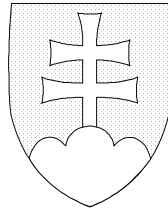


PROTIMONOPOLNÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY



ROZHODNUTIE

Číslo: 2015/FH/3/1/011

Bratislava 14. apríla 2015

Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor koncentrácií v správnom konaní číslo 0031/OK/2014 začatom dňa 05. 12. 2014 na základe oznámenia koncentrácie podľa § 10 ods. 7 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov podnikateľom PENTA INVESTMENTS LIMITED, 47 Esplanade, St. Helier JE1 0BD, Jersey, Normanské ostrovy, zapísaná pod č. 109645, prostredníctvom substitučne splnomocnenej advokátskej kancelárie SCHWARZ advokáti s.r.o. so sídlom Podbrezovská 40, 831 06 Bratislava – Rača, IČO: 36 858 285, v mene ktorej koná JUDr. Andrej Schwarz, konateľ a advokát,

r o z h o d o l

na základe § 12 ods. 1 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov tak, že **s ú h l a s í** s koncentráciou podľa § 9 ods. 1 písm. b) zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov spočívajúcou **v získaní nepriamej výlučnej kontroly na de facto základe podnikateľom PENTA INVESTMENTS LIMITED**, 47 Esplanade, St. Helier JE1 0BD, Jersey, Normanské ostrovy, zapísaným pod č. 109645 **nad podnikateľom SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s.**, Panónska cesta 9, 852 32 Bratislava, IČO: 31 347 291, **podnikateľom MEDIA MAGAZÍN, a.s.**, Panónska cesta 9, 852 32 Bratislava, IČO: 35 828 277 a **podnikateľom TREND Holding, spol. s r.o.**, Tomášikova 23, 821 01 Bratislava, IČO: 35 702 567, ktorá vznikla na základe viacerých postupne sa realizujúcich krokov, počnúc transakčným poradenstvom v počiatkovej fáze a súvisiacim úverovým financovaním, ktoré poskytol podnikateľ PENTA

INVESTMENTS LIMITED, 47 Esplanade, St. Helier JE1 0BD, Jersey, Normanské ostrovy, zapísaný pod č. 109645 za účelom financovania kúpy vyššie uvedených spoločností a to na základe dvoch ZMLÚV O ÚVERE uzavretých medzi PENTA INVESTMENTS LIMITED ako veriteľom a V3 Media Holdings B.V. ako dlžníkom zo dňa 14. 08. 2014, čo vyústilo do uzavretia Zmluvy o kúpe cenných papierov spoločnosti SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s. uzatvorenej dňa 15.08.2014 medzi TILBAM HOLDING I B.V. , TILBAM HOLDING II B.V., TILBAM HOLDING III B.V. ako predávajúcimi a V3 MP, s.r.o. ako kupujúcim a Zmluvy o kúpe cenných papierov spoločnosti MEDIA MAGAZÍN, a.s. uzatvorenej dňa 15.08.2014 medzi TILBAM HOLDING II B.V. a TILBAM HOLDING III B.V. ako predávajúcimi a V3 MO, s.r.o. ako kupujúcim, a Rámcovej zmluvy o prevode obchodných podielov v spoločnosti TREND Holding, spol. s r.o. zo dňa 25.8.2014 uzavretej medzi JUDr. Elenou Klimešovou, PhDr. Oliverom Brunovským, a Ľubomírom Hrušovským, ako predávajúcimi a spoločnosťami Media TPR s.r.o., a Media TPH s.r.o., ako kupujúcimi, pričom podnikateľ PENTA INVESTMENTS LIMITED, 47 Esplanade, St. Helier JE1 0BD, Jersey, Normanské ostrovy, zapísaný pod č. 109645 súčasne poskytuje Skupine V3 Media zastrešenej spoločnosťou V3 Media Holdings B.V. súvisiace strategické poradenstvo.

O d ô v o d n e n i e :

1. Protimonopolnému úradu Slovenskej republiky, odboru koncentrácií (ďalej len „úrad“) bolo dňa 05. 12. 2014 listom zaevidovaným pod číslom 3280/2014 od podnikateľa PENTA INVESTMENTS LIMITED, 47 Esplanade, St. Helier JE1 0BD, Jersey, Normanské ostrovy, zapísaná pod č. 109645 (ďalej len „PIL“ alebo „Oznamovateľ“), prostredníctvom splnomocneného právneho zástupcu advokátska kancelária Škubla & Partneri s.r.o. so sídlom Digital Park II, Eisteinova 25, 851 01 Bratislava, v mene ktorej koná Mgr. Martin Škubla, advokát a konateľ, a ktorý na základe Substitučnej plnej moci zo dňa 03. 12. 2014 splnomocnil advokátsku kanceláriu SCHWARZ advokáti s.r.o. so sídlom Podbrezovská 40, 831 06 Bratislava – Rača, IČO: 36 858 285, v mene ktorej koná JUDr. Andrej Schwarz, konateľ a advokát (ďalej len „právny zástupca“) doručené oznámenie koncentrácie (ďalej len „Oznámenie“) podľa § 10 ods. 7 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon“), pričom podľa Oznámenia koncentrácia spočíva v získaní výlučnej kontroly podnikateľa PIL nad podnikateľom SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s., Panónska cesta 9, 852 32 Bratislava, IČO: 31 347 291 (ďalej len „SPOLOČNOSŤ 7 PLUS“) a nad podnikateľom MEDIA MAGAZÍN, a.s., Panónska cesta 9, 852 32 Bratislava, IČO: 35 828 277 (ďalej len „MEDIA MAGAZÍN“).
2. Uvedeným podaním bolo dňa 05.12.2014 začaté správne konanie vo veci predmetnej koncentrácie vedené pod číslom 0031/OK/2014 a v súlade so znením § 11 ods. 1 zákona začala dňa 08.12.2014 plynúť lehota 25 pracovných dní na vydanie rozhodnutia vo veci predmetnej koncentrácie, ktorá bola podľa § 11 ods. 3 zákona dňa 11.12.2014 prerušená Výzvou na doplnenie oznámenia

koncentrácie zaevidovanou pod číslom 3339/PMÚ SR/2014 a dňa 22.12.2014 Výzvou na doplnenie oznámenia koncentrácie zaevidovanou pod číslom 3477/PMÚ SR/2014.

3. Splnomocnený právny zástupca doplnil oznámenie koncentrácie listom zaevidovaným úradom pod číslom 3455/2014 dňa 19.12.2014 (ďalej len „Doplnenie 1“), listom zaevidovaným pod číslom 124/2015 dňa 14.01.2015 (ďalej len „Doplnenie 2“) a listom zaevidovaným pod číslom 405/2015 dňa 03.02.2015 (ďalej len Doplnenie 3“) a listom zaevidovaným pod číslom 558 a 559/2015 dňa 10.02.2015 (ďalej len Doplnenie 4“). Doručením predmetných listov sa oznámenie koncentrácie (ďalej spolu len „Oznámenie“) stalo úplným a v súlade so znením § 11 ods. 3 zákona plynula dňom 11.02.2015 prerušená lehota podľa § 11 ods. 1 zákona.
4. Na výzvu úradu boli v Doplnení 2 a Doplnení 3 doplnené informácie a podklady týkajúce sa získania kontroly nad podnikateľom TREND Holding, spol. s r.o., so sídlom Tomášikova 23, 821 01 Bratislava, IČO: 35 702 567 (ďalej len „TREND Holding“), na základe ktorých bol za účastníka koncentrácie určený aj podnikateľ Trend Holding, s čím Oznamovateľ súhlasil a v Doplnení 4 doplnil informácie a podklady aj za tohto podnikateľa. Účastníkmi predmetnej koncentrácie na strane nadobúdaných subjektov sú *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS*, *MEDIA MAGAZÍN* a *TREND Holding* (ďalej spoločne len „Nadobúdané spoločnosti“).
5. Za účelom identifikácie relevantných trhov a následného zhodnotenia dopadov predmetnej koncentrácie úrad oslovil listami č. 387/1-10/PMÚ SR/2015 zo dňa 02.02.2015 vybrané mediálne agentúry a listami č. 549/1-11/PMÚ SR/2015 zo dňa 11.02.2015 vybrané vydavateľstvá a majiteľov web (on-line) portálov, ktoré boli potrebné na identifikáciu ovplyvnených trhov a posúdenie dopadov predmetnej koncentrácie. V rámci prieskumu úrad vyzval oslovené subjekty, aby sa vyjadrili ku predmetnej koncentrácii. K námietkam a vyjadreniam týchto subjektov sa úrad vyjadruje nižšie.
6. Vzhľadom na to, že v predmetnom správnom konaní úrad posudzoval vplyv získania nepriamej výlučnej kontroly podnikateľa *PIL* nad *Nadobúdanými spoločnosťami* na relevantnom trhu vo viacerých oblastiach, konkrétne v oblasti vydávania periodickej tlače, v oblasti poskytovania informácií na web (on-line) portáloch a v oblasti poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách a na web (on-line) portáloch, a to z hľadiska horizontálneho ako aj nehorizontálneho posúdenia, pričom bolo nevyhnutné analyzovať účinky predmetnej koncentrácie z hľadiska unilaterálnych ako aj koordinačných dopadov predmetnej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže ako aj vyjadrenia úradom oslovených podnikateľov – tretích strán, úrad podľa § 11 ods. 2 zákona v lehote podľa § 11 ods. 1 zákona upovedomil podnikateľa *PIL* listom číslo 1037/PMÚ SR/2015 zo dňa 11.03.2015, že predmetná koncentrácia vyžaduje hlbšiu analýzu z dôvodu identifikácie súťažných obáv.
7. Podľa § 33 zákona úrad pred vydaním rozhodnutia listom číslo 1385/PMÚSR/2015 zo dňa 01.04.2015 informoval podnikateľa *PIL* o záveroch prešetrovania v predmetnom správnom konaní a vyzval ho, aby sa ústne alebo

písomne vyjadril k jeho podkladu a spôsobu jeho zistenia, prípadne aby navrhol jeho doplnenie. Podnikateľ *PIL* v liste zaevidovanom pod číslom 1462/2015 dňa 08.04.2015 uviedol, že nemá výhrady k podkladu rozhodnutia a spôsobu zistenia skutkového a právneho stavu a súhlasí so závermi úradu, ktoré uviedol v predmetnom liste.

8. Pri posudzovaní koncentrácie úrad vychádzal z Oznámenia a jeho doplnení, z verejne dostupných informácií týkajúcich sa účastníkov koncentrácie a ich konkurentov ako aj z vyjadrení a podkladov predložených podnikateľmi, ktorých úrad oslovil v rámci prieskumu. Úrad tiež zohľadnil predchádzajúcu rozhodovaciu prax úradu a prihliadol aj na rozhodovaciu prax Európskej komisie.

KONCENTRÁCIA

9. Oznamovateľ v Oznámení popisuje v súvislosti so vznikom koncentrácie jednak úkony zakladajúce zmenu vlastníckych vzťahov v jednotlivých *Nadobúdaných spoločnostiach* a tiež úkony zakladajúce nadobudnutie faktickej kontroly nad *Nadobúdanými spoločnosťami* zo strany *PIL*, keďže podľa Oznamovateľa nemožno uvedené úkony popisovať oddelene, nakoľko spolu súvisia.
10. Ako sa uvádza v Oznámení vo vzťahu k nadobudnutiu kontroly nad spoločnosťami *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *MEDIA MAGAZÍN*, koncentrácia spočíva v získaní faktickej nepriamej výlučnej kontroly podnikateľa *PIL* nad týmito podnikateľmi, a to na základe skutočnosti, že podnikateľ *PIL* poskytol *Skupine V3 Media*, ktorá je zastrešená podnikateľom *V3 Media Holdings B.V. Lange Voorhout 82, Den Haag EJ 2514, Holandské kráľovstvo* (ďalej len „*V3 Media Holdings B.V.*“)¹ finančné prostriedky na nadobudnutie akcií v týchto spoločnostiach a poskytol *Skupine V3 Media* transakčné a strategické poradenstvo pri uvedených akvizíciách. Rovnako vo vzťahu k nadobudnutiu kontroly nad spoločnosťou *TREND Holding* uviedol Oznamovateľ rovnaké rozhodujúce skutočnosti a predložil podklady, ktoré viedli k záveru o de facto nepriamej výlučnej kontrole Oznamovateľa aj nad touto spoločnosťou.
11. Vo vzťahu k financovaniu predmetných transakcií na základe predložených informácií a podkladov úrad zistil, že *PIL* poskytla v súvislosti s akvizíciou *Nadobúdaných spoločností* finančné prostriedky vo výške [.....]² Eur na základe ZMLUVY O ÚVERE uzavretej medzi *PIL* ako veriteľom a *V3 Media Holdings B.V.* ako dlžníkom zo dňa 14. 08. 2014 a vo výške [.....]³ Eur na základe ZMLUVY O ÚVERE uzavretej medzi *PIL* ako veriteľom a *V3 Media Holdings B.V.* ako dlžníkom. Spoločnosť *V3 Media Holdings B.V.* následne poskytla úver svojim 100% dcérskym spoločnostiam, a to:
 1. *V3 MP s.r.o., Líščie údolie 23, 841 04 Bratislava – Karlova Ves, IČO: 47 255 439* (ďalej len „*V3 MP*“) na základe ZMLUVY O ÚVERE

¹ Konečným užívateľom výhod investičnej štruktúry *V3 Media*, resp. je ultimate beneficial owner skupiny *V3 Media* je fyzická osoby identifikovaná v Oznámení.

² Obchodné tajomstvo spoločnosti zmluvných strán.

³ Obchodné tajomstvo spoločnosti *PIL* a *V3 Media Holdins*.

- uzavretej medzi V3 Media Holdings B.V. ako veriteľom a V3 MP ako dlžníkom zo dňa 14. 08. 2014 vo výške [.....]⁴ Eur ,
2. V3 MO s.r.o., Líščie údolie 23, 841 04 Bratislava – Karlova Ves, IČO: 47 255 471 (ďalej len „V3 MO“) na základe ZMLUVY O ÚVERE uzavretej medzi V3 Media Holdings B.V. ako veriteľom a V3 MO ako dlžníkom zo dňa 14. 08. 2014 vo výške [.....]⁵ Eur,
 3. Media TPH s.r.o., so sídlom Líščie údolie 23, 841 04 Bratislava, IČO: 47 255 447 (ďalej len „Media TPH“) na základe ZMLUVY O ÚVERE uzavretej medzi V3 Media Holdings B.V. ako veriteľom a Media TPH ako dlžníkom úver vo výške [.....]⁶ Eur a
 4. Media TPR s.r.o., so sídlom Líščie údolie 23, 841 04 Bratislava, IČO: 47 255 404 (ďalej len „Media TPR“) na základe ZMLUVY O ÚVERE uzavretej medzi V3 Media Holdings B.V. ako veriteľom a Media TPR ako dlžníkom úver vo výške [.....]⁷ Eur.
12. Jednotlivé dcérske spoločnosti patriace do *Skupiny V3 Media*, t.j. spoločnosti *V3 MP*, *V3 MO*, *Media TPH* a *Media TPR* sa následne stali priamymi vlastníkmi akcií *Nadobúdaných spoločností* na základe:
- a) Zmluvy o kúpe cenných papierov spoločnosti SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, a.s. uzatvorenej dňa 15.08.2014 medzi TILBAM HOLDING I B.V., TILBAM HOLDING II B.V., TILBAM HOLDING III B.V. ako predávajúcimi a V3 MP, s.r.o. ako kupujúcim na základe ktorej boli prevedené akcie tvoriace 100% základného imania SPOLOČNOSŤ 7 PLUS v prospech spoločnosti V3 MP,
 - b) Zmluvy o kúpe cenných papierov spoločnosti MEDIA MAGAZÍN, a.s. uzatvorenej dňa 15.08.2014 medzi TILBAM HOLDING II B.V. a TILBAM HOLDING III B.V. ako predávajúcimi a V3 MO, s.r.o. ako kupujúcim, na základe ktorej boli prevedené akcie tvoriace 100% základného imania tejto spoločnosti v prospech spoločnosti V3 MO. Spoločnosť MEDIA MAGAZÍN je jediným akcionárom spoločnosti Centrum Holdings, a. s., so sídlom Karadžičova 16, 821 08 Bratislava , IČO: 35 796 634, (ďalej len „Centrum Holdings“) a
 - c) Rámcovej zmluvy o prevode obchodných podielov spoločnosti Trend Holding zo dňa 25.8.2014 medzi JUDr. Elenou Klimešovou, PhDr. Oliverom Brunovským, a Ľubomírom Hrušovským, ako predávajúcimi a spoločnosťami Media TPR a Media TPH ako kupujúcimi.
13. Podľa Oznámenia štruktúra spoločností patriacich do *Skupiny V3 Media* vznikla v roku 2014 a doposiaľ nevykázala obraty. Zároveň podľa informácií v Oznámení vo vzťahu jednak k spoločnostiam SPOLOČNOSŤ 7 PLUS a MEDIA MAGAZÍN, holdingová štruktúra do ktorej podnikateľ PIL patrí (ďalej len „Skupina Penta“), poskytuje *Skupine V3 Media* súvisiace transakčné a strategické poradenstvo projektovým tímom *Skupiny Penta* vytvoreným na účely akvizície predmetných spoločností *Skupinou V3*

⁴ Obchodné tajomstvo spoločnosti zmluvných strán.

⁵ Obchodné tajomstvo spoločnosti zmluvných strán.

⁶ Obchodné tajomstvo spoločnosti V3 Media Holdings a TPH.

⁷ Obchodné tajomstvo spoločnosti V3 Media Holdings a TPH.

Media. Rovnaké vyjadrenie ohľadne transakčného a strategického poradenstva bolo predložené aj vo vzťahu k spoločnosti *TREND Holding*.

14. Z Oznámenia vyplýva, že na účely poskytnutia strategického a transakčného poradenstva pri akvizíciách *Nadobúdaných spoločností* bol vytvorený špecializovaný projektový team, ktorý formuloval odporúčania a návrhy pre *Skupinu V3 Media* pri uvedených akvizíciách, ktorá ich následne prostredníctvom spoločností patriacich do *Skupiny V3 Media* implementovala. Podľa Oznámenia:
- *strategické poradenstvo* predstavuje napríklad navrhovanie investičných ideí a riešení ohľadom akvizícií v mediálnej sfére (a ich implementáciu vrátane formulovania základného konceptu jednotlivých akvizícií – t.j. identifikáciu potenciálnych cieľových spoločností, časové obdobie jednotlivých akvizícií, prípravnú fázu formulovania jednotlivých ponúk a oslovenie potenciálnych predávajúcich, ako aj formulovanie obchodného plánovania v rámci *Nadobúdaných spoločností*, návrhov na reštrukturalizáciu portfólia, zefektívnenie jednotlivých riadiacich činností v *Nadobúdaných spoločnostiach* a pod.,
 - *transakčné poradenstvo* zahŕňalo vedenie prvotných rokovaní s budúcimi predávajúcimi, poskytnutie poradenstva pri ďalších negociáciách konkrétnych podmienok akvizícií vrátane právneho poradenstva ohľadom transakčnej dokumentácie.
15. Ako sa uvádza v Oznámení, vzhľadom na intenzitu strategického a transakčného poradenstva možno aj formovanie rozhodnutí a odporúčaní v rámci uvedeného poradenstva považovať za nadobudnutie faktickej kontroly podnikateľom *PIL* nad *Nadobúdanými spoločnosťami*.
16. Po akvizičnej fáze bude podľa Oznamovateľa zrejme nasledovať konsolidačná fáza zahŕňajúca okrem iného nachádzanie synergických efektov z uskutočnených akvizícií. Oznamovateľ zároveň uviedol, že v prvej fáze dôjde k formálnemu začleneniu *Nadobúdaných spoločností* pod spoločnosť *News and Media Holding a.s.*, so sídlom Einsteinova 25, 851 01 Bratislava (ďalej len „*News and Media Holding*“), ktorá bola v rámci *Skupiny V3 Media* založená ako holdingová spoločnosť v novembri 2014.
17. Podľa Oznámenia mediálne investície *Skupiny V3 Media* prevezme profesionálny manažment. Osoby pôsobiace v *Skupine Penta*, resp. spolupracujúce osoby nebudú vykonávať funkcie v riadiacich, resp. štatutárnych orgánoch *Skupiny V3 Media*, v rámci strategického poradenstva však budú mať zastúpenie v kontrolných orgánoch ako napr. v dozornej rade.
18. V súvislosti s informáciou uvedenou v Oznámení koncentrácie, že dôvodom poskytnutia úveru bol len ich preklenovací charakter, nakoľko *Skupiny V3 Media* plánuje prefinancovať akvizíciu na základe štandardného komerčného úveru poskytnutého bankou úrad požiadala Oznamovateľa o informácie, či v súvislosti s prefinancovaním úverov boli už uskutočnené nejaké kroky súvisiace s prefinancovaním transakcií na základe štandardných komerčných úverov bankou a aby popísal vzťahy a riadenie cieľových spoločností po prefinancovaní úveru.

19. Oznamovateľ v Doplnení 2 uviedol, že ešte neboli uskutočnené žiadne kroky s prefinancovaním úverov a že zámerom *Skupiny V3 Media* je skonsolidovať v rámci svojej skupiny spoločnosti *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS*, *Centrum Holdings* a *TREND Holding* pod spoločnosť News and Media Holding a.s., ktorá je 100% dcérskou spoločnosťou *V3 Media Holdings B.V.* Uvedené je z dôvodu využitia synergických efektov a znižovania nákladov v jednotlivých targetoch, zjednotenia manažérskej štruktúry. Po udelení súhlasu Úradu s koncentráciou je zámerom skupiny *V3 Media Holdings* uskutočniť zlúčenie targetov s News and Media Holding a.s. Zároveň Oznamovateľ indikoval svoj možný záujem včleniť cieľové spoločnosti v neskoršom štádiu do svojho portfólia.
20. V Oznámení sa uvádza, že z hľadiska vlastníckych vzťahov nadobudli akcie *Nadobúdaných spoločností* spoločnosti *V3 MP* a *V3 MO*, *Media TPR* a *Media TPH* patriace do *Skupiny V3 Media*. Zároveň sa v Oznámení uvádza, že poskytnutie úverového financovania spoločnosti *PIL* na nadobudnutie výlučnej kontroly nad *Nadobúdanými spoločnosťami* a tiež poskytnutie súvisiaceho strategického a transakčného poradenstva *Skupine V3 Media* sa považuje v zmysle usmernení Európskej komisie a praxe súťažných orgánov za nadobudnutie faktickej kontroly nad Cieľovými spoločnosťami. Ako je uvedené vyššie úverové zmluvy, na základe ktorých je zrejmé, že *Skupina Penta* financuje transakcie sú zo dňa 14.08.2014 a transakčné a strategické poradenstvo, ktoré vyústilo do získania faktickej nepriamej kontroly nad *Nadobúdanými spoločnosťami* bolo poskytnuté sčasti skôr, pričom strategické poradenstvo kontinuálne pokračuje. Z uvedeného je podľa úradu zrejmé, že ide o súbor postupných krokov, na základe ktorých predmetná koncentrácia vznikla, počnúc počiatočným transakčným poradenstvom a nadväzujúcim strategickým poradenstvom, ktoré *PIL* poskytovala a poskytuje, v rámci ktorého bolo rozhodnuté a dohodnuté, ktoré *Nadobúdané spoločnosti* sa nadobudnú a za akých podmienok, financovanie nadobudnutia týchto spoločností a postupné kroky na začlenenie týchto spoločností do jednej ekonomickej skupiny s jedným riadením, s jedným obchodným plánovaním, spoločným poradenstvom na reštrukturalizáciu tohto portfólia vedúcim k zefektívneniu riadenia nad *Nadobúdanými spoločnosťami*, nad ktorými podnikateľ *PIL* takto získal faktickú výlučnú kontrolu. Podľa úradu nie je možné odčleňovať jednotlivé kroky tejto transakcie, čo Oznamovateľ sám v Oznámení konštatuje, keď v súvislosti so vznikom koncentrácie popisuje jednak úkony zakladajúce zmenu vlastníckych vzťahov v *Nadobúdaných spoločnostiach* a tiež úkony zakladajúce nadobudnutie faktickej kontroly nad *Nadobúdanými spoločnosťami* zo strany *PIL* a uvádza, že uvedené úkony nemožno popisovať oddelene, nakoľko spolu súvisia.
21. Úrad skúmal, či získanie nepriamej výlučnej kontroly podnikateľom *PIL* nad podnikateľmi *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *MEDIA MAGAZÍN* a získanie nepriamej výlučnej kontroly podnikateľom *PIL* nad *TREND Holding* nepredstavuje jednu koncentráciu. Na základe všetkých predložených informácií a podkladov dospel k záveru o de facto podmienenosti oboch transakcií, nakoľko zistil, že podnikateľ *PIL* mal záujem nadobudnúť aj podnikateľov *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *MEDIA MAGAZÍN* aj podnikateľa *TREND Holding* spoločne a robil všetky kroky pre to, aby došlo k získaniu kontroly aj nad podnikateľmi *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *MEDIA MAGAZÍN* aj nad podnikateľom *TREND Holding*, pričom podmienenosť

daných transakcií je vyjadrená rovnakou transakčnou štruktúrou, rovnakým obsahom rozhodujúcich skutočností podkladovej dokumentácie, rovnakým spôsobom financovania v rovnaký deň a vzájomnou prepojenosťou poskytnutých úverov, vytvorením celej štruktúry skupiny zastrešenej *V3 Media Holdings* v jeden deň s rovnakým konateľom vo všetkých jej dcérskych spoločnostiach *Media TPR, Media TPH, V3 MP, V3 MO*, poskytnutím poradenstva špecializovaného projektového tímu *Skupiny Penta* pre obe transakcie ako aj vyjadrením tohto záujmu v interných analýzach vypracovaných v súvislosti s týmito transakciami.

22. Úrad na základe všetkých predložených informácií a podkladov dospel k záveru, že sa jedná o vzájomne podmienené transakcie, ktoré posúdil spoločne ako koncentrácia podľa § 9 ods. 1 písm. b) zákona špecifikovaná vo výroku tohto rozhodnutia. Úrad zároveň zistil, že táto koncentrácia podlieha kontrole úradu podľa § 10 ods. 1 zákona.
23. Účastníkom konania v prípade predmetnej koncentrácie je teda podnikateľ *PIL*, ktorý získava nepriamu výlučnú kontrolu nad podnikateľom *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS*, nad podnikateľom *MEDIA MAGAZÍN* a nad podnikateľom *TREND Holding*. Účastníkmi predmetnej koncentrácie sú podnikatelia *PIL* (na strane nadobúdateľa kontroly) a podnikatelia *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS, MEDIA MAGAZÍN* a *TREND Holding* (na strane nadobúdaných subjektov).

ÚČASTNÍCI KONCENTRÁCIE

24. Ohľadne podnikateľských aktivít účastníkov koncentrácie a podnikateľov, ktorí sú nimi priamo alebo nepriamo kontrolovaní sa v Oznámení uvádzajú nasledujúce skutočnosti:

PIL

25. Ako sa uvádza v Oznámení, podnikateľ *PIL* je súčasťou holdingovej štruktúry spoločností *Skupiny Penta*, ktorá sa v oblasti realitného developmentu sústreďuje na kancelárske, rezidenčné a retailové projekty, pričom investuje predovšetkým do oblasti energetiky, maloobchodu, zdravotníctva, leteckej výroby, strojárstva, privátneho bankovníctva a zábavného priemyslu. *Skupina Penta* pôsobí vo viac než desiatich krajinách a má svoje zastúpenie v Prahe, Bratislave, Varšave, Mníchove, Limassole, Amsterdame a na Jersey. Podnikateľ *PIL* je vlastníkom investičného portfólia *Skupiny Penta*, pričom hlavná investičná činnosť *Skupiny Penta* realizuje prostredníctvom podnikateľa *PIL*.

SPOLOČNOSŤ 7 PLUS

26. *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* je vydavateľstvom periodickej tlače, ktoré sa orientuje na vydávanie periodík bulvárneho, zábavného a lifestyleového formátu v slovenskom jazyku. Konkrétne sa jedná o nasledujúce tlačené periodiká: denník Plus JEDEN DEŇ; týždenníky *Magazín Plus JEDEN DEŇ, Plus 7 dní, Šarm* a *Báječná žena*; mesačníky *EMMA, BREJK, Zdravie, Záhradkár, Záhradkár, Pekné*

Bývanie, Dobré jedlo, Poľovníctvo a Rybárstvo, Včielka, Zornička, Bobík, Ohník, Mollie tvorí a Zázračný svet.

Predaj titulov periodickej tlače *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* realizuje prostredníctvom distribútora periodickej tlače Mediaprint-Kapa Pressegrasso, a.s.; minimálnu časť realizuje na báze predplatného.

27. Predmetný podnikateľ je taktiež majiteľom ochranných známk zaregistrovaných v registri ochranných známk Úradu priemyselného a duševného vlastníctva Slovenskej republiky v registri ochranných známk Úradu pre harmonizáciu vnútorného trhu a web (on-line) portálov, pričom podľa Oznámenia na žiadnom z web (on-line) portálov nie je poskytované on-line spravodajstvo⁸.

MEDIA MAGAZÍN

28. *MEDIA MAGAZÍN* vykonáva výlučnú kontrolu nad spoločnosťou *Centrum Holdings*. Spoločnosť *Centrum Holdings* je mediálna spoločnosť, ktorá je majiteľom viacerých ochranných známk a web (on-line) portálov, z ktorých niektoré podľa názoru Oznámovateľa poskytujú on-line spravodajstvo⁹.

29. V Oznámení sa taktiež vo vzťahu k web (on-line) portálom, ktoré vlastní podnikatelia *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings*, uvádza, že nie je možné jednoznačne určiť účel každého web (on-line) portálu, najmä v kontexte špecifikácie, či poskytujú on-line spravodajstvo a ak áno, aký typ on-line spravodajstva, keďže jednotlivé web (on-line) portály poskytujú súčasne široké spektrum informácií, z ktorých niektoré možno kvalifikovať ako on-line spravodajstvo, avšak obsahujú aj informácie bulvárno-spoločenského zamerania, odborné informácie a podobne.

TREND Holding

30. *TREND Holding* je vydavateľom ekonomického týždenníka *Trend* a dvojtýždenníka *Profit*, pričom obe periodiká sú vydávané v slovenskom jazyku a sú distribuované na území SR, pričom marginálna časť nákladu je distribuovaná aj v Českej republike.

31. Predmetné vydavateľstvo taktiež vydáva ročenky *Trend TOP*, *Trend Špeciál*, *eXtra* a ďalšie, taktiež prevádzkuje web (on-line) portály *TREND.sk* a *ePROFIT.sk*, ako aj špecializované web (on-line) portály¹⁰.

TREND Holding taktiež organizuje konferencie a diskusné fóra, vytvára databázy firiem, informačné servisy a analýzy a predáva prístup k nim, predáva vzorové zmluvy a publikácie.

32. Spoločnosť *TREND Holding* má dcérske spoločnosti *Trend Representative*, s.r.o. Tomášikova 23, 821 01 Bratislava, IČO: 43 824 706 a *DUEL – Press* s.r.o., Tomášikova 23, 821 01 Bratislava, IČO: 35 722 517.

⁸ Zoznam ochranných známk a web (on-line) portálov je súčasťou Oznámenia.

⁹ Zoznam ochranných známk a web (on-line) portálov je súčasťou Oznámenia; web (on-line) portály, ktoré podľa Oznámovateľa poskytujú on-line spravodajstvo: *24-online.sk*, *24online.sk*, *aktualne.sk*, *infosky.sk*.

¹⁰ Zoznam ochranných známk a web (on-line) portálov je súčasťou Oznámenia; špecializované web (on-line) portály: *Mediálne.sk*, *TRENDreality.sk*, *eProfit.sk*, *TRENDreštaurácie.sk*, *MyslímEkonomicky.sk*, *CSR.etrend.sk*.

POSÚDENIE ÚČINKOV KONCENTRÁCIE

33. Z vyššie uvedenej charakteristiky *Nadobúdaných spoločností* vyplýva, že sa jedná o vydavateľov periodickej tlače. Vo všeobecnosti je možné konštatovať, že vydavateľstvá periodickej tlače okrem vydávania periodík v tlačenej forme zvyčajne zároveň poskytujú informácie na web (on-line) portáloch, pričom z hľadiska čitateľa sa jedná o čiastočne bezplatné informácie uvádzané aj v jednotlivých tlačených periodikách, ako aj ďalšie zväčša bezplatné informácie obsahovo súvisiace aj nesúvisiace s obsahom tlačených periodík¹¹. Okrem toho vydavateľstvá poskytujú reklamný priestor ako v tlačených periodikách, tak aj na web (on-line) portáloch.
34. Podnikateľ *PIL* ako nadobúdateľ kontroly nad podnikateľmi *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS*, *MEDIA MAGAZÍN* a *TREND Holding* nie je vydavateľom periodickej tlače. Avšak podnikateľ *TREND Holding* na jednej strane a podnikatelia *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *MEDIA MAGAZÍN* (prostredníctvom podnikateľa *Centrum Holdings*) na strane druhej, ktorí pred koncentráciou nepatrili do rovnakej ekonomickej skupiny podnikateľov a v prípade realizácie predmetnej koncentrácie budú výlučne kontrolovaní podnikateľom *PIL*, pôsobia v oblasti vydávania periodickej tlače, poskytovania informácií na web (on-line) portáloch a poskytovania reklamného priestoru v periodickej tlači, ako aj na web (on-line) portáloch. Úrad sa preto zaoberal horizontálnymi a konglomerátnymi účinkami posudzovanej koncentrácie v predmetných oblastiach, pričom skutočnosť, že podnikateľ *PIL* získava spoločnú kontrolu nad podnikateľom *Petit Press, a.s.*, Bratislava úrad posudzuje v samostatnom správnom konaní.
35. V rámci identifikácie relevantných trhov, na ktorých pôsobia *Nadobúdané spoločnosti* úrad vychádzal zo znenia § 3 ods. 2 až 4 zákona a pri posúdení účinkov predmetnej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže na relevantnom trhu úrad vychádzal zo znenia § 12 ods. 1 zákona v nadväznosti na § 8 ods. 1 zákona.
36. V rámci posudzovania dôsledkov predmetnej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže na relevantnom trhu úrad vychádzal ako z informácií uvádzaných v Oznámení, z informácií všeobecne a verejne prístupných najmä na web stránkach vydavateľov periodickej tlače, taktiež z informácií a vyjadrení tretích strán (vydavateľov periodickej tlače¹², prevádzkovateľov web (on-line) portálov¹³, mediálnych agentúr¹⁴), ako aj z rozhodovacej praxe Európskej komisie a niektorých národných súťažných autorít.

¹¹ Či ide o obsahovo totožné informácie s vydávanými periodikami ale aj iné informácie; čitateľom platené, čiastočne platené alebo neplatené informácie je u jednotlivých vydavateľov rôzne.

¹² *Petit Press, a.s.*, Bratislava (ďalej len „*Petit Press*“); *Ringier Axel Springer Slovakia, a.s.*, Bratislava (ďalej len „*Ringier Axel Springer Slovakia*“); *MAFRA Slovakia, a.s.*, Bratislava (ďalej len „*MAFRA Slovakia*“); Vydavateľstvo *P E R E X, a.s.*, Bratislava (ďalej len „*Vydavateľstvo P E R E X*“); *BAUER MEDIA SK v.o.s.*, Bratislava (ďalej len „*BAUER MEDIA*“); *STAR production, s.r.o.*, Bratislava (ďalej len „*STAR production*“); *W PRESS a.s.*, Bratislava (ďalej len „*W PRESS*“); *JAGA GROUP s.r.o.*, Bratislava (ďalej len „*JAGA GROUP*“); *Business Consulting & Media, s. r. o.*, Nitra (ďalej len „*Business Consulting & Media*“).

¹³ *Azet.sk, a.s.*, Bratislava (ďalej len „*Azet*“); *Zoznam, s.r.o.*, Bratislava (ďalej len „*Zoznam*“).

¹⁴ *UNIMEDIA, s.r.o.*, Bratislava (ďalej len „*UNIMEDIA*“); *VivaKi Exchange Slovakia, s. r. o.*, Bratislava; *GroupM Slovakia s. r. o.*, Bratislava (ďalej len „*GroppM Slovakia*“); *Magna Interactive, s. r. o.*, Bratislava; *Magna Global*

37. V Oznámení sa uvádza, že vychádzajúc z rozhodovacej praxe Európskej komisie¹⁵ ako aj úradu¹⁶ ohľadne kontroly koncentrácií sa relevantné trhy, na ktorých pôsobia *Nadobúdané spoločnosti*, posudzujú z dvoch hľadísk, a to z hľadiska (1) čitateľa a (2) inzerentov.

Uvedené vyplýva zo skutočnosti, že vydavateľstvá periodickej tlače generujú svoj obrat jednak z predaja periodickej tlače (v tlačenej forme a/alebo v digitálnej forme) a prípadne aj z prístupu na web (on-line) portály a taktiež z predaja reklamného priestoru, a to reklamného priestoru v periodickej tlači a reklamného priestoru na web (on-line) portáloch, a teda z hľadiska dopytu je možné identifikovať uvedené dva typy odberateľov predmetných služieb¹⁷.

38. Podľa Oznámenia rozhodovacia prax Európskej komisie odlišuje printové médiá od ostatných segmentov mediálneho trhu¹⁸. Zároveň je možné uvažovať o nezastupiteľnosti printových médií a on-line spravodajstva, vrátane plateného on-line spravodajstva, keďže cieľová skupina zákazníkov v súvislosti s printovými médiami je odlišná od cieľovej skupiny pre on-line spravodajstvo.

39. Vzhľadom na vyššie uvedené skutočnosti sa úrad v rámci posudzovania dopadov predmetnej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže na relevantnom trhu zaoberal osobitne oblasťou vydávania periodickej tlače, oblasťou poskytovania informácií na web (on-line) portáloch a oblasťou poskytovania inzertného priestoru v periodickej tlači a na web (on-line) portáloch¹⁹.

Oblasť vydávania periodickej tlače

40. Vychádzajúc z informácií uvádzaných v Oznámení, z rozhodovacej praxe Európskej komisie, úradu ako aj iných súťažných autorít²⁰ je možné z hľadiska *tovarovej identifikácie relevantných trhov* v predmetnej oblasti uvažovať o členení periodickej tlače z viacerých hľadísk, napríklad podľa:

- periodicity ich vydávania (denníky, týždenníky, dvojtýždenníky, mesačníky, ročenky)²¹;
- toho, z akého územia pochádzajú čitatelia, pre ktorých je dané periodikum určené (celoštátne, regionálne, lokálne periodiká)²²;

Slovakia, s.r.o., Bratislava; UNIVERSAL McCANN Bratislava spol. s r.o., Bratislava; Dentsu Aegis Network Slovakia, s. r. o., Bratislava (ďalej len „Dentsu“); CORE 4, spol. s r.o., Bratislava (ďalej len „CORE 4“).

¹⁵ Napríklad rozhodnutie číslo COMP/M.3420 - GIMD/Socpresse zo dňa 16.6.2004; rozhodnutie číslo COMP/M.5932 - News Corporation/British Sky Broadcasting zo dňa 21.12.2010, taktiež publikácia Európskej komisie – Media Market Definitions in EC Competition Law – Recent Developments.

¹⁶ Napríklad rozhodnutie číslo 2010/FH/3/1/041 vo veci koncentrácie spočívajúcej vo vytvorení spoločného podniku podnikateľov Ringier AG, Švajčiarsko a Axel Springer AG, Spolková republika Nemecko.

¹⁷ Poskytovanie predmetných služieb teda patrí do oblasti dvojstranných trhov (tzv. „two – sided markets“).

¹⁸ Napríklad rozhodnutie IV/M.423 – Newspaper Publishing zo dňa 14.3.1994, bod 11; rozhodnutie IV/M.1401 – Recoletos/Unedisa zo dňa 1.2.1999, bod 17.

¹⁹ Vzhľadom na to, že (ako sa uvádza ďalej v tomto rozhodnutí) aktivity podnikateľa TREND Holding na jednej strane a podnikateľov SPOLOČNOSŤ 7 PLUS a MEDIA MAGAZÍN na strane druhej a s nimi prepojených podnikateľov sa prekrývajú v minimálnej miere, v predmetnom prípade nebol dôvod na analýzu vplyvu dovážanej cudzojazyčnej periodickej tlače zo zahraničia na podmienky hospodárskej súťaže v predmetných oblastiach.

²⁰ Rozhodnutie Úradu na ochranu hospodárskej súťaže Českej republiky číslo ÚOHS-S453/2013/KS-16139/2013/840/ASm – AGROFERT HOLDING, a.s., Česká republika/MAFRA, a.s., Česká republika, taktiež rozhodnutie číslo S 148/2010 Axel Springer AG a Ringier AG..

²¹ Napríklad rozhodnutie číslo IV/M.1401 – Recoletos/Unedisa zo dňa 1.2.1999, body 19-20.

- tematickeho, resp. redakčného zamerania jednotlivých titulov (napr. spravodajské, športové, ekonomické periodiká, motoristické, športové, kultúrne alebo spoločenské časopisy, časopisy o bývaní, časopisy pre ženy a pod.),
- cieľovej skupiny čitateľov²³.

41. Členenie periodickej tlače z hľadiska čitateľa je taktiež možné z hľadiska kvality, resp. serióznosti, a to na: (1) bulvárne periodiká, (2) periodiká stredného prúdu, (3) seriózne, resp. mienkotvorné, prípadne odborné periodiká vrátane ekonomických²⁴.

42. Periodiká poskytujúce spravodajstvo sú charakterom informácií odlišné podľa ich periodicity: kým denníky sa zväčša zameriavajú na poskytovanie najmä aktuálnych spravodajských informácií z domova aj zo sveta, týždenníky neposkytujú tak aktuálne informácie ako je tomu v prípade denníkov, vydávajú sa zväčša na papieri inej kvality ako je tomu v prípade denníkov, pričom v prípade týždenníkov sa poskytujú najmä informácie všeobecne spravodajského a analytického charakteru (zväčša v podobe komentárov a analýz diania doma a v zahraničí ohľadne ekonomiky, politiky, kultúry a pod.) a sú zamerané na čitateľov, ktorí uprednostňujú aj keď nie aktuálne spravodajstvo ale komentované informácie na danú tému, hoci s časovým oneskorením.

43. Ďalej je možné špecifikovať periodiká (zväčša týždenníky a mesačníky), ktoré sú zamerané na istú cieľovú špecifickú skupinu čitateľov (ako napríklad ženy, muži, deti, záujmové zameranie – záhradkárstvo, ručné práce, poľovníctvo a rybárstvo, varenie a pečenie a pod.).

44. Periodickú tlač je zároveň možné členiť podľa zamerania na čitateľov z celého územia Slovenskej republiky alebo jeho časti. Napríklad celoštátne denníky sa zameriavajú na poskytovanie najmä spravodajských informácií týkajúcich sa celého územia Slovenskej republiky a čiastočne aj regionálnych informácií, pričom taktiež poskytujú informácie o zahraničných aktuálnych udalostiach, kým regionálne denníky aj keď obsahujú v menšom rozsahu spravodajské informácie týkajúce sa celého územia Slovenskej republiky, podstatná časť informácií sa zameriava na spravodajstvo z udalostí daného regiónu.

45. Vyššie uvedené skutočnosti by mohli naznačovať identifikáciu samostatných tovarových relevantných trhov v oblasti vydávania periodickej tlače, avšak úrad sa presnou identifikáciou tovarových relevantných trhov v predmetnej oblasti nezaoberal, keďže v prípade posudzovanej koncentrácie, ako sa uvádza ďalej v tomto rozhodnutí, nedochádza k významnému prekrytiu portfólia tlačených

²² Napríklad rozhodnutia číslo: COMP/M.3817 – Wegener/PCM/JV zo dňa 7.7.2005, bod 19; IV/M.423 – Newspaper Publishing zo dňa 14.3.1994, IV/M.665 – CEP/Groupe de la Cité zo dňa 29.11.1995, COMP/M.1455 – Gruner + Jahr/Financial Times/JV zo dňa 20.4.1999.

²³ Napríklad rozhodnutie Európskej komisie číslo M. 1455 Gruner +Jahr/Financial times/JV, M. 1401 Recoletos/Udinesa zo dňa 20.4.1999; rozhodnutie číslo IV/M.1401 – Recoletos/Unedisa zo dňa 1.2.1999, body 19-20 (v ktorom sa uvádza aj možné rozdelenie denníkov podľa ich obsahu do troch hlavných kategórií: (i) všeobecné informácie, (ii) šport a (iii) finančné denníky).

²⁴ Rozhodnutie číslo IV/M.5932 – News Corp/BSkyB zo dňa 21. 12. 2010, bod 214.

periodík podnikateľa *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* na jednej strane a podnikateľa *TREND Holding* na strane druhej.

46. Vychádzajúc z informácií uvádzaných v Oznámení, z rozhodovacej praxe Európskej komisie, úradu ako aj z rozhodovacej praxe iných súťažných autorít by bolo možné *priestorovú dimenziu* vo vzťahu k celoštátnej periodickej tlači, ktorú vydávajú aj *Nadobúdané spoločnosti*, identifikovať vzhľadom na jazykové a kultúrne špecifiká ako celé územie Slovenskej republiky.
47. Úrad sa však presnou identifikáciou relevantných trhov v oblasti vydávania periodickej tlače nezaoberal, keďže ako sa uvádza nižšie v tomto rozhodnutí, v dôsledku posudzovanej koncentrácie neboli identifikované súťažné obavy v predmetnej oblasti.
48. V rámci posúdenia horizontálneho prekrytia aktivít účastníkov koncentrácie a s nimi prepojených podnikateľov podľa § 2 ods. 1 Vyhlášky (ďalej len „účastníci koncentrácie a s nimi prepojení podnikatelia“) úrad zbral do úvahy charakter periodickej tlače vydávanej účastníkmi koncentrácie a s nimi prepojených podnikateľov.
49. V oblasti vydávania periodickej tlače tvorí portfólio podnikateľa *TREND Holding* týždenník *Trend* a dvojtýždenník *Profit*. Aktivity účastníkov koncentrácie, t.j. v tomto prípade podnikateľa *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS na jednej strane a TREND Holding na strane druhej* sa v teda v oblasti vydávania periodickej tlače prekrývajú jedine v užšom segmente celoštátnych týždenníkov (kam úrad zaradil v tomto prípade aj dvojtýždenníky), t.j. k prekrytiu dochádza len minimálne a len ak by úrad vzal do úvahy len jedno z vyššie uvedených kritérií naznačujúcich možné členenie relevantných trhov, a to periodicitu vydávaných titulov. Ani v takomto prípade, ako je ďalej uvedené (bez potreby preskúmania ďalších kritérií) nebol v prípade horizontálneho prekrytia aktivít účastníkov koncentrácie zistený súťažný problém.
50. Vychádzajúc z informácií uvádzaných Kanceláriou pre overovanie nákladov tlače – ABC SR²⁵ úrad zistil podiel počtu predaných celoštátnych týždenníkov a dvojtýždenníkov vydaných jednotlivými vydavateľstvami na celkovom počte predaných celoštátnych týždenníkov a dvojtýždenníkov v roku 2014 tak, ako uvádza nasledujúca tabuľka:

Tabuľka 1

Vydavateľstvo	Podiel (%)
<i>BAUER MEDIA SK</i>	37,99
<i>SPOLOČNOSŤ 7 PLUS</i>	23,45
<i>Ringier Axel Springer Slovakia</i>	22,77
<i>Spolok Svätého Vojtecha</i>	7,18
<i>STAR production</i>	3,86
<i>Trend Holding</i>	1,83
<i>W Press</i>	1,32

²⁵ <http://www.abcsr.sk/kancelaria/>

<i>Petit press</i>	0,99
<i>Promedia partner</i>	0,61
SPOLU	100,00

Zdroj: verejne prístupné informácie zverejnené Kanceláriou na overovanie nákladov tlače – ABC SR

51. Vychádzajúc z informácií uvádzaných v Tabuľke 1 úrad zistil, že z hľadiska počtu vydaných celoštátnych týždenníkov a dvojtýždenníkov v roku 2014 predmetnou koncentráciou dochádza k minimálnemu prírastku podielu druhého najväčšieho vydavateľa predmetných periodík, a to podnikateľa **SPOLOČNOSŤ 7 PLUS**.
52. Zároveň úrad zistil, že aj keď podnikateľ **TREND Holding** aj podnikateľ **SPOLOČNOSŤ 7 PLUS** vydávajú tlačené periodiká v slovenskom jazyku so zameraním na čitateľov z celého územia Slovenskej republiky, obsahové zameranie a čitateľská báza tlačených periodík podnikateľa **TREND Holding** (ekonomický týždenník *Trend* a dvojtýždenník *Profit*) je však špecifická a nie je charakteristická pre tlačené periodiká, ktorú vydáva podnikateľ **SPOLOČNOSŤ 7 PLUS** (denník *Plus JEDEN DEŇ*; týždenníky *Magazín Plus JEDEN DEŇ*, *Plus 7 dní*, *Šarm* a *Báječná žena*; mesačníky *EMMA*, *BREJK*, *Zdravie*, *Záhradkár*, *Záhradkár*, *Pekné Bývanie*, *Dobré jedlo*, *Poľovníctvo* a *Rybárstvo*, *Včielka*, *Zornička*, *Bobík*, *Ohník*, *Mollie tvorí* a *Zázračný svet*).
53. Kým periodiká podnikateľa **TREND Holding**, a to týždenník *Trend* spolu s ročenkami, špeciálmi a prílohami²⁶ je možné špecifikovať ako magazín o podnikateľoch a podnikaní a dvojtýždenník *Profit* ako biznis magazín o ľuďoch v biznise, o kariére a životnom štýle aktívnych a inšpiratívnych ľudí (biznis príbehy zaujímavých firiem, kariérne príbehy úspešných, užitočné rady v oblasti osobných financií, rady a tipy ako si užívať zdravý životný štýl)²⁷, podnikateľ **SPOLOČNOSŤ 7 PLUS** sa zameriava na vydávanie periodickej tlače (či už týždenníkov alebo mesačníkov) s nasledujúcim obsahom: bulvár, lifestyle, spoločenské udalosti, ženy (s témami ako napríklad: novinky v obliekaní, kozmetike, životnom štýle, medziľudské vzťahy, láska, kariéra), muži (s témami ako napríklad: rozhovory a profily známych osobností, cestopisy, reportáže, životný štýl, móda, láska, medziľudské vzťahy), deti, hobby, zdravie, vedecko – náučné témy.
54. Predmetnou koncentráciou teda nedochádza k ekonomickému spájaniu podnikateľov – vydavateľov periodickej tlače, ktorých vydávané periodiká by z hľadiska čitateľa boli blízke substitúty. Uvedené nepriamo potvrdzujú aj odpovede úradom oslovených vydavateľov periodickej tlače, keďže tí vydavatelia, ktorí ako svojich konkurentov v oblasti vydávania periodickej tlače uvádzali podnikateľa **TREND Holding**, neuvádzali ako svojho konkurenta podnikateľa **SPOLOČNOSŤ 7 PLUS** a naopak.

²⁶ V roku 2014 obsahové zameranie ročeniek v roku 2014 bol **TREND TOP** v motorizme, cestovaní, infotechnológiách, stavebníctve a realitách, reklame a médiách, finančníctve, priemysle, zdravotníctve a farmácii, 2014, Slovensko a svet; obsahové zameranie špeciálov bol **TREND Špeciál** Finančné služby, TOP 200, Finančný biznis, Logistika a transport, Vysoké školy, Právo a advokácia; obsahové zameranie extra: eXtra reality; obsahové zameranie špeciálnych projektov: Manažér roka.

²⁷ Špecifikácia predmetných periodík podľa informácií uvádzaných ich vydavateľom: <http://www.etrend.sk/inzercia.html>, <http://www.etrend.sk/inzercia-profit.html>.

55. Vo vzťahu k vydávaniu periodickej tlače neboli zo strany úradom oslovených vydavateľov periodickej tlače a mediálnych agentúr vznesené pripomienky poukazujúce na negatívny vplyv posudzovanej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže v predmetnej oblasti.

56. Z 9 úradom oslovených vydavateľov periodickej tlače pripomienky k oblasti vydávania periodickej tlače uviedli 2 vydavatelia ohľadne možného odchodu zamestnancov do Nadobúdaných spoločností; podnikateľ Vydavateľstvo PEREX tiež poukázal na to, že po koncentracii je možné očakávať agresívne marketingové kampane na predaj periodík vydávaných podnikateľmi SPOLOČNOSŤ 7 PLUS a TREND Holding, čo negatívne ovplyvní predaj denníka Pravda a inzercie v ňom.

Vyššie uvedené námietky však nepoukazujú na elimináciu súťažných interakcií podnikateľa *TREND Holding* a podnikateľa *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* v oblasti vydávania periodickej tlače v dôsledku posudzovanej koncentrácie.

57. Vzhľadom na vyššie uvedené úrad zistil, že posudzovaná koncentrácia nevyvoláva obavy zo značného narušenia účinnej hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v oblasti vydávania periodickej tlače, najmä v dôsledku vytvorenia alebo posilnenia dominantného postavenia podnikateľa *PIL*.

Oblasť poskytovania informácií na web (on-line) portáloch

58. Vydavatelia periodickej tlače poskytujú informácie (spravodajstvo a iné informácie) na web (on-line) portáloch, čo v prípade spravodajstva umožňuje poskytovať čo najaktuálnejšie informácie. Poskytovanie informácií na web (on-line) portáloch taktiež umožňuje bezprostrednú spätnú väzbu s ich navštevovateľmi v podobe diskusných fór, hlasovaní, ankiet.

Vo vzťahu ku všetkým najrozšírenejším titulom periodickej tlače existujú web (on-line) portály, ktorých označenie je zväčša chránené ochrannou známkou a ktoré poskytujú v mnohých prípadoch časť informácií uvádzaných v tlačenej verzii bez poplatku.

59. Z hľadiska čitateľa – navštevovateľa web (on-line) portálov je možné špecifikovať web (on-line) portály zamerané na poskytovanie špecifických informácií. Napríklad podľa informácií uvádzaných v Oznámení, spoločnosť Interactive Advertising Bureau Slovakia (asociácia internetových médií) (ďalej len „*IAB Slovakia*“) v rámci AIMmonitor-u²⁸ špecifikuje web (on-line) portály a sleduje ich návštevnosť v nasledujúcich kategóriách: (1) auto moto servery, (2) cestovanie, (3) ekonomika, financie, právo, (4) free maily, (5) IT servery, mobilná komunikácia, foto, (5) katalógy, (6) magazíny, lifestyle, hobby, (7) obchod, predaj, nakupovanie, inzercia, (8) portálové homepage, (9) práca a vzdelávanie, (10) reality a bývanie, (11) služby, mapy, cestovné poriadky, (12) spravodajstvo,

²⁸ AIMmonitor je meraním návštevnosti členov IAB Slovakia a reklamných internetových médií, ktoré sa do projektu zapojili. Dáta z AIMmonitor-u sú oficiálne akceptovanými dátami zo strany mediálnych a interaktívnych agentúr a zadávateľov reklamy na plánovanie, nákup a vyhodnocovanie reklamných kampaní internetových médií na Slovensku, čo bolo potvrdené aj prieskumom úradu v predmetnom správnom konaní.

(13) TV, rádiá, (14) voľný čas a zábava, (15) zdravie, (16) zoznamovacie servery, komunity, chat, (17) šport, (18) ženy a maminy.

60. Uvedené kategórie web (on-line) portálov by mohli naznačovať identifikáciu samostatných *tovarových relevantných trhov* poskytovania informácií na web (on-line) portáloch, ktorých *priestorovou dimenziou* vzhľadom na dostupnosť pre navštevovateľov web (on-line) portálov je územie Slovenskej republiky, avšak úrad sa presnou identifikáciou relevantných trhov nezaoberal, keďže, ako sa uvádza nižšie v tomto rozhodnutí, v dôsledku posudzovanej koncentrácie neboli identifikované súťažné obavy v predmetnej oblasti.

61. Vychádzajúc z informácií uvádzaných v Oznámení, ako aj z verejne prístupných informácií, napríklad v kategórii „spravodajstvo“ okrem vydavateľov periodickej tlače informácie na web (on-line) portáloch poskytujú aj ďalší podnikatelia, a to napríklad: Zoznam, s.r.o., Bratislava²⁹; Tlačová agentúra Slovenskej republiky, Bratislava³⁰; SITA Slovenská tlačová agentúra, a.s., Bratislava³¹; Global 24 s.r.o., Rožňava³²; Nearby smart communication, s.r.o., Praha, Česká republika³³; DARCUS, a.s., Dunajská Streda³⁴. Podobne je tomu aj vo všetkých ďalších kategóriách sledovaných *IAB Slovakia*.

62. Z informácií uvádzaných v Oznámení ohľadne jednotlivých kategórií web (on-line) portálov úrad zistil, že predmetnou koncentráciou dochádza k minimálnemu prekrytiu aktivít podnikateľa *TREND Holding* a podnikateľov *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings*³⁵, a to v kategóriách: (1) auto moto servery, (2) katalógy, (3) portálové homepage, (4) reality a bývanie, (5) spravodajstvo, (6) voľný čas a zábava, (7) zoznamovacie servery.

63. Úrad zisťoval „atraktivnosť“ web (on-line) portálov *Nadobúdaných spoločností* pre čitateľov z rôznych hľadísk, pričom vychádzal z počtu reálnych užívateľov predmetných web (on-line) portálov, počtu návštev a z počtu zobrazení sledovaných spoločnosťou *IAB Slovakia* prostredníctvom AIMmonitor-u:

Tabuľka 2

	RU			Visits			PV		
	Trend Holding	S7+/MM	SPOLU	Trend Holding	S7+/MM	SPOLU	Trend Holding	S7+/MM	SPOLU
Auto moto	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Katalógy	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Portálové	[0-5]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[5-10]

²⁹ Zoznam, s.r.o. prevádzkuje nasledujúce web (on-line) portály: Zoznam.sk (hlavná stránka), Topky.sk, Športky.sk, Kariéra.sk, Feminity.sk, mail.zoznam.sk, oPeniazoch.sk, MójDom.sk, Mapa.Zoznam.sk, Dromedar.sk, Špuntík.sk, NetAuto.sk, Pauzička.sk, Slovník.Zoznam.sk, Free.sk, Telefónny.Zoznam.sk, Hudba.sk, UrobSiSám.sk, Športoviska.sk, Ringo.sk, ProjektyRD, Mobilná reklama., PC.sk, iMHD.sk, Downloads.sk, Rexík.sk, Telkáč.sk, Dižník.sk, Sibyla.sk, PlníElánu.sk, Úschovňa.sk, KariéraInfo.sk, Beh.sk, Vyšetrovanie.sk, PodKapotou.sk, Katalógový vyhľadávač slovenských firiem.

³⁰ TASR prevádzkuje spravodajský portál teraz.sk.

³¹ SITA Slovenská tlačová agentúra, a.s. prevádzkuje napríklad nasledujúce web (on-line) portály: webnoviny.sk, damskajazda.sk, webauto.sk, podnikam.sk, vEnergetike.sk, Cestujsi.sk, byvaniejehra.sk, silT.sk.

³² Global 24 s.r.o. prevádzkuje 23 spravodajsko-informačných web (on-line) portálov global24.sk.

³³ Nearby smart communication, s.r.o., prevádzkuje spravodajský portál dobrenoviny.sk.

³⁴ DARCUS, a.s. prevádzkuje slovensko-maďarský spravodajský portál parameter.sk.

³⁵ Úrad vychádzal z informácií uvádzaných v Oznámení ohľadne návštevnosti web (on-line) portálov spracovaných spoločnosťou *IAB Slovakia* za jún 2014.

homepage									
Reality, bývanie	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Spravodajstvo	[0-5]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[10-20]	[10-20]	[0-5]	[10-20]	[10-20]
Voľný čas a zábava	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Zoznam. servery, komunity, chaty, blogy	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

Zdroj: spracované úradom na základe informácií uvedených v Oznámení ohľadne prieskumu spoločnosti IAB Slovakia (jún 2014); [...] - obchodné tajomstvo Oznamovateľa
 RU – počet reálnych užívateľov
 Visits – počet návštev (počítač a mobilné zariadenia)
 PV – počet zobrazení (počítač a mobilné zariadenia)

64. Podľa počtu reálnych užívateľov web (on-line) portálov danej kategórie, spoločný podiel za web (on-line) portály podnikateľov *TREND Holding, SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings* v kategóriách (1) katalógy, (2) voľný čas a zábava a (3) zoznamovacie servery, komunity, chaty, blogy bol [0-5]³⁶ %; v kategóriách (4) auto moto servery a (5) reality a bývanie bol [5-10]³⁶ %.

Len v kategóriách (6) portálové homepage a (7) spravodajstvo bol spoločný podiel účastníkov koncentrácie vrátane s nimi prepojených podnikateľov [10-20]³⁶ %. V kategórii portálové homepage mali pritom najviac reálnych užívateľov web (on-line) portály, ktoré patria do ekonomickej skupiny iného podnikateľa ako sú účastníci koncentrácie, s podielom [30-40]³⁶ % a v kategórii spravodajstvo najviac reálnych užívateľov zaznamenali rovnako web (on-line) portály iného podnikateľa ako sú účastníci koncentrácie, s podielom [20-30]³⁶ %. V rámci týchto dvoch kategórií koncentráciou nedochádza k výraznému nárastu podielu podnikateľov *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings*, keďže prírastok za podnikateľa *TREND Holding* je minimálny.

65. Podľa počtu návštev web (on-line) portálov (Visits) danej kategórie, vyšší spoločný podiel za web (on-line) portály podnikateľov *TREND Holding, SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings* bol v kategórii spravodajstvo, a to [10-20]³⁶ %, pričom najnavštevovanejšími web (on-line) portálmi v tejto kategórii boli tie, ktoré patria do ekonomickej skupiny iného podnikateľa ako sú účastníci koncentrácie, s podielom [20-30]³⁶ %.

66. Podobne podľa počtu zobrazení web (on-line) portálov danej kategórie, vyšší spoločný podiel za web (on-line) portály podnikateľov *TREND Holding, SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings* bol v kategórii spravodajstvo, a to [10-20]³⁵ %, pričom v tejto kategórii najnavštevovanejšími web (on-line) portálmi boli tie, ktoré patria iným podnikateľom ako sú účastníci koncentrácie, s podielom [40-50]³⁶ %, resp. [20-30]³⁶ %.

67. Taktiež z hľadiska všetkých web (on-line) portálov sledovaných spoločnosťou *IAB Slovakia* bolo úradom identifikované minimálne prekrytie aktivít *Nadobúdaných spoločností* v predmetnej oblasti.

³⁶ [...] – obchodné tajomstvo, informácia spracovaná z dát označených v Oznámení ako obchodné tajomstvo Oznamovateľa

68. V oblasti poskytovania informácií na web (on-line) portáloch teda dochádza k minimálnemu prekrytiu aktivít podnikateľa *TREND Holding* s podnikateľmi *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZÍN)*, a to či už z hľadiska jednotlivých kategórií web (on-line) portálov alebo z hľadiska všetkých web (on-line) portálov sledovaných spoločnosťou *IAB Slovakia*.
69. Vo vzťahu k poskytovaniu informácií na web (on-line) portáloch bola zo strany úradom oslovených 9 vydavateľov periodickej tlače (ktorí sú zároveň prevádzkovateľmi web (on-line) portálov) a 2 prevádzkovateľov web (on-line) portálov (ktorí nie sú vydavateľmi periodickej tlače) vznesená pripomienka jedným vydavateľom periodickej tlače, a to ohľadne integrácie web (on-line) portálov, zdieľania informácií *Nadobúdaných spoločností* a tým znižovania návštevnosti portálov prevádzkovaných predmetným podnikateľom. Úrad však vzhľadom na vyššie uvádzané zistené minimálne prekrytie činnosti podnikateľa *TREND Holding* na jednej strane a podnikateľov *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZÍN)* na strane druhej v oblasti poskytovania informácií na web (on-line) portáloch a umiestnenia *Nadobúdaných spoločností* z v rámci jednotlivých kategórií web (on-line) portálov nezistil obavy zo značného narušenia účinnej hospodárskej súťaže v dôsledku posudzovanej koncentrácie. Ďalej 1 vydavateľ periodickej tlače a 1 prevádzkovateľ web (on-line) portálov uviedli námietku ohľadne možného odchodu zamestnancov do *Nadobúdaných spoločností*. Uvedená námietka však nepoukazuje na elimináciu súťažných interakcií podnikateľa *TREND Holding* na jednej strane a podnikateľov *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZÍN)* na strane druhej v oblasti poskytovania informácií na web (on-line) portáloch v dôsledku posudzovanej koncentrácie.
70. Vzhľadom na vyššie uvedené úrad zistil, že posudzovaná koncentrácia nevyvoláva obavy zo značného narušenia účinnej hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v oblasti poskytovania informácií na web (on-line) portáloch, najmä v dôsledku vytvorenia alebo posilnenia dominantného postavenia podnikateľa *PIL*.

Oblasť poskytovania inzertného priestoru v periodickej tlači a na web (on-line) portáloch

71. Ako už je uvedené vyššie v tomto rozhodnutí, *Nadobúdané spoločnosti* taktiež pôsobia v oblasti poskytovania inzertného priestoru a to ako v tlačенých periodikách, tak aj na web (on-line) portáloch.
72. Podľa Oznamovateľa z pohľadu inzercie by bolo možné do istej miery pripustiť, že sa aktivity účastníkov čiastočne prekrývajú v oblasti inzercie, avšak trh inzercie je závislý od trhu čitateľov a nie naopak. Keďže špecializovaná čitateľská základňa determinuje aj špecifický charakter inzercie a portfólio inzerentov, podľa Oznamovateľa je nutné osobitne posudzovať aj trh inzercie v ekonomických týždenníkoch a dvojtýždenníkoch.
73. Ďalej sa ohľadom štruktúry relevantných trhov inzercie v printových médiách a on-line inzercie v Oznámení uvádza, že Oznamovateľ nemá žiadne údaje.

Podľa názoru Oznamovateľa ide o trh kde podmienky určujú spravidla inzerenti (tzv. *demand driven market*), čo by malo redukovať obavy z pohľadu možného zníženia efektívnej súťaže na trhu inzercie. Navyše podľa Oznamovateľa je známou informáciou, že najmä on-line médiá sú vystavené silnej konkurencii zahraničných subjektov poskytujúcich tzv. adresnú reklamu (search advertising) – ide napr. o Google alebo Facebook.

74. Úrad z informácií uvádzaných v Oznámení, z rozhodovacej praxe Európskej komisie³⁷, úradu ako aj z prieskumu úradu v oblasti poskytovania inzertného priestoru zistil, že zadávatelia inzercie na podporu predaja svojich výrobkov a/alebo služieb, na umiestnenie svojej inzercie vyhľadávajú inzertný priestor a umiestňujú inzerciu v rôznych médiách (inzercia v periodickej tlači, v televízii, rozhlase, na web (on-line) portáloch a pod.), pričom z hľadiska *tovarovej identifikácie* relevantného trhu je možné odlíšiť inzerciu v periodickej tlači od inzercie v televízii a rozhlase, a to vzhľadom na diametrálne odlišné charakteristiky inzercie v týchto médiách (najmä čo sa týka ceny, schopnosti zásahu cieľovej skupiny).

75. Zároveň je možné odlíšiť inzerciu v periodickej tlači od inzercie na web (on-line) portáloch, keďže on-line médiá umožňujú presnejšie zacielenie sa na potenciálneho spotrebiteľa tovarov predávaných zadávateľom inzercie, ako aj sledovanie „úspešnosti“ inzercie zaznamenávaním počtu vzhliadnutí/kliknutí na reklamu, taktiež aj vzhľadom na rôznu tvorbu ceny reklamy v týchto typoch médií³⁸.

Špecifické postavenie printových médií v inzercii naznačuje aj napríklad materiál prieskumnej agentúry GfK Slovakia, s.r.o. *Čo dokáže print? Finálna správa z prieskumu Efektivity printu a reklamy v printe*³⁹, na základe ktorej je pre efektivitu reklamy veľmi dôležitá sústredenosť čitateľov na reklamu, pričom tento atribút „vlastnia“ iba printy (k printu sa čitateľ vracia viackrát (priemerne sa noviny chytia do rúk jedným čitateľom 2,7-krát a časopis 3,8-krát) a daný výtlačok je čítaný viacerými čitateľmi (priemerne jedno vydanie novín vzhliadne 3,4 čitateľov a časopisu 3,3 čitateľov), jedna inzercia je v novinách videná priemerne 9-krát a v časopise 12,3-krát).

76. Na zefektívnenie oslovenia cieľovej skupiny spotrebiteľov, zadávatelia inzercie nakupujú inzertný priestor v periodickej tlači a zároveň na web (on-line) portáloch.

Inzercia v periodickej tlači a inzercia na web (on-line) portáloch teda nie sú priame substitúty, jedná sa skôr o tovary, ktoré sú obvykle kupované rovnakou skupinou odberateľov na rovnaký účel použitia, a teda sa jedná o úzko súvisiace tovary.

77. Čo sa týka spôsobu distribúcie inzertného priestoru, a to či už v tlačенých periodikách alebo na web (on-line) portáloch, z rozhodovacej praxe Európskej komisie⁴⁰ ako aj z informácií uvádzaných v Oznámení a z prieskumu úradu vyplýva, že vydavatelia periodickej tlače predávajú inzertný priestor prostredníctvom sprostredkovateľov (mediálnych agentúr, ktorí

³⁷ Rozhodnutie číslo IV/M.5932 – News Corp/BSkyB zo dňa 21. 12. 2010, body 262 až 270.

³⁸ Napríklad rozhodnutie EK číslo COMP/M.4731 – Google/DoubleClick zo dňa 11.03.2008, body 45 a 46.

³⁹ <http://www.vydavatelia.sk/files/studie/GfK-sprava-vyber-konferencia-MM-1.pdf>

⁴⁰ Napríklad rozhodnutie EK číslo COMP/M.4731 – Google/DoubleClick zo dňa 11.03.2008, body 18 až 25.

sprostredkovávajú dopyt po reklamnom priestore a ponuku reklamného priestoru v rôznych médiách) alebo disponujú svojimi vlastnými predajcami. Inzertný priestor v médiách teda nakupujú výrobcovia tovarov, poskytovatelia služieb priamo alebo prostredníctvom mediálnych agentúr.

78. Ohľadne poskytovania reklamného priestoru v tlačенých periodikách sa v Oznámení uvádza, že reklama v denníkoch, ktorá umožňuje osloviť širší okruh čitateľov s aktuálnymi reklamnou informáciou s krátkodobou platnosťou, je odlišiteľná od reklamy v periodickej tlači s menšou periodicitou (týždenníky, mesačníky), keďže čitateľmi týchto periodík sú zväčša tematicky zameraní na určitú tému.
79. Rozhodovacia prax Európskej komisie naznačuje možný samostatný segment poskytovania inzertného priestoru v denníkoch s celoštátnou pôsobnosťou pre časovo senzitívnych zadávateľov reklamy⁴¹; taktiež je možné rozlišovať medzi reklamným priestorom v tlačенých periodikách s pôsobnosťou na celom území danej krajiny (kde prevláda podiel inzerentov pôsobiacich na celom území danej krajiny) od reklamného priestoru v periodikách regionálnych alebo lokálnych (kde prevláda podiel inzerentov pôsobiacich v danom regióne)⁴², avšak Európska komisia sa presnou identifikáciou relevantných trhov v predmetnej oblasti nezaoberala.
80. Vyššie uvedené skutočnosti by mohli naznačovať identifikáciu samostatných tovarových relevantných trhov poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách, ktorých *priestorovou dimenziou* vzhľadom na jazykové a kultúrne špecifiká, taktiež vzhľadom na zameranie inzercie na cieľové skupiny je územie v Slovenskej republike, avšak úrad sa presnou identifikáciou relevantných trhov nezaoberal, keďže v predmetnom prípade nedochádza k prekryvaniu portfólia tlačéných periodík podnikateľa *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* na jednej strane a podnikateľa *TREND Holding* na strane druhej v segmentoch – celoslovenské denníky a regionálne alebo lokálne periodiká.
81. „Úspešnosť“ vydavateľov periodickej tlače v oblasti poskytovania inzertného priestoru z hľadiska všetkých typov a periodicít tlačéných periodík je možné vyjadriť hodnotou tržieb za predaj reklamného priestoru za portfólio všetkých nimi vydávaných periodík, pričom objemy týchto tržieb a podiel na súčte úradom zistených tržieb v roku 2013 (za ktorý mal úrad k dispozícii informácie za najväčších poskytovateľov inzertného priestoru v periodickej tlači v Slovenskej republike) vyjadruje nasledujúca tabuľka:

Tabuľka 3

	Podiel na tržbách za predaj inzertného priestoru v tlačéných periodikách v %	
	pred koncentráciou	po koncentracii
SPOLOČNOSŤ 7 PLUS	[20-30]	[20-30]
Trend Holding	[5-10]	
<i>Ringier Axel Springer Slovakia</i>	[20-30]	

⁴¹ Rozhodnutie číslo IV/M.5932 – News Corp/BSkyB zo dňa 21. 12. 2010, bod 266; otázka presnej identifikácie tovarového relevantného trhu však nebola uzavretá.

⁴² Rozhodnutie číslo IV/M.5932 – News Corp/BSkyB zo dňa 21. 12. 2010, bod 265.

<i>Petit Press</i>	[20-30]	[20-30]
<i>Vydavateľstvo P E R E X</i>	[5-10]	[5-10]
<i>MAFRA Slovakia</i>	[5-10]	[5-10]
<i>JAGA GROUP</i>	[0-5]	[0-5]
<i>STAR production</i>	[0-5]	[0-5]
<i>BAUER MEDIA SK</i>	[0-5]	[0-5]
<i>Business Consulting & Media</i>	[0-5]	[0-5]
SPOLU	100,0	100,0

Zdroj: spracované úradom na základe dát získaných z prešetrovania [...] – obchodné tajomstvo predmetných podnikateľov

82. Vychádzajúc z vyššie uvedených dát úrad v rámci posúdenia *unilaterálnych účinkov* predmetnej koncentrácie zistil, že z hľadiska tržieb z predaja inzertného priestoru v tlačенých periodikách nedôjde v dôsledku predmetnej koncentrácie k podstatným zmenám v štruktúre predmetného relevantného trhu (t.j. z hľadiska celkového portfólia vydávaných tlačенých periodík jednotlivými vydavateľmi), na ktorom pred koncentraciou podnikateľmi s najvýznamnejšími podielmi na trhu boli podnikatelia *Ringier Axel Springer Slovakia* s predpokladaným podielom [20-30]⁴³ %, *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* s [20-30]⁴³ % a *Petit Press* s [20-30]⁴³ % a po koncentracii to rovnako budú podnikatelia *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *TREND Holding* s predpokladaným podielom [20-30]⁴³ %, podnikateľ *Ringier Axel Springer Slovakia* s [20-30]⁴³ % a podnikateľ *Petit Press* s [20-30]⁴³ % (keďže úrad nemal k dispozícii informácie ohľadne tržieb za predaj inzertného priestoru všetkých vydavateľov periodickej tlače, v prípade zahrnutia ostatných vydavateľov periodickej tlače by sa dalo predpokladať isté zníženie týchto podielov, avšak úrad nepredpokladá podstatný vplyv predmetnej skutočnosti na závery úradu ohľadne dôsledkov koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže v oblasti poskytovania inzertného priestoru v periodickej tlači).

83. K dôsledkom koncentrácie v uvedenej oblasti sa vyjadril podnikateľ *Unimedia* (mediálna agentúra), ktorý uviedol, že „...*vlastníctvom vydavateľských domov 7 PLUS a TREND HOLDING sa zadávanie reklamy do printových médií nejako zásadne nezmení. Pri vydavateľstve 7 PLUS je hlavným konkurentom RINGIER AXEL SPRINGER, ktorého trhový podiel na mediálnom trhu môže dosahovať 35%, to znamená, že vieme efektívne alokovať prostriedky práve kombináciou titulov týchto dvoch hlavných vydavateľstiev s podobnou cieľovou skupinou v konkurenčných tituloch. TREND Holding je vydavateľstvo zamerané na týždenník s ekonomickým zameraním, t.j. pre úplne inú cieľovú skupinu ako v prípade titulov 7 PLUS. Jeho trhový podiel je veľmi malý, odhadujeme ho do 3% celkových mediálnych výdavkov*“.

84. Vzhľadom na vyššie uvedené skutočnosti úrad z hľadiska posúdenia *unilaterálnych účinkov* predmetnej koncentrácie zistil, že v oblasti poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách dochádza k nevýznamnému prekrytiu aktivít podnikateľa *TREND Holding* a podnikateľa *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a vzhľadom na štruktúru predmetného relevantného trhu z hľadiska tržieb za predaj inzertného priestoru v tlačенých periodikách pred koncentraciou a po koncentracii, predmetnou koncentraciou nedochádza k značnému narušeniu

⁴³ [...] obchodné tajomstvo – informácia spracovaná úradom na základe dát poskytnutých podnikateľmi, ktorí sú uvedení v Tabuľke 3

účinnnej hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v oblasti poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách, najmä v dôsledku vytvorenia alebo posilnenia dominantného postavenia podnikateľa *PIL*.

85. Úrad zároveň posúdil *koordináčné účinky* predmetnej koncentracie, a to vzhľadom na skutočnosť, že pred koncentraciou bola štruktúra relevantného trhu poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách charakterizovaná nižším počtom podnikateľov, ktorí z hľadiska tržieb za predaj inzertného priestoru vo všetkých nimi vydávaných periodikách dosahovali vyšší podiel na celkových tržbách za predaj inzertného priestoru všetkých úradom oslovených vydavateľov periodickej tlače, pričom sa jednalo o podnikateľov *Ringier Axel Springer Slovakia*, *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Petit Press*.
86. Avšak vzhľadom na charakter tlačенých periodík vydávaných podnikateľom *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* na jednej strane a podnikateľom *TREND* na strane druhej *Holding* a berúc do úvahy charakter periodík vydávaných podnikateľom *Ringier Axel Springer Slovakia* a podnikateľom *Petit Press* v dôsledku predmetnej koncentracie nedochádza k takej zmene štruktúry poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách, ktorá by poukazovala na vytvorenie podmienok pre vznik koordinácie alebo podmienok na zefektívnenie niektorej existujúcej koordinácie podnikateľov pôsobiacich v oblasti poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách.
87. Úrad teda zistil, že v dôsledku predmetnej koncentracie nedochádza k značnému narušeniu účinnnej hospodárskej súťaže na relevantnom trhu, najmä v dôsledku vytvorenia alebo posilnenia kolektívneho dominantného postavenia podnikateľov pôsobiacich v oblasti poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách.
88. Čo sa týka poskytovania inzertného priestoru na web (on-line) portáloch, je možné túto oblasť pôsobenia *Nadobúdaných spoločností* vzhľadom na rozhodovaciu prax Európskej komisie⁴⁴ v rámci *tovarovej identifikácie relevantného trhu* členiť podľa toho ako je inzercia selektovaná (akým spôsobom sa inzercia, ktorá sa zobrazuje na obrazovke užívateľa internetu, vyberá) na: (1) inzerciu, ktorá sa objavuje v prípade, ak používateľ internetu zadá do internetového vyhľadávacieho požiadavku na vyhľadanie zadaného textu, a teda je vyberaná podľa identifikovaných záujmov užívateľa internetu, a na (2) inzerciu, ktorá neumožňuje tak cielené zameranie na potenciálneho odberateľa tovaru a/alebo služby, keďže identifikácia záujmov navštevovateľa danej web (on-line) stránky sa určuje podľa jej obsahu a priestorovej lokalizácie; taktiež podľa vizuálnej stránky inzercie na: (1) textovú a (2) grafickú inzerciu.
89. Zároveň je možné rozlíšiť spôsob tvorby ceny v prípade inzercie na web (on-line) portáloch, a to: (1) tzv. „cost per clic“ (CPC) sa uplatňuje najmä pre textovú inzerciu (zadávateľ reklamy platí majiteľovi web (on-line) portálu iba ak užívateľ internetu klikne na danú inzerciu) a (2) tzv. „cost per thousand impressions“ (CPM) sa uplatňuje najmä pre grafickú inzerciu (zadávateľ inzercie platí

⁴⁴ Napríklad rozhodnutie EK číslo COMP/M.4731 – Google/DoubleClick zo dňa 11.03.2008, bod 48.

majiteľovi web (on-line) portálu iba ak sa daná inzercia zobrazí určený počet krát).

90. Vyššie uvedené skutočnosti by mohli naznačovať identifikáciu samostatných tovarových relevantných trhov poskytovania inzertného priestoru na web (on-line) portáloch, ktorých *priestorovou dimenziou* v segmente inzercie, ktorá neumožňuje tak cielejšiu inzerciu, vzhľadom na jazykové a kultúrne špecifiká, taktiež vzhľadom na zameranie inzercie na cieľové skupiny v Slovenskej republike je jej celé územie, avšak úrad sa presnou identifikáciou relevantných trhov nezaoberal, keďže ako sa uvádza nižšie v tomto rozhodnutí, v dôsledku posudzovanej koncentrácie neboli identifikované súťažné obavy v predmetnej oblasti pôsobenia *Nadobúdaných spoločností*.
91. „Atraktivnosť“ web (on-line) portálov vydavateľov periodickej tlače a ostatných prevádzkovateľov web (on-line) portálov v oblasti poskytovania inzertného priestoru na web (on-line) portáloch je možné vyjadriť hodnotou tržieb za predaj reklamného priestoru, pričom objemy týchto tržieb a podiel na súčte úradom zistených tržieb v roku 2013 (za ktorý mal úrad k dispozícii informácie za najväčších poskytovateľov inzertného priestoru na web (on-line) portáloch v Slovenskej republike) vyjadruje nasledujúca tabuľka:

Tabuľka 4

	Podiel na tržbách za predaj inzertného priestoru na web (on-line) portáloch v %	
	pred koncentráciou	po koncentracii
<i>Azet (Ringier Axel Springer Slovakia)</i>	[50-60]	[50-60]
<i>Petit Press</i>	[10-20]	[10-20]
SPOLOČNOSŤ 7 PLUS + MEDIA MAGAZÍN	[10-20]	[10-20]
Trend Holding	[0-5]	
<i>Vydavateľstvo P E R E X</i>	[5-10]	[5-10]
<i>STAR production</i>	[0-5]	[0-5]
<i>Zoznam</i>	[0-5]	[0-5]
<i>MAFRA Slovakia</i>	[0-5]	[0-5]
<i>JAGA GROUP</i>	[0-5]	[0-5]
Spolu	100,0	100,0

Zdroj: spracované úradom na základe dát získaných z prešetrovania [...] – obchodné tajomstvo predmetných podnikateľov

92. Námiety voči posudzovanej koncentrácii v oblasti poskytovania inzertného priestoru na web (on-line) portáloch uviedli niektorí z úradom oslovených podnikateľov, a to podnikateľ *Azet*, ktorý poukazoval na novú konkurenčnú situáciu najmä vo vzťahu k mediálnym agentúram spočívajúcu v silnejšom postavení podnikateľom *PIL* kontrolovaných podnikateľov v porovnaní s konkurenciou a podnikateľ *Zoznam*, ktorý uviedol: „V prípade koncentrácie ovplyvnenie trhu spočíva najmä v znižovaní cien konkrétnych produktov a služieb v rámci marketingových aktivít smerujúcich k ponuke špeciálnych balíčkov kombinujúcich produkty celého portfólia za nižšiu cenu.“ Podnikateľ *Zoznam* taktiež uviedol, že predmetnou koncentraciou dochádza k nárastu celkového zásahu čitateľov/návštevníkov web (on-line) portálov *Nadobúdaných spoločností* čo sa prejaví aj v oblasti negociácie cien a podmienok zverejnenia reklamy (čím

väčší zásah má dané médium, tým je komplikovanejšie napláňovať kampaň bez neho), pričom celkový zásah *Nadobúdaných spoločností* odhadol na základe údajov zverejnených spoločnosťou *IAB Slovakia* na 60,87 %.

93. Avšak vychádzajúc z dát uvedených v Tabuľke 4 úrad zistil, že z hľadiska tržieb z predaja inzertného priestoru na web (on-line) portáloch v dôsledku predmetnej koncentrácie nedôjde k podstatným zmenám v štruktúre predmetného relevantného trhu, na ktorom pred koncentráciou a aj po koncentracii podnikateľom s najvýznamnejším podielom na trhu bude podnikateľ *Azet (Ringier Axel Springer Slovakia)* s predpokladaným podielom [50-60]⁴⁵ %, ďalej s odstupom podnikateľ *Petit Press* so [10-20]⁴⁵ % a ďalej pred koncentráciou nasledovali podnikatelia *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZIN)* s [10-20]⁴⁵ % a po koncentracii to budú podnikatelia *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS*, *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZIN)* a *TREND Holding* s podielom [10-20]⁴⁵ %, a teda po koncentracii sa poradie najvýznamnejších prevádzkovateľov web (on-line) portálov nezmení (keďže úrad nemal k dispozícii informácie ohľadne tržieb za predaj inzertného priestoru všetkých prevádzkovateľov web (on-line) portálov, v prípade zahrnutia ostatných vydavateľov periodickej tlače by sa dalo predpokladať isté zníženie týchto podielov, avšak úrad nepredpokladá podstatný vplyv predmetnej skutočnosti na závery úradu ohľadne vplyvu posudzovanej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže v oblasti poskytovania inzertného priestoru na web (on-line) portáloch).
94. K námietke podnikateľa *Zoznam* ohľadne k nárastu celkového zásahu čitateľov/návštevníkov web (on-line) portálov *Nadobúdaných spoločností* na 60,87 % úrad uvádza, že vychádzajúc z informácií uvádzaných v Tabuľke 2 a v bodoch 64. až 70. tohto rozhodnutia nezistil negatívne efekty posudzovanej koncentrácie v predmetnej oblasti.
95. Uvedené závery úradu potvrdzujú vyjadrenia niektorých z úradom oslovených podnikateľov, napríklad mediálna agentúra *GroupM Slovakia* uviedla: „*Podiely jednotlivých prevádzkovateľov reklamného priestoru v rámci online priestoru (web) nie sú natoľko významné aby ich prípadná koncentrácia (PLUS7, C Holdings, eTrend) znamenala fundamentálne zmeny nastavení online reklamy (cena) a ich podielov.*“ Podobne sa vyjadril aj podnikateľ *CORE 4* (poskytovateľ služieb plánovania a nákupu médií pre on-line prostredie).
96. Vzhľadom na vyššie uvedené úrad zistil, že posudzovaná koncentrácia nevyvoláva obavy z narušenia účinnej hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v oblasti poskytovania inzertného priestoru na web (on-line) portáloch, najmä v dôsledku vytvorenia alebo posilnenia dominantného postavenia podnikateľa *PIL*.

⁴⁵ [...] obchodné tajomstvo – informácia spracovaná úradom na základe dát poskytnutých podnikateľmi, ktorí sú uvedení v Tabuľke 4

Konglomerátne efekty koncentrácie (tzv. portfólio efekty)

97. Ako už bolo uvedené vyššie v tomto rozhodnutí, poskytovanie inzertného priestoru v tlačенých periodikách a poskytovanie inzertného priestoru na web (on-line) portáloch sú úzko súvisiace tovary nakupované rovnakým typom odberateľov - zadávateľmi inzercie, a to či už priamymi klientmi alebo sprostredkovateľmi (mediálnymi agentúrami). Preto sa úrad taktiež zaoberal konglomerátnymi účinkami predmetnej koncentrácie, t.j. či kombináciou portfólia vydávaných periodík a prevádzkovaných web (on-line) portálov podnikateľa *TREND Holding* na jednej strane a podnikateľov *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZIN)* na strane druhej bude mať podnikateľ *PIL* takú silu v oblasti predaja inzertného priestoru v tlačенých periodikách a na web (on-line) portáloch, že by sa vo vzťahu k ostatným poskytovateľom inzertného priestoru mohol správať nezávisle, resp. že by sa predmetnou koncentráciou inak značne narušili podmienky hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v predmetnej oblasti.
98. Ohľadne poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách a na web (on-line) portáloch sa viacerí z úradom oslovených podnikateľov vyjadrili v tom smere, že portfólio tlačéných periodík a web (on-line) portálov, ktoré po predmetnej koncentrácii bude kontrolovať podnikateľ *PIL* mu umožní výhodu pri vyjednávaniach s mediálnymi agentúrami; konkrétne napríklad podnikateľa *Ringier Axel Springer Slovakia* a *Azet* patriaci do jednej ekonomickej skupiny (*Ringier Axel Springer Slovakia* vydáva denník *Nový Čas*; týždenníky *Nový Čas* víkend, *Nový Čas* nedeľa, *Nový Čas* pre ženy, *Život*; mesačníky *Nový čas* krížovky, *Nový Čas* bývanie, *Eva*, *Madam Eva*, *Geo*, *Auto Bild*; štvrťročník *Nový čas* pre ženy *Extra*) ohľadne dôsledkov predmetnej koncentrácie uviedli, že „vytvára novú konkurenčnú situáciu najmä vo vzťahu k mediálnym agentúram. Veľkosť skupiny v posudzovanej koncentrácii pod výlučnou kontrolou *PIL* vytvára silnejšie postavenie voči konkurencii a výhodu pri vyjednávaniach s mediálnymi agentúrami“.
99. Podobné námietky uviedli aj ďalší z úradom oslovených podnikateľov, napríklad podnikateľa *MAFRA Slovakia* (vydavateľ denníka *Hospodárske noviny*, mesačníka *Stratégie*, dvojmesačníkov *Diabetik*, *RUN*, *Obchod*, *Horeca* a ďalších titulov ako *Zdravotnícke noviny*, *Investor*, *Sestra*, *Student life*, *Golf SKGA*), *Vydavateľstvo PEREX* (vydavateľ denníka *Pravda* ako aj ďalších titulov), *Business Consulting & Media* (vydavateľ mesačníka *Forbes*), *W Press* (vydavateľ týždenníka *Týždeň*), ďalej aj mediálna agentúra *Dentsu*.
100. Mediálne agentúry *Universal McCann*, *Magna Global Slovakia* a *Magna Interactive*, ktoré patria do skupiny spoločností mediálneho holdingu *IPG Mediabrands* uviedli: „Novovzniknutý subjekt bude mať komplexnejšie portfólio printových titulov a online webov, čím zvýši svoju konkurencieschopnosť voči konkurenčným subjektom. Domnievame sa, že voči svojim klientom (klienti napriam a mediálne agentúry) vytvorí v rámci svojej obchodnej politiky zaujímavé podmienky vo forme objemových a kombinačných zliav, s cieľom vytvoriť synergický efekt naprieč celým novovzniknutým subjektom.“

101. V prípadoch konglomerátnych koncentrácií môže v dôsledku danej koncentrácie dôjsť k dvom formám obmedzenia hospodárskej súťaže, a to k unilaterálnym účinkom formou vylučovania konkurentov z relevantného trhu alebo ku koordinačným účinkom.
102. V rámci posudzovania *unilaterálnych účinkov* v rámci konglomerátnych efektov predmetnej koncentrácie úrad vychádzal zo skutočnosti, že k vylučovaniu konkurentov dochádza v situáciách, kedy kombináciou súvisiacich tovarov u jedného podnikateľa v dôsledku koncentrácie bude mať tento podnikateľ schopnosť a motiváciu prenášať trhovou silu z jedného trhu na iný trh prostredníctvom viazania alebo balíčkovania tovarov, prípadne prostredníctvom iných vylučovacích praktík. V prípade preukázania schopnosti a motivácie na takéto konanie, ktoré zároveň bude mať významný negatívny účinok na hospodársku súťaž, koncentrácia vyvoláva obavy zo značného narušenia účinnej hospodárskej súťaže.
103. Jedným z predpokladov schopnosti vylúčenia konkurentov je existencia významnej trhovej sily (nie nevyhnutne dominantného postavenia) na jednom z príslušných relevantných trhov. Vychádzajúc z informácií uvádzaných v Tabuľke 3 a Tabuľke 4 a taktiež v bodoch 82. až 87. a 92. až 96. tohto rozhodnutia sa však predpoklady existencie schopnosti vylúčenia konkurentov v dôsledku kombinácie portfólia produktov poskytovaných na jednej strane podnikateľom *TREND Holding* a na strane druhej podnikateľmi *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZÍN)* nepreukázali. Úrad preto ďalej nezisťoval existenciu motivácie vylúčenia konkurentov a jeho významný negatívny účinok na podmienky hospodárskej súťaže.
104. Vzhľadom na uvedené úrad v rámci posúdenia unilaterálnych konglomerátnych efektov predmetnej koncentrácie nezistil obavy zo značného narušenia účinnej hospodárskej súťaže v dôsledku posudzovanej koncentrácie.
105. V rámci posúdenia *koordinačných účinkov* v rámci konglomerátnych efektov predmetnej koncentrácie úrad vychádzal z tržieb za predaj inzertného priestoru v tlačených periodikách ako aj na web (on-line) portáloch v roku 2013, v rámci čoho úrad zbral do úvahy iba tých z oslovených podnikateľov, ktorí ponúkajú (priamo alebo nepriamo prostredníctvom podnikateľov patriacich do ich ekonomických skupín) inzertný priestor v tlačených periodikách a zároveň aj na web (on-line) portáloch, úrad zistil informácie uvedené v nižšie uvedenej tabuľke:

Tabuľka 5

	Podiel na tržbách za predaj inzertného priestoru celkom v %	
	pred koncentráciou	po koncentracii
<i>Ringier Axel Springer Slovakia + Azet</i>	[30-40]	[30-40]
<i>SPOLOČNOSŤ 7 PLUS + MEDIA MAGAZÍN</i>	[20-30]	[20-30]
<i>Trend Holding</i>	[0-5]	
<i>Petit Press</i>	[10-20]	[10-20]
<i>Vydavateľstvo P E R E X</i>	[5-10]	[5-10]
<i>MAFRA Slovakia</i>	[5-10]	[5-10]
<i>JAGA GROUP</i>	[0-5]	[0-5]

STAR production	[0-5]	[0-5]
Business Consulting & Media	[0-5]	[0-5]
W Press	[0-5]	[0-5]
Spolu	100,0	100,0

Zdroj: spracované úradom na základe dát získaných z prešetrovania
[...]- obchodné tajomstvo predmetných podnikateľov

106. Vychádzajúc z vyššie uvedených dát úrad zistil, že z hľadiska tržieb za predaj inzertného priestoru v tlačенých periodikách a na web (on-line) portáloch v dôsledku predmetnej koncentrácie nedôjde k podstatným zmenám v štruktúre predmetného relevantného trhu, na ktorom pred koncentraciou podnikateľom s najvýznamnejším podielom na trhu bol podnikateľ *Ringier Axel Springer Slovakia* a *Azet* s predpokladaným podielom [30-40]⁴⁶ %, ďalej podnikatelia *SPOLOČNOSŤ 7 PLUS* a *Centrum Holdings (MEDIA MAGAZÍN)* s [20-30]⁴⁶ % a podnikateľ *Petit Press* so [10-20]⁴⁶ %, pričom po koncentracii sa poradie najvýznamnejších vydavateľov periodickej tlače a zároveň prevádzkovateľov web (on-line) portálov nezmení (keďže úrad nemal k dispozícii informácie ohľadne tržieb za predaj inzertného priestoru všetkých vydavateľov periodickej tlače a prevádzkovateľov web (on-line) portálov, v prípade zahrnutia ostatných vydavateľov periodickej tlače, ktorí zároveň poskytujú inzertný priestor aj na web (on-line) portáloch, by sa dalo predpokladať isté zníženie týchto podielov, avšak úrad nepredpokladá podstatný vplyv predmetnej skutočnosti na závery úradu ohľadne vplyvu posudzovanej koncentrácie na podmienky hospodárskej súťaže z hľadiska posúdenia jej koordinačných účinkov v rámci konglomerátnych efektov predmetnej koncentrácie).
107. Uvedené závery úradu potvrdzujú vyjadrenia niektorých z úradom oslovených podnikateľov, napríklad mediálna agentúra *GroupM Slovakia* uviedla, že predmetnou koncentraciou nedochádza „k zásadnému rastu podielu na celkových reklamných príjmoch v daných typoch médií ... konzumácia periodickej tlače má dlhodobu klesajúcu tendenciu a jej relevancia z pohľadu reklamného využitia klesá, a to najmä vďaka rozvoju online prostredia, ktoré ako substitučný typ média poskytuje lepšiu alternatívu pre zadávateľov reklamy z pohľadu efektu reklamného pôsobenia.“
108. Vzhľadom na vyššie uvedené úrad zistil, že posudzovaná koncentrácia nevyvoláva obavy zo značného narušenia účinnej hospodárskej súťaže na relevantnom trhu v oblasti poskytovania inzertného priestoru v tlačенých periodikách a na web (on-line) portáloch z hľadiska posúdenia jej konglomerátnych efektov.

Záver

109. Po vyhodnotení všetkých získaných podkladov a informácií úrad dospel k záveru, že posudzovaná koncentrácia značne nenaruší účinnú súťaž na relevantnom trhu, najmä v dôsledku vytvorenia alebo posilnenia dominantného postavenia.

⁴⁶ [...] obchodné tajomstvo – informácia spracovaná úradom na základe dát poskytnutých podnikateľmi, ktorí sú uvedení v Tabuľke 5

110. Na základe vyššie uvedených skutočností úrad rozhodol tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozhodnutia.

Poučenie:

Podľa § 34 ods. 1 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov proti tomuto rozhodnutiu môže byť podaný rozklad Rade Protimonopolného úradu Slovenskej republiky prostredníctvom Protimonopolného úradu, odboru koncentrácií, Drieňová 24, 826 03 Bratislava, v lehote 15 dní odo dňa jeho doručenia. Podľa § 61 ods. 1 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov včas podaný rozklad má odkladný účinok. Toto rozhodnutie je preskúmateľné súdom podľa § 247 Občianskeho súdneho poriadku po vyčerpaní riadnych opravných prostriedkov.

JUDr. Radoslav Tóth
podpredseda
Protimonopolného úradu Slovenskej republiky

Rozhodnutie sa doručuje:

JUDr. Andrej Schwarz LL.M.
Škubla & Partneri s.r.o.
Digital Park II
Einsteinova 25
851 01 Bratislava