



**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: 3061-15/2014-15

Datum: 19. 9. 2014

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Krašek kot predsednik senata ter dr. Aleš Kuhar, Franci Pušenjak in Simon Tantegel kot člani senata, na podlagi 12. in 12. o členu Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence<sup>1</sup> (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij Dober Večer, holdinška družba, d.o.o., Ulica Štefana Kovača 10, 9000 Murska Sobota, ki ga zastopata direktorja Sašo Todorovič in Uroš Hakl, in ki ju po pooblastilu zastopa odvetnica Bojana Pretnar Todorovič, Dunajska cesta 106, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Dober Večer), in Večer časopisno založniško podjetje d.d., Ulica slovenske osamosvojitve 2, 2000 Maribor (v nadaljevanju: ČZP Večer), ki ga zastopa direktor Jure Štruc, na zahtevo, na nejavni seji dne 19. 9. 2014 naslednjo

## **ODLOČBO**

- 1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij Dober Večer, holdinška družba, d.o.o., Ulica Štefana Kovača 10, 9000 Murska Sobota, in Večer časopisno založniško podjetje d.d., Ulica slovenske osamosvojitve 2, 2000 Maribor, ne nasprotuje. Koncentracija je skladna s pravili konkurence.**
- 2. Med postopkom niso nastali posebni stroški.**

## **Obrazložitev**

### **I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA**

- Agencija je dne 28. 7. 2014 prejela priglasitev koncentracije podjetij Dober Večer in ČZP Večer. Priglasitelj koncentracije je podjetje Dober Večer.
- Predmet koncentracije je 79,24 % kapitalski delež v osnovnem kapitalu podjetja ČZP Večer, ki ga bo pridobilo podjetje Dober Večer na podlagi "Kupoprodajne pogodbe za delnice družbe Večer časopisno založniško podjetje d.d." (v nadaljevanju: pogodba)<sup>2</sup> z dne 10. 7. 2014, sklenjene med podjetjem Delo časopisno in založniško podjetje d.d., Ljubljana, Dunajska 5, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Delo) kot prodajalcem in podjetjem Dober Večer kot kupcem. Podjetje Dober Večer bo imelo po izvedeni koncentraciji 79,24 % kapitalski delež v osnovnem kapitalu podjetja ČZP Večer, s čimer bo pridobilo izključno kontrolo nad navedenim podjetjem.
- V skladu s prvim odstavkom 43. člena ZPOmK-1 morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe ali objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči s prvim od teh dogodkov. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih natančneje določa na podlagi šestega odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij<sup>3</sup> (v nadaljevanju: Uredba). Ker je bila

<sup>1</sup> Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 Odl.US: U-I-40/12-31, 63/13-ZS-K in 33/2014.

<sup>2</sup> Priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-1.

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

priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj na poziv Agencije dne 21. 8. 2014 in dne 15. 9. 2014 ustrezno dopolnil, s čimer je priglasitev postala popolna.

4. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah<sup>4</sup> (v nadaljevanju: ZUT) je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000 EUR.
5. Glavna dejavnost podjetja Dober Večer je dejavnost holdingov. Podjetje Dober Večer je bilo ustanovljeno z namenom nakupa 79,24 % kapitalskega deleža v osnovnem kapitalu podjetja ČZP Večer, pri čemer je bilo vpisano v sodni register dne 18. 2. 2014. Podjetje Dober Večer je v lasti dveh družbenikov, Uroša Hakla in Saša Todorovića, ki obvladujeta vsak po 50 % poslovni delež navedenega podjetja.
6. Poleg deleža v podjetju Dober Večer, ima družbenik Sašo Todorović poslovne deleže tudi v drugih podjetjih, in sicer v podjetju [REDACTED], katerega glavna dejavnost so [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež), v podjetju [REDACTED], ki se ukvarja z dejavnostjo [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež), in v podjetju [REDACTED], ki deluje [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež). Priglasitelj je navedel, da je Sašo Todorović iz podjetja [REDACTED], ki se ukvarja z dejavnostjo [REDACTED], dne 29. 8. 2014 izstopil (pred tem je bil lastnik [REDACTED] % poslovnega deleža), pri čemer s tem podjetjem ni več v nikakršnem pravno formalnem ali drugačnem razmerju, niti nima kakršnega koli drugega pogodbenega razmerja.<sup>5</sup>
7. Drugi družbenik podjetja Dober Večer Uroš Hakl ima v lasti [REDACTED] % poslovni delež v podjetju [REDACTED], katerega glavna dejavnost je [REDACTED]. Podjetje [REDACTED] ima [REDACTED] % poslovni delež v podjetju [REDACTED], ki se ukvarja z dejavnostjo [REDACTED], in [REDACTED] % poslovni delež v podjetju [REDACTED], katerega glavna dejavnost je [REDACTED]. Podjetje [REDACTED] ima [REDACTED] % kapitalski delež v podjetju [REDACTED], ki se ukvarja s [REDACTED], [REDACTED] % poslovni delež v podjetju [REDACTED], ki je dejavno na področju [REDACTED], in [REDACTED] % poslovni delež v podjetju [REDACTED], ki [REDACTED]. Podjetje [REDACTED] je matično podjetje [REDACTED] in obvladuje naslednja podjetja v skupini: podjetje [REDACTED], ki se ukvarja [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež), podjetje [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež), podjetje [REDACTED], katerega glavna dejavnost je [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež), podjetje [REDACTED], ki [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež), in podjetje [REDACTED], ki se ukvarja [REDACTED] ([REDACTED] % poslovni delež). Podjetje [REDACTED] ima [REDACTED] % poslovni delež v podjetju [REDACTED] in [REDACTED] % poslovni delež v podjetju [REDACTED], ki se ukvarja z dejavnostjo [REDACTED].
8. Ciljno podjetje ČZP Večer je eno od vodilnih časopisnih hiš v Sloveniji in časopisni medij v Severovzhodni Sloveniji. Registrirano je za opravljanje različnih dejavnosti, pri čemer je osnovna dejavnost družbe izdajanje dnevnika Večer<sup>6</sup>. Podjetje ČZP Večer je v letu 2013 izdajalo še naslednje edicije: posebno izdajo Večera - Večerko, tednik 7 dni, revijo Naš dom, posebne izdaje revije Naš Dom (Lep vrt, Velikonočni sladki prazniki, Sodobne hiše, Lepi slovenski vrtovi, Sladki prazniki in Moji kvadrati), revije Science Illustrated in Blinker. Enkrat tedensko so bile dnevniku Večer priložene še posebne brezplačne priloge. Poleg izdaje in prodaje lastnih edicij je podjetje Večer opravljalo še storitve razvoza, raznosa in prodaje tudi za druge domače in tuje založnike, posebno

<sup>4</sup> Uradni list RS, št. 106/10-UPB5.

<sup>5</sup> Zgodovinski izpis iz sodnega/poslovnega registra za podjetje [REDACTED] (prej [REDACTED]) z dne 11.9.2014.

<sup>6</sup> Dnevnik Večer je eden najpomembnejših medijskih blagovnih znamk v Sloveniji in najbolj brani dnevni časopis v severovzhodni regiji Slovenije (Vir: Strategija razvoja podjetja ČZP Večer, str. 8; priloga dokumenta opr. 3061-15/2014-2).

pozornost pa podjetje namenja tudi projektu prenove spletne strani vecer.com, s katero omogočajo bralcem ponudbo vsebin po vseh kanalih, ki jih uporabljajo njihovi bralci.<sup>7</sup> Ob koncu leta 2013 je bilo v delniško knjigo vpisanih 60 delničarjev, med katerimi sta imela največji delež podjetje Delo (79,24 %) in Slovenska odškodninska družba, d.d. (10,00 %), manjše deleže pa so imela naslednja podjetja: Delo Prodaja, d.d. (6,94 %), Infond Holding, finančna družba, d.d. - v stečaju (0,01 %) in fizične osebe (3,81 %).<sup>8</sup> Podjetje ČZP Večer ima 6,52 % kapitalski delež v podjetju Dnevnik, družba medijskih vsebin d.d. Kopitarjeva ulica 2, 1000 Ljubljana in, kot navaja priglasitelj, neposredno ali posredno ne obvladuje nobeno podjetje.

9. Agencija je podjetju Delo z odločbo opr. št. 306-195/2008-57 z dne 23. 9. 2009 naložila, da mora za odpravo učinkov izvedene prepovedane koncentracije podjetij Delo in ČZP Večer odsvojiti vsaj 191.943 delnic ali najmanj 75 % kapitalskega deleža v osnovnem kapitalu podjetja ČZP Večer, pri čemer mora za odsvojitev pridobiti soglasje Agencije. Agencija je dne 18. 8. 2014 podjetju Delo izdala soglasje opr.št. 306-195/2008-279, s katerim je dovolila prodajo 191.943 delnic ali 75 % kapitalskega deleža v osnovnem kapitalu podjetja ČZP Večer podjetju Dober Večer. Priglasitelj je navedel, da je dne 2. 7. 2014 tudi od Ministrstva za kulturo Republike Slovenije pridobil soglasje<sup>9</sup> k pridobitvi več kot 20 % lastninskega ali upravljalškega deleža oziroma glasovalnih pravic v podjetju ČZP Večer.
10. Podjetje Dober Večer je predstavilo poslovno strategijo razvoja podjetja ČZP Večer v prihodnosti, iz katere izhaja<sup>10</sup>, da ima kupec vizijo in poslanstvo ter s tem namen ne samo ohranjati ampak tudi razvijati podjetje ČZP Večer v učinkovitega konkurenta na trgu. Vizija podjetja Dober Večer je, da bi Večer v štirih letih postal najbolj prodorna medijska hiša, ki združuje kvalitetno novinarstvo z vsebinami, ki so zanimive in pomembne za uporabnike na nacionalnem nivoju. Ob krepitvi tiskane izdaje in njegovih edicij bo kupec veliko pozornosti usmeril tudi v razvoj vsebin na spletu in drugih sodobnih platformah. Razvila naj bi se interaktivnost vsebin na številnih platformah: tiskana izdaja, splet, družbena omrežja, kot so Twitter, Facebook, Instagram, Vine in Flickr.

## 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 (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja ter (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.
13. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij po drugi alineji prvega odstavka 10. člena ZPOMK-1 nastala dne 10. 7. 2014, ko je podjetje Dober Večer kot kupec sklenilo pogodbo s podjetjem Delo kot prodajalcem, na podlagi katere bo podjetje Dober

<sup>7</sup> Letno poročilo za leto 2013 podjetja ČZP Večer, str. 16.

<sup>8</sup> Letno poročilo podjetja ČZP Večer za leto 2013, str. 43.

<sup>9</sup> Opr.št. 61513-6/2014.

<sup>10</sup> Priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-11.

Večer pridobilo 2202.788 navadnih delnic podjetja ČZP Večer (označenih z »VEMG«, ISIN koda SI0031102435), kar predstavlja 79,24 % skupnega nominalnega osnovnega kapitala podjetja ČZP Večer.

14. Iz Prečiščenega besedila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij<sup>11</sup> (v nadaljevanju: Obvestilo Komisije) izhaja, da izključna kontrola obstaja, če lahko samo eno podjetje izvaja odločilni vpliv nad drugim podjetjem. Podjetje Dober Večer bo s pridobljenim lastniškim deležem podjetja ČZP Večer po izvedeni koncentraciji samostojno določalo strateške poslovne odločitve zadevnega podjetja, s čimer bo pridobilo izključno kontrolo nad navedenim podjetjem.
15. Takšna pridobitev kontrole nad drugim podjetjem predstavlja koncentracijo v smislu druge alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1, ki jo je treba, v primeru doseganja pragov letnega prometa iz 42. člena ZPOmK-1, obvezno prijaviti Agenciji.

## **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 prijaviti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 35 milijonov evrov in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 1 milijon evrov ali je letni promet v primeru iz tretje alineje prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 vsaj dveh v koncentraciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegel 1 milijon evrov.
17. Iz predloženih finančnih podatkov priglavitelja ter javno dostopnih podatkov izhaja, da podjetje Dober Večer, glede na to, da je bilo ustanovljeno šele v letu 2014, v preteklem poslovnem letu ni ustvarilo prihodkov od prodaje, z njim povezana podjetja pa so po podatkih priglavitelja v letu 2013 na trgu Republike Slovenije, upoštevajoč pravila o dodelitvi prometa v koncentraciji udeleženih podjetij in z njimi povezanih podjetij, kot jih določa Obvestilo Komisije, dosegla skupni letni promet [REDACTED] EUR. Čisti prihodki od prodaje ciljnega podjetja ČZP Večer na trgu Republike Slovenije so v enakem obdobju znašali 12.905.230 EUR<sup>12</sup>. Navedeno pomeni, da je presežen prag 35 mio EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1, ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
18. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru koncentracije podjetij ČZP Večer in Dober Večer sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podjetij podrejena določbam ZPOmK-1.

## **C Pristojnost Agencije**

19. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij<sup>13</sup> (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 Agencije<sup>14</sup> je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.<sup>15</sup>

<sup>11</sup> UL C 95, 16.4.2008, str. 1–48, odst. 54.

<sup>12</sup> Revidirano letno poročilo podjetja ČZP Večer za leto 2013, str. 85.

<sup>13</sup> UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

<sup>14</sup> Dolžnost izhaja tako iz načela lojalnosti, ki je opredeljeno v tretjem odstavku 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26.10.2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

<sup>15</sup> 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.

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 5000 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 2500 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. Priglasitelj je navedel, da priglašena koncentracija po nobenem izmed kriterijev Uredbe ES o združitvah nima razsežnosti EU. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, saj je skupni promet prevzetega podjetja ČZP Večer d.d. na trgu EU v letu 2013 znašal 13.007.420 EUR<sup>16</sup>, zaradi česar ni presežen prag iz točke (b) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR), kot tudi ne iz točke (a) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (vsu udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5000 mio EUR skupnega prometa), saj je znašal skupni promet obeh v koncentraciji udeleženih podjetij in z njima povezanih podjetij na svetovnem trgu po navedbah priglasitelja [REDACTED] EUR. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da zadevna koncentracija po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah nima razsežnosti skupnosti. Ker vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ne ustvarijo več kakor 2500 mio EUR skupnega prometa, ni presežen tudi prag iz točke (a) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah razsežnost EU. Ker morajo biti pogoji iz tretjega odstavka 1. člena Uredbe izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence, na podlagi nacionalnega prava o konkurenci, na Agenciji.

### III. SKLADNOST S PRAVILI KONKURENCE

#### A Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg

22. Skladno s sedmo točko 3. člena ZPOmK-1 je upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg tisti trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive. Zamenljivi so tisti proizvodi oziroma storitve, ki so v očeh uporabnika z vidika lastnosti, cene in namena uporabe medsebojno zamenljivi ali nadomestljivi. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.
23. Podjetje ČZP Večer je v preteklih dveh letih ustvarilo več kot [REDACTED] % čistih prihodkov od prodaje na slovenskem trgu oziroma [REDACTED] EUR s prodajo tiskanih edicij in njihovih posebnih izdaj, ter s prodajo tiskanih edicij drugih založnikov, več kot [REDACTED] % čistih prihodkov od prodaje oziroma [REDACTED] EUR pa je podjetje ustvarilo s prodajo oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih, s komercialnimi vlaganji, z d-programi<sup>17</sup> in s prodajo oziroma opravljanjem storitev za druge.

<sup>16</sup> Revidirano letno poročilo podjetja ČZP Večer za leto 2013, str. 85.

<sup>17</sup> Prihodki iz naslova naročnin na e-vsebine dnevnika Večer.

24. Podjetje Dober Večer in z njim povezana podjetja ustvarjajo prihodke na trgu Republike Slovenije z opravljanjem povsem drugih dejavnosti, kot podjetje ČZP Večer, med katerimi so: dejavnost holdingov, tehnični pregledi, podjetniške in poslovne storitve, računalniško programiranje, posredništvo pri prodaji raznovrstnih izdelkov, trgovina na debelo z lesom, gradbenim materialom in sanitarno opremo, pridelava žit in drugih poljščin, nespecializirano posredništvo pri prodaji raznovrstnih izdelkov, proizvodnja krmil, prašičereja, veterina, pridelava žit, stročnic in oljaric, proizvodnja mesa, in reja perutnine, govedoreja.
25. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da podjetje Dober Večer in z njim povezana podjetja ter podjetje ČZP Večer delujejo na različnih upoštevni trgih, ki med seboj niso povezani. Koncentracija na teh trgih zato ne bo imela učinkov, saj predstavlja konglomeratno združevanje dejavnosti. Konglomeratne združitve so združitve, ki niso ne v horizontalnem ne v vertikalnem odnosu in v večini primerov ne vzbujajo pomislekov glede konkurence.<sup>18</sup>
26. Ker v primeru zadevne koncentracije ne prihaja do prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih in z njimi povezanih podjetij in ker ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence, dokončna določitev upoštevni storitvenih/proizvodnih trgov ni potrebna.
27. Na podlagi podatkov, ki jih je posredoval priglasitelj, pa je Agencija ugotovila, da bi lahko podjetja, povezana s podjetjem Dober Večer, nastopila kot kupci oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih, na katerem deluje podjetje ČZP Večer. Ker so tržni deleži, ki jih podjetje ČZP Večer dosega na trgu oglaševanja v tiskanih in e-medijih, kot bo navedeno v nadaljevanju, nizki, in ker v primeru zadevne koncentracije ni izkazana nevarnost za nastanek proti konkurenčnih učinkov, Agencija trga prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih ni dokončno opredelila.

## **B Upoštevni geografski trg**

28. V skladu z osmo točko 3. člena ZPOmK-1 je upoštevni geografski trg tisti trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodnem trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji in nakupu proizvodov in storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče oddeliti od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence na teh območjih bistveno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevni trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
29. Ker priglašena koncentracija ne povzroča sprememb, ki bi ustvarile resen sum ustvarjanja oziroma krepitve prevladujočega položaja in ker upoštevni storitveni/proizvodni trgi niso bili dokončno določeni, dokončna določitev upoštevni geografskega trga ni potrebna.

## **C Presoja koncentracije**

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

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

31. Ker bi lahko podjetja, povezana s podjetjem Dober Večer, nastopila kot kupci oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih podjetja ČZP Večer, je Agencija v nadaljevanju preučila morebitne učinke koncentracije na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih.
32. Priglasitelj je navedel, da je bila dejanska velikost trga oglaševanja v tiskanih medijih v Republiki Sloveniji v letu 2013 med 46.850.992 EUR in 70.276.489 EUR<sup>19</sup>, pri čemer je podjetje ČZP Večer v enakem obdobju ustvarilo 3.428.465 EUR prihodkov od oglaševanja v tiskanih medijih. Oglaševalski prihodki podjetja ČZP Večer so se od leta 2010 do 2013 zmanjšali za 30,7 %, največ na račun zmanjšanja oglaševanja v časopisu Večer, čigar oglaševalski prihodki so se zmanjšali za 29,4 % oziroma za 1.135.577 EUR.<sup>20</sup> Na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih medijih je tržni delež podjetja ČZP Večer, glede na ustvarjene prihodke od oglaševanja v tiskanih medijih, v letu 2013 znašal med 5 % in 7,5 %. Količinski tržni delež podjetja ČZP Večer na trgu oglaševanja v tiskanih medijih v Republiki Sloveniji (na podlagi naklade) pa je nekoliko višji in je v letu 2013 znašal 12,5 %.<sup>21</sup>
33. Velikost trga oglaševanja v internetnih medijih je v letu 2013 v Republiki Sloveniji znašala med 11.240.135 EUR in 16.860.090 EUR<sup>22</sup>, podjetje ČZP Večer pa je v enakem obdobju ustvarilo 140.000 EUR prihodkov iz oglaševanja v e-medijih, kar pomeni, da je znašal tržni delež podjetja ČZP Večer na trgu oglaševanja v internetnih medijih v Sloveniji v letu 2013 med 0,8 % in 1,2 %.
34. Podjetja iz skupine Parvita so v letu 2013 za celotno oglaševanje namenile 89.538 EUR, od tega za celotno oglaševanje v tiskanih medijih 19.626 EUR, kar predstavlja 0,57 % celotnih prihodkov podjetja ČZP Večer, ustvarjenih s prodajo oglasnega prostora v tiskanih medijih v preteklem letu oziroma od 0,04 % do 0,03 % celotnih prihodkov, ustvarjenih s prodajo oglasnega prostora v tiskanih medijih v Republiki Sloveniji. Ostala podjetja, udeležena v koncentraciji po navedbah priglasitelja v letu 2013 niso oglaševala. Priglasitelj je še navedel, da podjetja, udeležena v koncentraciji, na nobenem od trgov, kjer delujejo, nimajo znatne stopnje tržne moči.
35. Po mnenju Agencije združeni subjekt nima zadostne tržne moči na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih medijih (tržni delež med 5 % in 7,5 %) in e-medijih (tržni delež med 0,8 % in 1,2 %), da bi do omejevanja oz. izključevanja lahko prišlo, poleg tega na tem trgu delujejo še drugi, večji ponudniki oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih, podjetje Delo d.d. (41,8 % tržni delež v letu 2012), Dnevnik d.d. (21,7 % tržni delež v letu 2012), Finance d.o.o. (8,3 % tržni delež v letu 2012) in ostali (Primorske novice, Gorenjski glas, Pomurski vestnik, Dolenjski list idr.)<sup>23</sup>, ki bi se lahko odzvali na morebitno omejevanje oz. izključevanje podjetja ČZP Večer. Časopis Večer je tretji največji dnevni časopis v Republiki Sloveniji, ki je geografsko najbolj prisoten v severovzhodni regiji Slovenije, kjer sta prisotna tudi dnevnika Delo in Dnevnik<sup>24</sup>. Po mnenju Agencije združeno podjetje ne bi imelo spodbude za omejevanje dostopa do virov dobav ali trgov dejanskim ali potencialnim konkurentom, saj podjetja, ki sodijo v skupino Dober Večer in ki bi lahko bila potencialni kupci oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih podjetja ČZP Večer, niso veliki oglaševalci v tiskanih medijih (predstavljajo le 0,57 % delež ustvarjenih prihodkov s prodajo oglasnega prostora v tiskanih medijih podjetja ČZP Večer), in bi s takšnim ravnanjem samo tvegalo izgubo prihodkov. Navedeno po mnenju Agencije ni verjetno, saj na trgu oglaševanja v tiskanih medijih poteka ostra konkurenca med ponudniki oglasnega prostora za oglaševalske prihodke, ki v letih od 2007 do 2012 beležijo padec za 26 % oziroma za 40 mio EUR na nacionalnem nivoju (razlog za padec trga je v preusmerjanju

<sup>19</sup> Ker bruto prihodki od oglaševanja v tiskanih medijih ne odražajo dejanske velikosti trga, saj ne upoštevajo popustov, ki jih tiskani mediji odobrijo oglaševalcem, predstavlja navedeni podatek o velikosti trga oglaševanja v tiskanih medijih neto prihodke od oglaševanja.

<sup>20</sup> Vir: Strategija razvoja ČZP Večer (priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-11, str. 4 in 6).

<sup>21</sup> Vir: Strategija razvoja ČZP Večer (priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-11, str. 8).

<sup>22</sup> Podatki priglasitelja po podatkih Agencije za raziskovanje trga in medijev Mediana IBO (neto prihodki od oglaševanja).

<sup>23</sup> Vir: Strategija razvoja ČZP Večer (priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-11, str. 9).

<sup>24</sup> Vir: Strategija razvoja podjetja ČZP Večer (priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-11).

oglaševalskih proračunov v druge kanale, npr. TV in internet, delno pa tudi v padcu proste prodaje in naročnine večine tiskanih medijev, kar se odraža v padcu branosti vseh slovenskih dnevnih časopisov, vključno s časopisom Večer). Ponudniki oglasnega prostora zaradi navedenega stanja na trgu oglaševanja v tiskanih medijih nudijo kupcem oglasnega prostora vedno večje popuste in dodatne storitve.<sup>25</sup> Poleg navedenega obstaja tudi velika nevarnost substitutov, kar se odraža v obliki porasta brezplačnih dnevnikov, porasta internetnih ponudnikov vsebin in porasta aplikacij, ki preko novih naprav filtrirajo in dostavljajo vsebine.<sup>26</sup>

36. Združeno podjetje na trgu prodaje oglasnega prostora v tiskanih in e-medijih po izvedeni koncentraciji ne bo imelo takšne tržne moči, da bi lahko vplivalo na pogoje konkurence na tem trgu in omejilo dostop do trga ostalim udeležencem ali kako drugače omejilo učinkovito konkurenco na trgu.

#### IV. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

37. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku<sup>27</sup> mora organ odločiti o stroških postopka. Glede na to, da posebni stroški v postopku niso nastali, je organ odločil, kot izhaja iz druge točke izreka.

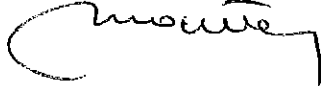
#### V. ZAKLJUČEK

38. Na podlagi posredovanih podatkov priglasiatelja koncentracije in ob upoštevanju javno dostopnih podatkov Agencija ugotavlja, da v zadevi priglašene koncentracije ni izkazan resen sum o neskladnosti koncentracije s pravili konkurence. Koncentracija ne bo ustvarjala oziroma krepila prevladujočega položaja, ki bi hkrati pomenil zmanjšanje ali onemogočanje učinkovite konkurence. Agencija zato koncentraciji, na podlagi tretjega odstavka 46. člena ZPOmK-1, ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence.

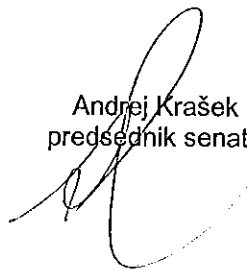
#### POUK O PRAVNEM SREDSTVU

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

Postopek vodila:  
Nina Maček  
strokovna sodelavka



Andrej Krašek  
predsednik senata



#### Vročiti:

- Dober Večer, holdinška družba, d.o.o., Ulica Štefana Kovača 10, 9000 Murska Sobota - osebno po ZUP; **po pooblaščencu:** odvetnica Bojana Pretnar Todorovič, Dunajska, cesta 106, 1000 Ljubljana.

#### Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

#### Objaviti:

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

<sup>25</sup> Vir: Strategija razvoja ČZP Večer (priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-11, str. 9).

<sup>26</sup> Vir: Strategija razvoja ČZP Večer (priloga dokumenta opr. št. 3061-15/2014-11, str. 15).

<sup>27</sup> Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, 105/06-ZUS-1, 126/07, 65/08, 47/09 Odl.US: U-I-54/06-32 (48/09 popr.), 8/10 in 82/13.