

EUROPLAKAT d.o.o., Koprška 98, Ljubljana, v skladu z 39. členom Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence, predlaga naslednji:

“Predlog zavez”

Definicije uporabljenih izrazov:

- **Europlakat** – vključuje Europlakat d.o.o., vključno s sedanjimi in bodočimi družbami v skupini (odvisne družbe: smiselno enako, kot je definirano »podjetje v skupini« v 5. točki 3. člena ZPOmK-1) s sedežem v Republiki Sloveniji, v kolikor bi taka družba pričela s trženjem, oddajanjem oglasnih površin na trgu v Republiki Sloveniji.

- **kupec** – vključuje vsak subjekt (oglaševalce, agencije in zakupnike), ki pri Europlakatu naroča oziroma najema oglasni prostor na nosilcih zunanjega oglaševanja na trgu v Republiki Sloveniji,

- **pogodbe s kupci** – vse obstoječe pogodbe in bodoče pogodbe, ki bodo sklenjene v času trajanja teh zavez med Europlakatom in kupci,

- **odnos s kupcem** – je vsako razmerje med Europlakatom in kupcem, ki se nanaša na zakup oglaševalskega prostora na nosilcih zunanjega oglaševanja,

- **fiksni jumbo pano** – trajno postavljen nosilec oglasnega prostora- jumbo plakata v površini 12 m² (sem ne spadajo začasno postavljeni nosilci na gradbiščnih ograjah)

I. Zaveze:

I/1. Europlakat se zavezuje, da bo odnose s kupci vedno urejal v pisni obliki. Dogovori, ki ne bodo v pisni obliki, bodo nezavezujoči.

I/2. Europlakat se zavezuje, da pogodbe, ki jih Europlakat sklepa s svojimi kupci, ne bodo vsebovale zahteve po izključnem sodelovanju z Europlakatom.

I/3. Europlakat se zavezuje uporabljati transparentno, nediskriminatorno in stroškovno utemeljeno dodeljevanje popustov med vsemi svojimi kupci. Europlakat se zavezuje pogodbeni odnos s kupci oblikovati tako, da bodo cenik in popusti po posameznih kriterijih, navedenih v točki I/5, ki se nanašajo na posameznega kupca, sestavni del pogodbe s kupci.

I/4. Europlakat se zavezuje, da ne bo oblikoval takšnega odnosa s kupcem, ki bi lahko kupca kakorkoli oviral pri sodelovanju z ostalimi ponudniki na področju zunanjega oglaševanja.

I/5. Europlakat se zavezuje, da bo za obdobje trajanja teh zavez, popuste za najem oglasnih površin oblikoval na način, da bodo dosledno upoštevani sledeči kriteriji:

a) osnovni popust

Osnovni popust se odobrava vsem kupcem enako in znaša 15%. Ob sklenitvi letne pogodbe s posameznim kupcem nad 1,5 mio EUR se osnovni popust poveča na 16%, kar je tudi najvišji osnovni popust, ki je lahko kupcu odobren.

b) količinski popust na promet posameznega oglaševalca

Ta vrsta popusta se odobrava glede na obseg letnega sodelovanja s posameznim oglaševalcem ali glede na velikost posameznega naročila oglaševalca. V dveh lestvicah je opredeljena višina popusta, ki ga Europlakat odobrava po načelu ali/ali.

Kriterija za popust sta:

- obseg letnega sodelovanja s posameznim oglaševalcem in(al)
- velikost posameznega naročila.

c) paketi "na čakanju/stand by"

Gre za obliko sodelovanja, pri kateri kupec ne izbere končnega termina oglaševanja sam, pač pa to odločitev prepušča zasedenosti kapacitet Europlakata. To omogoča, da kupci, ki jim natančen termin oglaševanja ni bistven in to odločitev prepuščajo Europlakatu, prejmejo ustrezen popust za tak aranžma.

Kriterij za ta popust sta:

- termin oglaševanja in
- dolžina intervala znotraj katerega lahko Europlakat izbere končni termin oglaševanja.

d) "prvominutni/first minute" popust

Europlakat bo ponudbe oblikoval po "prvominutnem" načelu. Manjši odstotek zasedenosti in rezervacij pomeni ugodnejšo ponudbo, z večanjem odstotka zasedenosti in rezervacij se ta vrsta popusta zmanjšuje. Europlakat bo oblikoval "prvominutne" lestvice za posamezne termine (A, B in C) oglaševanja. To omogoča, da kupci, ki zgodaj naročajo, prejmejo ustrezen popust za takšno ravnanje.

Kriterija za ta popust sta:

- odstotek prejetih naročil za posamezen format v posameznem terminu in
- odstotek prejetih rezervacij za posamezen format v posameznem terminu.

- Popusta »na čakanju/stand by" in »prvominutni/first minute« se izključujeta.
- Popusti navedeni pod alinejami a), b), c) in d) niso kumulativni.

Višina popustov, navedenih pod alinejami a), b), c) in d) bo Europlakat odobril kupcu v skladu z lestvico popustov, ki jo bo Europlakat pred vsako spremembo poslal Uradu.

I/6. Europlakat se zavezuje, da bo v času trajanja zavez z javnim razpisom ponudil v podnajem drugim ponudnikom zunanjega oglaševanja za obdobje najmanj enega leta, vendar ne za dlje kot dve leti (najdlje do konca veljavnosti teh zavez), 10% vseh fiksnih jumbo panojev, s katerimi na dan sprejema teh zavez Europlakat razpolaga in jih trži (vključeni tudi fiksni jumbo panoji, ki jih Europlakat zakupuje pri manjših ponudnikih zunanjega oglaševanja), pri čemer lahko ponujene fiksne jumbo panoje najame v paketu ponudnik, ki ponudi najvišjo ceno. Europlakat mora v roku najmanj 8 dni pred vsako javno objavo Uradu posredovati evidenco vseh fiksnih jumbo panojev (po kriterijih: format, statistična regija in kategorija), iz katere je jasno razvidna struktura oglasnih površin, s katerimi Europlakat razpolaga in seznam fiksnih jumbo panojev, ki jih namerava dati v podnajem ter vsebino vsakokratnega javnega razpisa. Pri izboru in določitvi lokacij, ki jih bo Europlakat oddal, se upošteva enakomerna in proporcionalna razporeditev glede na regionalno zastopanost na območju Republike Slovenije (statistične regije) ter enakomerna in proporcionalna zastopanost glede na kategorijo oglasne površine (premium, A, B). V primeru dveh neuspešnih javnih razpisov v obdobju po poteku prvih 12 mesecev od zaključka prvega javnega razpisa, mora Europlakat v naslednjem 12-mesečnem obdobju javni razpis na enak način ponoviti, s tem da objavi prvi javni razpis v drugem 12-mesečnem obdobju 12 mesecev po objavi prvega javnega razpisa v prvem 12-mesečnem obdobju. Nadalje mora Europlakat, v primeru zaključenega neuspešnega javnega razpisa, lokacije, določene v javnem razpisu, dati v podnajem (najdlje za čas do izteka veljavnosti teh zavez) ponudniku, ki tudi izven obdobja trajanja javnega razpisa za te lokacije ponudi vsaj tako ceno, kot je določena v vsakokratnem javnem razpisu.

I/7. Europlakat se zavezuje ponudnikom zunanjega oglaševanja, s katerimi ima sklenjene pogodbe o zakupu oglasnih površin po principu "polno za prazno", v podpis ponuditi aneks k obstoječi pogodbi, na podlagi katerega bo podjetje lahko uveljavilo pravico, da v celoti ali deloma samo trži svoje oglasne površine. Sistem oddaje oziroma zakupa po načelu "polno za prazno" pa takšno podjetje lahko uveljavlja oziroma koristi pri Europlakatu samo za v pogodbi ali v aneksu določeno število in lokacije panojev. Vsebinsko zavez iz te točke bo Europlakat upošteval tudi pri sklepanju bodočih pogodb s ponudniki zunanjega oglaševanja, s katerimi trenutno ne sodeluje.

I/8. Europlakat se zavezuje, da bo besedilo teh zavez javno objavil na svoji spletni strani in z dopisom obvestil vse kupce-pogodbene partnerje, kje na spletni strani je objavil te zaveze.

II. Izpolnitev zavez

II/1. Zavezo iz točke I/1 bo Europlakat izpolnil tako, da bo v bodoče vse pogodbe sklepal izključno v pisni obliki.

II/2. Zaveze iz točk I/2 in I/4 bo Europlakat izpolnil tako, da bo preveril obstoječe pogodbe s svojimi kupci in v primeru, da le-te niso v skladu s sprejetimi zavezami, bo Europlakat v roku 30 dni od sprejema zavez sklenil anekse k pogodbam, s katerimi bo zagotovil skladnost le-teh s sprejetimi zavezami. Europlakat bo predhodno vzorec aneksa in vsakokratne spremembe le-tega posredoval Uradu. Seznam vseh sklenjenih aneksov mora Europlakat posredovati Uradu v roku 30 dni od sklenitve le-teh. Europlakat bo vsebino zavez iz točk I/2 in I/4 upošteval tudi pri sklepanju bodočih pogodb.

II/3. Vsebino zavez I/3 in I/5 bo Europlakat vnesel v obstoječe pogodbe s kupci, ki veljajo tudi po 1.1.2010, v obliki aneksa, katerega vzorec bo predhodno posredovala Uradu, v bodoče pogodbe pa v obliki pogodbениh določil, ki odražajo vsebino zavez iz navedenih točk.

II/4. Zavezo iz točke I/6 bo Europlakat izpolnil tako, da bo v roku 30 dni od sprejema zavez, v vsaj enem dnevniku, ki izhaja na celotnem območju Republike Slovenije in na svoji spletni strani objavil javni razpis za oddajo oglasnih površin (fiksni jumbo panojevi) iz točke I/6. Bistveni elementi razpisnih pogojev so: a) podnajemno razmerje se sklene za obdobje najmanj enega leta in največ dve leti (najdlje do konca veljavnosti zavez), s pričetkom na dan podpisa ustrezne pogodbe, pri čemer se pogodba podpiše v roku 8 dni od uspešno zaključenega razpisa; b) na razpisu ne sme sodelovati podjetje, ki je kakorkoli lastniško ali osebno povezano s podjetjem Europlakat ali z njim povezanimi podjetji oziroma fizična ali pravna oseba, ki deluje po navodilih podjetja Europlakat ali z njim povezanimi podjetji; na razpisu lahko sodelujejo gospodarski subjekti, ki so registrirani za opravljanje dejavnosti posredovanja oglaševalskega prostora in izpolnjujejo vse pogoje iz javnega razpisa; c) podnajemno razmerje se sklene z najboljšim ponudnikom, ki izpolnjuje pogoje razpisa in je ponudil najvišjo ceno za vse ponujene oglasne površine skupaj; d) Europlakat si pridržuje pravico, da pravnega posla ne sklene z nobenim od ponudnikov, kar ne bo štel za neizpolnjevanje teh zavez zgolj v primeru, da je Europlakat za to pridobil predhodno pisno soglasje Urada. Urad bo pri izdaji soglasja upošteval namen potencialnega ponudnika pri najemanju oglasnih površin, ki se oddajajo v podnajem; e) ponujena najemnina ne sme biti višja od dejanskih stroškov, ki jih podjetje Europlakat d.o.o. ima s temi lokacijami; stroški predstavljajo ceno najema (ki vključuje najemnino in morebitne druge stroške vezane na najem), takso, vnaprej znane stroške vzdrževanja panojev (košnja trave, barvanje ogrodja), amortizacijo in stroške financiranja; f) Europlakat mora javni razpis zaključiti najkasneje v roku enega meseca po objavi vsakokratnega javnega razpisa. V primeru, da bo razpis za oddajo oglasnih površin v podnajem neuspešen, se Europlakat zavezuje razpis na enak opisani način in vsebino ponoviti po poteku treh mesecev od prve objave. V primeru dveh neuspešnih javnih razpisov v obdobju po poteku prvih 12 mesecev od zaključka prvega javnega razpisa, mora Europlakat v naslednjem 12-mesečnem obdobju javni razpis na enak način ponoviti, s tem da objavi prvi javni razpis v drugem 12-mesečnem obdobju 12 mesecev po objavi prvega javnega razpisa v prvem 12-mesečnem obdobju. Nadalje mora Europlakat, v primeru zaključenega neuspešnega javnega razpisa, lokacije, določene v javnem razpisu, dati v podnajem ponudniku, ki tudi izven obdobja trajanja javnega razpisa, za te lokacije ponudi vsaj tako ceno, kot je določena v vsakokratnem javnem razpisu. Najemno razmerje se sklene najdlje za obdobje veljavnosti teh zavez. V primeru, da se v času od sprejema teh zavez do ponovnega

razpisa, število fiksnih jumbo panojev, s katerimi Europlakat razpolaga, spremeni, se ustrezno, glede na spremenjeno osnovo, korigira tudi število za oddajo v podnajem namenjenih površin. Europlakat mora najkasneje 8 dni pred vsakokratnim javnim razpisom Uradu posredovati evidenco vseh fiksnih jumbo panojev (po kriterijih: format, statistična regija in kategorija), iz katere je jasno razvidna struktura oglasnih površin, s katerimi Europlakat razpolaga in seznam posameznih fiksnih jumbo panojev, ki jih namerava dati v podnajem ter vsebino predlaganega oglasa - javnega razpisa za oddajo fiksnih jumbo panojev.

II/5. Zavezo iz točke I/7 bo Europlakat izpolnil tako, da bo v roku 60 dni po sprejemu zavez Uradu predložil kopije aneksov s pogodbenimi partnerji (ponudniki zunanjega oglaševanja), s katerimi se zakupno razmerje ureja v skladu s točko I/7, oziroma pisno izjavo direktorja oziroma uprave podjetja, da ne bo podpisal(a) takšnega aneksa. V primeru sklepanja bodočih pogodb s ponudniki zunanjega oglaševanja, s katerimi trenutno ne sodeluje, bo Europlakat v pogodbe vnesel določila, ki bodo vsebinsko skladna z zavezo iz točke I/7. Europlakat bo v roku 15 dni od podpisa pogodbe s ponudniki zunanjega oglaševanja, s katerimi trenutno ne sodeluje, kopijo pogodbe posredoval Uradu.

II/6. Zavezo iz točke I/8 bo Europlakat izpolnil v 3 dneh po vročitvi odločbe, ki se nanaša na te zaveze. Obvestilo o javni objavi na svoji spletni strani z izjavo Europlakata, da je o tem obvestil kupce, iz točke I/8 bo družba posredovala Uradu v 8 dneh po objavi.

III. Obveznosti

III/1. Europlakat se zavezuje, da bo v času veljave teh zavez Uradu najkasneje v 30 dneh po poteku prvega 12-mesečnega obdobja šteto od objave prvega javnega razpisa in 30 dneh po preteku drugega 12-mesečnega obdobja, posredoval poročili o izpolnjevanju zavez. Poročilo mora vsebovati:

- seznam javnih razpisov, iz katerega naj bo razviden datum objave in datum zaključka posameznega javnega razpisa, imena podjetij, ki so se na posamezni razpis prijavila, ime podjetja, ki je bilo izbrano in razloge za njegov izbor;
- seznam kupcev, iz katerega naj bo razvidno ime kupca, obdobje, za katero je sklenjena pogodba ter vsi popusti za določenega kupca, ki izhajajo iz pogodbe.

III/2. Zaveze se sprejemajo za obdobje od dneva, ko družba Europlakat d.o.o. prejme odločbo, pa do poteka 24 mesecev šteto od datuma zaključka prvega javnega razpisa.

OBRAZLOŽITEV:

1. Urad za varstvo konkurence RS je dne 21.5.2008 zoper Europlakat d.o.o. uvedel postopek zaradi domnevne kršitve 9.člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence in 82.člena Pogodbe ES. Europlakat naj bi zlorabil svoj domnevno prevladujoč položaj na trgu ponudbe oglasnega prostora za zunanje oglaševanje, na katerem se ocenjuje, da ima preko 60% tržni delež, s tem ko naj bi s sistemom osnovnih in dodatnih popustov, za zakup oglasnih površin za zunanje oglaševanje kupce vezal nase in jih med seboj diskriminiral.
2. Europlakat predlaga zgornje zaveze, da bi odpravil pomisleke Urada glede domnevne kršitve konkurenčnih predpisov in dokazal, da pri svojem poslovanju v celoti upošteva konkurenčno pravo. Namen predlaganih zavez je zagotoviti, da bodo vsi tržni produkti Europlakata na enak način, pod istimi pogoji in na nediskriminatoren način dostopni vsem kupcem.
3. Cilji predlaganih zavez so naslednji:

Ad I/1: Predlagana obveznost formalne obličnosti sklenjenih dogovorov in pogodb zagotavlja pregledno dokumentirano poslovanje. Uradu to omogoča pregled in kontrolo nad izvajanjem sprejetih zavez.

Ad I/2: Cilj predlagane zaveze, da pogodbe, ki jih Europlakat sklepa s svojimi kupci, ne vsebujejo zahteve po izključnem sodelovanju z Europlakatom, je zagotoviti nediskriminatornost in enako obravnavo vseh kupcev.

Ad I/3: Z istim ciljem, torej zagotoviti nediskriminatornost in enako obravnavo kupcev, je predlagana zaveza uporabljati transparentno, nediskriminatorno in stroškovno utemeljeno dodeljevanje popustov vsem kupcem ter pogodbeni odnos z njimi oblikovati tako, da bodo cenik in popusti po posameznih kriterijih, (navedenih v nadaljnjih točkah predlaganih zavez) sestavni del pogodbe s kupcem.

Ad I/4: Zaveza Europlakata, da s kupci ne bo oblikoval takšnega odnosa, ki bi kupca lahko kakorkoli oviral pri sodelovanju z ostalimi ponudniki na področju zunanjega oglaševanja, je predlagana s ciljem odprave kakršnegakoli suma storitve domnevne kršitve konkurenčnih predpisov.

Ad I/5: V obrazložitvi zaveze pod točko I/2 je navedeno, da predlagana zaveza Europlakata uresničuje transparentno, nediskriminatorno in stroškovno utemeljeno cenovno politiko ter dodeljevanje popustov. Zaveza iz točke I/5 pa še nadalje konkretizira načelo transparentnosti in enake obravnave vseh kupcev; V navedeni zavezi so namreč transparentno navedene vrste popustov (osnovni popust, količinski popust na promet posameznega oglaševalca in paket popusta stand by/na čakanju) in kriteriji za njihovo dodeljevanje.

Ad I/6: S ciljem prepričati in odpraviti sume o domnevnih kršitvah konkurenčnih predpisov, predvsem pa ugoditi pomislekom Urada glede domnevne prevelike tržne moči Europlakata, je slednji sprejel zavezo, da na trgu ostalim ponudnikom zunanjega oglaševanja v podnajem ponudi določen delež vseh svojih fiksnih jumbo panojev. Z izpolnitvijo te zaveze je Europlakat torej pripravljen celo zmanjšati število svojih oglasnih površin na trgu zunanjega oglaševanja in s tem pristaja na določeno oslabitev svojega tržnega deleža in položaja. Gre za paketno ponudbo določenega števila oglasnih površin, ki jih bo Europlakat namenil v podnajem tretjemu, pri čemer se bo pri določanju lokacij panojev upoštevalo načelo enakomerne in proporcionalne razporeditve glede na regionalno zastopanost na območju Republike Slovenije (statistične regije) ter enakomerne in proporcionalne zastopanosti glede na kategorijo oglasne površine (premium, A, B). V zavezah je natančno opisan postopek izvedbe razpisa oddaje oglasnih površin.

Ad I/7: Tudi cilj te zaveze je odpraviti dvome in pomisleke Urada glede domnevne kršitve konkurenčnih predpisov. S to predlagano zavezo Europlakat pripravljen ponudnikom zunanjega oglaševanja, s katerimi ima sklenjene pogodbe o najemu oglasnega prostora po načelu »polno za prazno«, ponuditi možnost odločitve, da oglasne površine v celoti ali delno nadalje tržijo sami. V ta namen bo Europlakat vsem takšnim ponudnikom zunanjega oglaševanja v podpis ponudil ustrezni aneks, s podpisom katerega se bodo ponudniki zunanjega oglaševanja sami odločili, na kakšen način želijo nadalje sodelovati s podjetjem Europlakat.

Ad I/8: Cilj te zaveze je obvestiti vse kupce in poslovne partnerje o tem, da so bile v smislu zagotavljanje večje preglednosti in njihove enake obravnave oziroma nediskriminatornosti, sprejete zadevne zaveze.

Predlagane zaveze (oz. njihovo izpolnjevanje) bodo zagotovile, da bo Europlakat tudi v prihodnje upošteval pravila konkurenčnega prava in bodo torej učinkovito odpravile oz. preprečevale nastanek (domnevnih) okoliščin, iz katerih je izhajal sum kršitve konkurenčnega prava, kot izhaja iz Sklepa o uvedbi postopka zaradi domnevne kršitve 9.člena ZPomK in 82.člena Pogodbe ES, z dne 21.5.2008.

Europlakat d.o.o.