



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97

F: 01 478 36 08

E: gp.avk@gov.si

www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-16/2018-13

Datum: 16. 7. 2018

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana, izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata ter ob sodelovanju mag. Karle Pinter, dr. Aleša Kuharja 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 ADVENTURA holding, upravljanje družb, d.d., Vošnjakova ulica 3, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa izvršni direktor Aleš Škerlak, in ki ga po pooblastilu zastopa odvetniška družba Fatur, o.p., d.o.o., Štefanova 13a, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: ADVENTURA holding), in Big Bang, trgovina in storitve, d.o.o., Šmartinska cesta 152, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa direktor Aleš Ponikvar (v nadaljevanju: BIG BANG), na zahtevo, na nejavni seji dne 16. 7. 2018 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij ADVENTURA holding, upravljanje družb, d.d., Vošnjakova ulica 3, 1000 Ljubljana, in Big Bang, trgovina in storitve, d.o.o., Šmartinska cesta 152, 1000 Ljubljana, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.
2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN STRANKA POSTOPKA

1. Agencija je dne 15. 5. 2018 prejela priglasitev koncentracije, s katero naj bi podjetje ADVENTURA holding posredno, preko svojega odvisnega podjetja BIDIGITAL naložbe d.o.o., Vošnjakova ulica 3, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: BIDIGITAL), pridobilo kontrolo nad podjetjem BIG BANG. Koncentracijo je priglasilo podjetje ADVENTURA holding (v nadaljevanju tudi: priglasitelj).
2. Predmet koncentracije je nakup 100 % poslovnega deleža podjetja BIG BANG in s tem pridobitev celote tega podjetja, ki ga bo pridobilo odvisno podjetje priglasitelja ob izpolnitvi vseh odložnih pogojev² iz Pogodbe o prodaji poslovnega deleža BB³ z dne 16. 4. 2018.

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 Odložni pogoji skladno s 3. členom Pogodbe o prodaji poslovnega deleža BB.

³ Dokument št. 3061-16/2018-1, Priloga 2.

Navedeno pogodbo je sklenilo podjetje MERKUR, d.d. - v stečaju, Cesta na Okroglo 7, 4202 Naklo (v nadaljevanju: MERKUR – v stečaju), kot prodajalec in podjetje BIDIGITAL, kot kupec.

3. Vrednost transakcije znaša [REDACTED], rok za njeno izvršitev je najkasneje [REDACTED]
[REDACTED]
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 (v nadaljevanju: Uredba).
5. Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj dne 26. 6. 2018 ustrezno dopolnil, s čimer je priglasitev postala popolna.⁵
6. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah⁶ (v nadaljevanju: ZUT) je priglasitelj dne 14. 5. 2018 plačal upravno takso po tarifni številki 48 v znesku 2.000,00 EUR⁷.
7. Podjetje ADVENTURA holding je delniška družba, ki opravlja dejavnost holdingov. Glavnino prihodkov priglasitelja predstavljajo finančni prihodki v obliki dividend, ki jih prejme iz naslova izplačanih dobičkov svojih odvisnih podjetij. Kontrolo nad podjetjem ADVENTURA holding ima [REDACTED], ki je imetnik [REDACTED] glasovalnih pravic tega podjetja. Podjetje ADVENTURA holding ima več odvisnih podjetij, v katerih izvaja bodisi neposredno ali posredno kontrolo: NOMAGO d.o.o.⁸ (prevozi potnikov na medkrajevnih, primestnih in mestnih linijah ter posebnih linijah, ki jih dopolnjuje dejavnost turistične agencije z občasnimi prevozi in popravili motornih vozil), ALPTOURS d.o.o. (ne opravlja dejavnosti), STAL d.o.o.⁹ (posredovanje turističnih storitev), AVTOBUSNI PREVOZI RIŽANA d.o.o. (prevozi potnikov na medkrajevnih in posebnih linijah ter občasni prevozi potnikov), MMNT d.o.o. (ne opravlja dejavnosti), Šola vožnje IZLETNIK d.o.o. (dejavnost voznških šol), DIGIT PLUS d.o.o. (dejavnost holdingov), MARGPLUS d.o.o. (dejavnost holdingov), MARG d.o.o. (računalniško programiranje), SKUPINA AVRIGO d.o.o. (dejavnost holdingov) in BIDIGITAL d.o.o. (ne opravlja dejavnosti, saj je namenjeno zgolj prevzemu lastništva v podjetju BIG BANG, ki je ciljno podjetje zadevne koncentracije). Navedena podjetja glavnino prometa ustvarijo na trgu Republike Slovenije.
8. Iz priglasitve izhaja, da [REDACTED] izvaja neposredno oz. posredno kontrolo tudi v nekaterih drugih podjetjih, in sicer: [REDACTED] (dejavnost oddaje lastnih nepremičnin), [REDACTED] (marketinške in poslovne aktivnosti ter aktivacija sponzorskih storitev [REDACTED]), [REDACTED] (specializirana agencija za

⁴ Uradni list RS, št. 30/09 in 3/14.

⁵ Dokument št. 3061-16/2018-8.

⁶ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5 in 14/15.

⁷ Dokument št. 3061-16/2018-1, priloga 1.

⁸ Dne 30. 4. 2018 se je s spremembo vpisa v sodnem registru podjetje AVRIGO d.o.o. preimenovalo v podjetje NOMAGO d.o.o., pri čemer se je poleg imena spremenil tudi sedež in poslovni naslov podjetja.

⁹ Agencija je izdala odločbo št. 3061-20/2017-17 z dne 4. 12. 2017, s katero je ugotovila, da je koncentracija podjetij ADVENTURA holding in STAL d.o.o. skladna s pravili konkurence. Kot navaja priglasitelj, v času priglasitve zadevne koncentracije še ni prišlo do zaključka celotne transakcije, katere končni cilj je pridobitev 100 % poslovnega deleža v podjetju STAL d.o.o. s strani podjetja ADVENTURA holding. Ne glede na navedeno, je Agencija v obravnavani koncentraciji upoštevala podjetje STAL d.o.o. kot podjetje, v skupini priglasitelja.

komuniciranje v športu in športni marketing; v nadaljevanju: [REDACTED], [REDACTED] (dejavnost holdingov), [REDACTED] (deluje kot oglaševalska agencija za medijsko načrtovanje, optimizacijo in zakup oglasnega prostora v klasičnih in digitalnih medijih; v nadaljevanju: [REDACTED]) in [REDACTED] (dejavnost oglaševalskih agencij, ki obsega medijski zakup oglasnega oz. medijskega prostora v digitalnih medijih; v nadaljevanju: [REDACTED]).

9. Prevzeto podjetje BIG BANG je dejavno na področju maloprodaje in veleprodaje izdelkov zabavne elektronike in gospodinjskih aparatov¹⁰. Dejavnost maloprodaje opravlja v okviru 18-ih trgovin in spletne trgovine bigbang.si. V okviru veleprodaje je podjetje BIG BANG na slovenskem trgu ekskluzivni distributer za sledeče blagovne znamke: (i) Beko (gospodinjski aparati), (ii) Huawei (mobilni telefoni) in (iii) LG, Harman Kardon group, Yamaha, idr (avdio-video program). Lastnik 100 % poslovnega deleža ciljnega podjetja je podjetje MERKUR – v stečaju. Podjetje BIG BANG nima odvisnih podjetij.
10. Za priglasielja predstavlja naložba v podjetje BIG BANG perspektivno finančno naložbo. Podjetje ADVENTURA holding je namreč finančni investitor, ki na trgu neprestano išče zanimive naložbe tako, da vlaga v večinske deleže podjetij s ciljem razširiti poslovanje, poslovno in finančno prestrukturirati kupljena podjetja in tako povečati njihovo vrednost.

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 ali (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. Kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom v smislu prejšnjega odstavka pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, in sicer zlasti lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja ter pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.
13. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij nastala na podlagi sklenitve Pogodbe o prodaji poslovnega deleža BB z dne 16. 4. 2018, na podlagi katere bo podjetje BIDIGITAL pridobilo 100 % poslovni delež podjetja BIG BANG. Na ta način bo podjetje ADVENTURA holding, kot gospodujoče podjetje podjetja BIDIGITAL, pridobilo posredno izključno kontrolo nad podjetjem BIG BANG.
14. Takšna pridobitev kontrole nad podjetjem pomeni koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOMK-1, ki določa, da gre za koncentracijo pri trajnejših

¹⁰ Izde'ko iz kategorij zabavne elektronike in gospodinjskih aparatov podjetje BIG BANG klasificira kot: avdio program, video program, posneti mediji, avto program, AV pribor, glasbila, nošenčki, droni, izdelki za električno mobilnost, izdelki za pametni dom, mobilna telefonija, gaming izdelki, računalniki in oprema, tableti in dodatki, foto program, bela tehnika, mali gospodinjski aparati (dokument št. 3061-16/2018-1, tč. 6.1 B).

spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer ko ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali ko eno ali več podjetij bodisi z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij.

15. 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 prvem 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.
17. Iz predloženih finančnih podatkov priglasitelja izhaja, da je znašal letni promet podjetja ADVENTURA holding skupaj s povezanimi podjetji v letu 2017 na trgu Republike Slovenije [redacted] letni promet, ki ga je v istem letu na trgu Republike Slovenije ustvarilo podjetje BIG BANG, pa je znašal [redacted]¹¹
18. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru zadevne koncentracije sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je priglašena koncentracija podrejena določbam ZPOmK-1.

C Pristojnost Agencije

19. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe o združitvi ES nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostjo EU. Dolžnost Agencije torej je, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.¹²
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

¹¹ Dokument št. 3061-16/2018-1, točka 2.5.

¹² 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.

ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici.

21. Priglasitelj je navedel, da priglašena koncentracija po nobenem od kriterijev Uredbe o združitvi ES nima razsežnosti EU. Agencija na podlagi predloženih podatkov priglasitelja ugotavlja, da znašajo skupni čisti prihodki od prodaje v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij na svetovnem trgu leta 2017 nekaj manj kot 250 mio EUR. Ker vsa v koncentraciji udeležena podjetja na svetovnem trgu ne ustvarijo več kakor 5.000 mio EUR skupnega prometa, koncentracija ne dosega pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, saj morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno. Ker vsa v koncentraciji udeležena podjetja na svetovnem trgu ne ustvarijo tudi več kakor 2.500 mio EUR skupnega prometa, koncentracija ne dosega pragov niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, saj morajo biti pogoji tudi po tem odstavku 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 ter geografski 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. 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.
24. Pri presoji koncentracije je Agencija ugotavljala, ali prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij na katerem od trgov, kjer le-ta nastopajo, ali do povezav, ki bi 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 liste koncentracije, v katerih so udeležena podjetja dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige .
25. Agencija na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja ugotavlja, da s priglasiteljem povezana podjetja opravljajo sledeče dejavnosti: (i) dejavnost holdingov, (ii) prevoz potnikov v cestnem avtobusnem prometu, (iii) posredovanje turističnih storitev, (iv) športni marketing, (v) dejavnost oglaševalskih agencij (vi) računalniško programiranje (vii) dejavnost vozniških šol in (viii) dejavnost oddaje nepremičnin. Priglasitelj je navedel, da je glavna dejavnost podjetja BIG BANG področje trgovine oz. trgovine na drobno v specializiranih prodajalnah z

avdio in video napravami.

26. Priglasitelj meni, da v obravnavanem primeru ni treba opredeliti upoštevnih trgov, na katerih bi Agencija presojala morebitni obstoj nevarnosti ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja. Podjetje ADVENTURA holding s povezanimi podjetji ter prevzeto podjetje, po navedbah priglasitelja, opravljajo različne dejavnosti in nastopajo na različnih upoštevnihih trgih, ki med seboj niso horizontalno, vertikalno ali kako drugače povezani, zato ocenjuje, da zadevna koncentracija ne bo imela negativnih učinkov na konkurenco.
27. Agencija ugotavlja, da z obravnavano koncentracijo ne bo prišlo do horizontalnih prekrivanj dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij. Ravno tako ne gre za koncentracijo podjetij, ki so dejavna na tesno povezanih trgih. Kar se tiče vertikalnih razmerij na je Agencija ugotovila, da so s priglasiteljem povezana podjetja [REDACTED] in [REDACTED] dejavna na področju zagotavljanja oglaševalskih, marketinških in komunikacijskih storitev (v nadaljevanju: oglaševalske storitve ali tudi trg oglaševanja) in da je prevzeto podjetje BIG BANG kupec teh storitev. Agencija je zato preverila učinke, ki bi jih lahko imela povezava med zagotavljanjem navedenih storitev podjetij v skupini priglasitelja na zgornjem delu oskrbne verige in dejavnostjo podjetja BIG BANG, kot kupca teh storitev, na spodnjem delu oskrbne verige. Kot bo razvidno v nadaljevanju, je ta povezava zanemarljiva, zato je Agencija ocenila, da v primeru presoje koncentracije podjetij ADVENTURA holding in BIG BANG podrobnejša opredelitev upoštevnihih proizvodnih/storitvenih in geografskih trgov, ni potrebna.

B Presoja koncentracije

28. 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 krepitve 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 upoštevnihih trgih, koristi vmesnih in končnih uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurenco.
29. Pri presoji vertikalnih učinkov priglašene koncentracije podjetij je Agencija upoštevala podatke priglasitelja¹³, Smernice o presoji nehorizontalnih združitvev na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij¹⁴ (v nadaljevanju: Nehorizontalne smernice) in prakso Evropske komisije.

Vertikalna povezava med dejavnostjo zagotavljanja oglaševalskih storitev podjetij v skupini priglasitelja in dejavnostjo podjetja BIG BANG, kot kupca teh storitev

30. Agencija je kot že navedeno ugotovila, da so s priglasiteljem povezana podjetja [REDACTED] in [REDACTED] dejavna na trgu oglaševanja. Navedena podjetja iz skupine priglasitelja so aktivna predvsem na področju zakupa medijskega/oglasnega prostora, s čimer tudi ustvarijo glavnihih prihodkov iz naslova

¹³ Dokument št. 3061-16/2018-8.

¹⁴ UL C 265, 18. 10. 2008, str. 6-25.

oglaševalskih storitev. Dalje je Agencija ugotovila, da podjetji [redacted] in [redacted] ustvarita večino prihodkov iz naslova oglaševalskih storitev znotraj skupine, in sicer s prodajo podjetju [redacted]. Agencija je prav tako ugotovila, da je med kupci podjetja [redacted] tudi podjetje BIG BANG in da se slednje ne pojavlja kot kupec oglaševalskih storitev podjetij [redacted] in [redacted].

31. Glede trga oglaševanja je priglasitelj pojasnil, da so na območju Republike Slovenije dejavna številna podjetja, ki zagotavljajo oglaševalske storitve. Pri tem ocenjuje, da z vidika sredstev, ki jih naročniki storitev namenijo za oglaševalske storitve, približno 80% vrednosti trga oglaševanja predstavljajo storitve zakupa medijev (media buying services - »MBS«)¹⁵, približno 20% pa predstavljajo marketinške in komunikacijske storitve (marketing and communications services - »MCS«)¹⁶. Podjetja, ki se ukvarjajo z oglaševalskimi storitvami, so večinoma dejavna na obeh navedenih področjih, pri čemer imajo določena podjetja več zakupa (MBS), druga pa več kreative (MCS). Kot navaja priglasitelj, je na področju zakupa treba upoštevati, da stranke/klienti tudi sami neposredno dostopajo do ponudnikov oglasnega prostora (ne preko oglaševalskih agencij – zakupnikov oglasnega prostora). Na splošno priglasitelj ocenjuje, da se 20 do 30 % oglaševanja opravi mimo agencij. Agencija ugotavlja, da navedeno potrjujejo tudi podatki, ki jih je priglasitelj posredoval za podjetje BIG BANG.
32. Priglasitelj meni, da predmetna koncentracija zaradi omejenih sredstev, ki jih prevzeto podjetje namenja za oglaševalske storitve, ne bo vplivala na širši trg oglaševanja, saj je ocenjeni tržni delež podjetij, povezanih s podjetjem ADVENTURA holding, znatno pod 30 %. Slednji znaša po podatkih priglasitelja leta 2015 približno [redacted], leta 2016 pa približno [redacted]. Enako meni tudi v primeru možne ožje opredelitve trga, ki vključuje zgolj marketinške in komunikacijske storitve (brez storitev zakupa oglasnega prostora v medijih), saj se ocenjeni tržni delež bistveno ne razlikuje (leta 2015: [redacted] leta 2016: [redacted]).
33. Agencija je za potrebe predmetnega postopka, skladno s prakso Evropske komisije¹⁷, obravnavala možnost nastanka dveh vrst izključitev, in sicer je presojala:
- ali bi lahko koncentracija podjetij pripeljala do izključitev pri surovinah - t.i. input foreclosure; ter
 - ali bi lahko koncentracija podjetij pripeljala do izključitev pri strankah - t.i. customer foreclosure.
- Izključitev pri surovinah*
34. Agencija je ugotavljala, ali bi imelo združeno podjetje zmožnost in spodbudo izključevanja konkurentov podjetja BIG BANG, s tem, da bi jim omejilo dostop do oglaševalskih storitev na zgornjem delu oskrbne verige in/ali spremenilo pogoje dobave, ki bi bili manj ugodni kot v primeru brez združitve, kar bi posledično zvišalo njihove stroške na spodnjem delu oskrbne verige. Navedeno pa bi lahko imelo za posledico povečanje cen za potrošnika.
35. Izključitev pri surovinah lahko povzroči težave glede konkurence samo, če zadeva surovino,

¹⁵ Storitve zakupa medijev vključujejo po navedbah priglasitelja naslednje storitve: zakup oglaševalskega časa oz. prostora na različnih vrstah medijev, kot so televizija, časopisi in revije, radio, oglasni panoji in internet. Agencije, ki se ukvarjajo z zakupom medijskega prostora običajno tudi zagotavljajo strankam storitve kot so: planiranje in svetovanje pri izbiri strategij medijskega oglaševanja, vključno z raziskavo ciljnega občinstva, primernosti vrste medija za oglaševanje in sledenje uspešnosti oglaševalske kampanje.

¹⁶ Marketinške in komunikacijske storitve, kot so npr. priprava oglasov, odnosi z javnostjo, idr.

¹⁷ Odločba Evropske komisije št. M.8465 – Vivendi/Telecom Italia z dne 30. 5. 2017, odst. 121-124.

ki je pomemben stroškovni dejavnik, povezan s ceno proizvoda na spodnjem delu oskrbne verige ali pa če je odločilna sestavina, brez katere proizvoda na spodnjem delu oskrbne verige ne bi bilo mogoče proizvesti ali učinkovito prodati na trgu. Tovrstna izključitev vzbuja konkurenčne pomisleke samo, če ima vertikalno povezano podjetje, ki je nastalo na podlagi združitve, pomembno stopnjo tržne moči na zgornjem delu oskrbne verige, zaradi katere bi lahko bistveno vplivalo na pogoje konkurence na zgornjem delu oskrbne verige ter na tak način tudi na cene in dobavne pogoje na trgu na spodnjem delu oskrbne verige.¹⁸

36. Priglasitelj je v zvezi z možnostjo tovrstnih izključitev pojasnil, da delež vseh sredstev, ki jih podjetje BIG BANG nameni za oglaševanje, predstavlja približno [redacted] celotnih prihodkov, ki jih prevzeto podjetje ustvari s prodajo blaga in storitev na trgu Republike Slovenije. Po mnenju priglasitelja storitve oglaševanja tudi ni mogoče šteti za pomemben input oz. surovino. Priglasitelj je še navedel, da je ocenjeni tržni delež podjetja ADVENTURA holding s povezanimi podjetji na trgu oglaševanja, kot je že obrazloženo v točki 32. zadevne odločbe, v vsakem primeru, ne glede na možno segmentacijo trga, precej nižji od 30 %, in znaša [redacted].
37. Agencija glede na tržni delež, ki ga dosega združeno podjetje na širše ali ožje opredeljenem trgu oglaševanja, ugotavlja, da združeno podjetje ne bo imelo zadostne stopnje tržne moči na zgornjem delu oskrbne verige (trg oglaševanja), da bi lahko zavrnil dobave storitev oglaševanja združenega podjetja konkurentom podjetja BIG BANG na spodnjem delu oskrbne verige, povzročila le-tim znatno škodo. Slednji bi lahko preusmerili povpraševanje na številne alternativne dobavitelje teh storitev (tako medijske agencije kot direktno ponudnike oglaševalskega prostora). Navedeno velja tudi v primeru, če bi se združeno podjetje posluževalo strategije omejevanja dobave oglaševalskih storitev ali dviga cen teh storitev. Ker obstajajo številni ponudniki oglaševalskih storitev Agencija meni, da ni verjetno, da bi se zaradi zadevne vertikalne povezave povečale cene oglaševalskih storitev združenega podjetja. Strategija izključevanja ali omejevanja tudi ne bi bila dobičkonosna, saj izpada prihodkov na zgornjem delu oskrbne verige združeno podjetje ne bi moglo nadomestiti s povečanjem prodaje/prihodkov na spodnjem delu oskrbne verige. Glede na navedeno Agencija ocenjuje, da zadevna vertikalna povezava ne bo povzročila izključitev pri surovinah.

Izključitev pri strankah

38. Izključitev pri strankah se lahko pojavi, kadar se dobavitelj poveže s pomembno stranko na spodnjem delu oskrbne verige, zaradi česar lahko svojim dejanskim ali morebitnim konkurentom na trgu na zgornjem delu oskrbne verige prepreči dostop do zadostne mreže strank na spodnjem delu oskrbne verige in zmanjša njihovo konkurenčno sposobnost ali spodbudo.¹⁹
39. Agencija je ugotavljala, ali bi imelo združeno podjetje zmožnost in spodbudo takšnega izključevanja, zato je preverila, ali podjetje BIG BANG dejansko predstavlja pomembnega kupca (stranko) oglaševalskih storitev.
40. Priglasitelj je navedel, da združeno podjetje ne bi imelo zmožnosti za izključitev svojih konkurentov pri dostopanju do zadostne baze kupcev oglaševalskih storitev, saj predstavljajo sredstva prevzetega podjetja, ki jih ta nameni za nakup oglaševalskih storitev

¹⁸ Nehorizentalne smernice, odst.34-35.

¹⁹ Nehorizentalne smernice, odst. 58.

zanemarljiv delež - manj kot [redacted] celotnega trga oglaševanja v Republiki Sloveniji. Priglasitelj meni, da v danem primeru prevzeto podjetje ne predstavlja pomembne stranke, zaradi česar bi se pojavili pomisleki ali skrb, da bi lahko prišlo do izključitve pri strankah. Priglasitelj ocenjuje, da obstaja dovolj obsežna baza strank, ki se bo lahko obrnila na druga podjetja (konkurentne priglasitelja in neposredno na dobavitelje oglasnega prostora).

41. Agencija se strinja z navedbami priglasitelja, da podjetje BIG BANG ne predstavlja pomembnega kupca oglaševalskih storitev. Tudi za podjetje [redacted] ki je med oglaševalskimi agencijami največji dobavitelj oglaševalskih storitev prevzetemu podjetju, podjetje BIG BANG ni pomembnejši kupec (delež nakupov podjetja BIG BANG predstavlja manj kot [redacted] celotnih prihodkih podjetja [redacted] iz naslova oglaševanja). Agencija ugotavlja, da v kolikor bi podjetje BIG BANG vse oglaševalske storitve kupovalo izključno od podjetja [redacted] še vedno ne bi bilo njegov pomembnejši kupec. To potrjuje dejstvo, da vsa sredstva, ki jih je podjetje BIG BANG namenilo za oglaševanje, predstavljajo zgolj [redacted] (leta 2016) oz. [redacted] (leta 2017) celotno ustvarjenih prihodkov podjetja [redacted] iz naslova oglaševanja na trgu RS v teh dveh letih. Pri tem je Agencija upoštevala, da storitve oglaševanja, ki jih zagotavljajo oglaševalske agencije praviloma niso vezane samo na določen trg oz. določeno skupino proizvodov ali storitev na spodnjem delu oskrbne verige. Glede na navedeno ni verjetno, da bi zadevna vertikalna povezava povzročila izključitev pri strankah.

42. Agencija ocenjuje, da bo s predmetno koncentracijo združeno podjetje svojo moč nekoliko okrepilo, vendar glede na to, da podjetje ADVENTURA holding in z njim povezana podjetja na slovenskem trgu niso dejavna na istih trgih kot podjetje BIG BANG ter ob dejstvu, da ni pričakovati, da bi obravnavana vertikalna povezava ovirala učinkovito konkurenco na trgu, koncentracija podjetij ADVENTURA holding in BIG BANG ne bo povzročila nastanka potencialnih protikonkurenčnih učinkov na trgu. Priglašena koncentracija ne bo ustvarjala oziroma krepila prevladujočega položaja, ki bi hkrati pomenil zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence.

IV. ZAKLJUČEK

43. Na podlagi posredovanih podatkov priglasitelja koncentracije, ob upoštevanju javno dostopnih podatkov ter drugih razpoložljivih podatkov Agencija ugotavlja, da v zadevi priglašene koncentracije ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Agencija zato koncentraciji, na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOmK-1, ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

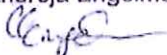
V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

44. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku 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 RS, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vloži pri sodišču ali pa se pošlje po pošti. Šteje se, da je bila tožba vložena pri sodišču tisti dan, ko je bila priporočeno oddana na pošto.

Postopek vodila:
Andreja Engelman



Andrej Matvoz
predsednik senata



Vročiti:

- ADVENTURA holding, upravljanje družb, d.d., Beethovnova ulica 7, 1000 Ljubljana, po pooblaščenju: Odvetniška družba Fatur, o.p., d.o.o, Štefanova 13a, 1000 Ljubljana, - osebno po ZUP.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

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