



**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: 3062-3/2014-221

Datum: 9. 1. 2023

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Matvoz kot predsednik senata, mag. Mirjana Rozman in Istok Prodan kot člani senata, na podlagi 12., 12.o člena ter prvega odstavka 40. člena Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence<sup>1</sup> (v nadaljevanju: ZPOmK-1), v postopku ugotavljanja kršitve 9. člena ZPOmK-1 in 102. člena Pogodbe o delovanju Evropske unije<sup>2</sup> (v nadaljevanju: PDEU), ki ga je Agencija uvedla proti podjetjem United Media Limited, 1 Aiolou & Panayioti Diomidous, 9, Katholiki, 3020 Limassol, Ciper, United Media Distribution S.R.L., 1-5 G-ral David Praporgescu, 5th floor, app.12, 2nd District, Bukarešta, Romunija, in IKO Media Pro, storitve medijske produkcije, d.o.o., Kidričeva ulica 22A, 1233 Dob (vsi skupaj: podjetje IKO), ki jih po pooblastilu zastopa Odvetniška družba Pantelič, Grad in partnerji o.p., d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana, na nejavni seji 9. 1. 2023, naslednji

## **S K L E P**

- 1. Postopek ugotavljanja kršitve 9. člena ZPOmK-1 in 102. člena PDEU, ki ga Agencija vodi pod opr. št. 3062-3/2014 proti podjetju IKO, se ustavi.**
- 2. Izrek sklepa se objavi na spletni strani Agencije.**
- 3. V postopku izdaje tega sklepa niso nastali posebni stroški.**

<sup>1</sup> Uradni list RS, št. 36/2008, 40/2009, 26/2011, 87/11, 57/12, 39/13-odločba US, 63/13-ZS-K in 33/14, 76/15 in 23/17.

<sup>2</sup> Uradni list C št. 326 z dne 26. 10. 2012.

## Obrazložitev:

### I. STRANKA POSTOPKA

1. V skladu z določbo prvega odstavka 16. člena ZPOmK-1 je »stranka postopka« *podjetje, proti kateremu se vodi postopek*. V skladu z določbo 1. točke prvega odstavka 3. člena ZPOmK-1, je »podjetje« *subjekt, ki opravlja gospodarsko dejavnost, ne glede na njegovo pravnoorganizacijsko obliko in lastninsko pripadnost*. V skladu z določili 1. točke prvega odstavka 3. člena ZPOmK-1, je »gospodarska dejavnost« *vsaka dejavnost, ki se opravlja proti plačilu na trgu*.
2. Agencija je s sklepom št. 3062-3/2014-6 z dne 24. 2. 2015 uvedla zadevni postopek zoper podjetje IKO, ki so ga v času uvedbe postopka sestavljale družbe:
  - United Media Limited, 1 Aiolou & Panayioti Diomidous, 9, Katholiki, 3020 Limassol, Ciper (ob uvedbi postopka: 1 Poseidonos street, Ledra Business Centre, P.C. 2406, Egkomi, Nikozija, Ciper);
  - United Media Distribution S.R.L., 1-5 G-ral David Praporgescu, 5th floor, app.12, 2nd District, Bukarešta, Romunija (v nadaljevanju: UMD) – 3. 4. 2015 prodana tretji osebi izven podjetja United Media in
  - IKO Media Pro, storitve medijske produkcije, d.o.o., Kidričeva ulica 22A, 1233 Dob, Slovenija (v nadaljevanju: IKO Media Pro) – 3. 8. 2016 izbrisana iz sodnega registra<sup>3</sup>.
3. Podjetje United Media Limited, proti kateremu je bil uveden predmetni postopek, je del skupine United Group, ki deluje v organizacijski obliki več družb, v okviru katerih je med trajanjem postopka prišlo do več statusnih in organizacijskih sprememb (prenosi lastništva, prenehanje družb, prenos dejavnosti med družbami), ki so predstavljene v nadaljevanju. Agencija v skladu s prvim odstavkom 50. člena Zakona o splošnem upravnem postopku (v nadaljevanju: ZUP)<sup>4</sup>, ki se v skladu s 15 členom ZPOmK-1 uporablja subsidiarno, dejanja oziroma ravnanje posameznih družb obravnava kot dejanja oziroma ravnanje podjetja United Group, to je posameznih družb, ki so prevzele za predmetni postopek relevantne dejavnosti predhodnic. Tako so znotraj podjetja United Group za predmetni postopek relevantne naslednje družbe, in sicer:
  - **United Group B.V.**, Spicalaan 41, 2132JG Hoofddorp, Nizozemska;
  - **United Media Limited**, 1 Aiolou & Panayioti Diomidous, 9, Katholiki, 3020 Limassol, Ciper (v nadaljevanju: **UML**)
  - **SLOVENIA BROADBAND Sárl**, 2, Rue Edward Steichen, L - 2440 Luxembourg, (v nadaljevanju: **Slovenia Broadband**);
  - **UNITED MEDIA Sárl**, 6, rue Jean Monnet, L - 2180 Luxembourg, (v nadaljevanju: **UM**);
  - **UNITED MEDIA NETWORK AG**, Marktgasse 2, 8001 Zürich, Švica, (v nadaljevanju: **UMN**);

<sup>3</sup> Vpogled v izpisek AJPES za družbo IKO Media Pro.

<sup>4</sup> Uradni list RS, št. 24/2006, s spremembami.

- **Telemach d.o.o.**, Brnčičeva ulica 49A, 1231 Ljubljana – Črnuče (v nadaljevanju: **Telemach**).
4. Podjetje United Group vključuje vse zgoraj navedene družbe in tudi družbi, ki sta na dan uvedbe tega postopka delovali v okviru podjetja United Group, vendar na dan izdaje tega sklepa nista več njegov del (UMD in IKO Media Pro). Omenjene družbe so povezane tudi z drugimi družbami, ustanovljenimi v in izven Republike Slovenije, ki pa za potrebe tega postopka niso relevantne.
  5. Agencija ugotavlja, da so vse zgoraj navedene družbe gospodarski subjekti, ustanovljeni z namenom opravljanja gospodarske dejavnosti. Gre za gospodarske družbe, ki so že po svoji naravi namenjene opravljanju gospodarskih dejavnosti. Zadevne družbe gospodarsko dejavnost tudi dejansko opravljajo (oziroma so jo opravljele), kar izhaja iz podatkov, zbranih v tem postopku. V smislu določil ZPOmK-1 velja, da subjekt opravlja gospodarsko dejavnost, tudi če na trgu neposredno ne ponuja blaga/storitev in posledično v zvezi s svojo dejavnostjo ne prejema ne prejema plačil s trga, v kolikor je subjekt očitno namenjen oziroma sledi ekonomskim ciljem (npr. holdinške družbe)<sup>5</sup>.
  6. Družbe, ki delujejo v okviru podjetja United Group, tvorijo ekonomsko celoto v smislu konkurenčnega prava in se tako za potrebe tega postopka štejejo kot eno samo podjetje. Upošteva dejstvo, da Agencija s predmetnim sklepom ustavlja postopek ugotavljanja kršitve določb ZPOmK-1 in PDEU, pa Agencija na tem mestu poudarja, da zaradi navedenega ni dokončno opredelila in kvalificirala vseh delov tega podjetja, temveč v sklepu izpostavlja zgolj tiste, ki so glede na potrebe tega postopka relevantne za njegovo ustavitvev.
  7. ZPOmK-1 pojem podjetja definira kot »subjekt, ki opravlja gospodarsko dejavnost, ne glede na njegovo pravnoorganizacijsko obliko in lastninsko pripadnost...«<sup>6</sup>. Tako že iz zakonske definicije izhaja, da je »podjetje« treba pojmovati kot vsak gospodarski podjem, ki predstavlja smiselno ekonomsko celoto, torej širše od pojma posameznega gospodarskega subjekta oziroma gospodarske družbe. Posamezno podjetje lahko vključuje tudi več pravno-formalno samostojnih subjektov v sistemu skupine<sup>7</sup>. Iz ustaljene sodne prakse Sodišča Evropske unije izhaja, da lahko več pravno formalno samostojnih subjektov (v konkretnem primeru gospodarskih družb) v razmerju matične in hčerinskih družb tvori eno samo podjetje, če ti subjekti oziroma družbe predstavljajo del iste gospodarske enote<sup>8</sup>.
  8. Za isto gospodarsko enoto oziroma ekonomsko celoto gre, kadar sta dva ali več subjektov v razmerju gospodujočega in odvisnega podjetja, tako da ima gospodujoče podjetje v odvisnem podjetju, neposredno ali posredno, odločilen vpliv v smislu 3. oziroma 4. točke prvega odstavka 3. člena ZPOmK-1. Pri tem velja izpodbojna domneva, da gospodujoče podjetje, v primeru da ima 100 % delež kapitala v hčerinskem podjetju, tudi dejansko izvaja odločilen vpliv na ravnanje hčerinskega podjetja<sup>9</sup>. Hčerinsko podjetje na trgu torej ne nastopa povsem avtonomno, temveč v skladu z usmeritvami matičnega podjetja.
  9. Podjetje United Group predstavlja skupino (koncernsko) povezanih družb v okviru skupine United Group, katere obvladujoča družba je United Group B.V. Družba United Group B.V. je 100 % imetnica kapitala družbe Slovenia Broadband, slednja pa je 100 % imetnica kapitala

<sup>5</sup> Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence s komentarjem; Grilc in drugi (2009), str. 58.

<sup>6</sup> ZPOmK-1, 1. alineja prvega odstavka 3. člena.

<sup>7</sup> Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence s komentarjem; Grilc in drugi (2009), str. 61.

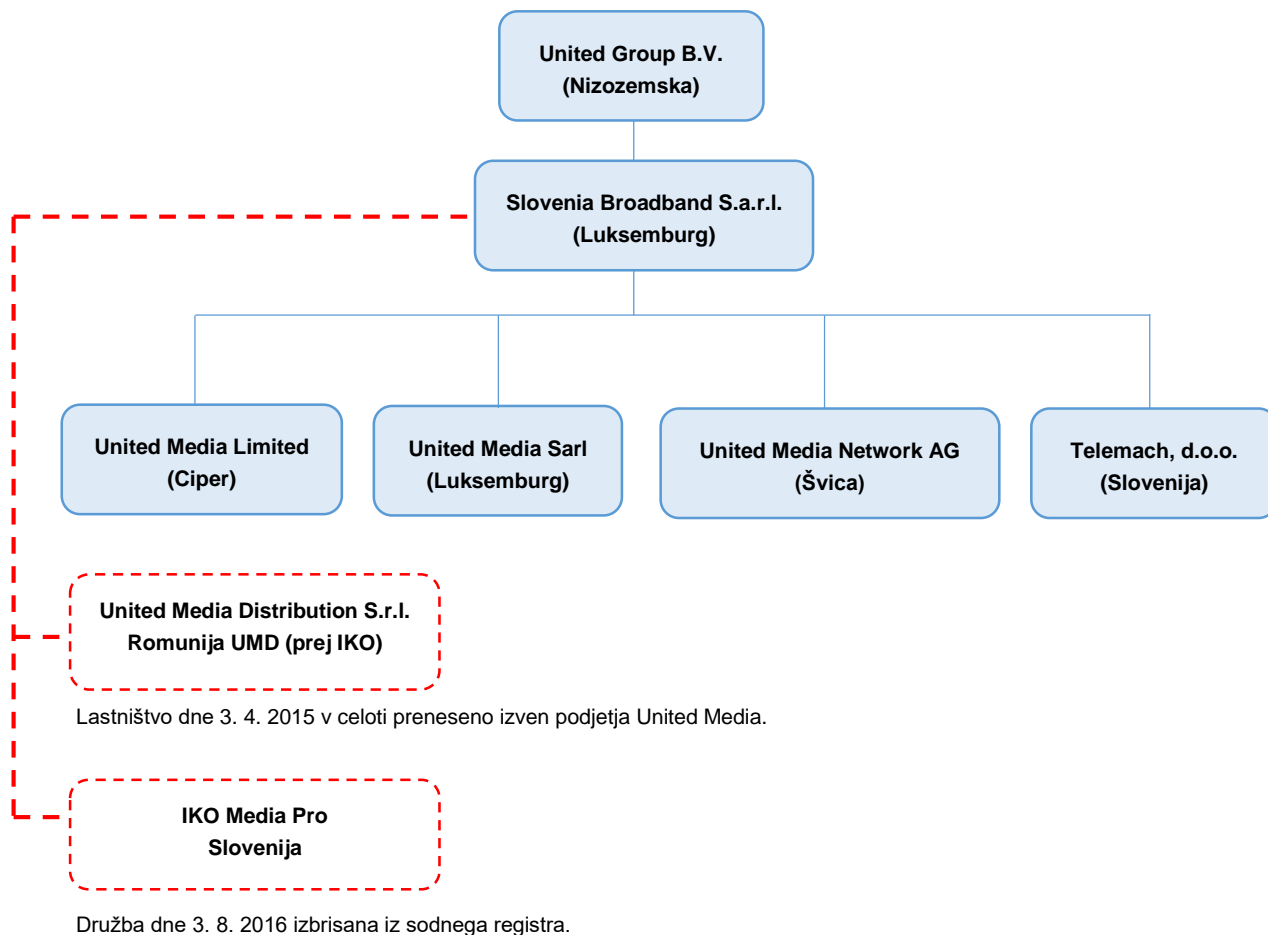
<sup>8</sup> Akzo Nobel NV in drugi proti Komisiji, zadeva C97/08 P, zlasti tč. 58 v povezavi s tč. 54, 55, 60 in 63, ter tam navedena praksa Sodišča EU.

<sup>9</sup> Akzo Nobel NV in drugi proti Komisiji, zadeva C97/08 P, tč. 63.

družb UML, UM, UMN in Telemach. Družba United Group B.V. ima tako posreden odločilen vpliv tudi v družbah UML, UM, UMN in Telemach.<sup>10</sup>

10. Struktura lastništva družb v podjetju United Group je prikazana v spodnji »Sliki št. 1«:

**Slika 1:**



11. Podjetje United Group je dejavnost izdajanja programov Sport klub pridobilo z nakupom podjetja IKO. Aktivnosti, povezane z izdajanjem TV programov SK sta izvajali družbi IKO Media Pro in UMD. Kasneje je podjetje United Group družbi IKO Media Pro oziroma UMD likvidiralo oziroma prodalo tretji nepovezani osebi, pred tem pa je iz teh družb izčlenilo dejavnost izdajanja programov Sport Klub in jo zadržalo zase in tako to dejavnost še vedno izvaja podjetje United Group (oz. družba UM). Dejavnost izdajanja TV programov SK zajema (i) nakup pravic za predvajanje avdiovizualnih športnih TV vsebin za območje Republike Slovenije, (ii) produkcijo TV programov Sport Klub: SK1, SK2, SK3, SK4, SK5, SK6, SK1 HD, SK2 HD, SK3 HD, Sport Klub HD, Sport Klub Golf, Sport Klub Golf HD in Lov in ribolov (v nadaljevanju: TV programi SK), (iii) ponudbo TV programov SK operaterjem na veleprodajnem trgu dobave TV programov na območju Republike Slovenije in (iv) TV oglaševanje v programih SK.

12. Dne 24. 8. 2012 je bila sklenjena Pogodba o prodaji in nakupu poslovnih deležev (Shares sale Purchase Agreement<sup>11</sup>) med podjetjem S.C. IKO Poland S.R.L. kot prodajalcem in

<sup>10</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>11</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

podjetjem Adria Media Limited, 1 Poseidonos street, Ledra Business Centre, P.C. 2406, Egkomi, Nikozija, Ciper<sup>12</sup>, ki je 20. 11. 2013 spremenilo svoj naziv v United Media Ltd.<sup>13</sup> (UML), kot kupcem (del podjetja United Group). Na podlagi navedene pogodbe je družba UML pridobila 100 % poslovni delež v družbi IKO Balkan SRL, 1-5 G-ral David Praporgescu, 5th floor, app.12, 2nd District, Bukarešta, Romunija, ki se je dne 10. 1. 2014 preimenovalo v United Media Distributrition SRL (UMD).<sup>14</sup> UMD se je ob nastanku koncentracije ukvarjal z dejavnostjo izdajanja TV programov SK.

13. Družba IKO Media Pro je, kot hčerinsko podjetje družbe UMD, izvajala dejavnost trženja TV programov SK, produkcijo TV vsebin z dogodki iz lokalnih tekmovanj, lig in drugih lokalnih športnih dogodkov za lastne potrebe, ter izvajala nekatere storitve lokalizacije TV programov SK (sinhronizacija, dodajanje komentarjev in presnemavanje zvoka za športne dogodke, ki se predvajajo na TV programih SK, v slovenski jezik).<sup>15</sup>
14. Družba Telemach (kabelski ponudnik televizijskih storitev, ponudnik fiksne in mobilne telefonije, širokopasovnega dostopa do interneta in marketinške storitve), katere 100 % imetnica kapitala je družba Slovenia Broadband,<sup>16</sup> kot operater deluje na maloprodajnem trgu dobave TV storitev, ki prenaša TV vsebine (tudi TV programe SK) končnim uporabnikom preko kablanskega omrežja in deloma preko IP omrežja, digitalne satelitske televizije in MMDS<sup>17</sup> tehnologije.
15. Kot že navedeno, je podjetje United Group izvedlo več statusno pravnih sprememb, v okviru katerih je znotraj podjetja na različne družbe prenašalo dejavnost, ki je relevantna za ta postopek. Tako sta ob uvedbi predmetnega postopka v okvir podjetja United Group (v sklepu o uvedbi postopka poimenovano »podjetje IKO«<sup>18</sup>) sodili tudi družbi UMD in IKO Media Pro, v katerih je imela družba UMD 100 % kapitalski delež, nista pa, kot že navedeno, več del podjetja United Group. Družba IKO Media Pro je bila namreč 3. 8. 2016 izbrisana iz sodnega registra<sup>19</sup> in je prenehala obstajati, njeno dejavnost, relevantno za ta postopek, pa so prevzele različne družbe podjetja United Group. UML pa je 3. 4. 2015 družbo UMD prodalo tretjemu neodvisnemu podjetju ADAF,<sup>20</sup> pred tem pa je na podjetje United Group (konkretno na družbo UM) preneslo dejavnost izdajanja TV programov SK.<sup>21</sup>
16. Družba UMD, ki je bila licenciran izdajatelj TV programov SK in je razpolagala z dovoljenjem za izdajanje TV programov SK za območje Republike Slovenije, je še pred prodajo podjetju ADAF, tj. 10. 9. 2014, vložila zahtevo za preklic v Romuniji izdanega dovoljenja za izdajanje TV programov SK, ki je bilo 24. 2. 2015 tudi razveljavljeno.<sup>22</sup> Po navedbah družbe UML je bil namen preklica prenos te dejavnosti na družbo UM. Družba UM je v juniju 2014 vložila prošnjo za pridobitev dovoljenja za izdajo TV programov SK v Luksemburgu in je postala imetnik dovoljenja za izdajanje TV programov SK za območje Slovenije, Hrvaške, Bosne, Srbije, Črne

---

<sup>12</sup> Ustanovljeno skladno z zakonodajo Republike Ciper dne 11. 5. 2012 z namenom opravljanja dejavnosti produkcije in predvajanja medijskih (TV) vsebin in s tem povezanih storitev in marketinga (Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663).

<sup>13</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>14</sup> Dne 14. 11. 2013 je družba UML v zvezi s tem priglasila koncentracijo, ki jo je Agencija presojala v postopku št. 3061-8/2013.

<sup>15</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>16</sup> Vpogled v izpis AJPEŠ.

<sup>17</sup> Mutichannel Multipoint Distribution Service. MMDS je brezžična telekomunikacijska tehnologija od oddajnika do antene sprejemnika, pri čemer prenos signala poteka na osnovi mikrovalovnih frekvenc.

<sup>18</sup> Dokument št. 3062-3/2014-6.

<sup>19</sup> Vpogled v zgodovinski izpis AJPEŠ za podjetje IKO Media Pro.

<sup>20</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>21</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663..

<sup>22</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

gore in Makedonije od 25. 11. 2014<sup>23</sup> oziroma od 2. 12. 2014.<sup>24</sup> Družba UM je po tem, ko je že razpolagala z dovoljenjem za izdajanje TV programov SK, 24. 4. 2015 pooblastila družbo UMN, da od 4. 4. 2015 dalje sklepa pogodbe za redistribucijo TV programov SK na področju Republike Slovenije, s čimer je tudi ustvarjala promet na trgu Republike Slovenije.<sup>25</sup>

17. Podjetje United Group (United Group B.V., Slovenia Broadband, UML, UM in UMN, Telemach) je tudi po prodaji »lupine« podjetja UMD podjetju ADAF še naprej izvajalo odločilen vpliv (kontrolno) nad sredstvi podjetja UMD, ki predstavljajo njegov bistveni del – dejavnost izdajanja TV programov SK.
18. Navedeno je razvidno tudi iz sklenjenih licenčnih pogodb za retransmisijo TV programov SK. Maja 2012 je pogodbo s podjetjem ELSTIK d.o.o. podpisala družba Iko Balkan SRL (kasneje preimenovano v UMD), decembra 2016, torej po prodaji družbe UMD podjetju ADAF, pa je licenčno pogodbo za retransmisijo TV programov SK z družbo Telemach podpisalo podjetje UMN. Družba Slovenia Broadband je v postopku presoje koncentracije podjetij Slovenia Broadband, Produkcija Plus in Nova TV d.d. navedlo, da družba United Group B.V. v Sloveniji dobavlja več TV kanalov preko svoje odvisne družbe UM, ki jo kontrolira družba Slovenia Broadband, vključno s TV programi SK, Fight Channel ter Lov&Ribolov.<sup>26</sup> Družba United Group B.V. tudi sama na svojih spletnih straneh<sup>27</sup> navaja, da je največji ponudnik telekomunikacij in medijev v regiji, ki preko družbe UM zagotavlja TV programe SK.<sup>28</sup> Nenazadnje je družba UML tudi v postopku presoje koncentracije, ki ga je Agencija vodila pod opr. št. 3061-8/2013, navedla, da je ponudnik TV programov SK družba UMN, družba UM pa je izdajatelj TV programov SK.
19. Družba UMD je 1. 1. 2013 sklenila z družbo UML agencijsko pogodbo in pogodbo o zastopanju. Na podlagi predmetne agencijske pogodbe, ki je bila sklenjena za nedoločen čas, je UMD pooblastila družbo UML, da v njenem imenu kupuje pravice za TV prenos za različne TV programe in dogodke s strani tretjih oseb in jih nato uradno prenese nanjo, ki bo te pravice vključila v svoje TV programe.<sup>29</sup> Iz navedene agencijske pogodbe še izhaja, da je bila družba UMD tista, ki je jamčila, da bodo vsi pogoji iz pogodb, sklenjenih med UML in nosilci pravic, izpolnjeni. UML je bila za vlogo »agenta« po agencijski pogodbi upravičena do provizije (agencijska provizija) od skupne vrednosti vsake posamezne pogodbe. UML je bila na podlagi pogodbe o zastopanju pooblaščen za pogajanja, zaključevanje in podpisovanje pogodb ali sporazumov v zvezi s predvajanjem in oglaševanjem v TV programih ter za zbiranje pristojbin za distribucijo TV programov na območju Republike Slovenije. UML se je v tej pogodbi zavezala, da bo družbi UMD plačala letno denarno nadomestilo. Iz pogodbe še izhaja, da se UMD strinja, da (i) v primeru, da je to zakonsko dovoljeno, prenese licenco za predvajanje svojih TV programov na UML, ali da (ii) v primeru, da licenca za predvajanje TV programov družbe UMD poteče in je to zakonsko dovoljeno, ima UML pravico, da zaprosi za licenco za predvajanje TV programov UMD v svojem imenu in za svoj račun. Ob vsem tem se je družba UMD v pogodbi tudi zavezala, da ne bo sklepala podobnih dogovorov za TV programe za območje Republike Slovenije s tretjimi osebami, vse dokler je pogodba o zastopanju veljavna.<sup>30</sup>

<sup>23</sup> Izdano veljavno dovoljenje za TV programe SK1, SK2, SK3, SK4 in SKHD na podlagi vloge podjetja UM iz junija 2014 (Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663).

<sup>24</sup> Izdano veljavno dovoljenje za TV programa SK5 in SK6 na podlagi vloge podjetja UM iz junija 2014 (Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663).

<sup>25</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>26</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>27</sup> Glej: <https://united.group/about/>, vpogled 26. 11. 2022

<sup>28</sup> Glej: <https://united.group/operations>, vpogled 26. 11. 2022.

<sup>29</sup> Sport Klub, Sport Klub +, Fishing & Hunting in SK Prime.

<sup>30</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

20. Skladno s prakso Sodišča EU<sup>31</sup> velja v primeru, da ima ena družba v drugi družbi oziroma družbah neposredno ali posredno 100 % kapitalski delež (ali blizu tega), domneva o obstoju prevladujočega vpliva matične družbe na poslovanje hčerinskih družb, pri čemer se domneva, da takšne družbe v okviru presoje njihovih ravnanj z vidika konkurenčnega prava tvorijo eno samo podjetje. Glede na to, da ima v družbah UML, UM in UMN ter Telemach 100 % kapitalski delež družba Slovenia Broadband, v slednji pa ima 100 % delež kapitala družba United Group B.V., ter je imela v družbi UMD 100 % kapitalski delež družba UML, UMD pa 100 % kapitalski delež v družbi IKO Media Pro, je vzpostavljena domneva o ekonomski celoti in enem podjetju vseh omenjenih družb. Dodatno je ugotovitev o ekonomski celoti podkrepljena z dejstvom, da družbe v okviru podjetja United Group delujejo na različnih stopnjah storitvene verige na zadevnem trgu, tako pri pridobivanju pravic športnih prenosov in programov, distribuiranju slednjih malim operaterjem in posredovanjem pri pridobivanju teh pravic.

## II. POTEK POSTOPKA

21. Pri preučevanju trga distribucije televizijskih programov je Agencija 12. 3. 2014 prejela prijavo<sup>32</sup>, ki jo je prijavitelj večkrat dopolnil<sup>33</sup>, v kateri je opisano poslovanje podjetja United Group pri dobavi športnih programov TV operaterjem ter njegove sporne poslovne prakse.

22. Agencija je 24. 2. 2015 izdala sklep o uvedbi postopka,<sup>34</sup> s katerim je proti podjetju United Group (tedaj IKO) uvedla postopek ugotavljanja kršitve 9. člena ZPOMK-1 in 102. člena PDEU. Izkazana je bila namreč verjetnost, da je podjetje United Group najmanj od 24. 8. 2012 dalje zlorabljalo prevladujoč položaj na veleprodajnem trgu dobave plačljivih športnih televizijskih programov operaterjem v Republiki Sloveniji in posledično na znatnem delu notranjega trga Evropske unije, kar bi lahko prizadelo trgovino med državami članicami Evropske unije, zlasti z omejevanjem in oteževanjem dostopa televizijskim operaterjem do TV programov SK, tako da jim je postavljalo dodatne pogoje za vključitev TV programov SK v programsko shemo, dajalo nove ponudbe za navedene programe tik pred iztekom pogodb, ki se nanašajo na distribucijo TV programov, zavračalo oziroma ne-omogočalo dostop do vseh športnih programov izdajatelja SK ter do TV programov SK v HD tehniki, s čimer je posredno ali neposredno določalo nepoštene prodajne ali nakupne cene ali druge nepoštene poslovne pogoje, uporabljalo neenake pogoje za primerljive posle z drugimi sopogodbeniki ter s tem določene sopogodbenike postavljalo v konkurenčno slabši položaj ter sopogodbenika Telemach, v konkurenčno boljši položaj, ter zahtevalo, da se za sklepanje pogodb sprejmejo dodatne obveznosti, ki po svoji naravi ali glede na trgovinske običaje niso povezane s predmetom teh pogodb, kar vse predstavlja kršitev 9. člena ZPOMK-1 in 102. člena PDEU. Sklep o uvedbi postopka je bil stranki postopka vročen 25. 2. 2015, 2. 3. 2015 in 10. 3. 2015, kot je razvidno iz podpisanih vročilnic v spisu.

23. Agencija je 25. 2. 2015 izdala sklep, s katerim je stranki postopka odložila pravico do pregleda dokumentov spisa predmetne zadeve do vročitve povzetka relevantnih dejstev<sup>35</sup>. Ta sklep je bil stranki postopka vročen 27. 2. 2015, 2. 3. 2015 in 6. 3. 2015, kot je razvidno iz podpisanih vročilnic v spisu. Agencija je z namenom pravilne in popoldne ugotovitve dejanskega stanja

<sup>31</sup> Glej zadevo T-76/08, El du Pont de Nemours and Company et al./Commission, [2012] ECR II- 0000, odst. 70 (potrdilo Sodišče EU (ECJ), zadeva C-172/12 P, El du Pont de Nemours and Company et al./Commission, [2013] ECR I-0000), EGC, zadeva T-77/08, The Dow Chemical Company/Commission, [2012] ECR II- 0000, odst. 85 (potrdilo Sodišče EU (ECJ), zadeva C-179/12 P, The DowChemical Company/Commission, [2013] ECR I- 0000).

<sup>32</sup> V prijavi je uveljavljena tajnost vira, zaradi česar Agencija vira prijave ne razkriva (dokument št. 3062-3/2014-1).

<sup>33</sup> Npr. dokumenti št. 3062-3/2014-8, št.3062-3/2014-18, št. 3062-3/2014-31.

<sup>34</sup> Dokument št. 3062-3/2014-6.

<sup>35</sup> Dokument št. 3062-3/2014-7.

na upoštevem trgu med postopkom pridobila relevantno dokumentacijo ter tako ves čas spremljala dogajanje na relevantnem trgu, ob hkratnem upoštevanju relevantne dokumentacije in ugotovitev v postopku presoje koncentracije, ki ga je Agencija vodila pod opr. št. 3061-8/2013.

24. Vzporedno s tem postopkom je Agencija vodila postopek presoje skladnosti koncentracije podjetij Adria Media Limited (kasneje preimenovano v UML) in Iko Balkan (kasneje preimenovano v UMD), katerega je uvedla 12. 5. 2014.<sup>36</sup> Agencija je 4. 9. 2018 izdala odločbo št. 3061-8/2013-501, s katero je zadevno koncentracijo prepovedala in priglasiatelju naložila odprodajo dejavnosti izdajanja TV programov SK primernemu kupcu. Na podlagi vložene tožbe zoper odločbo Agencije je Upravno sodišče odločilo, da se odločba odpravi in se zadeva vrne Agenciji v ponovno odločanje.<sup>37</sup> V ponovnem postopku je Agencija 21. 10. 2021 izdala odločbo, s katero je odločila, da je koncentracija skladna s pravili konkurence.<sup>38</sup>

## II. PRAVNA PODLAGA

25. ZPOmK-1 v prvem odstavku 40. člena določa, da Agencija s sklepom ustavi postopek, če v njem ne ugotovi kršitve določb 6. ali 9. člena ZPOmK-1 ali 101. ali 102. člena PDEU (prej 81. in 82. člen PES) ali če posebne okoliščine kažejo, da postopek ne bi bil smotrni.
26. Sklep o ustavitvi postopka ni meritorna odločitev v zadevi, kar pomeni, da Agencija s takim sklepom ni ugotovila, da podjetje ni kršilo določb zakona, temveč je ugotovila, da ni več pogojev za vodenje postopka po uradni dolžnosti in za izdajo ene od meritornih odločb. Sklep o ustavitvi postopka tako ne more postati meritorno pravnomočen in preprečevati ponovnega začetka postopka.<sup>39</sup>
27. Vrhovno sodišče v sodbi št. G 9/2012-28 z dne 26. 11. 2013<sup>40</sup> glede ustavitve postopka iz razloga smotrnosti navaja, da zakon ne določa, katere so tiste okoliščine, ki kažejo na nesmotrnost postopka. Gre za pravni standard, ki ga s svojo prakso napolnjujeta Agencija in sodišče. Na področju, kot je konkurenčno pravo, je treba upoštevati, da se pravne in dejanske okoliščine lahko od primera do primera bistveno razlikujejo, zato Agencija ne sme biti vezana na točno določene posebne okoliščine oziroma njihovo število ne sme biti omejeno.
28. Pri presoji, ali je vodenje postopka smotrno, Agencija uporablja smiselno enake kriterije kot jih uporablja Evropska komisija (v nadaljevanju: Komisija) pri presojanju, ali obstaja interes Unije: pomembnost/obseg vpliva na pogoje konkurence na ozemlju Republike Slovenije (geografski doseg, ekonomski pomen domnevne kršitve, tržni položaj domnevnega kršitelja); obstoj sorazmernosti med obsegom preiskave, ki bo potrebna za ugotovitev obstoja kršitve, in verjetnostjo, da se obstoj kršitve sploh dokaže; obstoj, prenehanje oziroma razne spremembe zatrjevanega ravnanja ob upoštevanju morebitnih protikonkurenčnih učinkov in resnosti kršitve ter učinek morebitne odločbe o ugotovitvi kršitve na trg glede na časovno oddaljenost protipravnega ravnanja<sup>41</sup>.

<sup>36</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>37</sup> Sodba, opr. št. I U 1868/2018-31 z dne 21. 5. 2020.

<sup>38</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>39</sup> Grilc, Peter in ostali, Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOmK-1) s komentarjem, Ljubljana 2009, str. 406.

<sup>40</sup> Sodba Vrhovnega sodišča Republike Slovenije, opr. št. G 9/2012, z dne 26. 11. 2013, točka 20.

<sup>41</sup> Tako predlog ZPOmK-1, redni postopek, EVA 2007-2111-0017, str. 100.



### III. GLEDE KRŠITVE 9. ČLENA ZPOMK-1 IN 102. ČLENA PDEU

29. V skladu z 12. členom ZPOMK-1 je Agencija organ, ki je pristojen za nadzor nad izvajanjem določb ZPOMK-1 ter 101. in 102. člena PDEU.
30. V skladu z določbo 9. člena ZPOMK-1 je prepovedana zloraba prevladujočega položaja enega ali več podjetij na ozemlju Republike Slovenije ali na njegovem znatnem delu. Šteje se, da ima podjetje prevladujoč položaj, če je njegov tržni delež na trgu Republike Slovenije višji od 40 odstotkov. Pri tem pa ima podjetje, ki ima na trgu prevladujoč položaj, posebno odgovornost, da s svojim ravnanjem ne ogroža nemotene konkurence na trgu. Odgovornost podjetij se viša sorazmerno z njihovo stopnjo tržne moči. Bolj kot je določeno podjetje dominantno, prej se bo njegovo določeno ravnanje kvalificiralo kot zloraba prevladujočega položaja.
31. Agencija je na podlagi prvega odstavka 3. člena Uredbe Sveta (ES) št. 1/2003 z dne 16. 12. 2002 o izvajanju pravil konkurence iz členov 81 in 82 Pogodbe ES<sup>42</sup> in drugega odstavka 4. člena ZPOMK-1 pristojna tudi za presojo kršitev določbe 102. člena PDEU. Ta določa, da je prepovedana in nezdružljiva z notranjim trgovom vsaka zloraba prevladujočega položaja enega ali več podjetij na notranjem trgu ali njegovem znatnem delu, v kolikor bi lahko prizadela trgovino med državami članicami.
32. Vsebinsko sta 9. člen ZPOMK-1 in 102. člen PDEU enaka, razlikujeta se le v delu, v katerem se za uporabo 102. člena PDEU zahteva, da gre za ravnanje podjetja na notranjem trgu ali njegovem znatnem delu, ki lahko prizadene trgovanje med državami članicami.

#### Upoštevni trg

33. Upoštevni proizvodni/storitveni trg je v skladu s sedmo točko 3. člena ZPOMK-1 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 geografski trg obsega območje, kjer si konkurenti na upoštevni proizvodnem oz. storitvenem trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji in nakupu proizvodov, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ga je mogoče oddeliti od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence na teh območjih bistveno drugačni.
34. V skladu z dosedanjo in tudi najnovejšo prakso Komisije s področja televizijskega sektorja, se televizijska dejavnost izvaja na štirih temeljnih nivojih, in sicer: (i) produkcija avdiovizualnih TV vsebin, (ii) licenciranje/nakup pravic za predvajanje avdiovizualnih TV vsebin, (iii) dobava avdiovizualnih TV vsebin na debelo (v nadaljevanju tudi veleprodajni trg dobave TV programov) in (iv) dobava avdiovizualnih TV vsebin na drobno (v nadaljevanju tudi maloprodajni trg dobave TV storitev).<sup>43</sup>
35. Agencija je v sklepu o uvedbi postopka ugotovila, da je izkazana verjetnost, da je podjetje United Group zlorabljalo prevladujoči položaj na veleprodajnem trgu dobave plačljivih športnih televizijskih programov operaterjem v Republiki Sloveniji in posledično na znatnem delu notranjega trga Evropske unije.

<sup>42</sup> UL L 001, 4. 1. 2003; v nadaljevanju: Uredba 1/2003 ES.

<sup>43</sup> Odločbe Komisije: št. M.9669 z dne 6. 10. 2020 v zadevi PPF Group/Central European Media Enterprises, M.7282 z dne 16. 9. 2014 v zadevi Liberty Global/Discovery/All3Media, št. M.6990 z dne 20. 9. 2013 v zadevi Vodafone/Kabel Deutschland, št. M.6866 z dne 14. 6. 2013 v zadevi Time Warner/CME, št. M.6880 z dne 15. 4. 2013 v zadevi Liberty Global/Virgin Media, št. M.4353 z dne 22. 9. 2006 v zadevi Permira/All3Media Group, št. M.5932 z dne 21. 12. 2010 v zadevi News Corp/BSkyB, št. M.2876 z dne 2. 4. 2003 v zadevi Newscorp/Telepiù, idr.

36. Izdajatelji TV programov, ki delujejo na ponudbeni strani tega trga, zapakirajo posamezne TV vsebine v TV programe, ki se nato predvajajo oz. prenašajo do končnih uporabnikov (gledalcev) preko različnih distribucijskih infrastruktur (kabel, satelit, internet, mobilna tehnologija idr.).
37. Dobavitelji TV storitev na maloprodajnem trgu (operaterji), ki delujejo na strani povpraševanja, se bodisi omejijo na »prenašanje« TV programov do končnih uporabnikov, bodisi delujejo kot programski agregatorji, ki »zapakirajo« TV programe v programske pakete oz. programsko shemo in jih zagotavljajo končnim uporabnikom preko različnih distribucijskih platform na brezplačni TV osnovi ali na plačljivi TV osnovi (Pay TV).<sup>44</sup> V osnovi so prosto dostopni TV programi (neplačljiva televizija oz. FTA) dostopni gledalcem brezplačno in se večinoma financirajo s prihodki od oglaševanja (javni programi so lahko financirani tudi z javnimi sredstvi<sup>45</sup>), medtem ko se plačljivi TV programi (plačljiva televizija), ki so dostopni gledalcem na podlagi naročnine, pretežno financirajo s plačili operaterjev.
38. Podjetje United Group deluje na veleprodajnem trgu na strani ponudbe in na strani povpraševanja. Kot ponudnik TV programov je prisotno podjetje UM (oz. v njegovem imenu UMN<sup>46</sup>), ki je izdajatelj TV programov<sup>47</sup> (športnih in nešportnih TV programov, pri čemer športni TV programi SK predstavljajo dejavnost, ki je predmet tega postopka).<sup>48</sup> Na strani povpraševanja je prisoten operater Telemach, ki ponuja storitve prenosa TV programov gledalcem predvsem preko kabla, v manjši meri pa tudi preko IPTV, satelita in MMDS.
39. Komisija je v svoji pretekli ter tudi v najnovejši praksi s tega področja<sup>49</sup> znotraj veleprodajnega trga dobave TV programov definirala dva ločena trga na podlagi različnega načina financiranja, in sicer: (i) trg prosto dostopnih TV programov (FTA) in (ii) trg plačljivih TV programov.<sup>50</sup> Komisija je nadalje nakazala, da so znotraj trga plačljivih TV programov ločeni trgi za: (i) premium plačljive TV programe, in (ii) osnovne (*basic*) plačljive TV programe, pri čemer naj bi prosto dostopni TV programi spadali na trg osnovnih (*basic*) plačljivih TV programov.<sup>51</sup>
40. V svojih preteklih odločbah pa je Komisija pustila vprašanje, ali bi bilo treba navedene trge še nadalje ločiti glede na žanr<sup>52</sup> TV programa (predvsem za: (i) filme, (ii) šport, (iii) informativni program in (iv) mladinski program) ali glede na uporabljeno infrastrukturo za prenos TV programov<sup>53</sup> ((i) kabel, (ii) satelit, (iii) digitalna prizemna televizija, (iv) IPTV), odprto. Komisija pa je menila, da posamezni premium športni TV programi ne predstavljajo

<sup>44</sup> Odločba Komisije št. M.6880 z dne 15. 4. 2013 v zadevi Liberty Global/Virgin Media, odstavek 25.

<sup>45</sup> V Republiki Sloveniji se na podlagi Zakona o Radioteleviziji Slovenija (Ur. l. RS, št. 96/05, s spremembami) od leta 2005 javna televizija (Radiotelevizija Slovenija) poleg iz sredstev tržnih dejavnosti, sredstev državnega proračuna in iz sponzoriranja ter drugih virov financira tudi iz RTV prispevka, ki ga plačajo vsi, ki imajo radijski ali televizijski sprejemnik na območju Republike Slovenije, kjer so zagotovljeni tehnični pogoji za sprejem vsaj enega programa RTV Slovenija, pri čemer se šteje, da ima sprejemnik vsak odjemalec oz. plačnik električne energije.

<sup>46</sup> Podjetje UMN je pooblaščen za prodajo licenčnih pravic za redistribucijo TV programov SK operaterjem na ozemlju Republike Slovenije (ter Hrvaške, Bosne in Hercegovine, Srbije, Črne gore, Severne Makedonije in Kosova; vir: Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>47</sup> Med drugim je izdajatelj TV programov SK 1, SK 1 HD, SK 2, SK 2 HD, SK 3, SK 3 HD, SK 4, SK 5, SK 6, SK Esports HD, SK 4K, Fishing & Hunting, Grand 1, Grand 2, N1, N1 HD, Vavoom HD, Pikaboo HD, SK Golf, SK Golf HD, IDJ HD, Fight Channel in Shopster TV.

<sup>48</sup> Poleg tega UM za vsa podjetja – operaterje znotraj skupine United Group (predvsem na ozemlju JV Evrope) centralizirano kupuje določene TV programe.

<sup>49</sup> Odločba Komisije št. M.9669 z dne 6. 10. 2020 v zadevi PPF GROUP/Central European Media Enterprises.

<sup>50</sup> Npr. Odločbi Komisije št. M.7194 z dne 24. 2. 2015 v zadevi Liberty Global/Corelio/W&W/De Vijver Media in št. M.6880 z dne 15. 4. 2013 v zadevi Liberty Global/Virgin Media.

<sup>51</sup> Odločba Komisije št. M.9669 z dne 6. 10. 2020 v zadevi PPF GROUP/Central European Media Enterprises.

<sup>52</sup> Odločba Komisije št. M.6866 z dne 14. 6. 2013 v zadevi Time Warner/CME.

<sup>53</sup> Odločba Komisije št. M.8864 z dne 18. 7. 2019 v zadevi Vodafone/Certain Liberty Global Assets.

ločenih upoštevni trgov, četudi predvajajo športne vsebine, ki so posebnega pomena za določeno skupino gledalcev.<sup>54</sup>

41. Agencija je v postopku presoje skladnosti koncentracije<sup>55</sup> ugotovila, da večina operaterjev ocenjuje, da so tematski TV programi zamenljivimi zgolj z drugimi TV programi, ki predvajajo enak žanr, pri čemer so še posebej izpostavili šport.<sup>56</sup> Tudi iz analize preferenc končnih potrošnikov<sup>57</sup>, ki jo je v omenjenem postopku izvedla Agencija, izhaja, da je šport za povprečnega gledalca pomemben. Polovica vseh vprašanih rado oz. zelo rado gleda šport na TV, kar šport uvršča na peto mesto, za filmi, dokumentarnimi oddajami, serijami in informativnim programom.<sup>58</sup>
42. TV programi se v Republiki Sloveniji distribuirajo do gledalcev po različnih tehnoloških platformah, in sicer preko sistema prizemne digitalne televizije<sup>59</sup>, preko (koaksialnega ali optičnega) kabla, preko protokola IP (preko xDSL ali optične povezave), preko satelitov, preko sistema MMDS ter preko interneta in mobilnega omrežja. TV programi, ki jih izdaja podjetje United Group (in so predmet tega postopka), so športni TV programi, ki so plačljivi, in sicer operaterji izdajatelju plačajo mesečno licenčnino, naročniki pa operaterju plačajo naročnino na izbran TV paket. TV programi podjetja se financirajo tudi iz naslova oglaševanja na lastnih TV programih in se distribuirajo preko različnih platform (fiksna TV): preko kabelskega omrežja, preko IPTV, preko satelitskega omrežja in preko MMDS.
43. Komisija je v več zadevah sprejela odločitev, da veleprodajni trg dobave plačljivih TV programov in veleprodajni trg dobave prosto dostopnih TV programov predstavljata ločena trga<sup>60</sup>, pri čemer je odločitev temeljila zlasti na razlikah med načini financiranja TV programov (tj. na različnih poslovnih modelih neplačljive in plačljive televizije z vidika financiranja): prosto dostopni programi (t. i. neplačljiva televizija) se v glavnem financirajo s prihodki od oglaševanja (javni programi so lahko financirani tudi z javnimi sredstvi<sup>61</sup>), medtem ko se plačljivi TV programi (t. i. plačljiva televizija) pretežno financirajo z naročninami/plačili operaterjev in končnih uporabnikov. V določenih primerih pa je Komisija sprejela odločitev, da veleprodajni trg dobave plačljivih TV programov in veleprodajni trg dobave prosto dostopnih TV programov predstavljata isti trg.<sup>62</sup> Odločitev je temeljila na ugotovitvah, da se na obravnavnem geografskem trgu le TV programi javnega izdajatelja oddajajo prizemno in da je delež gospodinjstev, ki sprejema TV programe zgolj preko prizemne antene, nizek.
44. Na podlagi podatkov, ki jih četrletno objavlja AKOS, se je penetracija priključkov fiksne televizije na gospodinjstva v Republiki Sloveniji od leta 2012 povečevala in je konec tretjega četrletja leta 2021 znašala 82,49 %, kar predstavlja porast za skoraj 20 odstotnih točk glede

<sup>54</sup> Odločba Komisije št. M.7978 z dne 3. 8. 2016 v zadevi Vodafone/Liberty Global/Dutch JV, potrjena s sodbo Splošnega sodišča v zadevi T-370/17 KPN proti Komisiji.

<sup>55</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>56</sup> Takšno opredelitev trga je potrdila tudi analiza trgov in odgovori kupcev iz prvotnega postopka presoje koncentracije.

<sup>57</sup> Dokument št. 3061-8/2013-657.

<sup>58</sup> Odgovori na vprašanje D1. *Kako radi gledate posamezne TV vsebine?* Vprašani so svoje odgovore ocenili na lestvici od 1 (sploh ne gledam) do 5 (zelo rad/a gledam).

<sup>59</sup> Na celotnem ozemlju Republike Slovenije se oddajajo preko 2 multipleksov, multipleksa A, ki pokriva 99 % prebivalstva (javne televizije), ter preko multipleksa C, ki pokriva 96 % prebivalstva (komercialne televizije). Gre za prenos preko sobne ali strešne antene.

<sup>60</sup> Odločbi Komisije št. M.6880 z dne 15. 4. 2013 v zadevi Liberty Global/Virgin Media, odstavek 37. in št. M.6990 z dne 20. 9. 2013 v zadevi *Vodafone/Kabel Deutschland*, odst. 41.

<sup>61</sup> V Republiki Sloveniji se na podlagi Zakona o Radioteleviziji Slovenija (Ur. l. RS, št. 96/05, s spremembami) od leta 2005 javna televizija (Radiotelevizija Slovenija) poleg iz sredstev tržnih dejavnosti, sredstev državnega proračuna in iz sponzoriranja ter drugih virov financira tudi iz RTV prispevka, ki ga plačajo vsi, ki imajo radijski ali televizijski sprejemnik na območju Republike Slovenije, kjer so zagotovljeni tehnični pogoji za sprejem vsaj enega programa RTV Slovenija, pri čemer se šteje, da ima sprejemnik vsak odjemalec oz. plačnik električne energije.

<sup>62</sup> Npr. odločba Komisije št. M.7194 z dne 24. 2. 2015 v zadevi LIBERTY GLOBAL/ CORELIO/W&W/ DE VIJVER MEDIA, odstavki 86, 91 in 101 ter 117.

na prvo četrtletje leta 2012. V zadnjem četrtletju leta 2021 je sicer sledil padec na 79,23 %, vendar je odstotek priključkov fiksne televizije v naslednjih dveh četrtletjih leta 2022 spet rasel.<sup>63</sup> Glede na prisoten trend nadaljnje rasti števila priključkov fiksne televizije<sup>64</sup> in dejstvo, da osnovna plačljiva TV predvaja tudi neplačljive, prosto dostopne TV programe, je Agencija v postopku presoje koncentracije ocenila, da ni stroge ločnice med prosto dostopnimi TV programi in plačljivimi TV programi, ter odločila, da so plačljivi in neplačljivi TV programi del enotnega upoštevnega trga.<sup>65</sup>

45. Ker nekateri (športni) TV programi, ki so prisotni v Republiki Sloveniji, niso prilagojeni slovenskim gledalcem (pri športnih TV programih komentatorji ne komentirajo v slovenskem jeziku), je Agencija preučila, ali je jezikovna prilagoditev za gledalce nujna oz. ali so za gledalce športni TV programi, ki nimajo komentarjev v slovenščini, zamenljivi s športnimi TV programi, ki imajo slovenske komentatorje. Prejeti odgovori operaterjev v postopku presoje koncentracije so bili različni, pri čemer je največ operaterjev navedlo, da bi gledalci sicer spremljali najpomembnejše športne TV programe oz. tekme v tujem jeziku, vendar je s strani gledalcev komentar v slovenskem jeziku zaželen<sup>66</sup>, še posebej pri bolj popularnih športnih dogodkih.<sup>67</sup> Tudi analiza preferenc končnih potrošnikov – gledalcev v zvezi s športnimi TV vsebinami in športnimi TV programi ugotavlja, da prilagojenost športnih TV dogodkov oz. TV programov slovenskim gledalcem (v obliki slovenskih komentatorjev ali podnapisov) za spremljanje ni nujna. Gledalci bi v veliki večini spremljali najbolj priljubljene športne dogodke tudi, če komentatorji ne bi komentirali v slovenskem jeziku, pri čemer ne prihaja do bistvenega odstopanja med starostnimi skupinami vprašanih.<sup>68</sup> Glede na vse navedeno je Agencija v postopku presoje koncentracije zaključila, da športni TV programi oz. športni dogodki, ki se prenašajo na TV in so prilagojeni slovenskim gledalcem, ne predstavljajo ločenega upoštevnega trga glede na športne TV programe oz. športne TV dogodke, ki niso prilagojeni slovenskim gledalcem.<sup>69</sup>
46. Agencija je tudi preverila, ali je predvajanje športnih dogodkov na pretočnih spletnih straneh (t. i. streaming) zamenljivo s predvajanjem športnih dogodkov na linearni televiziji (v obliki TV programa). V omenjenem postopku presoje skladnosti koncentracije je večina konkurentov podjetja United Group, ki delujejo na strani povpraševanja na trgu pravic za predvajanje športnih TV vsebin, navajala, da streaming športnih dogodkov (zaenkrat) še ne predstavlja (resne oz. prave) alternative linearnim TV programom, ki prenašajo športne dogodke oz. da ponudniki streaminga za njih ne predstavljajo konkurence.<sup>70</sup> Konkurenti, ki so menili nasprotno, so sicer navajali, da v Sloveniji streaming športnih dogodkov predstavlja alternativo linearnim TV programom, ki prenašajo športne dogodke, vendar pa ponudniki streaminga športnih dogodkov zanje niso konkurenti. Tudi večina operaterjev je navedla, da streaming trenutno oz. zaenkrat ni alternativa prenosom TV dogodkov preko TV.<sup>71</sup> Zgolj

<sup>63</sup> [https://eanalitik.akos-rs.si/?tx\\_agindicator\\_filter%5Baction%5D=indicator&tx\\_agindicator\\_filter%5Bcontroller%5D=Filter&tx\\_agindicator\\_filter%5Bi%5D%5B0%5D=3&cHash=730de53effcacb6c8875893f998f19b0](https://eanalitik.akos-rs.si/?tx_agindicator_filter%5Baction%5D=indicator&tx_agindicator_filter%5Bcontroller%5D=Filter&tx_agindicator_filter%5Bi%5D%5B0%5D=3&cHash=730de53effcacb6c8875893f998f19b0), vpogled 15. 11. 2022.

<sup>64</sup> Leta 2017 so komercialni TV programi POP TV, KANAL A in Planet TV prešli z neplačljive na plačljivo platformo, tako da so preko prizemne TV mogoče spremljati le še programe TV SLO.

<sup>65</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>66</sup> Navedli so, da če imajo izbiro, gledalci praviloma izberejo komentarje v slovenskem jeziku.

<sup>67</sup> Izpostavili so nogomet, košarko in smučanje oz. odmevnejše športne dogodke kot so olimpijske igre, svetovna in evropska reprezentančna prvenstva v kolektivnih športih z žogo, tekme domačih prvenstev in tekmovanj, atletskih mitingov in teniških turnirjev.

<sup>68</sup> Dokument št. 3061-8/2013-657.

<sup>69</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>70</sup> Dopuščajo pa, da se bo to v prihodnje lahko spremenilo.

<sup>71</sup> Operaterji so navedli da je streaming lahko alternativa le izjemoma, ko ni prenosa športnega dogodka nikjer na TV programih, vendar pa se to v praksi uporablja samo za minorne dogodke, saj se najbolj gledani športni dogodki še vedno predvajajo na TV programih. Poleg tega je večina večjih športnih dogodkov vezana na TV program kot nosilca pravic, zato se dogodki na spletu ne pojavijo oz. se pojavijo v kombinaciji z naročnino, pri čemer je cena neprimerno višja kot če

Telemach, ki je del skupine United Group, je navajal, da je streaming alternativa TV programom, ki prenašajo športne dogodke, pri čemer je izpostavil problem nelegalnega streaminga. Število uradnih ponudb spletnih strani za prenos športnih TV programov in drugih športnih vsebin<sup>72</sup> se po navedbah Telemacha nenehno povečuje<sup>73</sup> in skupaj z vse večjo dostopnostjo internetnih storitev postaja vedno bolj popularno, s tem pa predstavlja primerno alternativo TV programom. Iz analize preferenc končnih potrošnikov izhaja, da za več kot polovico gledalcev streaming ni bistvenega pomena (streaming uporabljajo nekajkrat letno ali nikoli). Ti so kot razlog, zakaj ne spremljajo športnih dogodkov prek interneta ali mobilne naprave, največ navajali, da raje gledajo TV, saj je bolj udobno, ima boljšo sliko in ni zamika pri prenosu.<sup>74</sup> Agencija je v postopku presoje skladnosti koncentracije na podlagi odgovorov konkurentov podjetja United Group na tem trgu, TV operaterjev kot tudi na podlagi analize preferenc končnih potrošnikov ugotovila, da ni zadostno izkazano, da bi video vsebine (npr. streaming ipd.) bile zamenljive za velik del uporabnikov, zaradi česar le-te niso del veleprodajnega trga dobave športnih TV programov.<sup>75</sup>

47. Na podlagi navedenega Agencija v prej omenjenem postopku presoje skladnosti koncentracije s pravili konkurence veleprodajnega trga dobave TV programov ni dokončno opredelila. Upošteva navedeno, ter dejstvo, da Agencija predmetni postopek ugotavljanja kršitve s tem sklepom ustavlja, Agencija tudi v predmetnem postopku upoštevne trga ni dokončno opredelila. Je pa Agencija za potrebe tega postopka preučila razmere na trgu športnih TV programov, na katerega se nanašala domnevna kršitev.
48. Komisija je v svoji pretekli praksi upoštevni geografski veleprodajni trg dobave TV programov opredeljevala kot nacionalni trg oz. potencialno širše na osnovi istih jezikovnih območij.<sup>76</sup> Tudi iz podatkov, pridobljenih z analizo trga, izhaja, da se večina operaterjev (z izjemo enega) pogaja z izdajatelji TV programov oziroma njihovimi zastopniki na nacionalni osnovi. Operaterji delujejo na slovenskem trgu, prav tako se pogajajo in določajo cene za območje Republike Slovenije. Zaradi navedenega je Agencija upoštevni geografski veleprodajni trg dobave športnih TV programov v postopku presoje skladnosti koncentracije opredelila nacionalni trg, torej območje Republike Slovenije,<sup>77</sup> v predmetnem postopku pa Agencija tudi geografskega trga glede na navedeno v prejšnji točki tega sklepa ni dokončno opredelila.

### **Prevladujoč položaj**

49. Pri ugotavljanju kršitve 9. člena ZPOmK-1 ali 102. člena PDEU je treba najprej ugotoviti, ali ima podjetje na upoštevne trgu prevladujoč položaj. S prevladujočim položajem podjetja na trgu je mišljen položaj, kadar lahko podjetje ali več podjetij v znatni meri ravna neodvisno od konkurentov, strank ali potrošnikov (drugi odstavek 9. člena ZPOmK-1). Pri ugotavljanju prevladujočega položaja upošteva Agencija zlasti tržni delež, možnosti za financiranje, pravne ali dejanske vstopne ovire, dostop do dobaviteljev ali trga in obstoječo ali potencialno konkurenco. V skladu z določbo petega odstavka 9. člena ZPOmK-1 se šteje, da ima podjetje

---

bi gledalec dogodek spremljal preko TV programa. Ocenjujejo, da streaming pride v poštev predvsem pri mlajši in računalniško bolj večji populaciji.

<sup>72</sup> Kot so npr. Stream2Watch, NBA Stream, FLOSports, Watch-Live- Stream.com, Fubo TV, ESPN+, Sling TV, Fromhot in mnogi drugi.

<sup>73</sup> Telemach navaja, da so dodatne tehnične prednosti v korist spletnim stranem za prenašanje športnih dogodkov tudi možnosti ustvarjanja t. i. VPN računov (zasebnih spletnih računov), ki gledalcem športnih vsebin omogoča, da preskočijo kakršnekoli licenčne geografske omejitve imetnikov pravic v zvezi s TV prenosi športnih dogodkov s katerekoli lokacije na svetu. To primerja z intenzivnim širjenjem spletnih platform za storitev neposrednega prenosa drugih AV medijskih vsebin TV gledalcem, kot npr. Netflix, Amazon Prime, Disney, Apple in YouTube TV.

<sup>74</sup> Dokument št. 3061-8/2013-657.

<sup>75</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>76</sup> Odločba Komisije št. M.6866 z dne 14. 6. 2013 v zadevi Time Warner/CME.

<sup>77</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

prevladujoč položaj na trgu, če je njegov tržni delež na trgu Republike Slovenije večji od 40 odstotkov. Gre za zakonsko domnevo, ki jo je kot tako mogoče ovreči.

50. V okviru prava Evropske unije je prevladujoč položaj opredeljen kot položaj gospodarske moči, ki jo uživa podjetje in ki mu omogoča, da prepreči ohranitev učinkovite konkurence na upoštevem trgu s tem, da mu omogoča, da ravna v precejšnji meri neodvisno od svojih konkurentov, strank in končno tudi od potrošnikov.<sup>78</sup> Ta pojem neodvisnosti je povezan s stopnjo konkurenčnega pritiska, ki mu je izpostavljeno zadevno podjetje. Pri prevladujočem položaju ta konkurenčni pritisk ni dovolj učinkovit in zato zadevno podjetje v daljšem obdobju uživa znatno tržno moč. To pomeni, da ukrepi in reakcije konkurentov, strank in nenazadnje potrošnikov na odločitve podjetja večinoma ne vplivajo. Na splošno prevladujoči položaj nastane zaradi kombinacije več dejavnikov, ki ločeno niso nujno odločilnega pomena.<sup>79</sup>
51. Kot izhaja iz tabele 1, je bil na veleprodajnem trgu dobave športnih TV programov upoštevaje gledanost vseh športnih TV programov, tržni delež podjetja United Group<sup>80</sup> od leta 2013 do leta 2019 višji od 40 %. V letih 2014-2019 je presegel 50 %, vendar je od leta 2018 strmo padel in leta 2020 znašal [30-40] %.<sup>81</sup> Najmočnejša konkurenta podjetja na podlagi tržnih deležev sta bila Šport TV, katerega tržni delež je bil najvišji v letu 2012 [30-40] % in najnižji v letih 2019 in 2020 [20-30] %, ter Eurosport z najvišjim tržnim deležem leta 2012 [20-30] % in leta 2020 [20-30] % ter najnižjim leta 2018 [10-20] %. Sredi leta 2020 je na trg vstopila skupina ARENA (s programi Arena sport), ki je v letu 2020 dosegla [5-10] % tržni delež, pri čemer je bila gledanost, ki jo je imela v petih mesecih (od avgusta do decembra 2020), preračunana na letno raven. V primeru, da bi bila upoštevana gledanost le v obdobju, ko je skupina ARENA dejansko oddajala program, bi bila gledanost občutno višja).

Tabela 1: Deleži gledanosti športnih TV programov (v %) <sup>82</sup>

Športni TV program	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
United Group (SK1–SK6)	[30-40]	[40-50]	[50-60]	[50-60]	[50-60]	[50-60]	[50-60]	[50-60]	[30-40]
Šport TV1 (TV1 –TV3)	[30-40]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]
Eurosport	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[20-30]	[20-30]
Arena sport	/	/	/	/	/	/	/	/	[5-10]
Drugi športni programi	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
<b>Skupaj</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

52. Podjetje United Group je imelo v letih 2013 do 2019 na zadevnem trgu tržni delež višji kot 40 %, kar v skladu z 9. členom ZPOmK-1 predstavlja prag za vzpostavitev domneve o prevladujočem položaju. Glede na to, da pa Agencija s predmetnim sklepom ustavlja postopek ugotavljanja kršitve in da Agencija glede na potrebe tega postopka ni dokončno opredelila upoštevnega trga, pa Agencija tudi ni dokončno ugotovila, ali je podan prevladujoč položaj podjetja na zadevnem trgu, je pa kljub temu opravila tudi presojo drugih elementov

<sup>78</sup> Sporočilo Komisije – Navodila glede prednostnih nalog izvrševanja Komisije pri uporabi člena 82 Pogodbe ES za izključevalna ravnanja, s katerimi prevladujoča podjetja zlorabljajo svoj položaj (Besedilo velja za EGP), Uradni list C 045, 24/02/2009 str. 0007 – 0020 (v nadaljevanju: Sporočilo Komisije), para. 10.

<sup>79</sup> Ibidem.

<sup>80</sup> TV programi Sport Klub in TV programa LR in Sport Klub Golf.

<sup>81</sup> Izračun Agencije na podlagi podatkov AGB Nielsen. Podatki za leta 2012 in 2013 izhajajo iz dokumenta št. 3061-8/2013-295, za leta 2014 in 2015 iz dokumenta št. 3061-8/2013-372, za leto 2016 iz dokumenta št. 3061-8/2013-426. Za leto 2017 iz dokumenta št. 3061-8/2013-489. Za leta 2018-2021 pa iz dokumenta št. 3061-8/2013-557.

<sup>82</sup> Športni TV programi, ki so v navedenem obdobju imeli delež gledalcev manj kot 0,01 % glede na vse TV programe, v tabeli niso zajeti (med navedenimi je tudi športni TV program podjetja United Group SK Golf).

na trgu, ki vplivajo na konkurenco na trgu in kažejo na tržno moč podjetja s prevladujočim položajem, saj tržni delež ni ekskluzivni pokazatelj tržne moči.

53. Agencija je preverila, ali TV programi SK v okviru ponudbe na maloprodajnem trgu TV programov predstavljajo nujno (»must have«) vhodno dobrino, brez katere operaterji, ki delujejo na ponudbeni strani maloprodajnega trga, ne morejo učinkovito konkurirati drugim operaterjem, ki imajo dostop do programov SK. Operaterji so namreč v veliki večini navajali, da morajo, da lahko uspešno konkurirajo na maloprodajnem trgu, v programskih shemah ponujati TV programe SK (torej, da so TV programi SK »must have«). Pri tem so navajali, da TV vsebine, ki se pojavljajo na TV programih SK, niso zamenljive z drugimi športnimi vsebinami, ki jih ponujajo konkurenti TV programov SK, vključno z vsebinami, ki jih ponuja nov konkurent na trgu, skupina ARENA.<sup>83</sup>
54. Tržno moč podjetja United Group na veleprodajnem trgu dobave športnih TV programov je po mnenju Agencije do vstopa novega konkurenta na veleprodajni trg športnih TV programov večalo dejstvo, da so takrat športni TV programi podjetja United Group zaradi širokega portfelja raznolikih, zanimivih, privlačnih in kvalitetnih športnih TV vsebin, lahko vplivale na odločitve končnih uporabnikov (TV gledalcev) pri izbiri operaterja, in bi lahko hkrati predstavljale vzvod za doseganje visokih deležev gledanosti. Pri čemer operaterji na strani povpraševanja tako po mnenju Agencije niso imeli možnosti kolikor toliko ustrezne alternative v obliki primerljivega športnega TV programa, ki bi se lahko kosal s TV programi SK. Operaterji bi tako verjetno v primeru, da bi prekinili poslovno sodelovanje s podjetjem United Group, tvegali, da bodo verjetno izpostavljeni večjemu osipu naročnikov oziroma upadu števila (novih) naročnikov. Če ne bi zagotavljali TV programov SK (ki so bili takrat po mnenju Agencije brez koliko toliko zadovoljive alternative), ostali konkurenti pa bi še naprej naročnikom omogočali spremljanje TV programov SK, bi obstajala realna možnost, da bi del njegovih naročnikov zamenjal operaterja, novi pa se zanj ne bi odločali oz. bi se odločali v manjši meri.<sup>84</sup>
55. Maja 2020 so največji konkurenti podjetja United Group (operaterji Telekom, T-2 in A1) prenehali predvajati TV programe SK.<sup>85</sup> Z vstopom skupine ARENA na slovenski trg v juliju 2020<sup>86</sup> pa so podpisali pogodbe za distribucijo TV programov Arena sport. Poleg operaterjev Telekom, T-2 in A1 ter z njimi povezanih podjetij<sup>87</sup> TV programe Arena sport predvaja še več manjših operaterjev<sup>88</sup>, nekateri imajo oziroma so imeli v svojih programskih shemah tudi TV programe SK.
56. Z vstopom novega konkurenta na trg (TV programi Arena sport so v Sloveniji začeli oddajati julija 2020) so tako TV programi SK dobili novega konkurenta, operaterji pa dodatno izbrili oz. alternativo TV programom SK. Skupina Arena si je zagotovila pravice za nekatere za gledalce izredno zanimive športne dogodke. V kratkem obdobju od vstopa na trg je slednja pridobila pravice za prenos nekaterih športnih dogodkov, ki so zelo atraktivni za gledalce (kot npr. španska nogometna liga, Španski nogometni pokal – Copa del Rey, NBA liga (košarka)

<sup>83</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>84</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>85</sup> Telekom je umaknil TV programe SK iz programskih shem 6. 5. 2020, T-2 10. 5. 2020, A1 pa 8. 5. 2020. Glej dokumente št. 3062-3/2014 in št. 3062-3/2014-194 ter št. 3062-3/2014-197.

<sup>86</sup> Skupina Arena je v Sloveniji program začela oddajati 3. julija 2020 (podatek iz spletne strani podjetja Arena, <https://www.tvarenasport.si/o-nas/>, vpogled dne 1. 12. 2022).

<sup>87</sup> Operaterji, ki so lastniško povezani s T-2, so: Inatel d.o.o. (izbrisan iz Poslovnega registra dne 1. 12. 2020), Telesat d.o.o. (izbrisan iz Poslovnega registra dne 30. 6. 2021) in KKS KABEL KAMNIK, d.o.o.; operaterji, ki so lastniško povezani z A1 pa so: Dostop komunikacije d.o.o., P&ROM d.o.o. (izbrisan iz Poslovnega registra dne 30. 9. 2020) in Studio Proteus d.o.o.

<sup>88</sup> TV programi Arena sport se nahajajo v programskih shemah operaterjev Telekom, T-2, A1 in več manjših operaterjev, <https://www.tvarenasport.si/operaterji/>, vpogled dne 1. 12. 2022.

in druge). Poleg tega je skupina Arena, ki ji pripada nov konkurent, nedavno objavila, da je za obdobje 6 let (od sezone 2022/2023 naprej) sklenila pogodbo za distribucijo prve angleške nogometne lige (Premier League)<sup>89</sup>, ki jo tudi v potrošniški raziskavi, gledalci uvrščajo med dogodke oz. vsebine, ki jih pri nogometu najbolj zanima<sup>90</sup>, kar izkazuje, da se bo položaj skupine Arena na veleprodajnem trgu v prihodnjih letih z veliko verjetnostjo še krepil glede na ostale konkurente (vključno s podjetjem United Group). Zaradi pridobitve novih pravic za prenos športnih dogodkov je skupina Arena dodala še tri nove TV programe (Arena sport premium, Arena sport 3 in Arena sport 4),<sup>91</sup> kar se bo z veliko verjetnostjo odražalo tudi v povečanju gledanosti in povečanju tržnega deleža za TV programe Arena sport.

57. Že dejstvo, da trije veliki operaterji, ki na maloprodajnem trgu dobave TV storitev obvladujejo [50-60] % trga<sup>92</sup>, ob vstopu novega konkurenta na trg niso sklenili nove pogodbe z združenim podjetjem temveč z novim konkurentom, nakazuje, da z vstopom novega konkurenta na veleprodajni trg dobave športnih TV programov, TV programi SK verjetno niso nujno potrebni za učinkovito konkuriranje na maloprodajnem trgu dobave TV storitev. Ne glede na to pa je Agencija v postopku presoje skladnosti koncentracije s pravili konkurence preverila še, kako bi se potrošniki odzvali (oz. kako so se odzvali), če njihov operater ne bi več predvajal TV programov SK ali pa bi povišal naročnino na TV storitve zaradi povišanja licenčnih za TV programe SK.
58. Agencija je tako preverila, kakšne so preference potrošnikov v zvezi s TV programi SK, še posebej, ali (i) so za naročnike fiksne televizije TV programi SK pomembni oz. nujni kot sestavni del programskih shem operaterjev, da le-ti konkurirajo na maloprodajnem trgu za naročnike – tj. ali so TV programi SK »must have«, (ii) imajo TV programi SK primerne (bližnje) substitute, in (iii) ali in v kolikšni meri bi naročniki zamenjali operaterja, če ne bi imeli možnosti spremljati TV programov SK oz. če bi se cena storitve zvišala kot posledica dviga cen TV programov SK. Poleg tega je Agencija preverila tudi, ali (iv) »vezava«<sup>93</sup> vpliva na menjavo operaterja in v kakšni meri (kar je lahko tudi en od pokazateljev, ali so TV programi SK za naročnike »must have«).
59. Iz analize preferenc končnih potrošnikov izhaja, da po mnenju vprašanih za TV programe SK ne obstajajo alternative (le 16 % vseh gledalcev (t. i. povprečnih gledalcev), ki jih TV programi SK zanimajo<sup>94</sup>, meni, da obstaja alternativa za TV programe SK).<sup>95</sup>
60. Vendar pa iz analize preferenc končnih potrošnikov izhaja, da kljub temu, da TV programi SK zanimajo večino vprašanih, jih več kot polovica v primeru, da bi se cena TV paketa pri operaterju povečala kot posledica dviga cene TV programov SK<sup>96</sup>, ne bi menjalo operaterja.<sup>97</sup> Tako je odgovorilo skoraj polovica vseh gledalcev. Največ jih je odgovorilo, da ne bi zamenjali operaterja, ker imajo pogodbeno vezavo in zaradi predčasne prekinitve pogodbe ne želijo

<sup>89</sup> <https://www.blog.uporabnastran.si/2021/07/20/angleska-premier-league-v-zivo-na-arena-sport-slovenija-od-sezone-2022-23-za-6-let-premier-liga-prenos-v-zivo/>, <https://siol.net/digisvet/telekomov-tehnik/angleska-premier-league-in-ostali-nogomet-na-televiziji-telekoma-slovenije-558263>, in <https://ekipa.svet24.si/clanek/nogomet/mednarodni-nogomet/60f946f4f11d3/premier-liga>, vsi vpogledi opravljeni dne 29. 9. 2021.

<sup>90</sup> Prvo mesto si deli z UEFA Ligo prvakov. Oba dogodka oz. vsebine zanima od 37 % do 40 % vprašanih, ki so odgovorili, da jih zanima ali zelo zanima nogomet. Glej dokument št. 3061-8/2013-657.

<sup>91</sup> <https://www.tvarenasport.si/tv-spored/>, vpogled 22. 11. 2022.

<sup>92</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663, točka 136.

<sup>93</sup> Pogodbeno vezava naročnika na storitve operaterja za določeno obdobje zaradi pridobljenih ugodnosti (kot so npr. nižja cena storitev za določeno obdobje, nakup blaga – običajno mobilnih telefonov po nižji ceni, ipd.).

<sup>94</sup> TV programi SK zanimajo 80 % vseh vprašanih.

<sup>95</sup> Dokument št. 3061-8/2013-657.

<sup>96</sup> Vprašanje D9. »Zamislite si situacijo, da bi se cena TV paketa pri vašem ponudniku povečala (posledica dviga cene športnega programa SPORTKLUB TV), hkrati pa bi cene pri ostalih ponudnikih TV paketov (ki programa SPORTKLUB TV nimajo) ostale nespremenjene. Ali bi v tem primeru menjali vašega ponudnika TV storitev? Možnih je več odgovorov.«

<sup>97</sup> Vprašanje D.9.1. »Zakaj v tem primeru ne bi menjali vašega ponudnika TV storitev?«



plačati penalov, nato sledi razlog, da TV programi SK nimajo alternativne zamenjave. Za velik del gledalcev menjava operaterja vzame preveč energije ali pa enostavno ne vedo, zakaj se ne bi odločili za menjavo operaterja. Le relativno malo gledalcev bi zamenjalo operaterja ne glede na povišanje cene (približno petina vseh naročnikov, ki so sodelovali v raziskavi). Približno vsak deseti pa bi zamenjal operaterja, a le, če se naročnina oz. penali zaradi predčasne prekinitve pogodbe ne bi povečali za več kot določen znesek (prevladuje dvig naročnine za največ 5 EUR oz. penali do 10 EUR).<sup>98</sup>

61. Agencija je s potrošniško raziskavo ugotovila, da bi TV programi SK za gledalce lahko predstavljali pomemben TV program, vendar pa ni verjetno, da bi zadostno število naročnikov menjalo operaterja v primeru, da njihov obstoječi operater ne bi ponujal TV programov SK, zaradi česar TV programi SK niso »must have«.
62. Tudi iz podatkov o prestopu naročnikov po tem, ko so operaterji Telekom, T-2 in A1 prenehali predvajati TV programe SK (v drugi polovici leta 2020), ni razvidno, da je v tem času ali kasneje prišlo do večjega števila prestopov naročnikov omenjenih operaterjev k Telemachu ali drugim operaterjem, ki imajo TV programe SK še vedno v programskih shemah. Agencija je podatke preverila tako pri AKOS-u, kot tudi pri največjih operaterjih (Telemach, Telekom, T-2 in A1).<sup>99</sup>
63. Agencija je v postopku presoje skladnosti koncentracije ugotovila, da se [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED] Kot to izhaja iz tabele (Tabela 2), bi bili tržni deleži Telemacha, če ne bi upoštevali pripojitev oz. nakupov manjših operaterjev, konec leta 2018 [30-40] %, konec leta 2019 [30-40] % in konec leta 2020 [30-40] %. Tržni deleži njegovih največjih konkurentov pa so bili sledeči: Telekom je konec leta 2018 imel [20-30] % tržni delež, konec leta 2019 [20-30] % in konec leta 2020 [20-30] % ([REDACTED]). T-2 je imel konec leta 2018 [10-20] %, konec leta [10-20] % 2019 in [10-20] % tržni delež konec leta 2020. A1 pa [5-10] % tržni delež konec leta 2018, [10-20] % konec leta 2019 in [10-20] % konec leta 2020.<sup>100</sup>

<sup>98</sup> Dokument št. 3061-8/2013-657.

<sup>99</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>100</sup> Lasten izračun Agencije na podlagi podatkov AKOS-a, odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.



Ne glede na navedeno delež prihodov naročnikov k Telemachu od maja 2020 do konca septembra 2020 ne predstavlja bistvenega povečanja in predstavlja manj kot 5 % vseh njegovih naročnikov; delež odhodov naročnikov od Telekoma, T-2 in A1 ravno tako 5 % vseh njihovih naročnikov, pri čemer ni mogoče trditi, da so bili vsi prihodi (ali vsaj večina) naročnikov k operaterju Telemach (in odhodov od operaterjev Telekom, T-2 in A1) na račun predvajanja oz. nepredvajanja TV programov SK.<sup>106</sup>

66. Kot je ugotovila Agencija v postopku presoje skladnosti koncentracije, ima na podlagi navedenega podjetje United Group sicer določeno stopnjo tržne moči, vendar obstaja vrsta izravnalnih dejavnikov, zaradi česar ni verjetno, da bi podjetje United Group negativno vplivalo na konkurenco.<sup>107</sup> Glede na navedeno in upošteva dejstvo, da gre v obravnavani zadevi za ustavitev postopka iz razloga smotrnosti, Agencija ni dokončno opredelila položaja podjetja United Group na zadevnem trgu.
67. Upošteva zgoraj navedeno Agencija meni, da nadaljnji postopek ugotavljanja kršitve ni utemeljen niti smotrno, zato ga je treba ustaviti. Vzporedno s tem postopkom je Agencija vodila tudi prej omenjeni postopek presoje skladnosti koncentracije, v katerem je ugotovila, da ni verjetno, da bi podjetje United Group negativno vplivalo na konkurenco. V času od uvedbe postopka (leto 2015) je na trg vstopil nov konkurent, kar je povzročilo spremembe na trgu, zaradi katerih tudi morebitna ugotovitev kršitve ne bi doprinesla k razvoju trga. Omenjene spremembe na trgu bi za ugotavljanje kršitve terjale obsežen ugotovitveni postopek, uspešnost katerega pa je (preiskava namreč ni bila izvedena), zaradi časovne oddaljenosti domnevnih kršitev, minimalna. Prav tako pa je v postopku presoje skladnosti koncentracije bila izvedena omenjena analiza preferenc potrošnikov, katere izsledki kažejo, da so nekatere okoliščine, na katerih je temeljila uvedba postopka (da so TV programi SK »must have«), drugačne. Zaradi vsega navedenega je Agencija odločila, kot izhaja iz izreka tega sklepa.

#### **IV. OBJAVA IZREKA SKLEPA**

68. Na podlagi petega odstavka 22. člena ZPOmK-1 se izrek sklepa, s katerim se postopek konča, objavi na spletni strani Agencije.

#### **V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA**

69. V skladu s tretjim 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 tretje točke izreka tega sklepa.

#### **POUK O PRAVNEM SREDSTVU:**

Zoper ta sklep je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču RS, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve sklepa. 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.

<sup>106</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

<sup>107</sup> Odločba Agencije št. 3061-8/2013-663.

Postopek vodil:  
Matija Kočever

Andrej Matvoz  
predsednik senata

Vročiti – osebno po ZUP:

- United Media Limited, 1 Aiolou & Panayioti Diomidous, 9, Katholiki, 3020 Limassol, Ciper, po pooblastilu: **Odvetniška družba Pantelič, Grad in partnerji o.p., d.o.o.**, Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.