



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

Република Србија
**КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ
КОНКУРЕНЦИЈЕ**

Број: 6/0-02-08/2017-7
Веза број: 6/0-02-874/2016-1
Датум: 27. фебруар 2017. године
Београд

Председник Комисије за заштиту конкуренције на основу члана 37. став 2. Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС“, број 51/09 и 95/13), члана 192. став 1. Закона о општем управном поступку („Службени лист СРЈ“, бр. 33/97 и 31/01 и „Службени гласник РС“, бр. 30/10) и члана 2. став 1. тачка 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије за заштиту конкуренције („Службени гласник РС“, бр. 49/2011), одлучујући по Пријави концентрације број: 6/0–02–08/2017 (веза број: 6/0–02–874/2016-1 од 20. децембра 2016. године) друштва United Media S.à.r.l. са седиштем на адреси 16-18, rue de Strasbourg, L-2560 Luxembourg, Велико Војводство Луксембург, поднетој 20. децембра 2016. године преко пуномоћника, адвоката Вељка Смиљанића и осталих адвоката из „Карановић & Николић“ оад из Београда, улица Ресавска бр. 23, дана 27. фебруара 2017. године, доноси следеће

РЕШЕЊЕ

I ОДОБРАВА СЕ у скраћеном поступку концентрација учесника на тржишту која настаје стицањем непосредне контроле од стране друштва United Media S.à.r.l. са седиштем на адреси 16-18, rue de Strasbourg, L-2560 Luxembourg, Велико Војводство Луксембург, регистровано у Регистру привредних друштава и трговине Луксембург под регистарским бројем: B184939 над друштвом FIGHT CHANNEL d.o.o. са седиштем на адреси Ulica grada Vukovara br. 269D, Zagreb, Република Хрватска, основаном у складу са законима Републике Хрватске и регистрованоу у Судском регистру Републике Хрватске под бројем 080922103, до које долази куповином 100% удела у друштву FIGHT CHANNEL d.o.o..

II УТВРЂУЈЕ СЕ да је подносилац Пријаве уплатио износ од 25.000 (словима: двадесетпетхиљада) евра дана 10. јануара 2017. године, на девизни рачун Комисије за заштиту конкуренције отворен код Народне банке Србије, што представља утврђену висину таксе за издавање решења о одобрењу концентрације у скраћеном поступку.

Образложење

Друштво „United Media“ S.a.r.l. са седиштем на адреси 16-18, rue de Strasbourg, L-2560 Luxembourg, Велико Војводство Луксембург, регистровано у Регистру привредних друштава и трговине Луксембург под регистарским бројем: В 184939 (у даљем тексту: United Media, подносилац Пријаве, Купац), је поднело Комисији за заштиту конкуренције (у даљем тексту: Комисија) Пријаву концентрације број: 6/0-02-08/2017 (веза број: 6/0-02-874/2016-1 од 20. децембра 2016. године, у даљем тексту: Пријава) која настаје стицањем непосредне контроле подносиоца Пријаве, над друштвом FIGHT CHANNEL d.o.o. са седиштем на адреси Ulica grada Vukovara br. 269D, Zagreb, Република Хрватска, основаном у складу са законима Републике Хрватске и регистрованоу у Судском регистру Републике Хрватске под бројем 080922103 (у даљем тексту: FIGHT CHANNEL, Циљно друштво) до које долази куповином 100% удела у друштву FIGHT CHANNEL. Пријава је поднета преко пуномоћника, адвоката Вељка Смиљанића и осталих адвоката из „Карановић & Николић“ оад из Београда, улица Ресавска бр. 23.

С обзиром да поднета документација Комисији није била у свему усклађена са Уредбом о садржини и начину подношења пријаве концентрације („Службени гласник РС“, број 5/16, у даљем тексту: Уредба), недостаци Пријаве су отклоњени допунама Пријаве заведеним у Комисији под бројем: 6/0-02-874/2016-2 од 21. децембра 2016. године и бројем: 6/0-02-08/2017-4 од 30. јануара 2017. године.

Након допуне Пријаве, Комисија је утврдила да је Пријава потпуна, да је поднета Комисији у скраћеном облику у складу са чланом 3. Уредбе и да су испуњени услови за поступање и одлучивање Комисије по истој у скраћеном поступку.

Комисија је, такође, утврдила да су подносиоци Пријаве извршили уплату утврђене висине таксе за издавање акта Комисије, што је констатовано у ставу II диспозитива.

У предметном поступку подносилац Пријаве је поставио и Захтев за заштиту података поднеском број: 6/0-02-874/2016-3 од 28. децембра 2016. године, допуњен поднеском број: 6/0-02-08/2017-4 од 30. јануара 2017. године а тиче се заштите података који представљају садржину Пријаве, њених допуна и докумената која су предата као прилози уз Пријаву у папирној и електронској верзији. Председник Комисије је, решавајући по наведеном захтеву, донео 27. фебруара 2017. године Закључак о заштити података број: 6/0-02-08/2017-6.

Увидом у целокупну предметну документацију, утврђено је како следи:

Учесници у концентрацији

Друштво United Media је друштво са ограниченом одговорношћу основано марта 2014. године, са регистрованоу пословном активношћу која се односи на телевизију/емитовање ТВ канала. У конкретном смислу, ово друштво се бави саветовањем, управљањем и набавком програмских садржаја за различите компаније у оквиру групе - произвођаче и емитере програмских садржаја („произвођаче канала“) који пакују програмски садржај према програмској шеми у

одговарајући канал, да би се исти дистрибуирао преко телекомуникационих оператера крајњим корисницима.

Подносилац Пријаве је у крајњем власништву фондова којима управљају друштва повезана са друштвом „KKR & Co.” L.P., основаним у Delaveru, са регистрованим седиштем на адреси 9 West 57th Street, Suite 4200, New York 10019, Сједињене Америчке Државе (у даљем тексту: KKR). KKR је глобално инвестиционо друштво које послује на светском нивоу, нуди широк асортиман алтернативних фондова и других инвестиционих производа инвеститорима, као и решења на тржиштима капитала за сопствене и остале компаније и друге клијенте. Повезани приватни инвестициони фондови KKR-а инвестирају у компаније у великом броју сектора. Свако повезано портфолио друштво KKR-а има сопствени одбор директора (са једним или више представника KKR-а) и послује и финансира се независно од других повезаних портфолио друштава KKR-а.

United Media је део уже групације у саставу KKR-а - United групе, која пружа телекомуникацијске услуге у неколико земаља у региону.

United Media је доставила Комисији податке о бројним компанијама из портфеља KKR-а, као и о њиховим зависним друштвима регистрованим у Републици Србији.

KKR, United Media и сва друга друштва под крајњом контролом KKR-а представљају једног учесника на тржишту у складу са чланом 5. Закона.

FIGHT CHANNEL је хрватско друштво са ограниченом одговорношћу активно у производњи и дистрибуцији специјализованог борилачког канала под брендом „FIGHT CHANNEL“ широм региона. Циљно друштво преноси различите борилачке догађаје, укључујући бокс, кик-бокс, слободну борбу и друге борилачке спортове. Такође, кроз информативни програм промовише и развија регионалну борилачку сцену, едукују гледаоце емитовањем многобројних документарних филмова везаних за борилачку тематику, а омогућава и коришћење библиотеке Pay-Per-View борилачких садржаја – којима корисници могу приступити на захтев.

Циљно друштво нема зависна друштва.

Опис концентрације и акт о концентрацији

Власници Циљног друштва, пре спровођења предметне концентрације, су хрватски држављани Orsat Zovko који поседује 75% удела и Ivan Čaleta који поседује 25% удела у Циљном друштву (у даљем тексту: Продавци). Наведени удели представљају целокупни основни капитал FIGHT CHANNEL-а. Продавци врше заједничку контролу над Циљним друштвом, обојица су именовани као директори који заједно заступају FIGHT CHANNEL.

Продавци и United Media су 22. новембра 2016. године потписали Основне услове за стицање друштва FIGHT CHANNEL (у даљем тексту: Основни услови). Комисији је достављена копија потписаних Основних услова на енглеском језику заједно са овереним преводом на српски језик.

У Основним условима Продавци изражавају намеру да продају, а United Media да купи 100% основног капитала, односно 100% удела у Циљном друштву, у

складу са условима који ће бити уговорени у будућем уговору о купопродаји између Купца и Продаваца. Спровођење предметне концентрације ће довести до промене заједничке контроле Продаваца у појединачну посредну контролу КKR-а, посредством United Media-е, над Циљним друштвом и стицања 100% удела у истом.

С обзиром да је у Основним условима, у свим њиховим деловима, исказана воља њихових потписника да закључе уговор о купопродаји, Комисија га је прихватила као доказ озбиљне намере за закључењем уговора који ће представљати правни основ предметне концентрације.

[...].

С друге стране, Циљно друштво намерава да искористи развијене техничке ресурсе и корпоративни know-how United групе ради унапређивања квалитета, разноврсности и доступности предметних програмских садржаја, проширења гледаности и атрактивности канала, односно, генералног побољшања пословања.

Учесници у концентрацији намеравају да у предстојећем периоду у 2017. години закључе уговор о купопродаји, као и да спроведу предметну концентрацију.

Испуњеност услова за подношење пријаве концентрације

Као што из напред приказаног проистиче, предложена концентрација се тиче стицања од стране једног учесника на тржишту непосредне контроле над другим учесником на тржишту у смислу члана 17. став 1. тачка 2) Закона.

Из података достављених Комисији о укупним годишњим приходима учесника у концентрацији оствареним на светском тржишту, као и о укупном приходу једног од њих оствареном на тржишту Републике Србије у 2015. години – проистиче да исти надмашују износе остварених укупних годишњих прихода из првог алтернативног услова из члана 61. Закона, што значи да је постојала обавеза пријаве предметне концентрације Комисији.

Пријава је поднета у складу са одредбама члана 63. став 2. и став 3. Закона.

Релевантно тржиште

Образлажући предлог релевантног тржишта подносилац Пријаве је дао и следеће уводне напомене, полазећи од пословних активности учесника у концентрацији.

United група, релевантна група друштава под контролом КKR-а, је активна у пружању различитих телекомуникацијских услуга корисницима у региону као што су услуге фиксне телефоније, приступа Интернету, дистрибуције медијских садржаја, производње и емитовања плаћених телевизијских садржаја преко повезаних друштава за производњу садржаја. Поједине чланице групе пружају повезане услуге другим чланицама групе (као што су маркетинг, продаја огласног простора) и трећим лицима.

Неколико зависних друштава портфолио компанија КKR-а се баве производњом програмски различитих врста ТВ канала (Sport Klub, Ultra, Cinemania,

Grand Narodna Televizija, N1) који се дистрибуирају и у Републици Србији. Постојећа понуда спортских канала подносиоца Пријаве (Sport Klub), углавном, не преноси борилачке спортове. Наведена друштва остварују пословне приходе на два начина: продајом огласног простора на каналима посредством повезаног друштва CAS Media d.o.o. Beograd и приказивањем канала корисницима преко кабловских и IPTV оператера широм региона (који укључују канале у одговарајуће пакете које потом дистрибуирају корисницима, а заузврат плаћају одговарајуће накнаде произвођачима канала). Преговарање и пласман канала трећим лицима (оператерима) врши друштво United Media Production на основу посебних аранжмана са чланицама групе које производе канале (као што је Cinemania d.o.o. Beograd). Присутан је и одређен број важећих уговора из ранијег периода, где је лицензирање канала вршено директно од стране United Media-е (или других произвођача канала) трећим лицима активним на домаћем тржишту.

Циљно друштво је присутно у региону и Републици Србији под глобалним брэндом „FIGHT CHANNEL“ који обухвата следеће пословне активности:

- Fight Channel TV - регионална (за територије бивше Југославије) и Fight Channel World HD - глобална верзија (прилагођена међународном тржишту) канала који емитује борилачке спортове;
- Fight Channel PPV – PPV (pay-per-view или on-demand) верзија Fight Channel-а прилагођена за наплаћивање програмских садржаја (спортски догађаји – борбе) када корисник посебно плаћа приступ одређеном догађају, који се емитује на његов захтев. Обично се користи за преносе уживо најпрестижнијих догађаја и мечева;
- Final Channel Championship - сопствена продукција/производња борилачких садржаја са циљем да промовише најбоље светске учеснике борилачких спортова широм света, спонзорише и организује борилачке мечеве/турнире на свим континентима и експлоатише права на емитовање истих;
- Fightsite – Интернет портал који прати и анализира дешавања у свету борилачких спортова;
- Fightstuff – Интернет продавница која пласира борилачку опрему и производе за спортску исхрану.

Организација борилачких догађаја, Интернет портал и малопродаја борилачке опреме и производа за спортску исхрану представљају супсидијарне пословне активности које су врло конкурентне и фрагментарне, без значајнијих баријера за улазак нових учесника.

FIGHT CHANNEL је као привредни субјект почео са тржишним активностима 1. јануара 2016. године. У претходном периоду програмске садржаје које чине канал под брэндом „FIGHT CHANNEL“ је на тржиште пласирала компанија Plati ra vidi media d.o.o. из Републике Хрватске, која је пренела уговор на Циљно друштво наведеног датума. Након тога, FIGHT CHANNEL је продао права на дистрибуцију канала у Републици Србији (и другим државама бивше Југославије) почетком 2016. године швајцарској компанији United Media Network. [...].

Циљно друштво на домаћем тржишту нема организовану мрежу дистрибуције и малопродаје, већ се канал „FIGHT CHANNEL“ дистрибуира у директним преговорима са локалним оператерима.

Према наводима учесника у концентрацији United група и Циљно друштво имају врло ограничена преклапања пословних активности, тачније, исти сматрају да су њихове пословне активности претежно комплементарне. Полазећи од претходно наведених тржишних активности Циљног друштва, подносилац Пријаве је Комисији предложио као релевантно тржиште производа производњу и емитовање плаћеног телевизијског садржаја.

Власници канала набављају права на емитовање „сировог“ медијског садржаја (производњом сопственог садржаја или куповином права на лиценцирање специјализованог садржаја – одређених филмова, спортских, музичких догађаја,...) и уклапају та права у одређену програмску шему (канал са програмом емитовања), који често (али не и увек) има одређену програмску концепцију, односно специјализован је за неку врсту садржаја и као такав се лиценцира оператерима. Телевизијске канале који се плаћају је могуће поделити, према њиховом садржају, у различите категорије (спортски, музички, документарни, дечји, филмски, ...). У том смислу United група производи и емитује спортске (Sport Klub), дечије (Ultra), филмске (Cinemanija), музичке (Grand Narodna Televizija и информативне канале (N1) и са њима је активна на релевантном тржишту, при чему се за гледаност корисника такмичи са другим каналима, који могу а не морају бити специјализоване програмске концепције. Према подносиоцу Пријаве све ове категорије/подтржишта представљају само видове забавног програма и укључене су у цену претплате коју дистрибутери медијских садржаја обрачунавају крајњим корисницима, такмичећи се између себе асортиманом канала (медијских садржаја у програмској шеми канала) у понуди. Подносилац Пријаве скреће пажњу на ситуацију да када корисник купује услугу дистрибуције медијских садржаја од оператера он нема могућност да купи само спортски програм, већ купује претплату на одређени број канала, у оквиру којих су само неки спортски канали, док други само у одређеном делу времена емитовања, поред других садржаја, емитују и спортски програм. Из наведеног подносилац Пријаве изводи закључак да су спортски канали и спортски садржаји, уз одређене специфичности, генерално заменљиви са другим садржајима у понуди оператера, у ком случају корисници могу једним притиском дугмета променити канал са спортским програмом на друге врсте забавних садржаја. У зависности од гледаности зависи и атрактивност одређеног програма/приходи од продаје права оператерима или оглашавања, тако да сваки канал настоји да привуче пажњу корисника/гледалаца у односу на друге канале у пакету оператера. Све категорије канала/видови забавног програма, укључени су у цену претплате коју дистрибутери медијског садржаја обрачунавају крајњим корисницима, јер се дистрибутери за претплатнике такмиче асортиманом садржаја у понуди.

Предложено тржиште производње и емитовања плаћеног телевизијског садржаја представља изузетно динамично тржиште, са великим бројем различитих актера, подтржишта (типова забавних садржаја), улазних инпута („сировог“ садржаја – филмова, анимираних филмова, спортских догађаја, документарних филмова), а подаци о њему се у великој мери заснивају на проценама гледаности и

атрактивности медијских садржаја.

Подносилац Пријаве се осврнуо и на природу борилачких спортова (које искључиво преноси Циљно друштво у оквиру свог канала). Као и већина спортског програма, борилачки спортови се претежно заснивају на преносу престижних догађаја у току сезоне, уз додатне коментаре и повезане емисије. Одређена специфичност борилачких спортова јесте да представљају релативно значајан сегмент PPV (енг. pay-per-view), односно садржаја који се приказују на захтев корисника и посебно наплаћују (што је услуга и у понуди Циљног друштва). Као што је већ наведено, борилачки догађаји се емитују на различитим (неспецијализованим) каналима као део општег програма (као бокс на B92). Борилачке спортове одликује међусобна борба такмичара, посебна правила, опрема, такмичења, организације, специјализовани канали који их прате („FIGHT CHANNEL“, Fight Network, Channel Fight, Fight Sports,...). Подносилац Пријаве, такође, закључује да кориснику који уобичајено гледа атлетику, скијање, кошарку, бокс највероватније неће представљати адекватну замену, тако да и програм „FIGHT CHANNEL“ не би био заменљив са другим специјализованим спортским каналима (уколико не емитују борилачке спортове), па ни са садржајем који се емитује на каналу Sport Klub, који у својој програмској шеми емитује претежно колективне спортове (највише фудбал и кошарку), а само изузетно ретко борилачке спортове (један бокс меч недељно). По процени учесника у концентрацији Циљно друштво је остварило изузетно мале приходе на домаћем тржишту у години која претходи спровођењу концентрације и гледаност/тржишно учешће му је занемарљива (0%) из разлога да су борилачки спортови много мање популарни у Републици Србији (иза фудбала, кошарке, тениса,...). Преноси борилачких догађаја су, у последње време, релативно лако доступни корисницима и преко Интернет канала. За разлику од других програмских садржаја, баријере уласку на тржиште емитовања преноса борилачких догађаја су мање изражене, јер програмска права нису толико скупа, а у значајној мери се компензују од pay-per-view корисника, што значи и да власници права у одређеној мери могу надокнадити трошкове од појединачних догађаја у већој мери него у спортовима где се права купују за читаву сезону.

Подносилац Пријаве је у вези са својим предлогом релевантног тржишта производа - производњу и емитовање плаћеног телевизијског садржаја навео да не постоји могућност прибављања података о тржишном учешћу учесника на том тржишту. Разлог је у специфичности медијског/телевизијског тржишта и праћења стања на њему. Подаци о овом тржишту се, углавном, заснивају на проценама гледаности и атрактивности медијских садржаја и не постоје јавни извори података о стању на предложеном тржишту. У недостатку наведеног, подносилац Пријаве је као извор података о предложеном тржишту доставио Комисији преглед (потпуне гледаности) свих канала које прати Агенција за истраживање тржишта Nielsen за 2015. годину. Овај преглед обухвата процену тржишних учешћа за следеће канале: N1, Grand Narodna Televizija, Cinemania, Sport Klub1, Sport Klub2, Ultra, Mini Ultra, United grupa (укупно тржишно учешће), Циљно друштво, RTS1, RTS2, Prva, Pink, B92, Happy/Happy Kids, Pink2, Minimax, RTV1, Prva Plus, AXN, Fox Movies, Studio B, Fox, Discovery, Pink3, Fox Crime, Pink Music, Pink Premium, Fox Life, Discovery ID, TLC, National Geographic, TV 1000, DIVA – Universal, Pink Reality, Animal

Planet, Pink Family, Pink Film, 24 Kitchen, RTV2, B92Info, MTV, Moja TV, Avala, остали канали.

Комисија није прихватила предлог релевантног тржишта производа подносиоца Пријаве - производња и емитовање плаћеног телевизијског садржаја. Комисија је узела у обзир још неке специфичности спортских канала, поред навода да исти чине релативно значајан сегмент PPV (енг. pay-per-view), односно садржаја који се приказују на захтев корисника и посебно наплаћују (што је услуга и у понуди Циљног друштва). Подједнако је важно и да се право на емитовање спортских садржаја (подтржиште на коме је Циљно друштво активно), а нарочито престижних спортских садржаја (Премијер Лига, Лига Шампиона, Светско првенство у фудбалу...) уобичајено продају од стране власника лиценце (најчешће спортске асоцијације које организују одређено спортско такмичење, као што су фудбалски савези). У поступку продаје ТВ права власници лиценци преговарају са емитерима, који од власника купују лиценцу на емитовање конкретног спортског садржаја за одређени период и за одређену територију. Из разлога да су најбољи спортски садржаји и најатрактивнији међу емитерима, власници лиценци најчешће организују тендерску продају на којима се права на емитовање продају онима који понуде највише износе накнаде. Из изложеног произилази да је само надметање за програмска права, отворено и транспарентно. Спортска права, нарочито за престижне спортске садржаје, изузетно много коштају, па је у интересу сваком учеснику на тржишту да добијена права пласира што већем броју дистрибутера, како би успео да наплати од крајњих корисника високе трошкове набавке права. Треба имати у виду да и за разлику од наведеног и уобичајеног, дистрибуција канала RTS1, RTS2 у оквиру пакета, не подлеже плаћању лиценце, иако и ови канали имају честу понуду спортских садржаја, па и оних атрактивних. Даље, Комисија се из јавнодоступних извора упознала са чињеницом да су на регионалном нивоу најзначајнији спортски канали Eurosport, Arena Sport и Sport Klub. Достављени преглед (потпуне гледаности) свих канала које прати Агенција за истраживање тржишта Nielsen за 2015. годину не садржи податке о Eurosport-у, Arena Sport-у, и Циљном друштву, док укључује потпуно разнородне канале као што су 24 Kitchen, National Geographic, Fox Crime. Из наведених разлога Комисија није прихватила предлог релевантног тржишта подносиоца Пријаве и податке о гледаности/тржишним учешћима агенције Nielsen за 2015. годину.

Комисија је као релевантно тржиште производа одредила производњу и емитовање плаћеног телевизијског садржаја – подтржиште спортски садржаји/канали.

Као релевантно географско тржиште подносилац Пријаве је Комисији предложио територију Републике Србије, у складу са њеним надлежностима. Комисија је прихватила предлог релевантног географског тржишта уз уважавање и следећих специфичности: иако се набавка спортских садржаја врши од глобалних држалаца лиценце (НБА Лига, Премијер Лига...) права на емитовање медијских садржаја се уобичајено набављају на националном нивоу (за територију одређене државе), а највећи број дистрибутера је активан у оквиру националних граница, док регулаторни надзор над емитовањем садржаја врши Регулаторно тело за електронске медије (РЕМ).

[...].

Оцена ефеката концентрације

Комисија није добила релевантне податке од учесника у концентрацији о присуству/тржишним уделима учесника у концентрацији на релевантном тржишту у 2015. години. У недостатку истих Комисија је анализирао податке у Прегледу тржишта телекомуникација и поштанских услуга у Републици Србији у 2015. години Регулаторне агенције за електронске комуникације и поштанске услуге – РАТЕЛ. У одељку овог Прегледа под називом „Дистрибуција медијских садржаја“ наведено је да је „Укупан број претплатника услуге дистрибуције медијских садржаја у 2015. години износио 1,6 милиона и повећан је у односу на претходну годину за 6,6%. Према расположивим подацима, око 730 хиљада претплатника користи услугу дистрибуције медијских садржаја у оквиру пакета услуга, и то најчешће са услугом широкопојасног приступа Интернету и/или са услугом фиксне телефоније. Највећи оператор дистрибуције медијских садржаја у Републици Србији у 2015. години и даље је привредно друштво Serbia Broadband – Srpske kablovske mreže d.o.o. (SBB), са тржишним учешћем од 47%, посматрајући број претплатника. Поред SBB, могу се издвојити привредна друштва Telekom Srbija a.d. (25% тржишног учешћа), ЈР РТТ (5% тржишног учешћа), Kopernikus technology d.o.o. (4% тржишног учешћа), I.KOM d.o.o. (4% тржишног учешћа), Radijus vektor d.o.o. (3% тржишног учешћа) и Sat-Trakt d.o.o. (2% тржишног учешћа). Мерено бројем претплатника, ови оператори заједно заузимају готово 90% тржишта дистрибуције медијских садржаја.“

Претходно је већ изнета процена подносиоца Пријаве да Циљно друштво у 2015. години није било присутно на домаћем тржишту, док је су у 2016. години остварени приходи били занемарљиви. У недостатку релевантних података по питању гледаности ТВ канала са искључиво спортским садржајем на основу кога би се могло проценити и тржишно учешће сваког од њих у подтржишном сегменту спортског садржаја у оквиру плаћеног ТВ садржаја, процена и подаци из цитираног извештаја РАТЕЛА упућују на констатацију да ће крајњи корисници/потрошачи у Републици Србији, након спровођења предметне концентрације, добити реалну могућност да кроз инфраструктуру највећег оператора услуге дистрибуције медијских садржаја добију приступ понуди борилачких спортова „FIGHT CHANNEL-а“ под повољним условима у оквиру пакета услуга.

На основу анализе свих елемената Пријаве и целокупне документације која је достављена уз њу, Комисија је утврдила да спровођење предметне концентрације не доводи до спречавања, ограничавања или нарушавања конкуренције, пре свега стварањем или јачањем доминантног положаја подносилаца Пријаве на дефинисаном релевантном тржишту.

Применом критеријума из члана 19. Закона Комисија је оценила да се у конкретном случају ради о дозвољеној концентрацији, што опредељује одлуку у првом ставу диспозитива решења.

Одлука у другом ставу диспозитива решења је донета применом члана 65. став 5. Закона, као и члана 2. став 1. тачка 6. Тарифника о висини накнада за послове из надлежности Комисије, а на основу оствареног прихода учесника у

концентрацији и са њима повезаних учесника на тржишту у обрачунској години која претходи години у којој је концентрација пријављена.

Упутство о правном средству

Ово решење је коначно у управном поступку.

Против овог решења може се поднети тужба Управном суду у року од 30 дана од дана пријема решења.

ПРЕДСЕДНИК КОМИСИЈЕ

Др Милоје Обрадовић