



Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Савска улица 25/IV, Београд
Број: 6/0-02-462/2018-16
Датум: 22. август 2018. године

Објављени текст садржи заштићене податке.
Заштићени подаци приказани су ознаком [...] или у распону који Комисија сматра одговарајућим начином заштите.

Председник Комисије за заштиту конкуренције на основу члана 37. став 2. и члана 65. став 5. Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС“, број 51/09 и 95/13), и члана 2. став 1. тачка б) Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције („Службени гласник РС“ број 49/2011), одлучујући по пријави концентрације број 6/0-02-462/2018-1, коју је поднело привредно друштво United Media S.à.r.l. са седиштем на адреси Boulevard Pierre Frieden 43, L-1543 Луксембург, које заступа пуномоћник адвокат Вељко Смиљанић, из Београда, ул. Ресавска бр. 23, дана 22. августа 2018. године, доноси следеће

РЕШЕЊЕ

I ОДОБРАВА СЕ у скраћеном поступку концентрација учесника на тржишту која настаје стицањем појединачне контроле од стране привредног друштва United Media S.à.r.l. са седиштем на адреси Boulevard Pierre Frieden 43, L-1543 Луксембург, регистрованог у Регистру привредних друштава и трговине Луксембург под матичним бројем В184939, над привредним друштвом Direct Media d.o.o. Beograd, са седиштем у Београду, на адреси Антифашистичке борбе 13б, матични број 17337785, укључујући друштва Pink M Company d.o.o. Podgorica, са седиштем у Подгорици, на адреси Булевар Ивана Црнојевића 97, Црна Гора, регистарски број 5-0155421/015, и Pink ВН Company d.o.o. Sarajevo са седиштем у Сарајеву, на адреси Трг солидарности 10, БиХ, матични број 65-01-0500-08.

II УТВРЂУЈЕ СЕ да је подносилац пријаве United Media S.à.r.l. са седиштем у Луксембургу, у целости извршио своју обавезу плаћања прописаног износа за издавање овог решења дана 29. 06 2018. године, уплатом износа од 25.000,00 евра (словима: двадесетпетхиљада евра) на рачун Комисије за заштиту конкуренције.

Образложење

Привредно друштво United Media S.à.r.l., са седиштем у Луксембургу, поднело је дана 05. 06. 2018. године преко пуномоћника пријаву концентрације која настаје стицањем појединачне контроле над привредним друштвима Direct Media d.o.o. Beograd, Pink M Company d.o.o. Podgorica и Pink ВН Company d.o.o. Sarajevo, са предлогом да Комисија за заштиту конкуренције (у даљем тексту: Комисија) одобри трансакцију у скраћеном поступку. Прописани износ за издавање акта је уплаћен у целости.

По поднетом захтеву за одређивање мере заштите података у смислу чл. 45. Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС“, број 51/09 и 95/13, у даљем тексту: Закон), биће одлучено посебним закључком.

Одлучујући по поднетој пријави, Комисија је размотрила поднету пријаву са прилозима и њеним допунама од 19. и 21. јуна 2018. године, 06. и 18. јула 2018. године, као и од 06. и 21. августа 2018. године, те је закључила да треба одлучити као у диспозитиву овог решења из разлога који ће даље бити образложени.

Увидом у достављену документацију, утврђено је да је пријава потпуна и поднета у складу са Законом и са чл. 3. Уредбе о садржини и начину подношења пријаве концентрације („Службени гласник РС“, бр. 05/2016). Увидом у изводе из одговарајућих регистара привредних субјеката, овде учесника концентрације, у њихове финансијске извештаје, као и у друге достављене доказе, утврђено је следеће.

Учесници концентрације

Подносилац пријаве и стицалац контроле, привредно друштво United Media S.à.r.l. (у даљем тексту: подносилац пријаве или United Media), регистровано је у Регистру привредних друштава и трговине Луксембурга под матичним бројем В184939 као друштво са ограниченом одговорношћу у приватном власништву. Привредно друштво United Media основано је марта 2014. године. Регистрована пословна активност се односи на емитовање ТВ канала, и обухвата саветовање, управљање и набавку програмских садржаја, односно производњу и емитовање канала, који се потом дистрибуирају преко телекомуникационих оператера крајњим корисницима. United Media је под крајњом контролом фондова којима управљају друштва повезана са друштвом KKR & Co. L.P. (у даљем тексту: KKR), партнерством основаним у Делаверу, са регистрованим седиштем на адреси 9 West 57th Street, Suite 4200, Њујорк, САД. KKR је глобална инвестициона компанија која нуди широк асортиман алтернативних имовинских фондова и других инвестиционих производа инвеститорима, као и решења на тржиштима капитала. Повезани приватни инвестициони фондови којима управља KKR инвестирају у компаније у различитим секторима. KKR у свету има велики број зависних друштава која су под његовом крајњом контролом, и која чине тзв. KKR групу. United Media је део уже групације у оквиру KKR-а, и та зависна друштва чине тзв. United групу, која пружа телекомуникационе услуге и услуге у вези са дистрибуцијом медијског садржаја широм региона бивше Југославије.

Осим подносиоца пријаве, у оквиру KKR групе тренутно послује већи број регистрованих друштава у Републици Србији и то:

[...]

Сва друштва која послују у оквиру тзв. KKR групе, третирају се као један учесник на тржишту у смислу члана 5. Закона.

Direct Media d.o.o. Beograd (у даљем тексту: циљно друштво или Direct Media) је регистровано у Агенцији за привредне регистре Републике Србије под матичним бројем 17337785, регистрована претежна делатност: „делатност рекламних агенција“, шифра делатности: 7311. Сувласници и чланови друштва су Ascanius Netherlands B.V., са седиштем на адреси Claudius Prinsenlaan 144, 4818 CP Breda, Холандија, матични број 62887246, са 95% удела, Јадранка Дринић, ЈМБГ 2906975165023, са 3%, и Силвана Пандуревић, ЈМБГ 1412969177676, и Јован Стојановић, ЈМБГ 1201972710473, са по 1% удела, сви држављани Републике Србије. Привредно друштво Direct Media је агенција која пружа интегрисану комуникацијску услугу, укључујући консалтинг, оглашавање, медијско планирање и закуп огласног простора, истраживање, прикупљање и тумачење информација о купцима, креативне услуге, мерење и

евалуацију успешности маркетинга, као и штампарске услуге. Основну делатност чине маркетиншки послови, послови везани за оглашавање у медијима (телевизија, радио, новине, интернет и outdoor), куповина и продаја телевизијских права, као и финансирање продукција у заједничким аранжманима. Ради се о услужној пословној делатности, чији је циљ креирање, планирање и руковођење оглашавањем, а понекад и другим облицима промоције. Такође постоји могућност руковођења укупном бренд или маркетинг стратегијом за клијенте. Сва зависна друштва циљног друштва чине тзв. Direct Media групу. Подносилац пријаве у Србији има следећа регистрована зависна друштва:

- Fusion Communications d.o.o. Beograd, Антифашистичке борбе 136, Београд, матични број 20479027, регистрована претежна делатност: „консултантске активности у вези са пословањем и осталим управљањем“ шифра делатности: 7022;
- Direct Media Komunikacije d.o.o. Beograd, Антифашистичке борбе 136, Београд, матични број 21289884, регистрована претежна делатност: „делатност рекламних агенција“ шифра делатности: 7311;
- Big Print d.o.o. Beograd, Ђорђа Станојевића 4, Београд, матични број 17405080, регистрована претежна делатност: „остало штампање“, шифра делатности: 1812.

Сва зависна друштва која послују у оквиру тзв. Direct Media групе, третирају се као један учесник на тржишту у смислу члана 5. Закона. Према подацима из консолидованог биланса успеха за период од 01.01.2017. године до 31.12.2017. године, привредно друштво Direct Media d.o.o. Beograd остварило је укупан приход од око [...] евра, од чега се око [...] евра односи на приходе од продаје готових производа и услуга на домаћем тржишту. Међутим, подносилац пријаве је навео да предметном трансакцијом нису обухваћена хрватска, словеначка и босанска зависна друштва Direct Media групе, те да је приход на тржишту Србије у 2017. години износио 47,09 милиона евра.

Поред наведених друштава, у тренутку спровођења предметне концентрације, Direct Media ће имати контролу над друштвима Pink M Company d.o.o. Podgorica и Pink BH Company d.o.o. Sarajevo. Pink M Company d.o.o. Podgorica (у даљем тексту: Pink MNE) емитује програм у Црној Гори од 2002. године, са националном покривеношћу, и то информативни и програм забавног садржаја, усмерен претежно на црногорске кориснике. Pink BH Company d.o.o. Sarajevo (у даљем тексту: Pink BH) је компанија телевизијског емитовања на подручју БиХ, која гледаоцима нуди забавни и информативни програм. Регулаторна агенција за комуникације БиХ доделила јој је лиценцу за емитовање програма на националној фреквенцији (БиХ). Pink BH има канцеларије и студије у Бањалуци и Сарајеву.

Поред тога, у тренутку подношења пријаве и доношења решења, циљно друштво има /5-10/% удела у друштву Pink International Company d.o.o. Beograd. Међутим, овај удео неће бити обухваћен предметном трансакцијом, из разлога који ће бити даље образложени.

Опис трансакције и акт о концентрацији

Акт о концентрацији је Меморандум о разумевању, [...].

Привредно друштво United Media намерава да стекне појединачну контролу над друштвом Direct Media, куповином удела од садашњих власника, уз истовремено спровођење трансакције која обухвата стицање контроле над друштвима Media Point d.o.o. Beograd (у даљем тексту: Media Point), Pink BH и Pink MNE, при чему ће Direct Media заменити свој постојећи мањински удео у Pink International Company d.o.o. Beograd за целокупне уделе у

друштвима Pink BH и Pink MNE. Према наводима у пријави и у складу са актом о концентрацији, преузимање контроле над друштвима Pink BH и Pink MNE од стране друштва Direct Media, као и продаја и стицање контроле над друштвима Direct Media и Media Point од стране друштва United Media, представљају међусобно условљене радње, односно спровођење једне радње ће бити условљено успешним спровођењем друге, тако да на крају, друштво United Media стекне крајњу контролу над друштвима, Direct Media, Media Point, Pink BH и Pink MNE. Продавци неће бити обавезни да продају, нити друштво United Media да купи, уделе у друштвима Media Point и Direct Media, уколико не дође до замене мањинског удела друштва Direct Media у друштву Pink International Company за постојеће уделе одговарајућих продаваца у друштвима Pink BH и Pink MNE, и обрнуто.

У оквиру Direct Media групе друштава, доћи ће до корпоративног реструктурирања, уз претходно издвајање хрватских, словеначких и босанских зависних друштава (која су пословала у оквиру Direct Media групе), али се не купују у оквиру трансакције.

Решењем Комисије број 6/0-02-505/2018-9 од 21. августа 2018. године одобрена је концентрација учесника на тржишту која настаје стицањем појединачне контроле од стране привредног друштва Direct Media d.o.o. Beograd, над привредним друштвима Pink M Company d.o.o. Podgorica и Pink BH Company d.o.o. Sarajevo. Решењем Комисије број 6/0-02-489/2018-9, од 21. августа 2018. године одобрена је концентрација учесника на тржишту која настаје стицањем појединачне контроле од стране привредног друштва United Media S.à.r.l. над привредним друштвом Media Point d.o.o. Beograd, матични број 20552387.

Услови за подношење пријаве

Из свега наведеног произлази да предметна трансакција представља концентрацију у смислу чл. 17. ст. 1. тач. 2) Закона. Подносилац пријаве има обавезу пријаве концентрације у смислу чл. 61. ст. 1. тач. 1) Закона, што је утврђено увидом у податке о приходима и у финансијске извештаје учесника концентрације. Пријава је поднета у складу са чл. 63. ст. 2. Закона.

Релевантно тржиште

Релевантно тржиште одређено је у складу са чл. 6. Закона и Уредбом о критеријумима за одређивање релевантног тржишта („Службени гласник РС“, бр. 89/2009). Релевантно тржиште производа представља скуп роба/услуга које потрошачи сматрају заменљивим у погледу њиховог својства, уобичајене намене и цене. Релевантно географско тржиште представља територију на којој учесници на тржишту учествују у понуди или потражњи и на којој постоје исти или слични услови конкуренције, а који се битно разликују од услова конкуренције на суседним територијама.

Подносилац пријаве сматра да у конкретном случају није потребно коначно дефинисати релевантно тржиште, јер независно од усвојене дефиниције, предложена трансакција неће имати утицаја на конкуренцију у Србији. Међутим, ради потпуности и у сврху пружања потпуних информација, подносилац пријаве сматра да би се релевантна тржишта производа за пријављену концентрацију, имајући у виду пословне активности циљних друштава и претходну праксу Комисије, могла идентификовати као:

1. тржиште маркетиншких комуникацијских услуга;
2. тржиште куповине медијског простора;
3. тржиште производње и емитовања телевизијских канала и
4. тржиште штампарских услуга.

У погледу релевантног географског тржишта, подносилац пријаве сматра да би га требало дефинисати као територију Републике Србије.

Комисија је прихватила предлог подносиоца пријаве за дефинисање релевантних тржишта производа. Полазећи од својстава, намене и цене предметног скупа роба/услуга, односно од делатности учесника концентрације а пре свега циљног друштва, за оцену предметне концентрације, као релевантна тржишта производа одређена су следећа тржишта: тржиште маркетиншких комуникацијских услуга, тржиште куповине медијског простора, тржиште производње и емитовања телевизијских канала и тржиште штампарских услуга, сва на релевантном географском тржишту територије Републике Србије.

Услуге маркетиншких комуникација обухватају рекламирање, консалтинг, односе са јавношћу, истраживање тржишта, креативне услуге, менаџмент односа са потрошачима, брендирање, идентитет и дизајн, друге врсте специјализоване комуникације итд. Свака од ових услуга појединачно или истовремено, може се пружати кроз различите врсте медија, и чине део једног тржишта јер представљају различите начине комуницирања компанија са клијентима, потрошачима, медијима, другим компанијама, органима власти итд. Европска комисија (у даљем тексту: ЕК), такође (нпр. СОМР/М. 3579 WPP/Grey 2005. год., и друге) начелно дефинише ово тржиште као тржиште услуга маркетиншких комуникација у које спада широк спектар услуга, а као посебно тржиште, издваја тржиште куповине медијског простора (енгл. *media buying market*). Суштинска разлика између ових услуга и тржишта је околност да услуга куповине медијског простора има за циљ да рекламну поруку презентује потрошачима и уопште јавности, док се кроз услуге маркетиншких комуникација те рекламне поруке креирају. Према наводима у пријави, подносилац пријаве није ни на који начин активан у пружању маркетиншких комуникацијских услуга, док је активност циљног друштва на овом тржишту била објашњена претходно.

Комисија сматра да тржиште куповине медијског простора треба посебно посматрати у односу на тржиште пружања услуга маркетиншких комуникација. Активности куповине медијског простора обухватају планирање и куповину времена односно простора у различитим медијима, укључујући телевизију, радио, штампане новине, магацине, билборде и интернет портале. У претходној пракси, Европска комисија је сматрала да услуге куповине медијског простора представљају посебно тржиште у оквиру сектора оглашавања, односно да ове услуге задовољавају посебну тражњу купаца која је одвојена од маркетиншких кампања (нпр. IV/M.147 Eurocom/RSCG, M.2000 WPP Group/Young & Rubicam). Неке агенције пружају обе врсте услуга, али се често и специјализују за креативно оглашавање или за куповину медијског простора. Према пракси ЕК, активности куповине медијског простора се не могу поделити у више тржишта у односу на медије, јер постоји изражена заменљивост куповине простора у различитим медијима из угла понуде, где агенције обично купују простор на свим медијским каналима и настоје да обезбеде оптималну расподелу буџета оглашивача на различите врсте медија. Такође, услуге куповине медијског простора су блиско повезане са маркетиншким комуникацијским услугама, јер подразумевају планирање медија, стратешко саветовање и истраживање тржишта. Према наводима у пријави, подносилац пријаве се не бави куповином медијског простора већ само продајом преко свог повезаног друштва CAS Media, док је Direct Media присутна на овом тржишту.

Подносилац пријаве се бави продајом огласног простора на тематским каналима преко повезаног друштва CAS Media d.o.o. Beograd, које продаје рекламни простор. Портфолио канала на којима друштво CAS Media продаје огласни простор, шири је од канала које се

производе у оквиру United групе (остварио приход од [...] евра у 2017.), односно продаје огласни простор и на другим тематским ТВ каналима за провизију (остварио приход од [...] евра). У понуди је оглашавање преко следећих канала: N1, Discovery, TLC, Grand, Cinemania, AXN, Diva, TV 1000, Minimax, Nickelodeon, Animal Planet, Viasat History, Viasat Explore, IDx, SK 1,2,3 и SK Golf, као и на каналу Лов и риболов. Друштво CAS Media претежно представља добављача агенцијама за оглашавање, које купују огласни простор за потребе оглашивача, те стога није присутан на истом нивоу тржишта на којем је активно циљно друштво. Циљно друштво је пре свега посредник између оглашивача и продаваца медијског простора за оглашавање (ТВ канала, штампаних медија итд).

Тржиште производње и емитовања телевизијских канала може обухватити набавку „сировог“ медијског садржаја, производњу сопственог садржаја или лиценцирање садржаја трећих лица (нпр. филмова, серија, спортских догађаја итд), и даље „паковање“ таквог садржаја у ТВ канал са одређеном програмском шемом. Права дистрибуције канала могу се накнадно препродати дистрибутерима медијског садржаја или се, уз одговарајуће лиценце, могу емитовати без посебне накнаде на тзв. free-to-air основи путем радиофреквенција. Тржиште производње и емитовања телевизијских канала је веома динамично тржиште, са великим бројем различитих учесника и типова садржаја који се могу наћи у понуди. У својим претходним одлукама, ЕК је идентификовала посебно тржиште велепродаје ТВ канала, на којем ентитети „пакују“ програмске садржаје у канале, и малопродајни дистрибутери телевизијских услуга преговарају услове дистрибуције ТВ канала крајњим корисницима (нпр. COMP.M.6866 Time Warner/CME). ЕК је такође разматрала да ли треба раздвајати посебне сегменте канала који се емитују на платформама са слободним приступом (тзв. free-to-air) и плаћених ТВ канала или канала који се емитују на платформама са условним приступом (Pay-TV), или према критеријуму посебних жанрова или тема (попут филмова, спорта, вести, дечијих канала итд.), или посебне инфраструктуре која се користи за доставу сигнала гледаоцима (кабловска, сателитска, терестријална или IPTV).

United Grupa је присутна на овом тржишту преко својих зависних друштава, са следећим каналима који се дистрибуирају у Србији: Sport Klub, Pikaboo, Top, Cinemania, Grand Narodna Televizija, N1, Ultra/Mini Ultra, Fight Channel, IDJTV, Lov i ribolov, Golf Klub, Vavoom. United Media се бави куповином односно лиценцирањем ТВ права за потребу производње канала које потом емитује, укључујући права на емитовање спортских, филмских и других садржаја. Pink VH и Pink MNE се претежно емитују у Босни и Херцеговини, односно Црној Гори. Direct Media није присутна на тржишту производње и емитовања телевизијских канала.

Једна од активности друштва Direct Media је куповина и продаја телевизијских права, односно куповина ТВ права везаних за спортске садржаје и продаја истих трећим лицима за емитовање на различитим територијама (Србија, Црна Гора, БиХ, Хрватска), као и куповина и продаја филмских садржаја кабловским дистрибутивним системима. Од продаје ТВ права везаних за спортске садржаје, циљно друштво је остварило приход од око [...] евра у 2017. години, а од продаје ТВ серија приход од [...] евра. Наведена активност представља мањи део његовог пословања, и није истоветна нити заменљива са производњом и емитовањем ТВ канала, већ представља вертикално виши ниво у односу на активности производње и емитовања телевизијских канала. „Произвођачи“ и власници ТВ права лиценцирају иста на одређени ограничени временски период (нпр. број сезона или број реемитовања). Примера ради, Direct Media је купила права на пренос FIBA такмичења у периоду 2017-2021.

Комисија је у предмету *Monicomp/Artemis* издвојила посебно релевантно тржиште штампарских услуга, без даље сегментације на специфичне врсте услуга. Direct Media је

присутна на овом тржишту преко свог зависног друштва Big Print d.o.o. Beograd. Основна делатност друштва Big Print d.o.o. Beograd, односи се на пружање штампарских услуга (штампање промотивног материјала, укључујући штампу великих формата, штампу и обраду плочастог материјала, оглашавање на месту продаје, штампу на текстилу и осталим материјалима, ауто графике, израде дисплеја). Према наводима у пријави, подносилац пријаве није присутан на овом тржишту.

У складу са чл. 6. ст. 3. у вези чл. 2. Закона, и уважавајући предлог подносиоца пријаве, за оцену предметне концентрације, као релевантно географско тржиште одређена је територија Републике Србије.

Оцена ефеката концентрације

На основу података из пријаве и њених допуна, Комисија је констатовала да подносилац пријаве није присутан на тржишту маркетиншких комуникацијских услуга. Подносилац пријаве је навео да учесници у концентрацији немају било какве поуздане процене величине тржишта маркетиншких комуникацијских услуга у Србији, имајући у виду да ово тржиште може обухватити различите маркетиншке активности. Ипак, врло груба процена циљног друштва је да је вредност тржишта маркетиншких комуникацијских услуга у Србији вероватно већа од [...] евра. Према наводима у пријави, Direct Media је мали учесник на тржишту маркетиншких комуникацијских услуга, што потврђују и његови релативно мали приходи од продаје највећим купцима, у поређењу са осталим активностима. Наиме, у 2017. години Direct Media је остварила приход на овом тржишту од [...] евра, од тога је подносиоцу пријаве пружила маркетиншке комуникацијске услуге у вредности од [...] евра. Учесници у концентрацији не поседују било какве, чак ни оквирне процене тржишних удела самих учесника и конкурената на тржишту маркетиншких комуникацијских услуга, имајући у виду да се ради о читавом низу учесника на тржишту, односно конкурената који се баве различитим маркетиншким активностима. Ипак, оквирна процена циљног друштва је да су највећи конкуренти на тржишту маркетиншких комуникацијских услуга, следећа друштва: Represent, Executive Group, Red Communications, Full House, Homepage, Degordian, Pioniri, Webtise, Olaf & McAteer, New Moment. На основу процене циљног друштва о вредности тржишта маркетиншких комуникацијских услуга у Србији, Комисија је констатовала да ће подносилац пријаве преузети постојећи тржишни удео циљног друштва, који је мањи од /0-5%. У сваком случају, спровођењем предметне концентрације неће доћи до хоризонталног преклапања на овом тржишту, те се ни структура овог релевантног тржишта ни тржишна учешћа учесника у концентрацији и њихових конкурената, неће битно променити.

Процењена величина тржишта куповине медијског простора у смислу остварене вредности производње односно продаје у Србији у 2017. години, била је [...] евра (подносилац пријаве је доставио податке агенције Nielsen). Direct Media је остварила приход на тржишту куповине медијског простора у Србији, у 2017. години у износу од [...] евра, тако да има тржишно учешће од /20-30%. Главни конкуренти су Media Pool са /10-20%, Media House са /10-20%, Grey Worldwide и Media Jobs са по /5-10%, и OMD и Publicis One/MMS са по /5-10% тржишног учешћа. Процењена тржишна учешћа су резултат интерне процене, на основу последњих доступних података АПР-а за 2016. годину. Након спровођења концентрације, подносилац пријаве ће бити присутан на овом релевантном тржишту и преко друштва Media Point, чије тржишно учешће је /0-5% (са приходом од [...] евра), тако да ће збирно тржишно учешће подносиоца пријаве преко Direct Media и Media Point, бити /20-30%. Као што је већ наведено, United Media није била присутна на овом тржишту пре ових трансакција.

Имајући у виду активности друштва CAS Media, Комисија је закључила да предметна трансакција представља вертикалну концентрацију на низводном тржишту, с обзиром да су крајњи купци услуга пре свега привредна друштва која се оглашавају. Код разматрања вертикалних ефеката предметне концентрације, Комисија сматра да се мора имати у виду да и други власници медија врше или могу да врше продају свог медијског простора, са или без посредовања маркетиншких агенција, те би се морало имати у виду и њихово присуство на овом тржишту. Главни конкуренти друштва CAS Media су РТС, Pink, Prva TV, Happy, O2 TV Fox International Channels итд. Комисија сматра да је удео у гледаности важан показатељ тржишне снаге сваког учесника на овом тржишту, с обзиром да од истог зависе и приходи од продаје и од оглашавања. Поред тога, медија планери узимају у обзир све врсте медија када планирају и купују простор на појединим медијима, тако да различити медији врше конкурентски притисак једни на друге, тако што дају оглашивачима прилику да комуницирају са потенцијалним потрошачима и уопште јавношћу.

Подносилац пријаве је навео да ће након спровођења трансакције, конкурентима друштва Direct Media, као и оглашивачима бити омогућено да директно купују медијски простор на ТВ каналима подносиоца пријаве. Такође, према наводима подносиоца пријаве, након спровођења трансакције, друштво Direct Media ће наставити да обавља маркетиншке активности, односно да врши куповину медијског простора од канала са националном фреквенцијом. На основу тога, као и податка да је укупан рејтинг ТВ канала United Media групе у Србији износио /0-5/%, Комисија је констатовала да не постоји опасност од затварања тржишта куповине медијског простора у Србији, односно да подносилац пријаве неће онемогућити приступ тржишту потенцијалним конкурентима.

С обзиром да се предметна концентрација односи на истовремено спровођење трансакције која обухвата стицање контроле над друштвима Pink BH и Pink MNE, Комисија је констатовала да су учесници у концентрацији присутни на релеватном тржишту производње и емитовања телевизијских канала. Према подацима подносиоца пријаве, а на основу извештаја агенције Nielsen за 2017. годину, укупан рејтинг ТВ канала United Media групе у Србији је износио /0-5/%. Највећи рејтинг од /10-20/% имали су ТВ канали Радио Телевизије Србије (/10-20/%), за њим следе ТВ канали Pink групе (/10-20/%), ТВ канали Прве телевизије (/10-20/%), ТВ канали Happy телевизије (/5-10/%), ТВ канали Fox телевизије (/0-5/%). С обзиром да се друштва Pink BH и Pink MNE не баве производњом и емитовањем ТВ канала у Србији, Комисија је закључила да ће тржишна структура на овом релевантном тржишту производа у Србији остати непромењена.

Подносилац пријаве је навео да није присутан на тржишту штампарских услуга, док је приход циљног друштва у 2017. години износио [...] евра. Према процени подносиоца пријаве вредност тржишта штампарских услуга у 2017. години износила је [...] евра, из чега следи да је тржишни удео циљног друштва износио /0-5/%. Као највеће конкуренте, подносилац пријаве је навео следећа привредна друштва са тржишним учешћима: Digital Printing Center d.o.o. (/20-30%), NS Plakat d.o.o. (/10-20%), New Image d.o.o. (/10-20%), BG Reklam d.o.o. (/10-20%), Grafix d.o.o. (/5-10/%). На основу наведених података, Комисија је констатовала да ће United Media преузети постојећи тржишни удео циљног друштва, који је у 2017. години у Србији износио /0-5/%, односно да ће тржишна структура остати непромењена.

Имајући у виду све напред наведено, као и друге наводе у пријави, закључено је да су испуњени услови дозвољености концентрације из чл. 19. Закона. Из тог разлога, одлучено је као у ставу првом изреке овог решења.

Одлука у ставу другом изреке овог решења, донета је применом чл. 65. ст. 5. Закона као и чл. 2. ст. 1. тач. 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције, а на основу оствареног прихода учесника у концентрацији и са њима повезаних учесника на тржишту у обрачунској години која претходи години у којој је концентрација пријављена.

Упутство о правном средству

Ово решење је коначно у управном поступку и против њега се може покренути управни спор подношењем тужбе Управном суду у Београду, Немањина 9, у року од 30 дана од дана пријема решења.

За подношење тужбе плаћа се судска такса у износу од 390 динара прописана Законом о судским таксама ("Службени гласник РС", бр. 28/1994, 53/1995, 16/1997, 34/2001 - др. закон, 9/2002, 29/2004, 61/2005, 116/2008 - др. закон 31/2009, 101/2011, 93/2012, 93/2014 и 106/2015).

ПРЕДСЕДНИК КОМИСИЈЕ

Др Милоје Обрадовић