



REPUBLIKA SLOVENIJA  
Ministrstvo za gospodarstvo

**URAD RS ZA VARSTVO KONKURENCE**

Datum: 26. 7. 2007  
Opr. št.: 306-66/2006-52

Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence, Kotnikova 28, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Urad), je na podlagi 34. člena v zvezi z 10. členom Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence (Uradni list RS, št. 56/99, 37/04 in 40/07; v nadaljevanju: ZPOmK) v postopku ugotavljanja zlorabe prevladujočega položaja, ki ga je uvedel na zahtevo družbe Blitz Film & Video Distribution d.o.o., Dolenjska cesta 258, 1291 Škofljica, ki jo zastopa Odvetniška družba Colja, Rojs & partnerji, o.p., d.n.o., Tivolska cesta 48, 1000 Ljubljana, proti družbi Kolosej kinematografi d.o.o., Šmartinska cesta 152, 1000 Ljubljana, ki jo zastopa Odvetniška družba Kozinc in partnerji o.p., d.n.o., Dalmatinova 2/VI, 1000 Ljubljana, izdal naslednjo

**ODLOČBO:**

1. Družba Kolosej kinematografi d.o.o., Šmartinska cesta 152, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Kolosej), je v obdobju od 16. 3. 2004 do najmanj 10. 2. 2005 zlorabljala prevladujoč položaj na trgu kinematografskega prikazovanja filmov v treh mestnih središčih z njihovo bližnjo okolico (Ljubljana, Koper in Maribor) s tem, da je neutemeljeno zavračala prikazovanje vseh filmskih naslovov družbe Blitz Film & Video Distribution d.o.o., Dolenjska cesta 258, 1291 Škofljica (v nadaljevanju: Blitz), oziroma je določene filmske naslove sprejela v prikazovanje šele po sklenitvi pod-distribucijskih pogodb, ter s tem, da je družbi Blitz predlagane termine prikazovanj potrjevala nerazumljivo pozno. Z navedenimi ravnanji je diskriminirala družbo Blitz v primerjavi z drugimi distributerji ter jo neutemeljeno postavljala v konkurenčno slabši položaj na trgu kinematografske distribucije filmov v Republiki Sloveniji.
2. Družba Kolosej se je dolžna vzdržati vseh ravnanj iz prve točke izreka.
3. Izrek odločbe se objavi v Uradnem listu RS.
4. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

**Obrazložitev:**

**I. Stranki postopka in njuna dejavnost**

1. Družba Kolosej (osnovna dejavnost: kinematografska dejavnost O92.130), hčerinska družba Ljubljanskih kinematografov d.d., je gospodarska družba, ki nastopa na trgu kinematografskega prikazovanja filmov. Razen odvisne družbe Kolosej Maribor, družba za prikazovanje filmov, d.o.o. ne obvladuje drugih podjetij, ki bi bila registrirana za opravljanje dejavnosti kinematografskega prikazovanja filmov. Svojo dejavnost opravlja v kompleksu dvoran v Ljubljani, Celju (družba je najemala kompleks v Celju od 22. 1. 2004 do 19. 12. 2004, od 20. 12. 2004 dalje pa je lastnica nepremičnine), Mariboru

(družba najema kompleks od 1. 10. 2004 dalje), Kopru (družba najema kompleks od 12. 2. 2003 dalje), Kinu Kranj (družba najema dvorano od 1. 4. 2006 dalje), Kinu Komuna in Kinoklubu Vič (družba najema dvorani od 1. 1. 2003 dalje) ter v zabaviščnem centru Arena Vodafone live!, ki je bil odprt 19. 5. 2005.

2. Družba Blitz (osnovna dejavnost: distribucija filmov in videofilmov O92.120) nastopa na trgu kinematografske distribucije filmov.

## II. Sklep o uvedbi postopka in druga vprašanja v zvezi s postopkom

### Sklep o uvedbi postopka

3. Urad je na podlagi 10. člena in drugega odstavka 23. člena ZPOmK ter na podlagi zahteve družbe Blitz dne 16. 8. 2006 izdal sklep o uvedbi postopka (opr. št. 306-66/2006-2) zoper družbo Kolosej zaradi ugotavljanja domnevne kršitve 10. člena ZPOmK. V obrazložitvi sklepa je pojasnil, da iz "dokumentov, ki jih je Uradu predložila družba Blitz, ter dokumentov, ki jih je Urad zbral pri izvajanju nadzora nad uporabo določb ZPOmK, izhaja verjetnost, da družba Kolosej krši 10. člen ZPOmK." Navedel je, da naj bi družba Kolosej "neupravičeno zavračala predvajanje tržno zanimivih filmskih naslovov distribucije Blitz in ji vsiljevala pogoje, ki družbo Blitz v primerjavi z drugimi distributerji postavljajo v konkurenčno slabši položaj." Prav tako je navedel, da "naj bi bila prodaja pravic za prikazovanje filmov v dvoranah družbe Kolosej pogosto možna le v sodelovanju z drugimi filmskimi distributerji ob sočasnem pogoju, da se logotip družbe Blitz ne pojavlja na oglaševalskih plakatih in v drugem reklamnem gradivu" in da naj bi "družba Kolosej nerazumno pozno potrjevala dokončne termine predvajanja posameznih filmskih naslovov distribucije Blitz ter jih uvrščala v časovno neugodne termine."
4. Izvleček sklepa je bil objavljen v Uradnem listu RS dne 25. 8. 2006. V njem je Urad na podlagi drugega odstavka 25. člena ZPOmK pozval vse fizične in pravne osebe, ki imajo pravni interes za udeležbo v postopku, da prijavijo svojo udeležbo v 30 dneh od njegove objave v Uradnem listu RS ter da Uradu pošljejo pisna mnenja in dokumente, ki bi lahko bili pomembni za odločitev, ne da bi formalno zahtevali status udeleženca v postopku.
5. Udeležbe v postopku ni prijavila nobena fizična ali pravna oseba.

### Druga vprašanja v zvezi s postopkom

6. Družba Kolosej v svojih vlogah navaja, da je sklep o uvedbi postopka nezakonit, saj je bil izdan dne 16. 8. 2006. Na podlagi tretjega odstavka 23. člena ZPOmK mora Urad izdati sklep o uvedbi postopka v roku 30 dni od vložitve zahteve, sicer se slednja šteje za zavrženo. Ker Urad sklepa o uvedbi postopka ni izdal v predpisanem roku, naj bi bila po mnenju družbe Kolosej zahteva prijavitelja pravno neobstoječa. Urad naj bi postopek začel na podlagi zavržene zahteve, kar pomeni, da je v postopku udeležena stranka, ki to ne more biti. Družba Kolosej navaja, da gre v obravnavanem primeru za absolutno bistveno kršitev pravil postopka.
7. Urad ugotavlja, da si družba Kolosej napačno razlaga tretji odstavek 23. člena ZPOmK. Rok, v katerem naj bi Urad odločil o utemeljenosti zahteve prijavitelja za uvedbo postopka, je instruksijske narave, kar pomeni, da upravne organe sili k aktivnosti, pristojnim organom pa omogoča nadzor in ukrepanje v primeru neutemeljenih zaostankov. Njegova prekoračitev ne pomeni bistvene kršitve pravil postopka (Glej: Sodba VS, št. U 1650/93). Prav tako ne pomeni, da upravni organ ne more več izdati upravnega

akta.

8. Potek roka, določenega za izdajo upravnega akta, omogoča osebi, ki je vložila zahtevo, uporabo ustreznega pravnega sredstva (pritožba oziroma upravni spor), s katerim se zahteva aktivnost organa. Takšno razlago potrjujejo določbe 255. člena Zakona o splošnem upravnem postopku (Uradni list RS, št. 80/99, 70/00, 52/02, 73/04, 119/05 in 105/06; v nadaljevanju: ZUP)<sup>1</sup> ter 37. člena Zakona o upravnem sporu (Uradni list RS, št. 105/06 in 26/07; v nadaljevanju: ZUS).<sup>2</sup> V obravnavanem primeru je instruktorski rok namenjen zaščiti pravic družbe Blitz in ne zaščiti pravic stranke, proti kateri se vodi postopek; pravice družbe Kolosej niso manjše zgolj zaradi dejstva, da je bil sklep o uvedbi postopka izdan dne 16. 8. 2006.
9. Družba Blitz ima v postopku status stranke, saj je bil postopek uveden na podlagi njene zahteve. Status stranke za Urad ni sporen in ne predstavlja absolutno bistvene kršitve pravil postopka.
10. Družba Kolosej navaja, da je sklep o uvedbi postopka nezakonit, saj ne vsebuje zahtevanih sestavin iz 24. člena ZPOmK (predvsem določnega opisa dejanj, ravnanj ali okoliščin, ki so razlog za začetek postopka). Prav tako navaja, da naj bi Urad neutemeljeno razširjal predmet postopka, zaradi česar naj bi bila družbi Kolosej kršena njena pravica do obrambe.
11. Urad navedbe družbe Kolosej zavrača kot neutemeljene. Iz sklepa o uvedbi postopka in njegove obrazložitve so jasno razvidna dejanja, ravnanja in okoliščine, ki so razlog za začetek postopka (Glej: Odločba, točka 3). V skladu z določili 24. člena ZPOmK so navedene tudi določbe zakona, za katere je izkazana verjetnost kršitve, ter listine in drugi dokazi, na podlagi katerih je Urad ugotovil, da obstaja verjetnost kršitve.
12. Predmeta postopka Urad ni razširjal, ampak je pri svojem odločanju ostal v okvirih, določenih s sklepom o uvedbi postopka. Urad opozarja, da sklep o uvedbi postopka ni obtožni akt iz kazenskega postopka. Postopek se lahko začne že na podlagi verjetnosti kršitve. S sklepom o uvedbi postopka se opredeli predmet odločanja, medtem ko se lahko popolno, dejansko stanje, skupaj z natančno časovno opredelitvijo zlorabe, ugotovi šele v zaključku ugotovitvenega postopka.
13. Prav tako vsebina sklepa o uvedbi postopka ne vpliva na pravice stranke, da se opredeli do listin v spisu in da se učinkovito brani pred očitki. Urad lahko svojo odločitev opre samo na dejstva in dokaze, glede katerih je stranki, proti kateri se vodi postopek, dana možnost, da se o njih izjavi. Družba Kolosej je imela ves čas postopka pravico do vpogleda v spis, s Povzetkom relevantnih dejstev (opr. št. 306-66/2006-42) pa je bila seznanjena tudi z vsemi pomembnimi dejstvi, do katerih se je opredelila. Očitki družbe Kolosej glede kršitve njenih procesnih pravic so zato neutemeljeni.
14. Družba Kolosej v odgovoru na Povzetek relevantnih dejstev navaja, da povzetek ne vsebuje pravne kvalifikacije nekaterih ravnanj, zaradi česar ne more učinkovito izvajati svoje pravice do obrambe.
15. Urad je v skladu z določili tretjega odstavka 146. člena ZUP izdal Povzetek relevantnih dejstev. V njem je navedel dokumente, na katere se je oprl pri svojem odločanju, podal dejstva, ki so bila navedena v postopku, ter se do njih tudi opredelil. Uradu pravila upravnega postopka ne nalagajo obveznosti izdaje t. i. 'pred-odločbe', v kateri bi v celoti pravno opredelil sporno ravnanje. Popolna pravna kvalifikacija

<sup>1</sup> Iz 255. člena ZUP jasno izhaja, da se tudi po preteku roka lahko izda upravni akt.

<sup>2</sup> Če organ med sodnim postopkom v primeru tožbe zaradi molka organa izda upravni akt, mora to sporočiti sodišču, pri katerem je sprožen upravni spor.

omejevalnega ravnanja je podana v odločbi; če stranka meni, da je bilo materialno pravo uporabljeno zmotno, lahko vloži tožbo v upravnem sporu.

16. Družba Blitz meni, da so v primeru presoje zlorabe prevladujočega položaja družbe Kolosej izpolnjeni pogoji iz 82. člena PES ter da imajo ravnanja omenjene družbe čezmejni učinek ('cross-border effect'). 82. člen PES se namreč uporablja za protipravna ravnanja podjetij, ki imajo učinek na trgovanje med državami članicami Evropske skupnosti.<sup>3</sup> V primeru učinka na trgovanje med državami članicami Evropske skupnosti so konkurenčni organi in sodišča poleg nacionalnih zakonskih določb dolžni uporabljati tudi 82. člen PES, vendar samo za obdobje od vstopa Republike Slovenije v Evropsko unijo.
17. Urad se strinja z navedbami družbe Blitz, da je pogoj "znatnega dela skupnega trga" lahko izpolnjen tudi v primeru, če se zloraba prevladujočega položaja nanaša predvsem (ali izključno) na območje ene same države članice, a opozarja, da je morebitne čezmejne učinke potrebno presojati v vsakem primeru posebej.
18. V primeru presoje zlorabe prevladujočega položaja družbe Kolosej je potrebno upoštevati posebnosti kinematografske distribucije oziroma kinematografskega prikazovanja filmov. Zaradi jezikovnih pregrad, načina podeljevanja pravic na trgu kinematografske distribucije filmov ter omejitve kinematografskega prikazovanja na območje Republike Slovenije Urad ugotavlja, da ravnanje družbe Kolosej ne povzroča čezmejnih učinkov, zaradi česar Urad ravnanja družbe Kolosej ni dolžan obravnavati po 82. členu PES.

### III. Prijava s strani družbe Blitz

Navedbe prijavitelja

19. Družba Blitz v zahtevi za uvedbo postopka z dne 30. 6. 2006 (opr. št. 306-66/2006-1) navaja, da ji je družba Kolosej v obdobju od leta 2001 do 2006 kot družba s prevladujočim položajem na trgu kinematografskega prikazovanja filmov omejevala dostop do trga in jo v primerjavi z drugimi distributerji, predvsem z lastniško povezano družbo Ljubljanski kinematografi d.d., z uporabo nepoštenih ter neenakih pogojev postavljala v konkurenčno slabši položaj.
20. Družba navaja, da ni bil v obdobju od 30. 3. 2001 do 10. 2. 2005 niti en filmski naslov, ki ga je kot distributer ponudila družbi Kolosej, sprejet v prikazovanje. Družba Blitz je bila posledično prisiljena skleniti serijo pod-distribucijskih pogodb ('sub-distribution agreement') s konkurenčnimi distributerji, predvsem z družbo A.G. Market d.o.o.<sup>4</sup> Dne 16. 3. 2004 je družbi Kolosej posredovala ponudbo z aktualnimi filmskimi naslovi za obdobje od 29. 4. 2004 dalje. Družba Kolosej tudi v tem primeru ni sprejela v prikazovanje niti enega filmskega naslova. Omenjena ponudba je vsebovala film Kristusovo

<sup>3</sup> "Kot nezdržljiva s skupnim trgom je prepovedana vsaka zloraba prevladujočega položaja enega ali več podjetij na skupnem trgu ali njegovem znatnem delu, kolikor bi lahko prizadela trgovino med državami članicami. Takšna zloraba je zlasti: a) neposredno ali posredno določanje nepoštenih nakupnih ali prodajnih cen ali drugih nepoštenih pogojev poslovanja; b) omejevanje proizvodnje, trgov ali tehničnega razvoja na škodo potrošnikov; c) uporaba neenakih pogojev za primerljive posle z drugimi trgovinskimi partnerji, ki slednje postavlja v podrejen konkurenčni položaj; d) sklepanje pogodb, ki sopogodbenikom narekujejo sprejetje dodatnih obveznosti, ki po svoji naravi ali glede na trgovinske običaje nimajo nikakršne zveze s predmetom takšnih pogodb."

<sup>4</sup> V potrditev svojih navedb je družba Blitz Uradu predložila primer pod-distribucijske pogodbe, primer izstavljenega računa ter seznam filmskih naslovov, za katere so bile omenjene pogodbe sklenjene. Z družbo A.G. Market d.o.o. so bile sklenjene pod-distribucijske pogodbe za naslednje filmske naslove: Traffic, Hannibal, What Women Want, Taxi 2, Antitrust, Original Sin, Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain, The Others, Memento, The Wedding Planner, Next Best Thing, Crossroads, Domestic Disturbance, Boys and Girls, Bless the Child, Bandits, The Mothman Prophecies, Kiss of the Dragon, Der Schuh des Manitu, Insomnia, Yamakasi, We Were Soldiers, K-19: The Widowmaker in Serving Sara.

trpljenje, ki ga je družba Blitz kasneje predala v pod-distribucijo družbi Ljubljanski kinematografi d.d., obvladujoči družbi družbe Kolosej.<sup>5</sup>

21. Družba Blitz prav tako navaja, da je imela za izvedbo promocijskih aktivnosti za filmske naslove, ki jih je družbi Kolosej ponudila dne 24. 11. 2004, na voljo bistveno manj časa, kot drugi distributerji. Tentativna lista, s katero je družba Kolosej potrdila prikazovanje filmskih naslovov drugih distributerjev, je bila objavljena v medijih 14. 12. 2004, medtem ko je bilo prikazovanje filmskih naslovov družbe Blitz potrjeno šele 4. 2. 2005 oziroma 10. 2. 2005, tj. s 54 oziroma 60 dnevnim zamikom. Družba Blitz je morala izvesti promocijske aktivnosti za štiri filmske naslove (Alexander, The Aviator, Mar adentro, Million Dollar Baby) v samo 6, 14, 21 oziroma 28 dneh.

#### IV. Upoštevni trgi

##### Upoštevni proizvodni/storitveni trg

22. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg predstavljajo proizvodi oziroma storitve, ki so z vidika lastnosti, cen ali nameravane uporabe medsebojno zamenljivi.
23. Kinematografsko industrijo sestavlja več med seboj tesno povezanih faz. V primeru obravnavane zlorabe prevladujočega položaja se je Urad omejil le na zadnji dve fazi kinematografske industrije, ki zajemata celotno dejavnost obravnavanih družb ter v skladu z uveljavljenimi konkurenčno-pravnimi načeli predstavljata ločena storitvena trga: (i) kinematografska distribucija filmov, ki predstavlja osnovno dejavnost družbe Blitz in ki zajema pridobivanje regionalnih pravic za kinematografsko prikazovanje filmov, njihovo podnaslavljanje, izvajanje trženjskih aktivnosti, pridobivanje drugih dovoljenj itd., ter (ii) kinematografsko prikazovanje filmov, ki predstavlja osnovno dejavnost družbe Kolosej. Slednja se s kinematografsko distribucijo filmov ne ukvarja; kinematografska distribucija filmov je osnovna dejavnost družbe Ljubljanski kinematografi d.d., ki ima v družbi Kolosej večinski lastniški delež.

Opis in podrobnejša opredelitev upoštevni storitvenih trgov

##### *Kinematografska distribucija filmov*

24. Pravica kinematografske distribucije filmov je izključna pravica, ki jo kinematografski studio podeli lokalnemu podjetju, ki nastopa na trgu kinematografske distribucije filmov (v nadaljevanju: distributerju). Pravica je omejena časovno in geografsko, pridobljena pa je lahko na podlagi pogodbe z vodilnim ('major') ali neodvisnim ('independent') studiem. Bistvena razlika med pogodbo z vodilnim oziroma neodvisnim studiem je v obsegu pravice. Pogodba z vodilnim studiem podeljuje izključno pravico za vse filme vodilnega studia v določenem časovnem obdobju. Praviloma gre za letno pogodbo, ki se pred iztekom podaljša za dodatno obdobje ali pa se prepusti drugemu distributerju. Neodvisni studii v primerjavi z vodilnimi studii ponujajo manjše število filmskih naslovov. Distributerju poleg pravice do kinematografske distribucije filmov pogosto odstopijo tudi pravico do njihove televizijske in video distribucije.
25. V Republiki Sloveniji se z dejavnostjo kinematografske distribucije filmov (poleg družbe Blitz) ukvarja sedem večjih družb (A.G. Market d.o.o., Cenex d.o.o., Cinemania Group d.o.o., Continental Film d.o.o., Fivia d.o.o., Karantanija Cinemas d.o.o. in Ljubljanski kinematografi d.d.), ki imajo sklenjene pogodbe z

<sup>5</sup> V potrditev svojih navedb je družba Blitz Uradu predložila pod-distribucijsko pogodbo z dne 11. 5. 2004.

naslednjimi vodilnimi svetovnimi studii: 20<sup>th</sup> Century Fox International (Continental Film d.o.o.), Buena Vista International (Cenex d.o.o.), Sony Pictures Releasing (Continental Film d.o.o.), UIP (Universal, Paramount, DreamWorks) (Karantanja Cinemas d.o.o.) in Warner Bros. (Ljubljanski kinematografi d.d.) Večina distributerjev v Republiki Sloveniji sklepa pogodbe tudi z neodvisnimi studii.<sup>6</sup>

#### *Kinematografsko prikazovanje filmov*

26. Kinematografsko prikazovanje filmov predstavlja zadnjo fazo kinematografske industrije. Temelji na pravici, ki jo podjetje, ki nastopa na trgu kinematografskega prikazovanja filmov (v nadaljevanju: prikazovalec), pridobi od lokalnega distributerja za omejeno časovno obdobje, in poteka v namensko grajenih dvoranh oziroma kompleksih dvoranh, pa tudi v dvoranh, namenjenih splošnim prireditvam (npr. Cankarjev dom). Prikazovanje v slednjih je z vidika obsega ustvarjenih prihodkov zanemarljivo; poteka le občasno (npr. v času filmskih festivalov) in je praviloma omejeno na žanrsko specifične filmske naslove, ki za številne prikazovalce niso tržno zanimivi.
27. V Republiki Sloveniji sta z vidika obsega ustvarjenih prihodkov daleč najpomembnejša prikazovalca družba Kolosej in družba Engrotuš d.o.o., ki edina razpolagata s kompleksi dvoran.

#### *Medsebojna povezanost upoštevnih storitvenih trgov ter njuna povezanost z drugimi trgi*

28. Upoštevni storitveni trg kinematografske distribucije filmov je z upoštevniim trgov kinematografskega prikazovanja filmov povezan vertikalno, saj podjetja s prvega upoštevnega trga nastopajo v vlogi prodajalcev, podjetja z drugega upoštevnega trga pa v vlogi kupcev prikazovalskih pravic. Omenjena delitev trgov z vidika presoje zlorabe prevladujočega položaja ni sporna; z njo se strinja družba Blitz kot družba Kolosej, potrjuje pa jo tudi praksa Evropske komisije in nacionalnih konkurenčnih organov.<sup>7</sup>
29. Posebno pozornost je Urad namenil določitvi obsega trga kinematografskega prikazovanja filmov. Tudi v tem primeru se je oprl na prakso Evropske komisije in drugih konkurenčnih organov.
30. Evropska komisija je v odločbi IV/M.902 Warner Bros. - Lusomundo - Sogecable zavzela stališče, da kinematografsko prikazovanje filmov (z vidika alternativnih virov filmskih vsebin) predstavlja ločen storitveni trg, saj se prikazovalske pravice, povezane z izbranim filmskim naslovom, podeljujejo v naprej določenem časovnem zaporedju: (i) kinematografi, (ii) plačljiva televizija, prodaja in izposoja nosilcev video vsebin ter (iii) javna oziroma brezplačna televizija. V prvih tednih po premieri si lahko potrošnik ogleda izbrani filmski naslov le v kinematografih, zato mu alternativni viri filmskih vsebin (plačljiva televizija, prodaja in izposoja video nosilcev ter javna oziroma brezplačna televizija) ne zagotavljajo ustreznega substituta, kar pomeni, da predstavljajo ločen upoštevni trg.
31. Podobne so ugotovitve angleškega Office of Fair Trading. V odločbi Terra Firma Investments - United

<sup>6</sup> Podatki o tržnih deležih posameznih distributerjev niso popolnoma merodajni in časovno primerljivi ravno zaradi pogojevanja sodelovanja s sklepanjem pod-distribucijskih pogodb. Kljub temu Urad v nadaljevanju navaja tržne deleže, ki so jih posamezni distributerji dosegli z distribucijo filmskih naslovov vodilnih oziroma neodvisnih studiev v letu 2004: A.G. Market d.o.o. - 1,6 % (neodvisni); Cenex d.o.o. - 10,9 % (vodilni); Cinemania Group d.o.o. - 12,4 % (neodvisni); Continental Film d.o.o. - 22,9 % (vodilni); Fivia d.o.o. - 5,4 % (neodvisni); Karantanja Cinemas d.o.o. - 15,1 % (vodilni) in 1,9 % (neodvisni); Ljubljanski kinematografi d.d. - 24,8 % (vodilni) in 5,0 % (neodvisni).

<sup>7</sup> Portugalski Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência v odločbi Lusomundo - International Films storitvene trge v sektorju filmske industrije deli na (i) trg kinematografskega prikazovanja filmov, (ii) trg kinematografske distribucije filmov, (iii) prenos pravic prikazovanja preko televizije ter (iv) prodajo in izposoja video filmov. Vir: 'Study in the Area of Competition Policy Concerning the Definition of the Media Market (Portugal) - Report by Cuatrecasas and its associated firm Gonçalves Pereira, Castelo Branco', marec 2004.

Cinemas International - Cinema International Corporation se pri opredelitvi upoštevnega storitvenega trga sprašuje, ali alternativni viri filmskih vsebin lahko predstavljajo ustrezen substitut kinematografskemu prikazovanju filmov, pri čemer ugotavlja, da za takšen sklep ni zadostnih dokazov. Kinematografi imajo (čeprav le za omejeno obdobje) izključno pravico prikazovanja izbranega filmskega naslova. Ogled v dvorani se z vidika potrošnikovega doživetja razlikuje od drugih oblik ogleda zaradi velikosti zaslona, kakovosti zvočne opreme, možnosti skupinskega ogleda itd. Ločenost upoštevne storitvenih trgov potrjujejo občutne razlike med ceno vstopnic in ceno najema posameznega filmskega naslova na video nosilcu, pa tudi povečan obisk kinematografov v zadnjih nekaj letih (ob sočasnem povečanju števila alternativnih distribucijskih kanalov filmskih vsebin).<sup>8</sup>

32. Ugotovitve Urada potrjujejo tudi navedbe družbe Engrotuš d.o.o., ki v odgovoru na vprašalnik z dne 17. 8. 2006 (opr. št. 306-66/2006-5) navaja, da se pri oblikovanju končne cene vstopnic ne ozira na cene alternativnih virov filmskih vsebin. Vsi legalno izdani filmski naslovi izidejo na video nosilcih z nekajmesečnim zamikom po premieri istega filmskega naslova v kinematografih, iz česar je mogoče sklepati, da na potrošnikovo odločitev o obisku kinematografa ne vplivajo. Na potrošnikovo odločitev o obisku kinematografa bi po mnenju družbe Engrotuš d.o.o. lahko vplivalo le nelegalno presnemavanje filmskih vsebin s pomočjo svetovnega spleta. Podobne pomisleke izraža tudi družba Kolosej, ki navaja, da je filmski naslov, ki je bil premierno prikazan v Združenih državah, v nekaterih primerih mogoče kupiti na video nosilcu v Združenih državah ali Aziji še preden se prične njegovo prikazovanje v Evropi.
33. Urad ugotavlja, da omenjene navedbe ne spreminjajo njegove opredelitve upoštevnega storitvenega trga, saj je presnemavanje filmskih vsebin s pomočjo svetovnega spleta (i) nelegalno, (ii) omejeno le na najbolj aktualne filmske naslove ter le na (iii) tehnično podkovane potrošnike. Hkrati dodaja, da:
- (i) je pritisk alternativnih virov filmskih vsebin na končne cene vstopnic v praksi zanemarljiv, iz česar je mogoče sklepati, da alternativni viri filmskih vsebin v očeh potrošnika ne predstavljajo ustreznega substituta ogledu istega filmskega naslova v kinematografu. Iz Urada razpoložljivih podatkov izhaja, da so cene vstopnic družbe Kolosej v obdobju od leta 2001 do leta 2005 v povprečju ostale nespremenjene oziroma da so doživele celo rahel porast. Mnogo večji cenovni pritisk na končne cene vstopnic predstavlja prisotnost konkurenta na posameznem lokalnem geografskem trgu, kar dokazuje primerjava cen vstopnic družbe Kolosej v Ljubljani oziroma Kopru s cenami v Mariboru oziroma Celju (v Mariboru in Celju so bile cene vstopnic ves čas nižje zaradi prisotnosti družbe Engrotuš d.o.o.)
  - (ii) je v Združenih državah in Aziji mogoče kupiti le nekatere filmske naslove. Njihov ogled zahteva predvajalnik brez regionalne zaščite, kupcu pa povzroča tudi dodatne transakcijske stroške (naročanje preko svetovnega spleta). Omeniti velja tudi občutno razliko med ceno vstopnice in ceno video nosilca.
  - (iii) se kinematografska industrija omenjenih učinkov zaveda, zato zmanjšuje časovni zamik med premiernim prikazovanjem filmskih naslovov v Združenih državah (oziroma Aziji) in Evropi.

#### Upoštevni geografski trg

34. Upoštevni geografski trg je območje, na katerem so podjetja udeležena v dobavi proizvodov in storitev ter na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni, da ga je mogoče oddeliti od sosednjih območij zato, ker so pogoji konkurence na teh območjih bistveno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji

<sup>8</sup> Do podobnih sklepov prihaja družba CATI. Ogled filma v kinematografu (v primerjavi z ogledom filma na televizijskem zaslonu) ponuja drugačno izkušnjo: skupinska doživetja so močnejša, povečana sta družabnost in pričakovanje. Vir: Raziskava CATI: 'Navade obiskovalcev kina', april 2004.

upoštevnege geografskega trga, so: različne pravne zahteve, standardi in davčna bremena, cenovne razlike, tržne navade ipd.

35. Družba Blitz meni, da trg kinematografskega prikazovanja filmov v nobenem primeru ne more biti širši od trga Republike Slovenije, saj jezikovne pregrade (tj. zahteve po podnaslovih) omejujejo prikazovanje na nacionalni trg. Prav tako so pravice, povezane z izbranim filmskim naslovom, pogosto podeljene le za ozemlje določene države. Zaradi omejene migracije potrošnikov naj bi bila po mnenju družbe Blitz verjetnejša ožja opredelitev upoštevnege geografskega trga, kar je v skladu z ugotovitvami Evropske komisije v odločbi IV/M.902 Warner Bros. - Lusomundo - Sogecable. Iz njenih navedb izhaja, da so za prikazovalce zanimivi potrošniki, ki so od dvorane oziroma kompleksa dvoran oddaljeni do 25 km, z večjo oddaljenostjo pa zanimanje za ogled izbranega filmskega naslova drastično pade. Upoštevni geografski trg kinematografskega prikazovanja filmov naj bi bil po mnenju družbe Blitz regionalen. Zajemal naj bi večja mestna središča z njihovo okolico: Ljubljana, Maribor, Celje, Kranj, Koper in Novo mesto.
36. Kinematografska distribucija filmov je nacionalne narave, saj se pogodbe z distributerji vodilnih in neodvisnih studiev praviloma sklepajo za območje celotne države, medtem ko je kinematografsko prikazovanje filmov izrazito lokalne narave. Potrošniki so pripravljene obiskati prikazovalce, ki so jim relativno blizu. Posameznemu prikazovalcu lahko zato konkurirajo le tista podjetja, ki razpolagajo z dvoranami oziroma kompleksi dvoran na istem lokalnem trgu.
37. Office of Fair Trading se je v odločbi Terra Firma Investments - United Cinemas International - Cinema International Corporation pri oceni upoštevnege geografskega trga kinematografskega prikazovanja filmov poslužil zemljevida izohron<sup>9</sup> in ugotovil, da upoštevni geografski trg obsega območje, ki je od posamezne dvorane oziroma kompleksa dvoran oddaljeno kvečjemu 20 do 30 minut vožnje.
38. Ugotovitve Office of Fair Trading potrjujejo navedbe slovenskih prikazovalcev. Družba Kolosej v odgovoru na vprašalnik (opr. št. 306-66/2006-4) navaja, da so potrošniki oziroma obiskovalci iz glavnih mest (tj. Ljubljane) zaradi ogleda izbranega filmskega naslova pripravljene potovati do 30 km, potrošniki oziroma obiskovalci iz manjših mest (tj. Celja in Maribora) pa do 20 km daleč. Družba potrjuje, da je z vidika končnega potrošnika upoštevni geografski trg smiselno deliti na lokalne trge, saj potrošnik ni pripravljen migrirati po celotnem nacionalnem ozemlju z izključnim namenom ogleda izbranega filmskega naslova. Enako mnenje je Uradu posredovala družba Engrotuš d.o.o. v odgovoru na vprašalnik (opr. št. 306-66/2006-5), kjer navaja, da celotna ponudba zabave družbe Engrotuš d.o.o. (in ne le prikaz izbranega filmskega naslova) pritegne obiskovalce iz do 60 km oddaljenih krajev. Družba dodaja, da posamezna dvorana oziroma kompleks dvoran pokriva geografsko območje s polmerom 30 km.
39. Obstoj lokalnih geografskih trgov potrjujejo razmeroma visoke razlike v ceni vstopnic. Iz podatkov, ki jih je posredovala družba Engrotuš d.o.o., izhaja, da je cena njenih rednih vstopnic v Celju in Novem mestu vseskozi enaka in da že od odprtja prvega kompleksa dvoran v Celju znaša 900 Sit.<sup>10</sup> Družba Kolosej je zasledovala enako cenovno politiko, ki pa jo je v zadnjem letu spremenila z znižanjem cene v Celju na 755 Sit. V Ljubljani in Kopru znaša cena njenih vstopnic 1100 Sit, v Kranju 990 Sit, v Mariboru pa 900 Sit.<sup>11</sup> Namen Urada ni presoja stroškovne utemeljenosti cenovnih razlik; opozoriti želi le na

<sup>9</sup> Izohrona povezuje točke, ki so od izhodišča (tj. dvorane oziroma kompleksa dvoran) dosegljive v enakem času.

<sup>10</sup> Spremembe cen vstopnic v zadnjih mesecih v tej primerjavi niso upoštevane.

<sup>11</sup> Navedene so cene rednih vstopnic. V cenah vstopnic prihaja tudi do odstopanj: predstave do 14.<sup>00</sup> ure (Kolosej) oziroma do 15.<sup>00</sup> ure (Engrotuš d.o.o.), predstave ob sobotah, nedeljah in praznikih, predstave ob ponedeljkih (Engrotuš d.o.o.) oziroma torkih



dejstvo, da posamezen prikazovalec oblikuje ceno vstopnice na podlagi konkurenčnih pritiskov, ki prihajajo z istega (lokalno omejenega) geografskega trga. V Mariboru in v Celju, kjer oba prikazovalca razpolagata s primerljivimi zmogljivostmi, je bila cena njunih vstopnic do nedavnega enaka. Družba Kolosej jo je v zadnjem letu v Celju znižala na nivo, ki je od cene njenih rednih vstopnic v Ljubljani oziroma v Kopru (kjer družba uživa prevladujoč položaj) nižji za več kot 31 %. Očitno je, da npr. cenovna politika družbe Engrotuš d.o.o. v Celju (ali družbe Kolosej v Celju) ne vpliva na njeno cenovno politiko v Ljubljani, kar potrjuje obstoj lokalnih geografskih trgov.

40. Urad sicer dopušča možnost, da so posamezne skupine potrošnikov v določenih časovnih terminih nadpovprečno mobilne (npr. migracija študentov ob koncih tedna) ter da se mobilnost lahko poveča zaradi specifičnosti ponudbe (dvorana XpanD v zabaviščnem centru Arena Vodafone live!) oziroma spremljajočih storitev (koncerti in družabne prireditve enkratnega značaja). Urad ugotavlja, da omenjeni dejavniki zaradi zanemarljivega obsega na njegovo opredelitev upoštevne geografskega trga ne vplivajo.
41. Iz Uradu razpoložljivih podatkov o obisku dvoran oziroma kompleksov dvoran v letih 2003, 2004 in 2005<sup>12</sup> izhaja, da so za obiskovalce zanimiva predvsem večja mestna središča: Ljubljana, Celje, Maribor, Novo mesto, Koper in Kranj. V letih 2003, 2004 in 2005 je bilo v Ljubljani prodanih 55,7 % - 51,3 % - 50,1 %, v Celju 14,9 % - 16,2 % - 17,1 %, v Mariboru 7,0 % - 10,8 % - 14,7 %, v Kranju 3,3 % - 3,0 % - 1,7 %, v Kopru 3,1 % - 3,2 % - 3,4 % in v Novem mestu 2,6 % - 4,1 % - 4,7 % vstopnic, kar skupaj predstavlja 86,6 % - 88,6 % - 91,7 % vseh prodanih vstopnic v Republiki Sloveniji.
42. Ker se razmerja med posameznimi mestnimi središči v obravnavanem obdobju niso spreminjala, njihov skupni tržni delež pa je veskozi naraščal, je Urad kot upoštevne geografske trge v okviru kinematografskega prikazovanja filmov določil večja mestna središča z njihovo bližnjo okolico: Ljubljana, Celje, Maribor, Novo mesto, Koper in Kranj.

## V. Prevladujoč položaj družbe Kolosej

43. Prevladujoč položaj je položaj ekonomske moči, ki podjetju omogoča izključitev ali zmanjšanje učinkovite konkurence s tem, da se obnaša v znatni meri neodvisno od konkurentov, odjemalcev in potrošnikov.<sup>13</sup> ZPOMK ga opredeljuje kot položaj, ko podjetje glede določenega blaga ali določene storitve na trgu (i) nima konkurentov, (ii) ima le nepomembno konkurenco ali (iii) ima v primerjavi s konkurenti občutno boljši položaj.
44. Prevladujoč položaj se ugotavlja na točno določenih upoštevni trgih in je lahko posledica spleta dejavnikov, ki sami zase morda niti ne bi zadoščali za ugotovitev obstoja prevladujočega položaja. Pojem neodvisnega ravnanja je potrebno presojati glede na konkurenčni pritisk, ki ga na podjetje izvajajo njegovi konkurenti, odjemalci in potrošniki. Kadar ti nimajo možnosti omejevati ravnanja podjetja, se lahko slednje na trgu obnaša v znatni meri neodvisno. Poudariti je potrebno, da konkurenčno pravo za ugotovitev obstoja prevladujočega položaja ne zahteva popolnoma neodvisnega ravnanja podjetja.

---

(Kolosej) itd.

<sup>12</sup> Vir: Fivia d.o.o.

<sup>13</sup> Glej: Praksa Sodišča Evropskih skupnosti. Primeri: C 85/76, Hoffmann-La Roche proti Komisiji; C 27/76, United Brands proti Komisiji.

45. Urad je pri ugotovitvi obstoja prevladujočega položaja upošteval tržne deleže družbe Kolosej in njenih konkurentov, vstopne ovire ter druga dejstva, ki kažejo na prevladujoč položaj družbe Kolosej.

#### Tržni deleži

46. Za ugotovitev obstoja prevladujočega položaja je v prvi vrsti odločilna analiza preteklih in trenutnih tržnih deležev obravnavanega podjetja. Podatki, ki so jih Uradu posredovali distributerji, družba Engrotuš d.o.o., družba Blitz in družba Kolosej, pa tudi drugi podatki, ki jih je Urad zbral v okviru postopka, kažejo, da družba Kolosej trenutno uživa prevladujoč položaj v najmanj treh mestnih središčih z njihovo bližnjo okolico: Ljubljana, Koper in Kranj. Do izgradnje konkurenčnega kompleksa dvoran v letu 2006 je družba Kolosej uživala prevladujoč položaj tudi v mestu Maribor.
47. Na trgu kinematografskega prikazovanja filmov v Ljubljani in bližnji okolici dosega družba Kolosej skoraj 100 % tržni delež že od svoje ustanovitve dalje. Podobno velja za območje Kopra. Do izgradnje konkurenčnega kompleksa dvoran v mesecu avgustu leta 2006 je družba Kolosej dosegala izjemno visok tržni delež na območju Maribora, z najemom dvorane v mesecu aprilu leta 2006 pa je družba pridobila lokalni monopol tudi v Kranju in njegovi bližnji okolici.
48. Glede na tržni delež in druge pokazatelje je mogoče sklepati, da družba Kolosej uživa prevladujoč položaj na trgu kinematografskega prikazovanja filmov tudi v celotni Republiki Sloveniji, saj je njen tržni delež v obdobju od leta 2003 do 2005 (kljub investicijam družbe Engrotuš d.o.o. v izgradnjo novih zmogljivosti) zrasel z 58,8 % na 72,8 %. V istem obdobju se je tržni delež konkurenčnega prikazovalca na trgu kinematografskega prikazovanja filmov v Republiki Sloveniji povečal za manj kot eno odstotno točko.
49. Na področju kinematografskega prikazovanja filmov na območju celotne Republike Slovenije dosega največji tržni delež družba Kolosej, sledi pa ji družba Engrotuš d.o.o. Družba Kolosej je na podlagi števila prodanih vstopnic v letih 2003, 2004 in 2005 dosegla 58,8 % - 69,2 % - 72,8 % tržni delež. V istem obdobju je družba Engrotuš d.o.o. dosegla 16,4 % - 16,6 % - 17,2 % tržni delež.
50. Do enakega sklepa vodi primerjava prihodkov, ki sta jih omenjeni družbi dosegli s prodajo vstopnic, pa tudi primerjava razpoložljivih zmogljivosti, tj. števila dvoran in sedežev.<sup>14</sup> Družba Engrotuš d.o.o. trenutno razpolaga z osmimi dvoranami v Celju (1759 sedežev), osmimi dvoranami v Mariboru (1960 sedežev) in petimi dvoranami v Novem mestu (982 sedežev), medtem ko družba Kolosej razpolaga z dvanajstimi dvoranami v Ljubljani (3212 sedežev), desetimi dvoranami v Mariboru (2083 sedežev), petimi dvoranami v Celju (1245 sedežev) in tremi dvoranami v Kopru (356 sedežev).<sup>15</sup> Opozoriti velja, da je družba Kolosej v aprilu 2006 povečala svoje zmogljivosti z najemom dvorane v Kranju (472 sedežev). Od začetka leta 2003 najema tudi dve ljubljanski mestni dvorani: Kino Komuna (377 sedežev) in Kinoklub Vič (345 sedežev). Primerjava razpoložljivih zmogljivosti (Kolosej: 8090 sedežev; Engrotuš d.o.o.: 4701 sedežev) potrjuje prevladujoč položaj družbe Kolosej na trgu kinematografskega prikazovanja filmov v Republiki Sloveniji.

#### Druga dejstva

<sup>14</sup> Družba Engrotuš d.o.o. navaja, da se njene kinodvorane z vidika audio-vizualnih posebnosti ne razlikujejo od dvoran družbe Kolosej. Dvorane obeh prikazovalcev so opremljene z najnovejšimi tehnologijami (Dolby Digital, DTS, SDDS), česar ne moremo trditi za ostale prikazovalce.

<sup>15</sup> Podatki o številu razpoložljivih sedežev se med posameznimi viri malenkostno razlikujejo zaradi (ne)upoštevanja prostora namenjenega invalidom.

51. O prevladujočem položaju družbe Kolosej na trgu kinematografskega prikazovanja filmov pričajo tudi druga dejstva. Družba Ljubljanski kinematografi d.d. tako navaja, da se zaradi števila in lokacije dvoran izbrani filmski naslov najprej ponudi v prikazovanje družbi Kolosej. V primeru, da ga ta zavrne ali oceni kot tržno nezanimivega, se naslov drugim prikazovalcem sploh ne ponudi. Urad sklepa, da distributerji v drugih prikazovalcih ne prepoznajo ustrezne poslovne alternative, saj posamično ali skupaj ne zmorejo nadomestiti izguba trga, ki ga distributer utрпи ob morebitni zavrnitvi s strani družbe Kolosej.
52. Enako zgovorno je dejstvo, da seznam premiernih predvajanj izbranih filmskih naslovov (tentativno listo) za območje celotne Republike Slovenije oblikuje družba Kolosej sama, edini prikazovalec, ki poleg družbe Kolosej razpolaga s kompleksi dvoran (tj. družba Engrotuš d.o.o.), pa se je tako oblikovani tentativni listi dejansko prisiljen prilagoditi.
53. Z vidika presoje domnevne zlorabe prevladujočega položaja je potrebno upoštevati, da prevladujoč položaj družbe Kolosej na trgu kinematografskega prikazovanja filmov na območju mestnih središč ter njihove bližnje okolice omogoča družbi Kolosej izjemno pogajalsko moč pri sklepanju pogodb z distributerji vodilnih in neodvisnih studiev na celotnem območju Republike Slovenije. Distributer, ki želi doseči ustrezno gledanost (doseže pa jo lahko le v primeru, da se izbrani filmski naslov prikazuje na območju celotne Republike Slovenije in ne le na posameznih lokalnih trgih), mora skleniti pogodbe z družbo Kolosej, saj lahko družba Engrotuš d.o.o. zadovolji le del povpraševanja na območju Celja, Maribora in Novega mesta, ne pa tudi povpraševanja na območju Ljubljane, Kopra in Kranja, kjer družba Kolosej že od same ustanovitve uživa dejanski monopol. Urad opozarja na dejstvo, da je bilo v letih 2003, 2004 in 2005 samo s strani družbe Kolosej na območju Ljubljane, Kopra in Kranja ter njihove bližnje okolice prodanih kar 58,8 % / 54,6 % / 53,5 % od vseh prodanih vstopnic v Republiki Sloveniji.
54. Ugotovitve Urada potrjuje družba Ljubljanski kinematografi d.d., ki navaja, da lahko stroške, ki jih ima z opremo in oglaševanjem izbranega filmskega naslova, pokrije le, če naslovu ponudi zadostne zmogljivosti; te pa so najpomembnejše v Ljubljani in Mariboru, kjer drugi prikazovalci ne zmorejo zagotoviti zadostne podpore.
55. Več kot očitno je dejstvo, da je za vsakega distributerja sodelovanje z družbo Kolosej nujno potrebno, kar družbi Kolosej nalaga posebno odgovornost pri njenem nastopanju na trgu.

Visoke vstopne ovire

56. Urad ugotavlja, da družbi Kolosej prevladujoč položaj na trgu zagotavljajo tudi izjemno visoke ovire, s katerimi bi se soočil nov konkurent ob morebitnem vstopu na trg kinematografskega prikazovanja filmov.
57. Office of Fair Trading v odločbi Terra Firma Investments - United Cinemas International - Cinema International Corporation ugotavlja, da lahko na posamezen kompleks dvoran izvaja dovolj močan konkurenčni pritisk le drug kompleks dvoran, saj posamezne dvorane svojo ponudbo pogosto omejujejo na prikaz zahtevnejših in žanrsko obarvanih filmskih vsebin. Pri tem ocenjuje, da lahko ustrezen konkurenčni pritisk na kompleks dvoran izvaja le tisti prikazovalec, ki razpolaga z najmanj tremi dvoranami oziroma 696 sedeži. Urad dodaja, da posamezna dvorana ne predstavlja ustreznega konkurenčnega pritiska kompleksu dvoran tudi zaradi manjšega števila ponujenih filmskih naslovov, možnosti izvedbe spremljajočih prireditev, odsotnosti nakupovalnih središč, razpoložljivosti parkirnih prostorov itd.

58. V skladu z navedenimi merili lahko družbi Kolosej v Republiki Sloveniji na trgu kinematografskega prikazovanja filmov v geografsko omejenem obsegu konkurira le družba Engrotuš d.o.o.; verjetnost, da bi posamezen distributer začel z izgradnjo lastnih zmogljivosti in vstopil na trg kinematografskega prikazovanja filmov, je zanemarljiva iz naslednjih razlogov:

(i) Potrebna bi bila izgradnja kompleksa oziroma kompleksov dvoran, kar zahteva tržno zanimivo lokacijo in izjemno visoka finančna sredstva; distributer bi naletel tudi na številne in dolgotrajne ovire pri pridobivanju upravnih in drugih dovoljenj.

(ii) Četudi bi se distributer odločil za tovrstno investicijo, bi si moral zagotoviti prikazovalske pravice za izbrane filmske naslove drugih distributerjev, saj ni verjetno, da bi se investicija v kompleks dvoran povmila s prikazovanjem filmskih naslovov studia, ki ga zastopa distributer, oziroma filmskih naslovov neodvisnih studiev. Pri sklepanju pogodb z drugimi distributerji bi moral tekmovati z družbo Kolosej, ki upravlja nacionalno verigo dvoran oziroma kompleksov dvoran.

(iii) Ni verjetno, da bi distributer uspel povrniti vložena sredstva z uporabo dvorane oziroma kompleksa dvoran v druge namene, saj družba Engrotuš d.o.o. navaja, da je delež t. i. nenamenske rabe dvoran (npr. seminarji, konference) v skupni rabi dvoran zanemarljiv.

## VI. Presoja z vidika pravil konkurence

### Prepoved zlorabe prevladujočega položaja

#### Uvodoma

59. V skladu s sodno prakso Sodišča Evropskih skupnosti obstoj prevladujočega položaja podjetja še ne pomeni njegove inkriminacije. Obstoj prevladujočega položaja pomeni, da je podjetju (ne glede na razloge za nastanek prevladujočega položaja na trgu: naravni monopol, izvirna podjetniška ideja, nadpovprečna ekonomska učinkovitost itd.) naložena posebna odgovornost, zaradi katere si ne sme dovoliti ravnanja, ki bi omejevalo svobodno in učinkovito konkurenco.<sup>16</sup>

60. Zloraba prevladujočega položaja se tako nanaša le na takšno ravnanje podjetja s prevladujočim položajem, ki prizadene strukturo na trgu zaradi vzrokov, ki ne temeljijo na izvirmosti podjetniške ideje ali nadpovprečni ekonomski učinkovitosti.

61. ZPOMK prepoveduje zlorabo prevladujočega položaja v 10. členu. Primeroma našteva različne oblike zlorabe prevladujočega položaja, med drugim uporabo neenakih pogojev za primerljive posle z drugimi poslovnimi partnerji, kar te partnerje postavlja ali sili v konkurenčno slabši položaj. Neenaki pogoji poslovanja se nanašajo na ceno proizvoda oziroma storitve (cenovna diskriminacija) ali na druge pogoje poslovanja (nalaganje dodatnih obveznosti, zavračanje sodelovanja ipd.)

62. Ravnanje podjetja s prevladujočim položajem ne sme omejevati konkurence na nabavnem ali prodajnem trgu, to je konkurence med dobavitelji ali kupci tega podjetja. Poslovni partnerji navedenega podjetja pri medsebojnem konkuriranju ne smejo biti v različno ugodnem položaju. V kolikor podjetje s prevladujočim položajem poslovne partnerje obravnava različno, mora imeti za to utemeljen in objektivni razlog.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Glej: Sodna praksa. Primer: C 322/81, Michelin proti Komisiji, odst. 57.

<sup>17</sup> Glej: Praksa Evropske komisije. Primer: Portuguese Airports, OJ L 69/31, odst. 27. Sodna praksa. Primer: T-128/98, Aeroports de Paris proti Komisiji, odst. 201 in 202; T-83/91, Tetra Pak International SA proti Komisiji, odst. 207.

63. V primeru obravnavane zlorabe prevladujočega položaja je potrebno upoštevati, da zloraba prevladujočega položaja izhaja iz tržne moči, ki jo družba Kolosej uživa kot ponudnik storitev na trgu kinematografskega prikazovanja filmov. Tržno moč prenaša na trg kinematografske distribucije filmov, kjer nastopa v vlogi kupca prikazovalskih pravic in kjer zaradi njenega ravnanja prihaja do omejevanja svobodne in učinkovite konkurence (Glej: Odločba, točke 53 - 55).
64. Urad opozarja, da ločitev kinematografske distribucije in kinematografskega prikazovanja filmov z vidika opredelitve upoštevanih storitvenih trgov ni sporna, kar pa ne pomeni, da so družbe, ki nastopajo na omenjenih trgih, v svojem ravnanju neodvisne. Tako za distributerje kot za prikazovalce je ključnega pomena medsebojno sodelovanje, saj uspeh izbranega filmskega naslova (oziroma uspeh distributerja in prikazovalca) temelji na treh dejavnikih: (i) kakovosti in tržnem potencialu filmskega naslova,<sup>18</sup> (ii) trženjskih aktivnostih distributerja ter (iii) obravnavi filmskega naslova s strani prikazovalca. Z vidika presoje obravnavane zlorabe prevladujočega položaja sta pomembna zadnja dva dejavnika.
65. Čeprav so trženjske aktivnosti obveznost distributerja, je za njihovo uspešno izvedbo ključnega pomena tesno sodelovanje s prikazovalcem. Ker obdelava in prevod filmskih kopij (kot sestavni del trženjskih aktivnosti) zahtevata določen čas in finančna sredstva, je razumljivo, da lahko le časovno primerna (tj. dovolj zgodnja) potrditev datuma prikazovanja posameznega filmskega naslova omogoči njihovo ustrezno izvedbo; distributer jih lahko začne izvajati šele takrat, ko prikazovalec določi oziroma potrdi datum prikazovanja. Odlašanje potrditve datuma prikazovanja vnaša v poslovanje distributerja dodatno in nepotrebno poslovno tveganje, zaradi česar predstavlja grobo obliko zlorabe prevladujočega položaja.
66. Distributer želi izbranim filmskim naslovom zagotoviti datume prikazovanja, ki zagotavljajo visoko gledanost. Takšen naj bi bil tudi interes prikazovalca, saj si z distributerjem deli prihodke po vnaprej določenem ključu, navadno v obliki deleža od prodanih vstopnic. Ker so učinki trženjskih aktivnosti distributerja najmočnejši v prvih treh tednih prikazovanja, je tako za distributerja kot tudi za prikazovalca pomembno, da izkoristita začetni potencial filmskega naslova z ustrezno dodeljenimi zmogljivostmi (tj. zadostnim številom filmskih kopij in dvoran). Dodeljevanje neustreznih zmogljivosti (ali časovno neprimerno dodeljevanje sicer ustreznih zmogljivosti)<sup>19</sup> povzroča distributerju nepotrebno poslovno škodo, saj v veliki meri izniči njegov časovni in finančni vložek v trženjske aktivnosti.

Diskriminatorno ravnanje družbe Kolosej do družbe Blitz (zavračanje poslovnega sodelovanja, pozno potrjevanje terminov)

67. Dne 16. 3. 2004 je družba Blitz družbi Kolosej posredovala ponudbo z devetimi filmskimi naslovi za obdobje od 29. 4. 2004 dalje. Ponudba je vsebovala tudi film Kristusovo trpljenje. Iz Uradu posredovanih podatkov izhaja, da družba Blitz na svojo ponudbo kljub večkratnim pozivom (razen domnevne vprašljivosti tržnega potenciala izbranega filmskega naslova) ni prejela odgovora. Družbi ni

<sup>18</sup> Tržni potencial filmskega naslova je merljiva kategorija, ki se ocenjuje na podlagi njegovega proračuna, kredibilnosti producenta in režiserja ter njihovih predhodnih uspehov, kakovosti, prepoznavnosti in priljubljenosti glavnih igralcev, morebitnih filmskih nagrad, žanra ter gledanosti v drugih državah.

<sup>19</sup> Iz Uradu razpoložljivih podatkov izhaja, da so najbolj obiskane predstave med 19.<sup>30</sup> in 21.<sup>30</sup> uro. Filmski naslovi, ki se prikazujejo v tem času, imajo bistveno večje možnosti uspeha kot filmi, ki se prikazujejo v popoldanskem času. Izjema so otroški filmi in filmi, namenjeni izključno najstnikom. Ugotovitve Urada potrjujejo podatki s spletnih strani družbe Kolosej. Obisk kinematografov je največji med 20.<sup>00</sup> in 22.<sup>00</sup> uro. V tem času si predstave ogleda 57 % vseh obiskovalcev. Sledijo predstave med 18.<sup>00</sup> in 20.<sup>00</sup> uro z 28 %. Predstave v popoldanskem času, tj. času med 14.<sup>00</sup> in 18.<sup>00</sup> uro si ogleda 12 % vseh obiskovalcev, predstave pred 14.<sup>00</sup> uro pa le 2 % vseh obiskovalcev. Vir: Raziskava CATI: 'Navade obiskovalcev kina', april 2004.

preostalo drugega, kot da izbrani filmski naslov preda v pod-distribucijo družbi Ljubljanski kinematografi d.d. Pod-distribucijska pogodba je bila sklenjena dne 11. 5. 2004.

68. Predpremierno prikazovanje filma Kristusovo trpljenje se je v Sloveniji pričelo šele 27. 5. 2004, redno prikazovanje pa 2. 6. 2004. To pomeni, da je bil izbrani filmski naslov v Sloveniji predstavljen s približno dvomesečno zamudo v primerjavi s sosednjimi državami.<sup>20</sup> Zaradi tematike filma (primernost prikazovanja v velikonočnem času) in več kot izkazan interes slovenskih gledalcev je ravnanje družbe Kolosej poslovno nerazumljivo in očitno usmerjeno v omejevanje svobodne in učinkovite konkurence na trgu kinematografske distribucije filmov. Zaradi predvajanja v izrazito neugodnem terminu je bila družba Blitz prikrajšana za prvi del prihodkov, drugemu delu prihodkov pa se je morala odreči zaradi sklenitve pod-distribucijske pogodbe z družbo Ljubljanski kinematografi d.d. Urad dodaja, da je bil izbrani filmski naslov v Sloveniji prikazovan nenavadno dolgo (dvanajst tednov) ter da si ga je kljub izrazito neugodnemu terminu<sup>21</sup> ogledalo kar 64.309 gledalcev.<sup>22</sup>
69. Navedbe družbe Kolosej, da je bil vzrok za pozen začetek prikazovanja izbranega filmskega naslova (i) vprašljiv tržni potencial ter (ii) zapolnjenost tentativne liste, Urad zavrača kot popolnoma neutemeljene iz naslednjih razlogov:

(i) Izbrani filmski naslov je izkazoval izjemen tržni potencial:

- a. Iz članka Aleša Pavlina, kasnejšega člana uprave družbe Kolosej, z naslovom 'Misija: božansko prodati Kristusovo trpljenje'<sup>23</sup> izhaja, da je bilo že dober teden dni po premieri, ki si jo je režiser Mel Gibson zamislil na pepelnično sredo, dne 25. februarja 2004, jasno, "da bo film ena večjih molznih krav tega filmskega leta in učbeniški primer filmskega marketinga... Že po prvem dnevu predvajanja je namreč film presegel 20 milijonov ameriških dolarjev prihodka, samo v predprodaji pa je bilo v največji ameriški kinoverigi AMC prodanih za več kot 3 milijone ameriških dolarjev vstopnic, kar je več, kot jih je iztržil zadnji del Gospodarja prstanov Kraljeva vrnitev, dosedANJI rekord... Rezultat celotnega podaljšanega vikenda je prinesel v blagajne fenomenalnih 122,2 milijona ameriških dolarjev, s čimer je šokiral hollywoodsko industrijo... Brezplačno publiciteto mu bo tudi v Evropi, ki jo bo skoraj v celoti (Slovenija je pri tem ena redkih izjem) zavojeval v prihodnjem mesecu in ob tem spretno izkoristil velikonočne praznike, zagotavljala kombinacija kontroverznosti, radovednosti in dokazovanja krivde... Z oskarji ali brez je jasno, da bo Kristusovo trpljenje predvidoma že konec marca obveljalo za najuspešnejši film Mela Gibsona vseh časov..."
- b. Iz članka novinarka Ženje Leiler z naslovom 'Gibsonov film odkupljen, a za zdaj še čaka'<sup>24</sup> izhaja, da je distributer "prodajne in tržne pravice za območje Slovenije odkupil že med samo produkcijo filma - tako tudi ne drži Kolosejev podatek, da se ob premieri filma v ZDA... še noben naš distributer ni zanimal zanj - prikazovalcu pa predlagal, da bi film poslali v prikazovanje konec aprila..." Novinarka v enem izmed kasnejših člankov navaja: "Medtem

<sup>20</sup> V Avstriji in Nemčiji se je izbrani filmski naslov začel prikazovati že 18. 3. 2004, v Italiji pa 7. 4. 2004. Na Hrvaškem je bil predpremierno predstavljen 25. 3. 2004, redno prikazovanje pa se je pričelo 1. 4. 2004.

<sup>21</sup> Izbrani filmski naslov je bil prikazan v neugodnem terminu, saj se je njegovo redno prikazovanje pričelo šele 2. 6. 2004, tj. po velikonočnem času in ob začetku poletnih počitnic, ko je obisk kinematografov bistveno manjši, kar potrjujejo navedbe družbe Kolosej v odgovoru na vprašalnik z dne 17. 8. 2006 (opr. št. 306-66/2006-4).

<sup>22</sup> Film Kristusovo trpljenje je izmed vseh prikazanih filmskih naslovov v Republiki Sloveniji v letu 2004 dosegel osmo mesto. Po gledanosti so ga prehiteli le: Troy, The Lord of the Rings (Return of the King), Harry Potter (The Prisoner of Azkaban), Last Samurai, Garfield, Day After Tomorrow in Bridget Jones (The Edge of the Reason).

<sup>23</sup> Vir: časnik Delo, 8. 3. 2004.

<sup>24</sup> Vir: časnik Delo, 8. 4. 2004.

ko Blitz čaka na konkretniji Kolosejev odgovor, pa Kristusovo trpljenje tudi v Evropi podira rekorde v gledanosti. Zadnji primer je Hrvaška, kjer si je film v prvih desetih dneh ogledalo več kot 170.000 ljudi..."

Urad dodaja, da je izbranemu filmskemu naslovu (poleg izjemnega tržnega uspeha v Združenih državah in na Hrvaškem) zagotavljal uspeh tudi medijski odziv Svetega sedeža ter judovske skupnosti.

(ii) Domnevna zapolnjenost tentativne liste

Prav tako ni verjetno odlašanje s prikazovanjem izbranega filmskega naslova zaradi domnevne zapolnjenosti tentativne liste. Iz Uradu posredovanih sporočil [redacted] z dne 18. 3. 2004 in 30. 3. 2004 (kot odgovora na ponudbo z dne 16. 3. 2004 za obdobje od 29. 4. 2004 dalje) izhaja, da je družba Kolosej razmišljala o uvrstitvi filma Kristusovo trpljenje na tentativno listo, kar pomeni, da njene navedbe o zapolnjenosti (oziroma nespremenljivosti) tentativne liste do konca prvega polletja 2004 ne držijo.

70. Urad ugotavlja, da je zmeta pri oceni tržnega potenciala filma Kristusovo trpljenje s strani trženjskega oddelka družbe Kolosej malo verjetna. Če bi se družba Kolosej resnično uštelala pri oceni tržnega potenciala izbranega filmskega naslova in ga zavmila kot tržno nezanimivega, ni mogoče razumeti njenega interesa za pod-distribucijo preko lastniško povezane družbe Ljubljanski kinematografi d.d. Prav tako ni mogoče prezreti dejstva, da družba Ljubljanski kinematografi d.d. (kljub domnevni tržni nezanimivosti in posledični tveganosti prikazovanja izbranega filmskega naslova v dvoranah oziroma kompleksih dvoran družbe Kolosej) ni namenila nobene izmed osmih kopij konkurenčnemu prikazovalcu, tj. družbi Engrotuš d.o.o.
71. Urad prav tako ugotavlja, da je družba Kolosej nerazumno pozno potrjevala datume prikazovanj, čeprav so ji bile ponudbe družbe Blitz posredovane pravočasno.
72. Iz prijave zlorabe prevladujočega položaja in iz članka novinarja Klemena Kleča z naslovom 'Blitz ponuja, Kolosej ne vzame'<sup>25</sup> izhaja, da je družba Blitz družbi Kolosej dne 24. 11. 2004 ponudila v predvajanje trinajst filmskih naslovov, med katere sta bila uvrščena tudi naslova The Aviator režiserja Martina Scorseseja in Million Dollar Baby režiserja Clint Eastwooda. Predsednik uprave družbe Kolosej je v pogovoru z novinarjem izjavil, da naj bi družba Kolosej prejela ponudbo za izbrana filmska naslova "prepozno, da bi ju uvrstili v napoved filmov do konca letošnjega aprila...";<sup>26</sup> čeprav je bila njena tentativna lista objavljena v medijih 14. 12. 2004, torej tri tedne kasneje.
73. Iz dopisov družbe Blitz izhaja, da so bili datumi prikazovanj trinajstih filmskih naslovov navedeni zgolj kot predlogi; družba Blitz jih je bila pripravljena spremeniti v skladu z zahtevami prikazovalca, kar dokazuje priložen spremni dopis. Tentativna lista, s katero je družba Kolosej potrdila prikazovanje filmskih naslovov drugih distributerjev, je bila objavljena dne 14. 12. 2004, medtem ko je bilo prikazovanje filmskih naslovov družbe Blitz potrjeno šele 4. 2. 2005 oziroma 10. 2. 2005, tj. s 54 oziroma 60 dnevni zamikom. Družba Blitz je morala izvesti trženjske aktivnosti za štiri filmske naslove (Alexander, The Aviator, Mar adentro, Million Dollar Baby) v samo 6, 14, 21 oziroma 28 dneh.
74. Urad dodaja, da je z dopisom dne 20. 9. 2006 (opr. št. 306-66/2006-23) družbo Kolosej izrecno pozval, naj posreduje dokumente, iz katerih izhaja, da je odgovorila na ponudbo družbe Blitz, ki ji je bila

<sup>25</sup> Vir: časnik Delo, 18. 1. 2005.

<sup>26</sup> Izjava se nanaša na obdobje oziroma program od 27. 1. 2005 do 28. 4. 2005.

posredovana dne 24. 11. 2004 (oziroma 14. 12. 2004 in 21. 12. 2004). Družba Kolosej zahtevanih dokumentov Uradu ni posredovala.

75. Urad ugotavlja, da je družba Kolosej zlorabljala prevladujoč položaj na trgu kinematografskega prikazovanja filmov, saj je do najmanj 10. 2. 2005 neutemeljeno zavračala poslovno sodelovanje z družbo Blitz oziroma je njene filme sprejela v prikazovanje šele takrat, ko je slednja sklenila pod-distribucijske pogodbe s svojimi konkurenti, čeprav so (oziroma zato, ker so) filmski naslovi družbe Blitz izkazovali visok tržni potencial.<sup>27</sup> Prav tako je družbi Blitz neutemeljeno pozno potrjevala termine prikazovanj.

76. Zlorabo prevladujočega položaja s strani družbe Kolosej potrjujejo naslednja dejstva:

- (i) Družba Kolosej v obdobju do 10. 2. 2005 ni zavračala le nekaterih filmskih naslovov, ampak celotno ponudbo družbe Blitz. Razlog zavračanja ni bilo poslovno tveganje, s katerim bi se družba Kolosej soočala na trgu kinematografskega prikazovanja filmov zaradi nizkega tržnega potenciala ponujenih filmskih naslovov, ampak izključitev pomembnega konkurenta z vertikalno povezanega trga kinematografske distribucije, kjer kot najmočnejši tržni udeleženec nastopa lastniško povezana družba, tj. družba Ljubljanski kinematografi d.d.
- (ii) Zavrnjeni filmski naslovi so bili v končni fazi (vendar šele po sklenitvi pod-distribucijskih pogodb s konkurenčnimi distributerji) predvajani v dvoranah oziroma kompleksih dvoran družbe Kolosej. Večino pod-distribucijskih pogodb je družba Blitz sklenila z družbo A.G. Market d.o.o., najmanj eno izmed njih (za filmski naslov Kristusovo trpljenje, ki je izkazoval izjemen tržni potencial in ga tudi uresničil) pa je bila družba Blitz dejansko prisiljena skleniti z družbo Ljubljanski kinematografi d.d. Morebitni argumenti družbe Kolosej o tržni nezanimivosti ponujenih filmskih naslovov so zato neutemeljeni. Očitno je, da je bilo ravnanje družbe Kolosej usmerjeno v krepitev družbe Ljubljanski kinematografi d.d. na trgu kinematografske distribucije filmov.
- (iii) Družba Blitz je družbi Kolosej ponudila tržno zanimive filmske naslove, o čemer pričajo podatki o njihovi gledanosti. Kljub oviram, s katerimi se je soočala družba Blitz zaradi diskriminatorne obravnave v primerjavi z drugimi distributerji, si je 24 filmskih naslovov, ki so bili distribuirani preko družbe A.G. Market d.o.o. (Glej: Sprotna opomba, št. 4), ogledalo 492.891 gledalcev.<sup>28</sup> Od tega si je samo prve štiri naslove, tj. Traffic, Hannibal, What Women Want in Taxi 2, ogledalo kar 231.591 gledalcev.
- (iv) Navedbe konkurenčnih distributerjev ter družbe Engrotuš d.o.o potrjujejo, da je zavračanje filmskih naslovov s strani prikazovalca neobičajno in da se je z njim soočala le družba Blitz:
  - a. Družba Ljubljanski kinematografi d.d. v odgovoru na vprašalnik z dne 18. 8. 2006 (opr. št.

<sup>27</sup> Postopek presoje zlorabe prevladujočega položaja je bil uveden zoper družbo Kolosej. Del gradiva, ki ga je predložila družba Blitz, se nanaša na obdobje, ko je dejavnost kinematografskega prikazovanja filmov opravljala družba Ljubljanski kinematografi d.d. Slednja je dejavnost kinematografskega prikazovanja filmov prenesla na hčerinsko družbo, sama pa ohranila dejavnost kinematografske distribucije. Gradivo je bilo predloženo z namenom prikaza časovne kontinuitete spornega ravnanja.

Družba Blitz je dne 30. 3. 2001 družbi Ljubljanski kinematografi d.d. ponudila v prikazovanje več filmskih naslovov, med katerimi so bili tržno najbolj zanimivi Traffic, Hannibal in What Women Want. Dopis s ponudbo je bil večkrat posredovan programskemu vodji družbe Ljubljanski kinematografi d.d., [redacted] ter takratnemu direktorju Ljubljanskih kinematografov, [redacted] ki je kasneje postal direktor družbe Kolosej. Družba Blitz je poslala dopis tudi takratnemu direktorju družbe Kolosej, [redacted] ga opozorila na svojo ponudbo ter zaprosila za odgovor. Družba Blitz od družbe Ljubljanski kinematografi d.d. ni prejela nobenega pisnega odgovora. Ustno naj bi ji bilo pojasnjeno, da z njo ne želijo sodelovati, da pa bi se navedeni filmski naslovi lahko vnesli v program predvajanja preko drugih distributerjev. Izjavo družbe Blitz posredno potrjujejo sklenjene pod-distribucijske pogodbe. (Glej: Sprotna opomba, št. 4)

<sup>28</sup> Za primerjavo naj služi podatek, da je bilo v letu 2002 na območju Republike Slovenije s strani sedmih distributerjev prodanih 2.776.435 vstopnic.



306-66/2006-6) navaja, da so filmski naslovi vodilnega studia, ki ga zastopa, vedno sprejeti pri vseh prikazovalcih. Do odstopanj prihaja le na trgu filmskih naslovov neodvisnih studiev, saj se večina omenjenih filmskih naslovov zaradi strukture prebivalstva prikazuje le v večjih mestih. Iz odgovora družbe izhaja, da so bili s strani prikazovalcev zavrnjeni le filmski naslovi neodvisnih studiev, pri čemer je bil razlog zavrnitve vedno enak: filmski naslovi niso bili tržno zanimivi in ne bi pokrili stroškov prikazovanja. Družba navaja, da se pri sklepanju pogodb s prikazovalci tudi sicer ne srečuje s težavami. Izbranih filmskih naslovov ji ni potrebno distribuirati pod blagovno znamko konkurentov. Družba meni, da tovrstna zahteva ne bi bila upravičena niti smiselna, saj je njena blagovna znamka močna in tržno prepoznavna.

- b. Družba Continental Film d.o.o. v odgovoru na vprašalnik z dne 18. 8. 2006 (opr. št. 306-66/2006-6) navaja, da sama odloča, katere filmske naslove bo prikazovala. Do nesoglasij s prikazovalci prihaja le pri vprašanju premier in števila kopij izbranih filmskih naslovov. Z resnejšimi omejitvami se družba v preteklosti ni srečevala. V odgovoru na zastavljena vprašanja navaja, da se pri izvajanju dejavnosti kinematografske distribucije doslej ni povezovala s konkurenčnimi distributerji.
- c. Družba Karantanija Cinemas d.o.o. v odgovoru na vprašalnik z dne 18. 8. 2006 (opr. št. 306-66/2006-6) navaja, da so ji prikazovalci doslej zavrnili le dva filmska naslova (prvega v letu 2005, drugega v letu 2006). Razlogi zavrnitve so bili objektivne narave: prevelik časovni zamik za premiero v Združenih državah oziroma prenizka pričakovana gledanost. Družba dodaja, da se pri izvajanju dejavnosti kinematografske distribucije ne povezuje s konkurenčnimi distributerji. Prav tako se ne srečuje z omejitvami tržne prepoznavnosti.
- d. Družbi Fivia d.o.o. in Cenex d.o.o. v odgovoru na vprašalnik z dne 18. 8. 2006 (opr. št. 306-66/2006-6) navajata, da na podlagi izkazanega tržnega potenciala skupaj s prikazovalcem določita, kateri filmski naslov se bo prikazoval. Družbi se pri izvajanju dejavnosti kinematografske distribucije ne povezuje z drugimi distributerji. Njun logotip se pojavlja na promocijskem gradivu v obsegu, ki ga določita sami, v skladu s pogodbami, ki jih imata z nosilci licenčnih pravic. S strani prikazovalcev doslej nista zaznali omejitev glede uporabe logotipa in imena na promocijskem gradivu ali filmskih kopijah. Prikazovalci od njiju ne zahtevajo sprejetja obveznosti, ki po svoji naravi niso povezane z vsebino omenjenih pogodb.
- e. Družba Engrotuš d.o.o. v odgovoru na vprašalnik z dne 17. 8. 2006 (opr. št. 306-66/2006-5) navaja, da do sedaj ni zavnila ponudb distributerjev.

77. Na podlagi navedenega Urad ugotavlja, da ravnanje družbe Kolosej predstavlja očitno zlorabo prevladujočega položaja na trgu kinematografskega prikazovanja filmov z namenom omejevanja svobodne in učinkovite konkurence na trgu kinematografske distribucije filmov. Hkrati zavrača očitke družbe Kolosej, da v obravnavanem primeru ščiti le posameznega tržnega udeleženca, kot zavajajoče in zmotne.

78. Čeprav je ravnanje družbe Kolosej usmerjeno izključno zoper družbo Blitz, vpliva na svobodno in učinkovito konkurenco na celotnem upoštevem trgu kinematografske distribucije filmov. Zavračanje poslovnega sodelovanja družbe Kolosej z družbo Blitz, še bolj pa sodelovanje z omenjeno družbo šele po sklenitvi pod-distribucijskih pogodb, neupravičeno krepi neposredne konkurente družbe Blitz. Ker slednji s sklenitvijo pod-distribucijskih pogodb prevzemajo del aktivnosti, del prihodkov in razmeroma majhen del stroškov družbe Blitz, dosegajo visoke donose ob zanemarljivem poslovnem tveganju ter krepijo svoj tržni položaj na način, ki ne temelji na njihovi inovativnosti ali nadpovprečni ekonomski učinkovitosti.

79. Urad ugotavlja, da se družba Blitz v primeru sklenitve pod-distribucijskih pogodb ne uspe popolnoma izogniti distribucijskim aktivnostim ter z njimi povezanim stroškom. Povedano drugače: z zahtevo družbe Kolosej po sklepanju pod-distribucijskih pogodb se v poslovne procese tržnih udeležencev vnašajo dodatne aktivnosti in nepotrebni transakcijski stroški, s čimer se zmanjšuje ekonomska učinkovitost celotne panoge.
80. Zavračanje poslovnega sodelovanja družbe Kolosej z družbo Blitz oziroma sodelovanje pod drugimi diskriminatornimi pogoji je samo po sebi nerazumljivo, saj si družbi delita prihodke v obliki deleža od prodanih vstopnic, zato je v njenem skupnem interesu, da izkoristita tržni potencial izbranih filmskih naslovov ter z dodelitvijo ustreznih zmogljivosti in terminov prikazovanj maksimizirata skupne prihodke. Zavračanje poslovnega sodelovanja s strani družbe Kolosej postane razumljivo šele ob upoštevanju dejstva, da na trgu kinematografske distribucije filmov nastopa tudi lastniško povezana družba, s katero je bila družba Blitz dejansko prisiljena skleniti pod-distribucijsko pogodbo za enega izmed najdonosnejših filmskih naslovov v zgodovini svetovne kinematografije.<sup>29</sup> Očitno je, da zloraba prevladujočega položaja družbe Kolosej vodi v krepitev lastniško povezane družbe na trgu kinematografske distribucije filmov, tako v odnosu do družbe Blitz, kot tudi v odnosu do drugih distributerjev.

Navedbe družbe Kolosej glede pravne kvalifikacije spornega ravnanja

81. Urad ugotavlja, da je družba Kolosej v odgovoru na Povzetek relevantnih dejstev očitano ji ravnanje neutemeljeno razdelila na posamezna, medsebojno nepovezana dejanja, in jih nato poskušala pravno kvalificirati v skladu z 10. členom ZPOMK.
82. Družba Kolosej tako navaja, da po njenem mnenju ni prišlo do zlorabe prevladujočega položaja na trgu kinematografskega prikazovanja filmov z zavrnitvijo dostopa do nujne infrastrukture, česar ji Urad v Povzetku relevantnih dejstev sploh ni očitil.
83. Prav tako naj ne bi bila (popolnoma) izključena konkurenca na trgu kinematografske distribucije filmov zaradi poznega potrjevanja terminov. Družba Kolosej v okviru priloženega elaborata navaja, da pri poznem potrjevanju terminov prikazovanja ni bilo učinkov na trgu filmske distribucije, da je škoda potrošniku nujni opredelilni element zlorabe prevladujočega položaja in da ravnanje družbe Kolosej ne predstavlja sistematične in trajne diskriminacije družbe Blitz.
84. Urad ugotavlja, da je tovrstno "pravno seciranje" strokovno neutemeljeno in zavajajoče. Ravnanje družbe Kolosej je potrebno presoјati kot celoto. Primeroma naštete oblike zlorab v 10. členu ZPOMK ne predstavljajo zaključenega seznama spornih ravnanj, ki se med seboj izključujejo.
85. Uporaba neenakih pogojev za primerljive posle z drugimi poslovnimi partnerji (diskriminacija) vključuje tudi zavračanje poslovnega sodelovanja<sup>30</sup> oziroma zavračanje sodelovanja, dokler ni sklenjena pod-distribucijska pogodba. To pomeni, da je družba Kolosej v navedenem obdobju sistematično ovirala družbo Blitz pri njenem poslovanju na slovenskem trgu in jo v primerjavi s konkurenti neutemeljeno

<sup>29</sup> Film Kristusovo trpljenje je bil tudi najuspešnejši film neodvisnih studiev, ki ga je v tem obdobju distribuirala družba Ljubljanski kinematografi.


<sup>30</sup> Glej: Richard Whish, Competition Law, 4<sup>th</sup> Edition, Butterworths, str. 657. Praksa Evropske komisije. Primer: COMP/38.096 – Clearstream; IV/29.839 - GVL.

postavljala v neenak položaj.<sup>31</sup>

86. Urad dodaja, da pri ugotovitvi zlorabe prevladujočega položaja ni potrebno dokazati, da imajo sporna ravnanja dejanski oziroma neposredni učinek na potrošnika. Domneva se, da ravnanje, ki vpliva na strukturo učinkovitega trga (ali izključuje podjetja s tega trga) na srednji in dolgi rok negativno učinkuje tudi na potrošnika.<sup>32</sup> Povsem razumljivo je, da izključevanje konkurence predstavlja tako oviranje pri vstopu podjetij na trg, kot tudi oviranje njihove rasti ter zmanjševanje možnosti medsebojne konkurence.

#### Zaključek

87. Urad na podlagi navedenega zaključuje, da je družba Kolosej z v izreku navedenimi ravnanji zlorabila prevladujoč položaj na trgu kinematografskega prikazovanja filmov. Urad nalaga družbi Kolosej, da se vzdrži ravnanj, ki bi družbo Blitz v primerjavi z njenimi neposrednimi konkurenti (distributerji) neutemeljeno postavljala v konkurenčno slabši položaj.



---

<sup>31</sup> Glej: Odločba, točka 76.

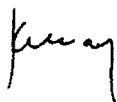
<sup>32</sup> Glej: Sodna praksa. Primer: C 6/72, Continental Can, odst. 27.

## PRAVNI POUK:

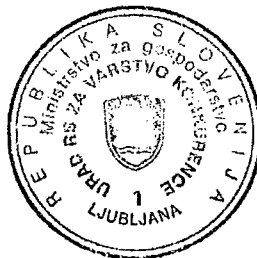
Zoper to odločbo je mogoče vložiti tožbo v upravnem sporu pri Upravnem sodišču, oddelek v Ljubljani, Fajfarjeva ulica 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vloži pri sodišču ali pa se mu pošlje po pošti. Šteje se, da je bila tožba vložena pri sodišču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

Postopek vodila:

Peter Kelhar



Janja Koroš



Andrej Plahutnik  
DIREKTOR



Vročiti:

- Arhiv, tu
- Kolosej kinematografi d.o.o., Šmartinska cesta 152, Ljubljana  
(po pooblastilu: Odvetniška družba Kozinc in partnerji o.p., d.n.o., Dalmatinova 2/VI, Ljubljana)
- Blitz Film & Video Distribution d.o.o., Dolenjska cesta 258, Škofljica  
(po pooblastilu: Odvetniška družba Colja, Rojs & partnerji, o.p., d.n.o., Tivolska cesta 48, Ljubljana)