



Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Савска улица 25/IV, Београд
Број: 6/0-02-265/2022-14
Датум: 12. август 2022. године

Објављени текст не садржи заштићене или изостављене податке. Заштићени подаци приказани су ознаком [...] или у распону који Комисија сматра одговарајућим начином заштите, а изостављени подаци ознаком XXX.

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 49/11), одлучујући по пријави концентрације број 6/0-02-265/2022-1, коју је 31. јануара 2022. године поднело привредно друштво Microsoft Corporation, са седиштем на адреси One Microsoft Way, Редмонд, Вашингтон 98052-6399, Сједињене Америчке Државе, преко пуномоћника, адвоката Срђане Петронијевић, из адвокатске канцеларије Моравчевић Војновић и партнери АОД, са седиштем на адреси Булевар војводе Бојовића 6-8, Београд, дана 12. августа 2022. године, доноси следеће

РЕШЕЊЕ

I ОДОБРАВА СЕ у скраћеном поступку концентрација учесника на тржишту која настаје стицањем појединачне контроле од стране привредног друштва Microsoft Corporation, са седиштем на адреси One Microsoft Way, Редмонд, Вашингтон 98052-6399, Сједињене Америчке Државе, регистарски број 600413485, над привредним друштвом Activision Blizzard Inc., са седиштем на адреси 2701 Olympic Boulevard, Санта Моника, Калифорнија 90404, Сједињене Америчке Државе, регистарски број 3179148, и његовим зависним друштвима, куповином 100% акција.

II УТВРЂУЈЕ СЕ да је подносилац пријаве, привредно друштво Microsoft Corporation, дана 1. фебруара 2022. године уплатио износ од XXX динара, што представља одговарајући прописани износ за издавање решења о одобрењу концентрације у скраћеном поступку.

Образложење

Привредно друштво Microsoft Corporation, са седиштем на адреси One Microsoft Way, Редмонд, Вашингтон 98052-6399, САД, регистарски број 600413485 (у даљем тексту: Microsoft или подносилац пријаве), поднело је Комисији за заштиту конкуренције (у даљем тексту: Комисија), дана 31. јануара 2022. године преко пуномоћника, адвоката Срђане Петронијевић, пријаву концентрације која је заведена под бројем 6/0-02-265/2022-1 (у даљем тексту: пријава). Комисији су достављене и допуне пријаве закључно са допуном заведеном под бројем 6/0-02-265/2022-12 од 14. јула 2022. године. Подносилац пријаве је предложио да Комисија одобри концентрацију учесника на тржишту у скраћеном поступку.

Након што је извршен увид у достављену документацију и на основу свих чињеница које проистичу из садржаја поднете пријаве, Комисија је утврдила да је пријава потпуна и поднета у складу са Законом о заштити конкуренције („Службени гласник РС“, број 51/09 и 95/13, у даљем тексту: Закон) и са чланом 3. Уредбе о садржини и начину подношења пријаве концентрације („Службени гласник РС“, број 05/16). У списима предмета се налази доказ о извршеној уплати, којим се потврђује да је уплаћен прописани износ за издавање акта Комисије, што је утврђено у ставу II диспозитива.

На основу члана 45. Закона, подносилац пријаве је поднео Комисији захтев за заштиту одређених података (у даљем тексту: захтев). Садржину захтева представља спецификација података из пријаве, а чија се заштита тражи, као и образложење разлога за постављање таквог захтева. Комисија ће о овом захтеву одлучити посебним закључком о заштити података.

Учесници у концентрацији

Подносилац пријаве је глобално технолошко друштво основано 1975. године. Друштво Microsoft је јавно листирано друштво, тако да је основни капитал овог друштва фрагментиран, како се наводи у пријави. Microsoft је организован у три пословна сегмента, од којих сваки покрива низ производа и услуга:

1. „Продуктивност и пословни процеси“: састоји се из производа и услуга у области продуктивности, комуникације и услуга информисања. Овај сегмент пословања превасходно обухвата Office Commercial (укључујући Office 365, Skype за посао, и Microsoft Teams), Office Consumer, LinkedIn, и Dynamics пословна решења.
2. „Паметни облак“: састоји се из јавних, приватних и хибридних сервера и услуга облака (енг. *cloud*). Обухвата Microsoft Azure, SQL Server, Windows Server, Visual Studio укључујући VSTS, и Visual Studio Code, System Center, и сродне лиценце за приступ клијената, GitHub и Enterprise Services, као што су Premier Support Services и Microsoft Consulting Services.
3. „Личније рачунарство“: састоји се из производа и услуга које настоје да ускладе искуство корисника, инжењера за развој и ИТ професионалаца широм свих уређаја. Овај сегмент превасходно обухвата Windows, Windows Commercial, лиценцирање патената, MSN оглашавања, уређаје (Microsoft Xbox и Surface PCs), оглашавања путем видео игара и претраживача.

Подносилац пријаве присутан је на тржишту Републике Србије посредством зависног друштва Microsoft Software doo Beograd, са седиштем на адреси Шпанских Бораца 3, Београд, матични број 17402200, чија делатност су „остале услуге информационе технологије“ (у даљем тексту: Microsoft Србија). У 2021. години на територији Републике Србије ово друштво је остварило приход од оквирно [...] евра.

Спровођењем предметне концентрације подносилац пријаве ће стећи појединачну контролу над привредним друштвом Activision Blizzard Inc., са седиштем на адреси 2701 Olympic Boulevard, Санта Моника, Калифорнија 90404, САД, регистарски број 3179148 (у даљем тексту: Activision&Blizzard или циљно друштво). Циљно друштво основано је 2008. године и бави се развојем и издавањем видео игара. Ово друштво је јавно листирано друштво. Циљно друштво развија видео игре за рачунаре, конзоле и мобилне уређаје и издаје их у већини држава широм света преко три пословне

јединице: Activision Publishing, Blizzard Entertainment и King Digital Entertainment (у даљем тексту: King).

Циљно друштво нема зависна друштва на територији Србије, али је у 2021. години остварило приход од [...].

Опис трансакције и акт о концентрацији

Предметна трансакција се односи на стицање појединачне контроле над циљним друштвом од стране друштва Microsoft, куповином 100% обичних акција. Трансакција ће се реализовати посредством Microsoft-овог зависног друштва у његовом искључивом власништву, и то друштва Anchorage Merger Sub Inc., са седиштем на адреси 251 Little Falls Drive, Вилмингтон, Делавер, САД, регистарски број 6543014 (у даљем тексту: Merger Sub), при чему ће друштво Activision&Blizzard наставити да постоји као директно зависно друштво Microsoft-а, а након спајања Merger Sub и циљног друштва. Наиме, друштва Microsoft, Merger Sub и Activision&Blizzard су закључили Уговор и план спајања од 18. јануара 2022. године који је достављен Комисији.

Испуњеност услова за подношење пријаве

Комисија је закључила да пријављена трансакција представља концентрацију у смислу члана 17. став 1. тачка 2) Закона. Комисија је на основу достављених података о висини укупних прихода учесника концентрације утврдила да је подносилац пријаве имао обавезу пријаве концентрације, јер је укупан приход свих учесника у концентрацији у 2021. години већи од износа који је прописан чланом 61. Закона, као услова за пријаву концентрације. Пријава је поднета у складу са чланом 63. став 1. Закона.

Релевантно тржиште

Релевантно тржиште одређено је у складу са чланом 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.

Циљно друштво се бави развојем и издавањем видео игара у већини држава широм света, за рачунаре, конзоле и мобилне уређаје. Циљно друштво остварује приходе од продаје и претплата на комплетне видео игре и продаја унутар видео игара, као и од издавања лиценци за софтвер друштвима која врше дистрибуцију њихових производа. Пословна јединица King испоручује садржај превасходно преко понуда бесплатне игре и првенствено остварује приход од продаја унутар игара и оглашавања унутар игара на мобилној платформи. Најзначајнији садржај циљног друштва је серија игара *Call of Duty*, *World of Warcraft* и *Candy Crush* (изворна мобилна видео игра коју је развио King). Поред понуде плаћених комплетних видео игара, бесплатних видео игара и садржаја унутар видео игара, циљно друштво нуди и услугу претплате за играче

франшизе World of Warcraft. Друштво Activision&Blizzard има пословање за дистрибуцију (Activision Blizzard Distribution) које се састоји од пословања у Европи које пружа услуге складиштења, логистике и продајне дистрибуције трећим лицима издавачима софтвера и хардвера за интерактивну забаву. Циљно друштво такође има и сопствену онлајн гејминг услугу Battle.net, која олакшава дигиталну дистрибуцију садржаја. Ово друштво такође управља дигиталним мултимедијалним оглашавањем унутар појединих садржаја видео игара, конкретно унутар мобилних видео игара које нуди King. Циљно друштво продаје и производе за промоцију видео игара и управља професионалним е-спорт лигама (Overwatch League и Call of Duty League које су лансиране 2020. године), на који начин остварује приходе од директног преноса и онлајн преноса догађаја. Циљно друштво нема зависна друштва у Србији, али је од издавања видео игара на подручју Републике Србије у 2021. години остварило приход.

Што се тиче видео игара, подносилац пријаве развија, издаје и врши дистрибуцију видео игара за рачунаре, конзоле и мобилне уређаје преко групе властитих студија, укључујући Xbox Game Studios и Bethesda Game Studios. Подносилац пријаве такође издаје видео игре које су развили други инжењери за развој видео игара. Каталог видео игара друштва Microsoft обухвата наслове *Halo*, *Minecraft*, *Forza*, *Sea of Thieves*, *Fall Out* и *Elder Scrolls*. Друштво Microsoft такође нуди Xbox конзоле за видео игре и Surface серије личних рачунара. Што се тиче дигиталне дистрибуције видео игара, подносилац пријаве управља продавницом Microsoft Store за Windows, продавницом за апликације на Windows рачунарима. Друштво Microsoft такође нуди Xbox-брендирани излог коме се може приступити преко Xbox конзоле или мрежног претраживача (у даљем тексту: Xbox продавница). Xbox продавница превасходно продаје видео игре и претплате, мада се бави и продајом конзола и пратеће опреме. Подносилац пријаве управља и дигиталним излогом Bethesda.net, који нуди видео игре за рачунаре које је развио Bethesda Studios за преузимање и нуди услуге претплате за поједине наслове видео игара. Друштво Microsoft нуди две услуге претплате на видео игре: Xbox Live, услугу онлајн претплате на видео игре са више играча, и Xbox Game Pass, услугу претплате на видео игре које нуде приступ одржаваној библиотеци од преко 100 властитих и наслова трећих лица за конзоле и рачунаре. Xbox Live има готово 100 милиона активних играча месечно (у даљем тексту: гејмери), и 34 милиона плаћених претплатника. Осим тога, Xbox Game Pass је недавно увео Xbox Cloud Gaming у 26 држава, који омогућава директан стриминг видео игара и стриминг на захтев за рачунаре, конзоле и мобилне уређаје, што омогућава гејмерима да носе омиљене видео игре са собом и да их играју на уређајима који им највише одговарају. Подносилац пријаве такође нуди ограничено дигитално оглашавање унутар појединих садржаја својих видео игара.

Имајући све претходно наведено у виду и полазећи од својстава, намене и цене предметног скупа производа, односно од делатности учесника концентрације а нарочито циљног друштва, Комисија је за потребе оцене ефеката предметне концентрације дефинисала следећа релевантна тржишта производа:

1. Тржиште издавања видео игара,
2. Тржиште дигиталне дистрибуције видео игара,
3. Тржиште онлајн мултимедијалног оглашавања.

Видео игра је игра која се игра уз помоћ аналогних или дигиталних рачунара, играчких конзола прикључених на рачунар или телевизор, као и мобилних телефона. У новије

време је један од најпопуларнијих облика забаве на свету. Видео игре се из дана у дан развијају и побољшавају им се техничке карактеристике. Основни захтеви видео игара су излазни и улазни графички уређаји, као и мрежна опрема. Уређај који се користи за играње игре зове се конзола. Постоји и постојало је много врста конзола и кућних рачунара намењених за играње видео игара. Неке од првих конзола и кућних рачунара намењених за играње видео игара настали су током 80-их година, као што су на пример Атари (Atari 600), Сега (Sega) и Нинтендов систем за забаву (Nintendo Entertainment Sistem). Најпродаванија конзола свих времена је Плејстејшн 2 (PlayStation 2) коју је произвео Sony. Индустрија видео игара је изузетно напредна тако да данас постоје конзоле новије генерације као што су Sony PlayStation 5, Microsoft XBOX Series X, Nintendo Switch итд. Дигиталне игре су игре које су засноване на напредној компјутерској и интернет технологији и на виртуелној платформи. Оне корисницима омогућавају и интеракцију са другим играчима као и са групама других играча. За сектор видео игара се начелно сматра да је изузетно фрагментисан, и обухвата традиционалне учеснике (нпр. Sony, Nintendo, Tencent, Valve), нове учеснике на тржишту (примера ради, Amazon, Mediatonic, Moon Studios, Purple Lamp, Hello Games) и нове услуге, као што су понуде видео игара друштва Amazon, Apple, Google, Meta (Facebook Gaming), Netflix, и Nvidia.

Гејминг (*енг. gaming*) је постао највећа и најбрже растућа форма медија и забаве, са око 3 милијарде ангажованих гејмера широм света, при чему се очекује да ће број гејмера порастати на 4,5 милијарди до 2030. године. У последњих неколико година, мобилни сегмент је постао највећи сегмент у гејмингу са најбољом приликом за раст, са 94% свих гејмера који играју видео игре на мобилном уређају на глобалном нивоу. Подносилац пријаве сматра да је индустрији потребан свеж приступ који би одговорио на потребе гејмера и издавача, где би се фокус померио са уређаја на гејмере. Гејмери би требало да имају могућност да приступе иновативном, разноликом гејминг садржају са било које локације и са било којег жељеног уређаја. Фокус стратегије друштва Microsoft је на услузи претплате на Xbox Game Pass, која гејмерима омогућава приступ стотинама видео игара за обједињену месечну претплату. Гејминг на бази претплате је, међутим, тек у повоју. Данас, Game Pass има 25 милиона претплатника, са тенденцијом раста, при чему је то тек мали део од 3 милијарде гејмера широм света. Највећи део прихода од продаје видео игара још увек потиче од директне куповине појединачних видео игара од стране гејмера. Microsoft је недавно унапредио своју услугу претплате на Xbox Game Pass додајући технологију играња у облаку као одлику његове првокласне претплатничке понуде, Xbox Game Pass Ultimate. Технологија играња у облаку омогућава гејмерима да стримују видео игре које се налазе на гејминг хардверу у центру за податке на жељени уређај, било да је то конзола, рачунар, паметни телефон, таблет или други паметни уређај као што је паметни телевизор. Играње у облаку омогућава гејмерима да уживају у искуству играња високог квалитета широм мање снажних уређаја који у супротном не би имали довољно компјутерске снаге или простора за складиштење који би подржали видео игру, и отвара гејминг за различите профиле потенцијалних гејмера који иначе не би могли да уживају у искуству играња видео игара које су развијене за рачунаре, конзоле или неки други паметан уређај.

1. Према наводима у пријави, Европска Комисија (у даљем тексту: ЕК) је у претходној пракси разматрала целокупно тржиште за развој и издавање софтвера за видео игре (тржиште издавања видео игара), које се односи на развој (укључујући дизајн, уметност, програмирање, и тестирање, обично у студију за развој) и давање видео игре на располагање јавности, уз накнаду или бесплатно. Међутим, ЕК је такође разматрала

и три потенцијалне поделе тржишта за издавање видео игара по основу: 1) платформе за видео игре (игре за рачунаре, игре за конзоле и мобилне игре); 2) жанр видео игре (стратегија, симулација, акција, авантура, игра и плес итд.) и 3) врсте видео игре (премијум „AAA“, бесплатна, лежерна, преко друштвене мреже итд.). С обзиром на то да предметна трансакција неће имати значајне ефекте на конкуренцију у Србији и да другачија одлука није од утицаја на оцену дозвољености концентрације, Комисија није додатно сегментирала тржиште издавања видео игара.

2. Тржиште дистрибуције видео игара се односи на дистрибуцију игара јавности у физичком или у дигиталном облику. Код физичке дистрибуције, игре се дистрибуирају на физичким медијима, као што су касете и компакт дискови, а продају се онлајн (нпр. преко продавница Microsoft Store и PlayStation Store) или у физичким радњама. Код дигиталне дистрибуције, игре се дистрибуирају преко онлајн преузимања и/или стриминга преко дигиталних излога, продавница за апликације и услуга претплате. Како се наводи у пријави, ЕК је у својој пракси разматрала да ли би требало даље поделити тржиште за дистрибуцију видео игара по основу канала за физичку односно дигиталну дистрибуцију. Подносилац пријаве је навео да дигитална дистрибуција омогућава гејмерима директан приступ видео играма, које се не могу изгубити или уништити, за разлику од приступачности и складиштења физичких видео игара које се купују. Такође постоје и разлике у ланцу снабдевања физичке и дигиталне дистрибуције, где је ланац за дигиталну дистрибуцију краћи па је самим тим и трошак дигиталне дистрибуције мањи. Имајући у виду оштар пад у физичкој дистрибуцији видео игара и чињеницу да се ниједан од учесника у концентрацији не бави малопродајном дистрибуцијом видео игара, подносилац пријаве сматра да у овом случају није потребно даље сегментирати предметно тржиште дистрибуције видео игара, што је Комисија уважила.

3. Према наводима у пријави, ЕК и надлежно тело за заштиту конкуренције Велике Британије сматрају да постоји засебно тржиште производа за онлајн мултимедијално оглашавање. У предмету Google Search (AdSense), ЕК је сматрала да постоји засебно тржиште производа за онлајн оглашавање које се не врши преко претраживача (тј. мултимедијално оглашавање), које се разликује од онлајн оглашавања путем претраживача (као и оглашавања које није преко интернета, као што је ТВ оглашавање). Овакав закључак је донет између осталог на основу тога што се: 1) оглашавање преко претраживача и мултимедијално оглашавање разликују по начину на који се оглас бира да се појави на екрану; 2) оглашавање преко претраживача и мултимедијално оглашавање се разликују по изгледу и формату; 3) оглашавање преко претраживача дакако има веће могућности да се одмах усмери на тренутна интересовања корисника; 4) оглашавање преко претраживача је адекватније за претварање постојеће тражње у куповину, док је мултимедијално оглашавање ефикасније за креирање познавања брэнда и нове тражње. Друштво Microsoft се бави онлајн мултимедијалним оглашавањем превасходно преко своје платформе којом и управља, MSAN. Microsoft нуди и ограничено дигитално мултимедијално оглашавање унутар појединих својих игара, али од истог не остварује значајније приходе. Циљно друштво се бави мултимедијалним оглашавањем превасходно преко оглашавања унутар игара на својим играма за рачунаре и мобилне уређаје.

У погледу релевантних географских тржишта, Комисија их је за потребе предметног поступка дефинисала на националном нивоу као територију Републике Србије, у складу са чланом 6. став 3. у вези са чланом 2. Закона.

Оцена ефеката концентрације

Приликом испитивања ефеката пријављене концентрације на конкуренцију, Комисија је на основу података који су јој достављени од стране подносиоца пријаве, оценила да спровођење предметне концентрације неће изазвати негативне ефекте на релевантним тржиштима.

1. Тржиште издавања видео игара

Подносилац пријаве развија, издаје и врши дистрибуцију видео игара за рачунаре, конзоле и мобилне уређаје преко групе властитих студија, укључујући Xbox Game Studios и Bethesda Game Studios. Подносилац пријаве такође издаје видео игре које су развили други инжењери за развој видео игара. У наставку (Табела 1.) су приказане неке од најпродаванијих видео игара друштва Microsoft за конзоле, рачунаре и мобилне телефоне, као и одговарајући приходи остварени од њихове продаје у 2020. години у свету.

Табела 1. – Најпродаваније видео игре Microsoft-а у 2020. години

Ранг	Наслов видео игре	Приход - у мил. USD -
1	[...]	[...]
2	[...]	[...]
3	[...]	[...]
4	[...]	[...]
5	[...]	[...]

Циљно друштво се такође бави развојем и издавањем видео игара у већини држава широм света, за рачунаре, конзоле и мобилне телефоне. Циљно друштво има три пословне јединице за развој и издавање видео игара и оне су првенствено фокусиране на развој видео игара за рачунаре и конзоле. Подносилац пријаве је навео да су популарни наслови циљног друштва (Call of Duty, Candy Crush и World of Warcraft) генерисали [...] нето прихода друштва Activision&Blizzard у 2021. години.

Према процени подносиоца пријаве, тржишни удео друштва Microsoft на тржишту издавања видео игара у 2021. години (према оствареним приходима), износи /0-5/%. Циљно друштво је на овом тржишту остварило тржишни удео од /0-5/%, одакле произлази да заједнички тржишни удео учесника у концентрацији износи око /0-5/%. Највећи конкуренти на овом тржишту су друштва:

- Electronic Arts Inc. (EA), са процењеним тржишним уделом од /10-20/%
- Valve Corporation, са процењеним тржишним уделом од /10-20/%
- Tencent Holdings Ltd (Tencent), са процењеним тржишним уделом од /10-20/%
- Embracer (THQ) Perfect World, са процењеним тржишним уделом од /5-10/%
- Nintendo Co. Ltd (Nintendo), са процењеним тржишним уделом од /5-10/%
- Epic Games, Inc., са процењеним тржишним уделом од /5-10/%
- Ubisoft Entertainment SA (Ubisoft), са процењеним тржишним уделом од /0-5/%

Из свега наведеног следи да концентрација након своје реализације неће изазвати негативне ефекте на тржишту издавања видео игара у Србији, те да не постоји забринутост у погледу било ког критеријума за оцену дозвољености концентрације из члана 19. Закона.

2. Тржиште дигиталне дистрибуције видео игара

Оба учесника у концентрацији су присутна на тржишту дигиталне дистрибуције видео игара. Друштво Microsoft не продаје директно физичке копије својих игара потрошачима преко било ког канала дистрибуције, онлајн или у физичким радњама. Подносилац пријаве је некада управљао физичким малопродајним објектима широм света, преко којих је продавао хардвере и софтвере за рачунаре и конзоле, али је у јуну 2020. године најавио да затвара последње 83 малопродајне локације те више неће имати физичке излоге својих производа. Дистрибуција видео игара подносиоца пријаве заснива се на дигиталном каналу где се видео игре дистрибуирају преко онлајн преузимања и/или стриминга преко дигиталних излога, продавница за апликације и услуга претплате. Што се тиче дигиталне дистрибуције видео игара, Microsoft управља: 1) Microsoft Store-ом, продавницом апликација на Windows рачунарима, преко које врши дистрибуцију видео игара за рачунаре и конзоле; 2) Xbox Store-ом, продавницом апликација робне марке Xbox, којој се може приступити преко Xbox конзола или мрежног претраживача; и 3) дигиталним излогом Bethesda.net, који нуди видео игре за рачунаре које развија Bethesda Studios.

Циљно друштво се такође бави дигиталном дистрибуцијом игара за рачунаре преко свог дигиталног излога Battle.net, продавнице апликација за рачунаре, која олакшава дигиталну дистрибуцију садржаја циљног друштва. Друштво Activision&Blizzard нуди услугу претплате за играче франшизе World of Warcraft али не нуди услугу претплате на више игара.

Иако учесници у концентрацији примарно користе исти тј. дигитални начин дистрибуције својих производа, потребно је напоменути да је дигитална дистрибуција подносиоца пријаве усмерена пре свега на видео игре за конзоле, док циљно друштво у највећој мери овај канал дистрибуције користи за видео игре за рачунаре. Поред тога, а према наводима подносиоца пријаве, учесници у концентрацији преклапају се само у домену дигиталне дистрибуције видео игара за рачунаре. У области дигиталне дистрибуције видео игара за конзоле присутан је само подносилац пријаве, док се ниједан од учесника не бави дигиталном дистрибуцијом изворних мобилних игара.

Према процени подносиоца пријаве, тржишни удео друштва Microsoft на тржишту дигиталне дистрибуције видео игара за рачунаре у 2021. години износи /0-5/%. Циљно друштво је на овом тржишту остварило тржишни удео од /0-5/%, одакле произлази да је заједнички тржишни удео учесника у концентрацији за 2021. годину у Републици Србији износио /0-5/%. Највећи конкуренти на овом тржишту су друштва:

- Valve Corporation, са процењеним тржишним уделом од /50-60/%
- Tencent Holdings Ltd (Tencent), са процењеним тржишним уделом од /20-30/%
- Electronic Arts Inc. (EA), са процењеним тржишним уделом од /5-10/%

Из свега претходно реченог следи да предметна концентрација након реализације неће изазвати негативне ефекте на тржишту дистрибуције видео игара у Србији, те да не

постоји забринутост у погледу било ког критеријума за оцену дозвољености концентрације из члана 19. Закона.

3. Тржиште онлајн мултимедијалног оглашавања

Друштво Microsoft се бави онлајн мултимедијалним оглашавањем превасходно преко своје MSAN платформе којом и управља. Microsoft нуди и ограничено дигитално мултимедијално оглашавање унутар појединих својих игара, али од те делатности не остварује значајније приходе. Друштво Activision&Blizzard се такође бави мултимедијалним оглашавањем превасходно преко оглашавања унутар игара на својим играма за рачунаре и мобилне уређаје.

Према процени подносиоца пријаве, тржишни удео друштва Microsoft у 2021. години на тржишту онлајн мултимедијалног оглашавања, према оствареним приходима, износи /0-5/%, колико износи и тржишни удео циљног друштва на овом тржишту. Након спровођења концентрације заједнички тржишни удео учесника у концентрацији би износио око /0-5/%. Оглашивачи на мултимедијалним платформама имају широк спектар алтернативних опција, будући да је тржиште за мултимедијално оглашавање изузетно фрагментисано, и обухвата конкуренте као што су Facebook (укључујући Instagram), који је највећи учесник на тржишту, Google (укључујући YouTube), Pinterest, Twitter, Snapchat, Amazon и многе друге. Из тог разлога предметна трансакција неће негативно утицати на конкуренцију на тржишту онлајн мултимедијалног оглашавања у Србији.

Приликом оцене ефеката концентрације, Комисија је имала у виду да између учесника у концентрацији постоји вертикални однос. Наиме, Microsoft нуди Xbox конзоле за видео игре и Surface серије личних рачунара (на тржишту велепродаје хардвера за видео игре), док циљно друштво издаје видео игре које се између осталог играју на поменутих уређајима које дистрибуира подносилац пријаве. Комисија оцењује да концентрација неће имати ни негативне вертикалне ефекте, имајући у виду да, према наводима у пријави, Microsoft није остварио продају Xbox конзола у Србији, а да су тржишни удели учесника у концентрацији на тржишту издавања видео игара појединачно и заједнички мањи од /0-5/%.

У пријави се наводи да је подносилац пријаве на глобалном нивоу у 2021. години на тржишту велепродаје хардвера (конзола) за видео игре остварио тржишни удео од /10-20/%, док је конкурент са највећим тржишним уделом на тржишту велепродаје хардвера (конзола) за видео игре друштво Nintendo Co. Ltd (Nintendo) са /40-50/% тржишног удела. Друштво Sony Group Corporation (Sony) је други највећи конкурент са /30-40/% тржишног удела у 2021. години на посматраном тржишту. Сходно наведеном, подносилац пријаве сматра да не постоје изгледи да ће доћи до било каквих вертикалних ефеката предметне концентрације, а који спречавају или ограничавају конкуренцију. У вези са тим, подносилац пријаве је навео да се Microsoft јавно обавезао да ће садржај Activision Blizzard-а и даље бити доступан на конкурентским конзолама (Sony и Nintendo). Наведено је такође да учесници у концентрацији немају неопходну тржишну моћ за спровођење стратегије спречавања или ограничавања приступа конкуренцији. Док друштво Activision&Blizzard издаје поједине франшизе за популарне игре (као што је Call of Duty), Microsoft не би имао могућност да спречи конкурентске дистрибутере видео игара за конзоле одбијањем да њихове игре стави на

конкурентске конзоле или погоршавањем услова под којима би те игре биле доступне. Activision Blizzard-ов садржај има врло ограничен положај на узлазном тржишту.

Узимајући у обзир све претходно наведено, Комисија је констатовала да предметна концентрација неће нарушити конкуренцију на релевантним тржиштима, оценивши да не постоји забринутост у погледу било ког критеријума за оцену дозвољености концентрације из чл. 19. Закона, па је одлучено као у ставу I диспозитива овог решења.

Одлука у ставу II донета је применом члана 65. став 5. Закона, као и члана 2. став 1. тачка б. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије, 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 достављања 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, 106/2015 и 95/2018).

ПРЕДСЕДНИК КОМИСИЈЕ

Небојша Перић, с.р.