprodajni trg storitev prenosa televizijskih vsebin kot zrel trg,

³¹ 5G je peta generacija mobilne telefonije in kot nadaljevanje predhodnih tehnologij predstavlja tehnološki preboj, saj predvideva giga bitne prenosne hitrosti, ki bodo omogočale prenos podatkov v realnem času, neomejeno ali več 100 GB mesečne porabe ter množične komunikacije stroj-stroj (M2M), poznane tudi pod imenom internet stvari (IoT).

³² Odločba Komisije št. M.7978 Vodafone/Liberty Global/Dutch JV z dne 3. 8. 2016, odločba št. M.7637 Liberty Global/BASE Belgium z dne 4. 2. 2016, odločba št. M.7194 Liberty Global / Corelio / W&W / De Vijver Media z dne 25. 2. 2015 in odločba št. M.7000 Liberty Global/Ziggo z dne 10. 10. 2014, odločba št. M.6990 Vodafone Group Plc./Kabel Deutschland Holding AG z dne 20. 9. 2013.

³³ Odločba Komisije št. M.8792 Deutsche Telekom AG/T-Mobile Netherlands Holding B.V./Tele2 Netherlands Holding N.V. z dne 27. 11. 2018.

³⁴ Poročilo 4/19 in <https://eanalitik.akos-rs.si/televizija>; vpogled z dne 29. 5. 2020.

³⁵ Odločba Komisije št.: M.4504 SFR/Tele 2 France z dne 18. 7. 2007, odločba št. M.5121 News Corp/Premiere z dne 25. 6. 2008, odločba št. M.8354 Fox/Sky z dne 7. 4. 2017, odločba št. M.7978 Vodafone/Liberty Global/Dutch JV z dne 3. 8. 2016, odločba št. M.7194 Liberty Global / Corelio / W&W / De Vijver Media z dne 25. 2. 2015 in odločba št. M.7000 Liberty Global/Ziggo z dne 10. 10. 2014.

³⁶ Odločba Komisije št.: M.8665 Discovery/Scripps z dne 6. 2. 2018, odločba št. M.8354 Fox/Sky z dne 7. 4. 2017, odločba št. M.7978 Vodafone/Liberty Global/Dutch JV z dne 3. 8. 2016, odločba št. M.7194 Liberty Global / Corelio / W&W / De Vijver Media z dne 24. 2. 2015, odločba št. M.5121 News Corp/Premiere z dne 25. 6. 2008 in odločba št. M.7000 Liberty Global/Ziggo, z dne 10. 10. 2014.

³⁷ Odločba Komisije št.: M.8665 Discovery / Scripps z dne 6. 2. 2018, odločba št. M.8354 Fox / Sky z dne 7. 4. 2017, odločba št. M.7978 Vodafone/Liberty Global/Dutch JV z dne 3. 8. 2016, odločba št. M.7194 Liberty Global / Corelio / W&W / De Vijver Media z dne 24. 2. 2015, odločba št. M.5121 News Corp/Premiere z dne 25. 6. 2008, odločba št. M.5932 News corp/BskyB z dne 21. 12. 2010 in odločba št. M.7000 Liberty Global/Ziggo, z dne 10. 10. 2014.

³⁸ Dokument št. 3061-14/2020-1 in dokument št. 3061-14/2020-10.

na katerem se lahko pričakuje nadaljnja rast v smislu posodabljanja tehnologije, izboljševanja kvalitete in širitve pestrosti ponudbe storitev.

31. Agencija pri opredelitvi upoštevne trga storitev prenosa televizijskih vsebin izhaja iz ugotovitev AKOS ter ugotovitev iz svojih preteklih odločb, in sicer da sta kabelska in IP televizija substituta in kot taka del maloprodajnega trga storitev prenosa televizijskih vsebin, med tem ko fiksna brezžična televizija zaradi svojih pomanjkljivosti (omejene zmogljivosti, višja cena, pri satelitski televiziji tudi nakup in montaža opreme³⁹) ni del istega maloprodajnega upoštevne trga. Ker obravnavana koncentracija tudi ob najožji opredelitvi upoštevne storitvenega trga ne vzbuja resnega suma o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence, Agencija upoštevne storitvenega trga ni dokončno opredelila.

Maloprodajni trg storitev fiksnega širokopasovnega dostopa do interneta

32. Širokopasovna povezljivost je ključni del razvoja, uvajanja in uporabe informacijske in komunikacijske tehnologije v gospodarstvu in družbi. 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 fiksnega širokopasovnega dostopa do interneta možne preko bakrenega omrežja, kabelskega koaksialnega omrežja, fiksnega brezžičnega omrežja, zakupljenih vodov in optičnega omrežja.⁴⁰
33. Priglasitelj zagotavlja storitev širokopasovnega dostopa do interneta ob uporabi kabelskega ali brezžičnega distribucijskega omrežja, ki je v lasti in upravljanju podjetij znotraj skupine priglasitelja. Samo manjši del storitev podjetja Telemach se distribuira preko omrežij drugih operaterjev, kot na primer kabelskega in brezžičnega mobilnega omrežja podjetja Telekom Slovenije, ali odprtih širokopasovnih omrežij. Prevzeto podjetje ponuja storitve širokopasovnega dostopa do interneta prek lokalnih kabelskih in optičnih omrežij v sodelovanju s podjetjem Softnet.⁴¹ Po mnenju priglasitelja je maloprodajni trg storitev fiksnega širokopasovnega dostopa do interneta prišel v začetno fazo zrelosti. Priglasitelj pričakuje, da bo trg še naprej rasel s povprečno stopnjo 4% na leto.
34. Agencija pri opredelitvi upoštevne trga zagotavljanja storitev fiksnega širokopasovnega dostopa do interneta izhaja iz ugotovitev AKOS ter ugotovitev iz svojih preteklih odločb, da so tehnologije prenosa, ki uporabljajo bakreno, kabelsko in optično omrežje glede na namen uporabe, lastnosti, kot tudi s cenovnega vidika povpraševanja medsebojno zamenljive, zato sodijo na isti upoštevni storitveni trg, kar pa ne velja za fiksno brezžično omrežje. Tudi Komisija je v svojih nedavnih odločitvah na področju maloprodajnega trga storitev fiksnega širokopasovnega dostopa do interneta, preučevala ustreznost nadaljnje delitve tega trga glede na hitrost prenosa in tehnologijo prenosa in ugotovila, da takšna delitev ni potrebna.⁴² Ker obravnavana koncentracija tudi ob najožji opredelitvi upoštevne storitvenega trga ne vzbuja resnega suma o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence, Agencija upoštevne storitvenega trga ni dokončno opredelila.

Maloprodajni trg storitev fiksne telefonije

35. Fiksna telefonija še vedno predstavlja pomemben del trga elektronskih komunikacij. Z vidika tehnologije se dostop do javnega telefonskega omrežja na fiksni lokaciji lahko zagotavlja

³⁹ Omenjene pomanjkljivosti so tudi razlog, da se fiksna brezžična televizija uporablja predvsem na območjih, kjer ni pokritosti z drugimi oblikami širokopasovnega dostopa in s tem možnosti do drugih tehnologij prenosa televizijskih vsebin.

⁴⁰ Analiza 3b in Poročilo 4/19.

⁴¹ Dokument št. 3061-14/2020-1 in dokument št. 3061-14/2020-10.

⁴² Odločba Komisije št.: M.7978 Vodafone/Liberty Global/Dutch JV z dne 3. 8. 2016, odločba št. M.6990 Vodafone Group Plc./Kabel Deutschland Holding AG z dne 20. 9. 2013 in odločba št. M.5532 Carphone Warehouse/Tiscali z dne 29. 6. 2010.

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 in (ii) IP telefonije (VoIP: Voice over Internet Protocol), pri čemer se uporablja širokopasovno omrežje xDSL, kabelsko koaksialno omrežje, optično omrežje ali fiksno brezžično omrežje.⁴³

36. Priglasitelj zagotavlja storitev fiksne telefonije ob uporabi kabelskega omrežja, ki je v lasti in upravljanju podjetij znotraj skupine priglasitelja. Samo manjši del storitev podjetja Telemach se distribuira preko omrežij drugih operaterjev, kot na primer kabelskega in brezžičnega mobilnega omrežja podjetja Telekom Slovenije, ali odprtih širokopasovnih omrežij. Prevzeto podjetje ponuja storitve fiksne telefonije prek lokalnih kabelskih in optičnih omrežij v sodelovanju s podjetjem Softnet.⁴⁴ Priglasitelj, glede na široko paletu možnosti za brezplačno komunikacijo na internetu, na maloprodajnem trgu storitev fiksne telefonije ne pričakuje rasti, ampak opisuje ta trg, kot trg v postopnem upadu.
37. Obe tehnologiji (klasična in IP telefonija) omogočata skoraj enake nivoje zanesljivosti in kvalitete, zato je zamenljivost storitev fiksne telefonije na visokem nivoju. Pomembno vlogo pri tem ima zakonodaja, ki IP telefoniji omogoča javno številčenje, prenosljivost telefonskih števil, dostop do storitev klica v sili, obveznosti medomrežnega povezovanja in povezave med dvema koncema (end to end connectivity). Zaradi navedenega je IP telefonija javno dostopna telefonska storitev. Operaterji IP telefonijo praviloma ponujajo v cenovno ugodnih paketih v kombinaciji z drugimi elektronskimi komunikacijskimi storitvami kot so širokopasovni dostop do interneta, IP televizija in mobilna telefonija. IP telefonijo je sicer možno uporabljati povsod, kjer je na voljo širokopasovni dostop, kljub temu pa se nekateri uporabniki za to ne odločajo, predvsem tisti, ki ne potrebujejo še drugih širokopasovnih storitev, kot sta na primer internet in televizija. Tudi Komisija je v svojih nedavnih odločitvah klasično in IP telefonijo uvrstila na isti trg.⁴⁵
38. Glede na navedeno Agencija ocenjuje, da sta glede na namen uporabe, lastnosti in ceno, klasična in IP telefonija substituta in sodita na isti upoštevni trg. Ker obravnavana koncentracija na trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije za končne uporabnike ne zbuja pomislekov glede njene skladnosti s pravili konkurence, Agencija upoštevnega storitvenega trga dokončno ni opredelila.

Maloprodajni trg storitev mobilne telefonije

39. Trg storitev mobilne telefonije za končne uporabnike predstavljajo vse storitve, ki jih mobilni operaterji ponujajo v paketu, potrošnik pa jih lahko uporablja na svoji mobilni napravi. Gre za govorne storitve (klepeti, predali, govorni portali), podatkovne storitve (dostop do interneta, prenos datotek, storitve WAP) in sporočilne storitve (SMS, MMS sporočila). Storitve mobilne telefonije omogoča brezžični prenosov podatkov z uporabo določenih radio frekvenc, za katere morajo operaterji pridobiti licence, ki jih za območje Republike Slovenije podeljuje AKOS. Storitve mobilne telefonije se zagotavljajo preko omrežij 2G/GSM, 3G/UMTS in 4G/LTE⁴⁶. Prihaja pa že 5G (peta generacija) mobilne telefonije, ki nadgrajuje prejšnje generacije in bo omogočala še boljšo pokritost, še več storitev višje kakovosti in predvsem še višje hitrosti prenosa podatkov.

⁴³ Poročilo 4/19.

⁴⁴ Dokument št. 3061-14/2020-1 in dokument št. 3061-14/2020-10.

⁴⁵ Odločba Komisije št. M.7978 Vodafone/Liberty Global/Dutch JV z dne 3. 8. 2016 in odločba št. M.7637 Liberty Global/BASE Belgium z dne 4. 2. 2016.

⁴⁶ Radijsko mobilno omrežje je sestavljeno iz številnih baznih postaj v obliki telekomunikacijskih anten, ki morajo biti po celotnem teritoriju Republike Slovenije proporcionalno razporejene, da lahko zagotovijo ustrezno stopnjo pokritosti, poleg tega morajo biti radio signali dovolj močni, da zagotavljajo stalno povezavo aparatov mobilne telefonije pri uporabnikih in sprejemljiv nivo kvalitete storitev.

40. Podjetje Telemach kot mobilni operater razpolaga z lastnim radijskim mobilnim omrežjem 2G, 3G in 4G. Podjetje ANSAT ponuja oziroma posreduje storitve mobilne telefonije podjetja Softnet, ki je operater storitev v javnih mobilnih omrežjih in za svoje storitve uporablja javno mobilno omrežje podjetja Telekom Slovenije.⁴⁷
41. Evropska komisija⁴⁸ in Agencija⁴⁹ v svoji pretekli praksi trga storitev mobilne telefonije za končne uporabnike nista nadalje delili glede na vrsto uporabnikov (poslovni in fizični), ali glede na vrsto storitve (predplačniško in naročniško razmerje), ali glede na vrsto tehnologije omrežja (2G/GSM, 3G/UMTS, 4G/LTE), ravno tako nista razlikovali med mobilnim širokopasovnim dostopom do interneta, glasovnimi in podatkovnimi storitvami.
42. Glede na to, da obravnavana koncentracija tudi ob najožji opredelitvi upoštevnega storitvenega trga ne vzbuja resnega suma o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence, Agencija upoštevnega storitvenega trga ni dokončno opredelila.

Maloprodajni trg konvergenčnih (paketnih) storitev

43. Razvoj elektronskih komunikacij se vedno bolj nagiba h konvergenci na ravni omrežja, elektronskih komunikacijskih storitev in opreme. Z izrazom konvergenca omrežij v splošnem označujemo združevanje oziroma približevanje obstoječih omrežij za prenos govora, omrežij za prenos podatkov in radiodifuznega omrežja. Konvergenca omrežij spremlja tudi integracija ali zlivanje storitev, oboje pa predstavlja eno od najpomembnejših tendenc globalnega razvoja telekomunikacij. Konvergenca storitev operaterjem omogoča, da končnim uporabnikom ponujajo televizijo, internet in telefonijo v različnih kombinacijah, ki vključujejo dve, tri ali štiri storitve, oziroma tako imenovane pakete storitev dvojček, trojček in četverček. Medtem ko predstavljajo dvojčki in trojčki pakete fiksnih telekomunikacijskih storitev (fiksni internet, telefonija in TV), se pri četverčkih praviloma dodajo mobilne storitve (telefonija, prenos podatkov). Operaterji pakete storitev ponujajo lastnim končnim uporabnikom za eno ceno (ceno paketa), pri čemer lahko določene storitve v paketu izvaja tudi drugi operater. Cena paketa storitev je praviloma nižja od seštevka cen posameznih konvergenčnih storitev, kar je tudi razlog, da se končni uporabniki vse bolj odločajo za paketne ponudbe operaterjev.⁵⁰ Vsaka taka ponudba (paket) lahko predstavlja ločen upoštevni trg⁵¹. Komisija je v svojih nedavnih odločitvah, vprašanje ali gre pri konvergenčnih paketnih storitvah za enoten trg ali gre za več trgov, pustila odprto.⁵²
44. Podjetje Telemach ponuja končnim uporabnikom pakete storitev, ki vsebujejo kombinacijo nekaterih (paketa dvojček in trojček) ali vseh (paket četverček) storitev: storitev širokopasovnega dostopa do interneta, storitev prenosa televizijskih vsebin, storitev fiksne telefonije ter storitve mobilne telefonije.⁵³ Podjetje ANSAT ponuja končnim uporabnikom izbor paketov »Trio« (različne kombinacije interneta, fiksne telefonije in TV-ja) ter pakete »Duo« (kombinacija fiksne telefonije in TV-ja).⁵⁴

⁴⁷ Dokument št. 3061-14/2020-10.

⁴⁸ Odločba Komisije št. M.6992 Hutchison 3G UK / Telefonica Ireland z dne 28. 5. 2014, odločba št. M.6497 – Hutchison 3G Austria / Orange Austria z dne 12. 12. 2012, odločba št. M.5650 – T-Mobile / Orange UK z dne 1.3.2010, odločba št. M.4947 – Vodafone / Tele2 Italy / Tele2 Spain z dne 27. 11. 2007, odločba št. M.3916 – T-Mobile Austria / Tele.ring z dne 26. 4. 2006.

⁴⁹ Odločba Agencije št. 3061-20/2014-16 z dne 23. 12. 2014, odločba Agencije št. 3061-3/2015-117 z dne 10. 9. 2015, odločba Agencije št. 3061-9/2019-10 z dne 26. 7. 2019, odločba Agencije št. 3061-10/2019-9 z dne 26. 7. 2019.

⁵⁰ Poročilo 4/19.

⁵¹ Odločba Agencije št. 3061-20/2014-16 z dne 23. 12. 2014, odločba Agencije št. 3061-14/2017-16 z dne 10. 11. 2017, odločba Agencije št. 3061-9/2019-10 z dne 26. 7. 2019 in odločba Agencije št. 3061-10/2019-9 z dne 26. 7. 2019.

⁵² Odločba Komisije št. M.7978 Vodafone/Liberty Global/Dutch JV z dne 3. 8. 2016, odločba št. M.7637 Liberty Global/BASE Belgium z dne 4. 2. 2016 in odločba št. M.7421 Orange/Jazztel z dne 19. 5. 2015.

⁵³ <https://telemach.si/> in dokument št. 3061-14/2020-5 (podatki AKOS).

⁵⁴ <https://www.ansat.si/ansat-paketi.html> in dokument št. 3061-14/2020-5 (podatki AKOS).

45. 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 različnih paketnih storitev, ki jih ponujata tako prigrasitelj kot prevzeto podjetje.

B Upoštevni geografski trg

46. 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 proizvodnem oziroma storitvenem 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.
47. Prigrasitelj svojo dejavnost telekomunikacijskih storitev izvaja na območju celotne Republike Slovenije, prevzeto podjetje pa le lokalno na območju občin Krško in Radeče. Prigrasitelj ponuja svoje produkte in storitve, ki so v celoti zamenljive s storitvami in produkti konkurentov, ki so prav tako dejavni na celotnem območju Republike Slovenije. Razvejanost omrežij ter zakonsko opredeljena pravica vseh konkurentov, da uporabljajo obstoječe omrežje največjega ponudnika, končnim uporabnikom zagotavlja zamenljivost med storitvami različnih ponudnikov in med storitvami različnih tehnologij.⁵⁵
48. Agencija je v dosedanjih odločitvah za opredeljene upoštevne storitvene trge kot geografski trg opredelila območje Republike Slovenije. Tudi AKOS je vsem zadevnim upoštevni storitvenim trgov dodelil nacionalno geografsko dimenzijo. Komisija, v svoji nedavni praksi na področju maloprodajnih trgov storitev elektronskih komunikacij, te trge v večini primerov opredeljuje nacionalno⁵⁶ ali pa jih dokončno geografsko ne opredeli⁵⁷.

C Presoja koncentracije

49. 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 krepiteve 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.
50. 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

⁵⁵ Podjetju Telekom Slovenije je bila z več regulatornimi odločbami AKOS-a dodeljena vloga operaterja s pomembno tržno močjo, kar mu med drugim nalaga obveznost, da omogoči drugim operaterjem dostop do svojih omrežnih zmogljivosti in uporabo le teh.

⁵⁶ Odločba Komisije št. M.8842 Tele2/Com Hem Holding z dne 8. 10. 2018, odločba št. M.7978 Vodafone/Liberty Global/Duutch JV z dne 3. 8. 2016, odločba št. M.7421 Orange/Jazztel z dne 19. 5. 2019 in odločba št. M.7000 Liberty Global/Ziggo z dne 10. 10. 2014.

⁵⁷ Odločba Komisije št. M.6990 Vodafone/Kabel Deutschland z dne 20. 9. 2013 in odločba št. M.5900 LIGI/KBW z dne 16. 6. 2011.

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.

Maloprodajni trg storitev prenosa televizijskih vsebin

51. Tabela 1 prikazuje delež prenosa televizijskih vsebin glede na uporabljeno tehnologijo prenosa, pri čemer kablenska televizija vključuje tako analogno televizijo kot digitalno televizijo, slednja prevladuje, saj predstavlja več kot 95 % vse kablenske televizije.

52. Tabela 1: Delež televizijskih priključkov glede na tehnologijo prenosa v obdobju 2017-2019 na območju Republike Slovenije

Tehnologija prenosa televizijskih vsebin	2017	2018	2019
IP televizija	53,1 %	54,4 %	55,7 %
Kablenska televizija	40,5 %	39,1 %	38,0 %
Satelitska televizija	5,1 %	5,3 %	5,2 %
MMDS	1,3 %	1,2 %	1,1 %
Skupaj	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

53. Iz tabele 1 je razvidno, da je bilo konec leta 2019 od vseh televizijskih priključkov 55,7 % priključkov IP televizije, delež katere se je v obravnavanem obdobju zadnjih treh let povečeval, in sicer v celotnem obdobju za 2,6 odstotne točke, medtem ko se je delež priključkov kablenske televizije zmanjšal v tem istem obdobju za 2,5 odstotne točke in konec leta 2019 dosegel 38,0 % delež. Delež satelitske televizije in televizije z uporabo MMDS tehnologije skupaj konec leta 2019 predstavlja v povprečju nekaj več kot 6 % vseh televizijskih priključkov.

54. Tabela 2: Tržni deleži operaterjev na maloprodajnem trgu dobave televizijskih vsebin kot ponudnikov kablenske televizije, IP televizije in televizije skupaj v obdobju 2017-2019 na območju Republike Slovenije glede na število priključkov v %

Operater	Kablenska televizija			IP televizija			Skupaj kablenska in IP televizija		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Telemach ⁵⁸	[70-80]	[70-80]	[80-90]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[30-40]	[30-40]	[30-40]
Telekom Slovenije	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[50-60]	[50-60]	[40-50]	[20-30]	[20-30]	[20-30]
T-2 ⁵⁹	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[10-20]	[10-20]	[20-30]
A1 Slovenija	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[5-10]	[5-10]	[10-20]
ANSAT	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Drugi	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[10-20]	[5-10]	[5-10]
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Telemach + ANSAT	[70-80]	[70-80]	[80-90]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[30-40]	[30-40]	[30-40]

Vir:

⁶⁰

⁵⁸ Pri tržnem deležu Telemacha so sešteti tržni deleži podjetij: Telemach Pobrežje d.d., Telemach Tabor d.d., Telemach Tezno d.d., Telemach UG d.o.o. in Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o. in upoštevni podatki v letu 2019 prevzetega podjetja EVJ Elektroprom d.o.o.

⁵⁹ Pri tržnem deležu podjetja T-2 so upoštevani tudi tržni deleži v letu 2019 prevzetih podjetij KKS kabel Kamnik d.o.o. in Telesat d.o.o.

⁶⁰

<https://analitika.kos-rs.si/>

55. Iz tabele 2 je razvidno, da je podjetje Telemach največji ponudnik storitev prenosa televizijskih vsebin, sledijo mu podjetja Telekom Slovenije, T-2 in A1 Slovenija. Združeno podjetje bo z [30-40] % tržnim deležem v letu 2019 ostalo na prvem mestu tudi po izvedeni koncentraciji. Kot že obrazloženo v točki 31 sta navedeni tehnologiji prenosa televizijskih vsebin med seboj v celoti zamenljivi in kot taki sodita na isti upoštevni trg, med tem ko satelitska in MMDS televizija po analizi AKOS ne sodita na isti upoštevni trg in zato tudi nista upoštevani v tej tabeli.
56. Ob relativno nizkem tržnem deležu prevzetega podjetja na tem trgu, se tržni položaj združenega podjetja na upoštevni trgu storitev prenosa televizijskih vsebin ne bo bistveno spremenil. Na podlagi navedenega, ob upoštevanju stanja na predmetnem trgu ter obstoječe in potencialne konkurence Agencija ugotavlja, da predmetna koncentracija ne bo bistveno zmanjšala ali omejila učinkovito konkurenco na upoštevni trgu.
57. Agencija je v nadaljevanju izvedla izračun Herfindahl-Hirschmanovega indeksa (v nadaljevanju: HHI)⁶¹, ki se uporablja kot kazalec stopnje tržne koncentracije in zagotavlja koristne podatke o stanju na področju konkurence. HHI se izračuna tako, da se seštejejo kvadrati posameznih tržnih deležev vseh podjetij na trgu. HHI daje sorazmerno večjo težo tržnim deležem večjih podjetij. Čeprav je najbolje vključiti vsa podjetja, pomanjkanje podatkov o zelo majhnih podjetjih ne more biti pomembno, ker taka podjetja nimajo bistvenega vpliva na HHI. Medtem ko lahko da absolutna vrednost HHI začetni podatek o konkurenčnem pritisku na trgu po združitvi, je sprememba HHI (znana kot »delta«) koristen približek spremembe v koncentraciji, ki je neposredna posledica združitve.⁶² Iz ustaljene prakse Komisije izhaja, da v primeru horizontalnih združitvev na trgu, kjer je po združitvi HHI pod 1000, običajno ni potrebna poglobljena analiza. Malo verjetno je tudi, da bi horizontalne koncentracije bistveno ovirale učinkovito konkurenco v primerih, ko je HHI po združitvi med 1000 in 2000 in delta pod 250 ali v primerih, ko je HHI po združitvi nad 2000 in delta pod 150⁶³.
58. Tabela 3: HHI na maloprodajnem trgu prenosa televizijskih vsebin na območju Republike Slovenije v obdobju 2017-2019

	2017	2018	2019
HHI sedaj	2.412,9	2.497,0	2.508,5
HHI po izvedeni koncentraciji Telemach + ANSAT	2.449,5	2.528,4	2.540,8
Sprememba v HHI – delta	36,6	31,4	33,3

Vir: Izračun Agencije na podlagi podatkov AKOS.

59. Iz tabele 3 je razvidno, da izračunane vrednosti HHI v vseh treh letih presegajo mejo 2000 in da le te počasi naraščajo. Slednje pomeni, da gre za relativno visoko koncentriran trg na katerem nastopajo štirje večji ponudniki (nacionalni operaterji) in veliko število manjših (okoli 40) pretežno lokalno usmerjenih operaterjev. Največji ponudnik prenosa televizijskih vsebin je kabelski operater podjetje Telemach, kateremu sledijo ponudniki IP televizije podjetja Telekom, T-2 in A1 Slovenija. Naraščanje vrednosti HHI je posledica prehajanja naročnikov

⁶¹ HHI – Herfindal-Hirschmanov indeks je merilo za velikost podjetij v odnosu do celotne panoge in je indikator stopnje konkurenčnosti med podjetji. Njegova vrednost se nahaja med 0 in 10000. Višji kot je indeks, višja je stopnja koncentracije in nižji kot je indeks, nižja je stopnja koncentracije tržne moči. Na podlagi vrednosti indeksa je mogoče sklepati na konkurenčnost v panogi. Višje vrednosti so lahko znak manjše konkurenčnosti, in obratno, nižje vrednosti lahko pomenijo višjo konkurenčnost (Vir: Grilo Peter et al: Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOmK-1): s komentarjem, Ljubljana: GV Založba, 2009, stran 191).

⁶² Smernice o presoji horizontalnih združitvev na podlagi uredbe sveta o nadzoru koncentracij podjetij, (2004 / C 31/03), odst. 16.

⁶³ Smernice o presoji horizontalnih združitvev, odst. 19 in 20.

od lokalnih operaterjev k nacionalnim operaterjem oziroma prevzemanja lokalnih operaterjev s strani nacionalnih operaterjev, s tem se koncentracija na upoštevem trgu povečuje. Nizek tržni delež [0-5] % prevzetega podjetja je razlog, da se sprememba vrednosti HHI v vseh treh letih giblje globoko pod mejo 150, iz česar glede na ustaljeno prakso Komisije izhaja, da zadevna koncentracija ne bo bistveno ovirala učinkovito konkurenco na upoštevem trgu.

60. 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 storitev širokopasovnega dostopa do interneta

61. Tabela 4: Deleži tehnologij prenosa glede na število priključkov širokopasovnega dostopa do interneta v Republiki Sloveniji v obdobju 2017-2019

Tehnologija dostopa do interneta	2017	2018	2019
xDSL (bakreno omrežje)	35,5 %	32,7 %	29,9 %
DOCSIS (kabelsko omrežje)	29,5 %	28,7 %	27,8 %
FTTH (optično omrežje)	32,6 %	36,3 %	40,0 %
Drugo (MMDS, satelitska povezava, Ethernet, WiFi)	2,4 %	2,3 %	2,3 %
Skupaj	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

62. Iz tabele 4 je razvidno, da je na območju Republike Slovenije največ priključkov širokopasovnega dostopa do interneta preko FTTH tehnologije, in sicer 40,0 %, sledijo priključki preko xDSL tehnologije s 29,9 % ter DOCSIS priključki z 27,8 % deležem. Ostale tehnologije prenosa skupaj predstavljajo le 2,3 % vseh širokopasovnih dostopov do interneta. Iz podatkov v tabeli vidimo očiten trend rasti optičnih omrežij na eni strani in upad bakrenih in kabelskih omrežij na drugi strani. Optična omrežja omogočajo višje prenosne hitrosti širokopasovnega dostopa do interneta, kar je končnim uporabnikom najbolj pomembno, zato se tudi v prihodnje pričakuje rast deleža FTTH tehnologije oziroma porast optičnih omrežij.

63. Tabela 5: Tržni deleži operaterjev po številu priključkov na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta v Republiki Sloveniji v obdobju 2017-2019

Operater	2017	2018	2019
Telekom Slovenije	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %
Telemach ⁶⁴	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %
T-2 ⁶⁵	[10-20] %	[20-30] %	[20-30] %
A1 Slovenija	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
ANSAT	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %
Drugi	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
Skupaj	100,0 %	100,0 %	100 %
Telemach + ANSAT	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta

⁶⁴ Pri tržnem deležu Telemacha so sešteti tržni deleži podjetij: Telemach Pobrežje d.d., Telemach Tabor d.d., Telemach Tezno d.d., Telemach UG d.o.o. in Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o.

⁶⁵ Pri tržnem deležu podjetja T-2 so za leto 2019 upoštevani tudi tržni deleži v letu 2019 prevzetih podjetij KKS kabel Kamnik d.o.o. in Telesat d.o.o.

64. Iz tabele 5 je razvidno, da je tržni delež priglasiatelja na maloprodajnem trgu širokopasovnega dostopa do interneta, vključujoč vse tehnologije dostopa, glede na število priključkov v obdobju zadnjih treh letih stalno naraščal in je v letu 2019 dosegel [20-30] %. Pri prevzetem podjetju je tržni delež v vseh treh letih znašal [0-5] %. Po izvedeni koncentraciji bo skupni tržni delež združenega podjetja glede na število priključkov ne glede na tehnologijo dostopa do interneta na zadevnem trgu znašal [20-30] %. Iz tabele 5 je razvidno tudi, da tržni delež operaterja s pomembno tržno močjo Telekom Slovenije v zadnjih treh letih pada, naraščajo pa tržni deleži vseh treh ostalih nacionalnih operaterjev.
65. Položaj podjetja Telemach se po izvedeni koncentraciji na trgu zagotavljanja storitev širokopasovnega dostopa do interneta ne bo bistveno spremenil in kot tak ne bo oviral konkurence na tem trgu. Združeno podjetje bo imelo z [20-30] % tržnim deležem še naprej položaj drugega največjega ponudnika širokopasovnega dostopa do interneta.

Maloprodajni trg storitev fiksne telefonije

66. Tabela 6: Deleži telefonskih priključkov po vrsti tehnologije na območju Republike Slovenije v obdobju 2015-2019

Tehnologija dostopa fiksne telefonije	2015	2016	2017	2018	2019
Klasična telefonija (PSTN, ISDN)	29,2 %	25,1 %	20,0 %	17,3 %	14,8 %
IP telefonija	70,8 %	74,9 %	80,0 %	82,7 %	85,2 %
Skupaj	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vir: Podatki AKOS.

67. Iz tabele 6 izhaja, da se delež IP telefonije iz leta v leto povečuje. Na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije je konec leta 2019 dobrih 85 % vseh telefonskih priključkov predstavljala IP telefonija. Glavni razlog za spremembo razmerja med klasično in IP telefonijo je dejstvo, da večina operaterjev ponuja storitev IP telefonije v cenovno ugodnih paketih skupaj z drugimi storitvami elektronskih komunikacij.⁶⁶
68. Tabela 7: Tržni deleži operaterjev po številu priključkov na maloprodajnem trgu storitev fiksne telefonije v Republiki Sloveniji v obdobju 2017–2019 v %, glede na uporabljeno tehnologijo

Operater	IP telefonija			Klasična telefonija			Skupaj telefonija		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Telekom Slovenije	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[90-100]	[90-100]	[90-100]	[40-50]	[40-50]	[40-50]
Telemach	[20-30]	[30-40]	[30-40]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[20-30]	[20-30]	[20-30]
T-2 ⁶⁷	[10-20]	[20-30]	[20-30]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
A 1 Slovenija	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
ANSAT skupaj z Softnet	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Drugi	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Telemach + ANSAT	[20-30]	[30-40]	[30-40]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[20-30]	[20-30]	[20-30]

Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

⁶⁶ Poročilo 4/19.

⁶⁷ Pri tržnem deležu podjetja T-2 so za leto 2019 upoštevani tudi tržni deleži v letu 2019 prevzetih podjetij KKS kabel Kamnik d.o.o. in Telesat d.o.o.

69. Iz podatkov v tabeli 7 izhaja, da znaša skupni tržni delež podjetja Telemach po številu priključkov fiksne telefonije konec leta 2019 [20-30] %, kar podjetje Telemach uvršča na drugo mesto med operaterji na trgu Republike Slovenije. Po izvedeni koncentracij bo tržni delež združenega podjetja na zadevnem trgu znašal [20-30] %. Kot že obrazloženo v točki 38 sta navedeni tehnologiji storitev fiksne telefonije med seboj v celoti zamenljivi in kot taki sodita na isti upoštevni trg, zato uporabljena tehnologija ne vpliva na zadevno koncentracijo.
70. Agencija ugotavlja, da koncentracija podjetij Telemach in ANSAT ne more ovirati učinkovite konkurence na zadevnem maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev fiksne telefonije, saj s predmetno koncentracijo na tem trgu ne bo prišlo do spremembe, ki bi lahko imela za posledico ustvarjanje ali krepitev prevladujočega položaja.

Maloprodajni trg storitev mobilne telefonije

71. Tabela 8: Tržni deleži operaterjev po številu aktivnih uporabnikov (naročnikov in predplačnikov) na trgu storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji v obdobju 2017-2019 v %

Operater	2017	2018	2019
Telekom Slovenije	[40-50]	[40-50]	[30-40]
A1 Slovenija	[20-30]	[20-30]	[20-30]
Telemach	[10-20]	[20-30]	[20-30]
T-2	[0-5]	[5-10]	[5-10]
Hot mobil d.o.o.	[0-5]	[0-5]	[0-5]
ANSAT skupaj z Softnet	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Drugi	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Skupaj	100,0	100,0	100,0
Telemach + ANSAT	[10-20]	[20-30]	[20-30]

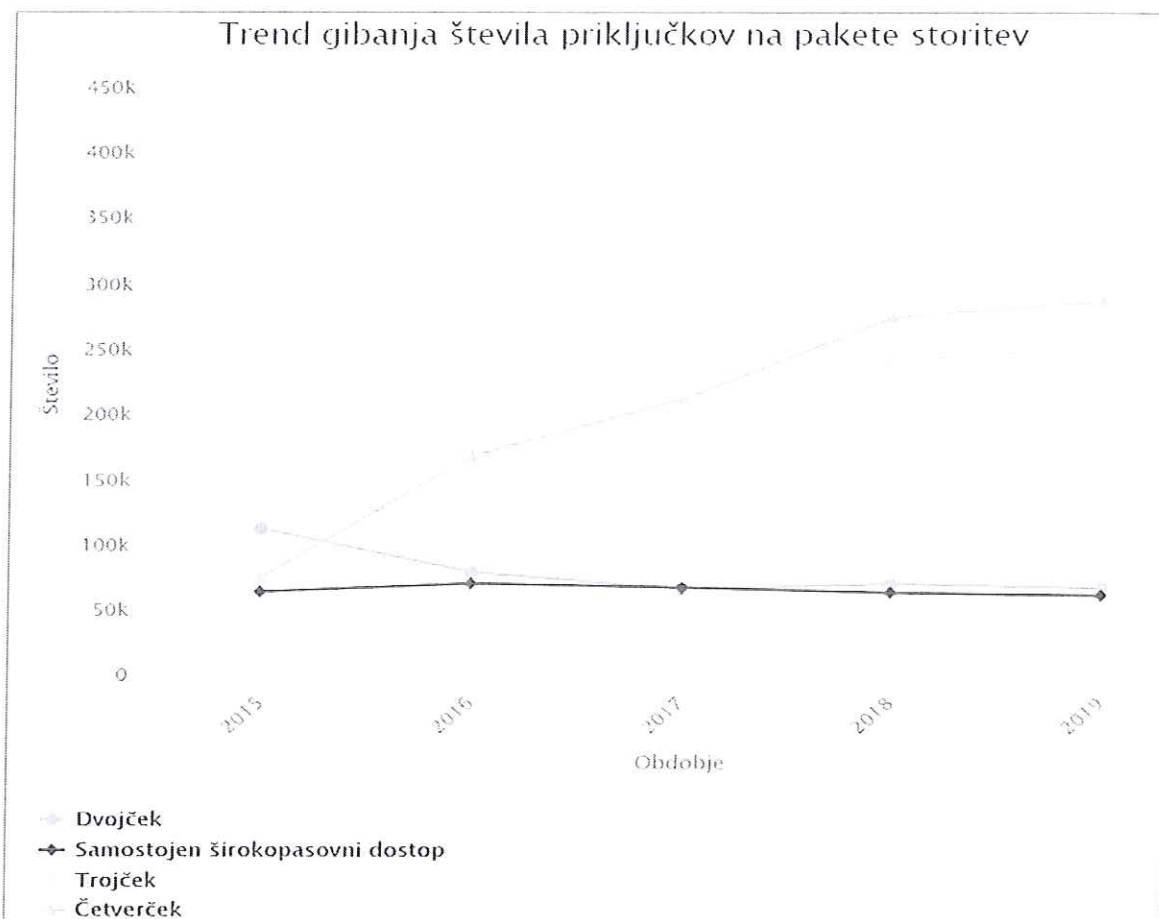
Vir: Podatki AKOS po stanju na koncu posameznega leta.

72. Iz tabele 8 so razvidni ponudniki na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji in njihovi tržni deleži po številu končnih aktivnih uporabnikov. Največjemu ponudniku podjetju Telekom Slovenije je v opazovanem obdobju tržni delež ves čas padal, in sicer z [40-50] % konec leta 2017 na [30-40] % konec leta 2019, tudi podjetju A1 Slovenija se je v tem obdobju tržni delež zmanjšal, in sicer z [20-30] % na [20-30] %. Priglasitelju in podjetju T-2 sta se v tem obdobju tržna deleža zvišala, in sicer priglasitelju z [10-20] % na [20-30] % in podjetju T-2 z [0-5] % na [5-10] %. Podjetje Hot Mobil d.o.o. je v letu 2017 začelo uspešno ponujati storitve mobilne telefonije preko omrežja A1, saj je njegov tržni delež do konca leta 2019 zrasel na [0-5] %. Kot že omenjeno v točki 40 podjetje ANSAT ni operater mobilne telefonije ampak ponuja storitve mobilne telefonije podjetja Softnet, pri čemer uporabniki sklenejo pogodbo o uporabi storitev Softnet Mobil s podjetjem ANSAT. Prezeto podjetje je imelo na ta način v letu 2019 [redacted] aktivnih uporabnikov.⁶⁸
73. Na podlagi vsega navedenega Agencija meni, da koncentracija podjetij Telemach in ANSAT na trgu storitev mobilne telefonije ne more ovirati učinkovite konkurence.

⁶⁸ Dokument št. 3061-14/2020-1 in dokument št. 3061-14/2020-10.

Maloprodajni trg konvergenčnih (paketnih) storitev

74. AKOS na javno dostopnem portalu eAnalitik, ki je namenjen predstavitvi podatkov na trgu elektronskih komunikacij v Republiki Sloveniji, med drugim prikazuje tudi trend gibanja števila priključkov na pakete storitev. Trend za obdobje zadnjih petih let je prikazan v grafikonu spodaj.



Vir: eAnalitik: <https://eanalitik.akos-rs.si/>; vpogled z dne 9. 6. 2020

75. Iz črtnega grafikona najprej opazimo dokaj močan trend rasti priključkov paketa četverček in trend upada priključkov na paket trojček, ki pa ni tako močan. Število samostojnih priključkov⁶⁹ se v obdobju zadnjih petih let ne spreminja, število priključkov na paket dvojček pa rahlo upada. Če seštejemo podatke po letih opazimo splošen trend rasti priključkov oziroma naročnikov na pakete storitev v Republiki Sloveniji v obdobju zadnjih petih let. V letu 2015 je bilo okoli (podatki o številu priključkov so razvidni na približno 10 tisoč) 600 tisoč naročnikov, med tem ko je bilo v letu 2019 že okoli 670 tisoč naročnikov, ki so bili priključeni na širokopasovni dostop preko paketov oziroma samostojno.
76. Podrobni podatki o paketih storitev glede na število priključkov posameznega paketa storitev po operaterjih niso na voljo na portalu eAnalitik, zato jih je za potrebe te presoje Agencija pridobila od AKOS⁷⁰. V tabeli 9 so prikazani tržni deleži operaterjev, ki jih le ti dosegajo po posameznih paketih storitev in tudi tržni deleži, ki jih operaterji dosegajo, če seštejemo vse priključke na pakete storitev.

⁶⁹ Samostojen priključek pomeni širokopasovni dostop, bodisi samo za internet, samo za fiksno telefonijo ali samo za televizijo.

⁷⁰ Dokument št. 3061-14/2020-5.

77. Tabela 9: Tržni deleži števila priključkov na pakete storitev dvojček, trojček, četverček in števila priključkov na vse pakete skupaj po posameznih operaterjih v Republiki Sloveniji v obdobju 2017-2019 v %

Paketi storitev		2017	2018	2019
dvojček	Telemach	[10-20]	[30-40]	[30-40]
	A1 Slovenija	[20-30]	[20-30]	[20-30]
	Telekom Slovenije	[20-30]	[20-30]	[10-20]
	T-2	[10-20]	[10-20]	[10-20]
	ANSAT	[0-5]	[0-5]	[0-5]
	Drugi	[10-20]	[5-10]	[5-10]
	Skupaj	100,0	100,0	100,0
	Telemach + ANSAT	[10-20]	[30-40]	[30-40]
trojček	Telekom Slovenije	[30-40]	[40-50]	[40-50]
	Telemach	[40-50]	[30-40]	[30-40]
	A1 Slovenija	[5-10]	[10-20]	[10-20]
	T-2	[5-10]	[5-10]	[0-5]
	ANSAT	[0-5]	[0-5]	[0-5]
	Drugi	[5-10]	[5-10]	[5-10]
	Skupaj	100,0	100,0	100,0
	Telemach + ANSAT	[40-50]	[30-40]	[30-40]
četverček	T-2	[30-40]	[30-40]	[30-40]
	Telemach	[20-30]	[30-40]	[30-40]
	Telekom Slovenije	[30-40]	[20-30]	[20-30]
	A1 Slovenija	[10-20]	[5-10]	[10-20]
	ANSAT	[0-5]	[0-5]	[0-5]
	Drugi	[0-5]	[0-5]	[0-5]
	Skupaj	100,0	100,0	100,0
	Telemach + ANSAT	[20-30]	[30-40]	[30-40]
vsi paketi skupaj	Telemach	[30-40]	[30-40]	[30-40]
	Telekom Slovenije	[30-40]	[30-40]	[20-30]
	T-2 ⁷¹	[10-20]	[10-20]	[10-20]
	A1 Slovenija	[10-20]	[10-20]	[10-20]
	ANSAT	[0-5]	[0-5]	[0-5]
	Drugi	[5-10]	[0-5]	[0-5]
	Skupaj	100,0	100,0	100,0
	Telemach + ANSAT	[30-40]	[30-40]	[30-40]

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

78. Iz podatkov tabele 9 lahko vidimo, da pri vse manj zastopanih paketih dvojček, podjetje Telemach z [30-40] % tržnim deležem zaseda prvo mesto, pri vse bolj zastopanih četverčkih z [30-40] % tržnim deležem zaseda drugo mesto in pri še vedno zelo aktualnih trojčkih z [30-40] % tržnim deležem tudi zaseda drugo mesto. Vse skupaj podjetje Telemach uvršča na prvo mesto z [30-40] % tržnim deležem po številu priključkov na pakete storitev. Združeno podjetje se bo po izvedeni koncentraciji nahajalo na istih mestih. Po izvedeni koncentracij bo

⁷¹ Pri tržnih deležih podjetja T-2 so za leto 2019 upoštevani tudi tržni deleži v letu 2019 prevzetih podjetij KKS kabel Kamnik d.o.o. in Telesat d.o.o.

tržni delež združenega podjetja na trgu vseh paketov večji za [] odstotne točke, k čemur bo največ prispeval paket trojček, kjer ima podjetje ANSAT [0-5] % tržni delež. Tržni delež pri paketu dvojček se bo malenkostno povečal, medtem ko se tržni delež pri paketu četverček, ne bo spremenil, saj prevzeto podjetje tega paketa nimata v svoji ponudbi. Po letih je zaznati trend rasti tržnih deležev podjetij Telemach, T-2 in A1 na račun upadanja tržnih deležev podjetja Telekom in ostalih manjših lokalno usmerjenih operaterjev. Upadanje tržnih deležev manjših operaterjev je posledica prevzemanja le teh s strani treh omenjenih operaterjev, katerim tržni deleži stalno rastejo.

79. Agencija je zaradi relativno visokega tržnega deleža priglasiatelja na trgu paketnih storitev opravila izračun HHI in pri tem prišla do enakih ugotovitev kot na maloprodajnem trgu storitev prenosa televizijskih vsebin. Gre za visoko koncentriran trg (vrednosti HHI presegajo mejo 2000) na katerem pa se zaradi nizkega tržnega deleža prevzetega podjetja [0-5 %] izračunana sprememba HHI v vseh treh letih vrti zgolj okoli 20, kar po ustaljeni praksi Komisije pomeni, da zadevna koncentracija ne bo bistveno ovirala učinkovito konkurenco na upoštevem trgu.

IV. ZAKLJUČEK

80. Na podlagi posredovanih podatkov priglasiatelja, AKOS in ob upoštevanju javno dostopnih podatkov Agencija ugotavlja, da v zvezi z obravnavano koncentracijo pridobitve izključne kontrole s strani podjetja Telemach nad podjetjem ANSAT 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 krepitve 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

81. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku⁷² 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.

⁷² 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.

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 vodil:

Andrej Golob

Andrej Matvoz
predsednik senata



Vročiti:

- Telemach, širokopasovne komunikacije, d.o.o., Brnčičeva ulica 49A, 1231 Ljubljana - Črnuče - **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.