

KLASA: UP/I 034-03/12-01/023
URBROJ: 580-10/70-2019-157
Zagreb, 6. studenog 2019.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja na temelju članka 30. točke 2., članka 31., članka 58. stavka 1. točke 13., članka 2.a i članka 74. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, br. 79/09 i 80/13) te članka 5. stavka 2. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 od 16. prosinca 2002. o provođenju pravila o tržišnom natjecanju utvrđenih u člancima 81. i 82. Ugovora (Službeni list L 001, 4. siječnja 2003.) i Ispravka Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 (Službeni list L 173/108, 30. lipnja 2016.), u upravnom postupku utvrđivanja sprječavanja, ograničavanja ili narušavanja tržišnog natjecanja zlouporabom vladajućeg položaja, pokrenutom po službenoj dužnosti protiv poduzetnika Hrvatski telekom d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Radnička cesta 21, zastupanog po opunomoćeniku [...], na temelju odluke Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja, u sastavu: Mladen Cerovac, mag. iur., predsjednik Vijeća, Vesna Patrlj, dipl. iur., zamjenica predsjednika Vijeća, dr. sc. Mirta Kapural, Denis Matić, dipl. iur. i mr. sc. Ljiljana Pavlic, članovi Vijeća, sa sjednice 32/2019., održane 6. studenog 2019., donosi sljedeće:

RJEŠENJE

- I. Utvrđuje se da poduzetnik Hrvatski telekom d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Radnička cesta 21, u razdoblju od 7. studenog 2011. do 30. lipnja 2018. nije zloupotrijebio vladajući položaj na tržištu distribucije *premium* nogometnog sadržaja na teritoriju Republike Hrvatske u smislu članka 13. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja, jer nisu utvrđeni dokazi o stvarnom ili mogućem isključujućem postupanju poduzetnika Hrvatski telekom d.d. u odnosu na njegove konkurente na silaznom tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade na teritoriju Republike Hrvatske.
- II. Postupak protiv poduzetnika Hrvatski telekom d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Radnička cesta 21, u dijelu koji je pokrenut u smislu članka 102. Ugovora o funkcioniranju Europske unije, obustavlja se na temelju članka 5. stavka 2. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 iz Ispravka Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003.

Obrazloženje

1. Pokretanje postupka i radnje u postupku

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: AZTN) pokrenula je u smislu članka 39. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, br. 79/09 i 80/13, dalje: ZZTN), zaključkom, KLASA: UP/I 034-03/2012-01/023, URBROJ: 580-05/63-2012-001, od 14. prosinca 2012., postupak utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja zlouporabom vladajućeg položaja protiv poduzetnika Hrvatski telekom d.d., sa sjedištem u Zagrebu, Radnička cesta 21 (dalje: HT).

Povod za pokretanje postupka protiv HT-a proizlazi iz činjenice da su Arena Sport kanali i *premium* sportski sadržaji kao što su izravni prijenosi nogometnih utakmica UEFA Lige prvaka, UEFA Europske lige i 1. Hrvatske nogometne lige (dalje: HNL) na teritoriju Republike Hrvatske dostupni samo putem HT-ove *MAXtv* usluge, a što je bilo uređeno ugovorom zaključenim 24. listopada 2012. godine između poduzetnika HT, HD-WIN d.o.o., sa sjedištem u Republici Srbiji, Beograd, Visokog Stevana 38/10 i njegovog povezanog društva HD-WIN Arena sport d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Kovinska 4 (dalje: HD-WIN).

U postupku je bilo potrebno utvrditi može li takvo postupanje HT-a dovesti do ograničavanja razvoja tržišnog natjecanja između konkurenata i smanjenog izbora za potrošače na tržištu, odnosno može li dovesti do isključujućeg oblika zlouporabe vladajućeg položaja u smislu članka 13. ZZTN-a.

AZTN je u tijeku postupka u više navrata zatražio i zaprimio očitovanja i dokumentaciju od stranke u postupku, poduzetnika koji djeluju na promatranim tržištima, kao i stručnu pomoć Hrvatske regulatorne agencije za mrežne djelatnosti, sa sjedištem u Zagrebu, Ulica Roberta Frangeša Mihanovića 9 (dalje: HAKOM), kao nacionalne regulatorne agencije za obavljanje regulatornih i drugih poslova u okviru djelokruga i mjerodavnosti propisa o elektroničkim komunikacijama.

U tijeku postupka HT se u razdoblju od 30. siječnja 2013. do 2. studenog 2018. ukupno u 42 navrata očitovao AZTN-u, osporavajući u bitnome AZTN-ova preliminarna utvrđenja koja su se ticala mjerodavnog tržišta, vladajućeg položaja HT-a na mjerodavnom tržištu te HT-ovog postupanja koje je AZTN utvrđivao u ovom postupku kao moguću zlouporabu.

HAKOM se AZTN-u očitovao podnescima od 27. svibnja 2013., 10. srpnja 2014., 16. veljače 2016., 4. siječnja 2018. i 5. travnja 2018.

Sukladno članku 48. stavku 1. ZZTN-a, AZTN je dužan strankama u postupku prije zakazivanja usmene rasprave dostaviti pisanu Obavijest o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku, kako bi im osigurao mogućnost da se izjasne o svim preliminarno utvrđenim činjenicama i okolnostima.

Stoga je AZTN, nakon što je preliminarno utvrdio relevantne činjenice i okolnosti, na temelju članka 48. ZZTN-a dostavio HT-u Obavijest o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku, KLASA: UP/I 034-03/2012-01/023, URBROJ: 580-05/63-2013-061, od 6. lipnja 2013., kako bi mu osigurao mogućnost da se izjasni o svim preliminarno utvrđenim činjenicama i okolnostima, što je on i učinio podneskom zaprimljenim u AZTN-u 18. srpnja 2013.

Međutim, budući da su HT i HD-WIN 22. studenog 2013. zaključili novi ugovor te uzimajući u obzir utemeljenost određenih HT-ovih argumenata danih tijekom postupka, AZTN je 12. lipnja 2014. donio novu Obavijest o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku, KLASA: UP/I 034-03/2012-01/023, URBROJ: 580-05/63-2014-088, na koju se HT također očitovao u podnescima zaprimljenim u AZTN-u 28. srpnja 2014. i 5. rujna 2014.

Dana 23. listopada 2014., AZTN je donio Obavijest o utvrđenom činjeničnom stanju u smislu članka 52. stavka 1. ZZTN-a.

Dana 17. prosinca 2015., AZTN je ukinuo Obavijest o utvrđenom činjeničnom stanju od 23. listopada 2014. zbog nedovoljno utvrđenog činjeničnog stanja na kojem se ta Obavijest temeljila. Činjenično stanje bilo je potrebno dopuniti prikupljanjem dodatnih podataka i dokumentacije, prvenstveno vezano za HT-ovo sklapanje tijekom predmetnog postupka novih Ugovora o medijskim pravima za UEFA Ligu prvaka i UEFA Europsku ligu s UEFOM te njegovo sklapanje novih Ugovora o retransmisiji sportskih događaja s HD-WIN-om.

U tom smislu, AZTN je u daljnjem tijeku postupka zatražio i analizirao prethodno spomenute nove ugovore koje je HT sklopio s UEFOM i HD-WIN-om te je izvršio analizu tržišnih udjela i trendova u odnosu na Hrvatski telekom d.d., s obzirom na to da su sportski sadržaji koji su predmet postupka u konkretnom slučaju vezani isključivo uz MAXtv platformu Hrvatskog telekoma d.d., a ne drugih pravnih osoba (operatora) unutar HT grupe. AZTN je također dodatno analizirao moguće uzroke rasta odnosno pada tržišnih udjela pojedinih operatora u svim promatranim godinama u razdoblju od 2010. do 2017., pri čemu su analiza kretanja broja pretplatnika i prihoda smješteni u vremenski kontekst.

Također, AZTN je zaključkom KLASA: UP/I 034-03/12-01/023, URBROJ: 580-10/63-2016-132, od 14. siječnja 2016., dopunio zaključak o pokretanju postupka protiv HT-a, na način da se postupak utvrđivanja zlouporabe vladajućeg položaja u smislu članka 13. ZZTN-a protiv HT-a pokrene i radi utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja u smislu članka 102. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (Službeni list C 115, 9. svibnja 2008.).

Naime, sukladno članku 2.a i članku 74. stavku 2. ZZTN-a, AZTN je danom pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji postao ovlašteno tijelo za primjenu članka 101. i 102. UFEU-a, a sukladno Obavijesti Komisije - Smjernice o načelu utjecaja na trgovinu iz članaka 81. i 82. Ugovora, u pravilu postoji učinak na trgovinu između država članica ako je riječ o poduzetniku koji ima vladajući položaj koji pokriva cijelu državu članicu, a za kojeg se u postupku utvrđuje provodi li isključujuću zlouporabu.

2. Stranka u postupku

Poduzetnik HT upisan je pod matičnim brojem: 080266256 u sudski registar Trgovačkog suda u Zagrebu. HT je član HT grupe koja je vodeći davatelj telekomunikacijskih usluga u Republici Hrvatskoj i pruža usluge nepokretne i pokretne telefonije, veleprodajne, internetske i podatkovne usluge, a koju uz HT čine i sljedeće tvrtke: Iskon Internet d.d., Combis - usluge integracija informatičkih tehnologija d.o.o., KDS d.o.o., OT - Optima Telekom d.d. i e-Tours d.o.o.

HT je društvo u većinskom vlasništvu društva Deutsche Telekom Europe B.V., s udjelom od 51,42 %. Među ostalim dioničarima, kao dioničar s najvećim vlasničkim udjelom nalazi se poduzetnik Raiffeisen obvezni mirovinski fondovi, sa 9,12% dionica HT-a.

HT je registriran za obavljanje čitavog niza djelatnosti, među kojima je i djelatnost proizvodnje i prijenosa programskih sadržaja i programskih usluga.

Riječ je o vertikalno integriranom poduzetniku koji upravlja široko razvijenom infrastrukturom i djeluje na čitavom teritoriju Republike Hrvatske.

3. Primijenjeni propisi

AZTN je u provedbi predmetnog upravnog postupka primijenio odredbe ZZTN-a, Uredbe o načinu utvrđivanja mjerodavnog tržišta („Narodne novine“, br. 9/11; dalje: Uredba o mjerodavnom tržištu) te Zakona o općem upravnom postupku („Narodne novine“, br. 47/09; dalje: ZUP), kojim se uređuju pitanja provedbe upravnog postupka pred AZTN-om u dijelu koji nije propisan odredbama ZZTN-a, kao posebnog zakona, u smislu članka 35. stavka 1. ZZTN-a i članka 3. stavka 1. ZUP-a.

Člankom 74. ZZTN-a propisano je kako se u primjeni ZZTN-a, a osobito u slučajevima postojanja pravnih praznina ili dvojbi pri tumačenju propisa, u skladu s člankom 1. Ugovora o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji („Narodne novine - Međunarodni ugovori“, br. 2/12) primjenjuju na odgovarajući način kriteriji koji proizlaze iz primjene pravila o tržišnom natjecanju u Europskoj uniji.

Sukladno navedenom, cjelokupna pravna stečevina Europske unije (*acquis communautaire*), koju čini primarno i sekundarno zakonodavstvo Europske unije, ali i sudska praksa, prvenstveno praksa Suda Europske unije, važan je interpretativni instrument za primjenu hrvatskih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja u slučaju pravnih praznina ili dvojbi u tumačenju tih propisa.

Stoga je AZTN tijekom postupka i prilikom izrade pravne i ekonomske analize u ovom predmetu izvršio uvid u kriterije iz pravne stečevine Europske unije, i to u:

- Ugovor o funkcioniranju Europske unije (Službeni list C 115, 9. svibnja 2008.; dalje UFEU),
- Uredbu Vijeća (EZ) broj 1/2003 od 16. prosinca 2002. o provođenju pravila o tržišnom natjecanju utvrđenih u člancima 81. i 82. Ugovora (Službeni list L 001, 4. siječnja 2003.) i Ispravak Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 (Službeni list L 173/108, 30. lipnja 2016.; dalje: Uredba broj 1/2003),
- Priopćenje Komisije - Upute o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni članka 82. Ugovora o osnivanju Europske zajednice na postupanja poduzetnika u vladajućem položaju koja za posljedicu mogu imati zlouporabu u smislu isključivanja konkurenata s tržišta (Službeni list C 045, 24. veljače 2009.; dalje: Upute Komisije),
- Obavijest Komisije - Smjernice o načelu utjecaja na trgovinu iz članaka 81. i 82. Ugovora (Službeni list 2004/C 101/07, 27. travnja 2004.).

Također AZTN je u konkretnom slučaju izvršio uvid i u sljedeće odluke Europske komisije te presude Općeg suda i Suda Europske unije:

- Presuda Suda Europske unije od 15. srpnja 1964. u predmetu *Flaminio Costa v E.N.E.L., Case 6/64*, točke 3. i 7.,
- Presuda Suda Europske unije od 9. ožujka 1978. u predmetu *Amministrazione della Finanza dello Stato v Simmenthal S.p.A., Case 106/77*, točka 21. i tekst na kraju presude,
- Presuda Suda Europske unije od 3. svibnja 2011. u predmetu *Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów v Tele2 Polska sp. z o.o., now Netia SA., C-375/09*, točke 23., 24., 26. - 30., 32. i 34.,
- Odluka Europske komisije od 13. studenog 2001. u predmetu *Canal+/RTL/GICD/JV, Case No COMP/M.2483*, točke 19. i 21. a),
- Odluka Europske komisije od 14. ožujka 2002. u predmetu *Sogecable/Canalsatélite Digital/Vía Digital, Case No COMP/M.2845*, točka 38.,
- Odluka Europske komisije od 2. travnja 2003. u predmetu *Newscorp/Telepiu, Case No COMP/M.2876*, točke 34. - 38., 47., 66. i 67.,
- Odluka Europske komisije od 23. srpnja 2003. u predmetu *UEFA, Case No COMP/C.2-37.398*, točka 63.,
- Odluka Europske komisije od 18. srpnja 2007. u predmetu *SFR/Télé2 France, Case No COMP/M.4504*, točke 37. - 40.,
- Odluka Europske komisije od 25. ožujka 2010. u predmetu *Prisa/Telefónica/Telecinco/Digital+, Case COMP/M.5748*, točka 33.,
- Odluka Europske komisije od 11. ožujka 2010. u predmetu *Telecinco/Cuatro, Case COMP/M.5776*, točke 17. i 18.,
- Odluka Europske komisije od 21. prosinca 2010. u predmetu *Newscorp/BskyB, Case No COMP/M.5932*, točke 97. - 99.,
- Odluka Europske komisije od 14. ožujka 2012. u predmetu *Antena 3/La Sexta, Case No COMP/M.6547*, točke 11. - 23.

4. Mjerodavno tržište

Prema odredbi članka 7. ZZTN-a, mjerodavno tržište određuje se kao tržište određene robe i/ili usluga koje su predmet obavljanja djelatnosti poduzetnika na određenom zemljopisnom području.

Mjerodavno tržište, sukladno odredbi članka 4. Uredbe o mjerodavnom tržištu, utvrđuje se na način da se utvrdi njegova proizvodna dimenzija (mjerodavno tržište u proizvodnom smislu) i zemljopisna dimenzija (mjerodavno tržište u zemljopisnom smislu).

Prema odredbi članka 5. Uredbe o mjerodavnom tržištu, mjerodavno tržište u proizvodnom smislu obuhvaća sve proizvode za koje potrošači smatraju da su međusobno zamjenjivi s obzirom na njihove bitne značajke, cijenu ili način uporabe, odnosno navike potrošača.

Sukladno odredbi članka 6. Uredbe o mjerodavnom tržištu, mjerodavno tržište u zemljopisnom smislu obuhvaća zemljopisno područje na kojem poduzetnici sudjeluju u ponudi ili nabavi proizvoda.

4.1. Vertikalni lanac distribucije audiovizualnog sadržaja putem medijske usluge televizije

Vertikalni lanac distribucije audiovizualnog sadržaja putem medijske usluge televizije u bitnome se može podijeliti na tri razine distribucije, odnosno na tri razine mjerodavnog tržišta i to:

1. Distribucija sadržaja,
2. Distribucija televizijskih programskih kanala,
3. Prijenos televizijskih programa uz plaćanje naknade.

U odnosu na distribuciju sadržaja kao prvu razinu tržišta, u bitnome se može navesti kako na toj razini tržišta djeluju poduzetnici koji se bave proizvodnjom sadržaja. Sam pojam „sadržaja“ mogao bi se razmatrati i definirati na različite načine. Međutim, ako se u obzir uzmu odredbe članka 2. Zakona o medijima („Narodne novine“, br. 59/04, 84/11 i 81/13; dalje: ZM), tada sadržaj obuhvaća informacije svih vrsta te autorska djela koja se objavljuju putem medija u svrhu obavješćivanja te zadovoljavanja medijskih potreba javnosti u raznim tematskim područjima. Među ostalim, audiovizualni sadržaj obuhvaća i sve oblike zabavnih sadržaja između kojih treba istaknuti sportske i filmske sadržaje.

Treba napomenuti kako informacije i autorska djela kao sadržaj predstavljaju dobro, budući da zadovoljavaju ljudske potrebe. Drugim riječima, predstavljaju proizvod i/ili uslugu koja ima svoju tržišnu vrijednost kroz djelovanje ponude i potražnje za tim sadržajima na medijskom tržištu.

Nadalje, svi pojedinačni sadržaji na određeni način predstavljaju inpute koje pružatelji medijskih usluga odabiru za izradu i formiranje programskih sadržaja. U slučaju nakladnika televizije, ti programski sadržaji u pojavnom obliku predstavljaju određene televizijske kanale.

Pri tome, odabir pojedinačnih sadržaja od strane pružatelja medijskih usluga podrazumijeva i postojanje međusobnog pravnog i komercijalnog odnosa između proizvođača i/ili nositelja prava na pojedine sadržaje i pružatelja medijskih usluga koji stječe pravo na te sadržaje.

Prava na televizijski prijenos određenih sadržaja pripadaju izvornim nositeljima tih prava, odnosno proizvođačima sadržaja, koji ih u pravilu ugovorom o licenci ustupaju pružateljima medijskih usluga.

Pružatelji medijskih usluga pak te sadržaje kupuju i uključuju u televizijske programske kanale, odnosno „slažu“ pakete sadržaja od pojedinačnih sadržaja, a ti paketi sadržaja u pravilu predstavljaju pojedine televizijske programske kanale.

Televizijski programski kanali dalje se distribuiraju krajnjim korisnicima putem operatora koji obavljaju djelatnost prijenosa audiovizualnog i/ili radijskog programa.

Ovdje treba napomenuti kako vertikalno tržište audio-vizualnog sadržaja može imati i više razina u lancu distribucije sadržaja od proizvođača sadržaja prema krajnjem korisniku. Naime, između proizvođača sadržaja i pružatelja medijskih usluga mogu se nalaziti i posrednici koji s jedne strane stječu prava od proizvođača sadržaja, a s druge strane ustupaju ta prava na određenom zemljopisnom području pružateljima medijskih usluga.

Stoga, tri razine vertikalnog tržišta distribucije audiovizualnog sadržaja treba promatrati kao osnovne razine koje u pravilu postoje na tržištu, a ne isključuje se postojanje dodatnih razina u vertikalnom lancu distribucije sadržaja ovisno o posebnostima tržišta.

S obzirom na to kako se na predmetnom području medijskog tržišta uobičajeno koriste izrazi i nazivi usluga s engleskog govornog područja, AZTN naglašava kako su se tijekom predmetnog postupka u nizu podataka i dokumentacije koristili izrazi s engleskog govornog područja koji su u bitnome prihvaćeni i kroz službenu dokumentaciju poduzetnika koji djeluju na tom tržištu, poput primjerice naziva „Pay-TV“. Stoga je AZTN, iako je u ovom poglavlju koristio pojmove iz ZM-a i Zakona o elektroničkim medijima („Narodne novine“, br. 153/09, 84/11, 94/13 i 136/13; dalje: ZEM), u daljnjem tekstu koristio i uobičajene nazive pojedinih usluga, pri čemu je kod pojedinog naziva AZTN dodatno pojasnio na što se on odnosi u kontekstu teksta obrazloženja ovog rješenja.

4.1.1. Distribucija sadržaja

U odnosu na distribuciju sadržaja kao primarnu razinu u vertikalnom lancu, AZTN navodi kako je pri određivanju razina tržišta iste definirao izrazima koji odražavaju pogled „odozgo prema dolje“ te se stoga koristi pojam distribucija. U tom smislu svaki poduzetnik u vertikalnom lancu distribucije audiovizualnog sadržaja distribuira sadržaj prema silaznim razinama tržišta do konačne razine gdje se sadržaj u okviru pojedinih maloprodajnih usluga pruža krajnjim potrošačima. Pri tome, pri razmatranju obuhvata tržišta odnosno razmatranju zamjenjivosti pojedinih proizvoda i usluga na tržištu, primijenjeno je polazište iz Uredbe o mjerodavnom tržištu, odnosno analiza proizvoda i usluga koje potrošači smatraju međusobno zamjenjivima ili supstitutima.

Također, treba napomenuti kako distribucija sadržaja u pravilu predstavlja ustupanje prava na pojedini sadržaj putem ugovora o licenci ili putem drugog pravnog posla, a često se koristi izraz prodaja prava. U tom smislu treba ispravno shvatiti pojam distribucija sadržaja koji AZTN određuje u ovom slučaju, pri čemu se navedeni izrazi mogu promatrati kao istoznačnice.

Nadalje, treba naglasiti kako poduzetnici koji se bave distribucijom sadržaja mogu biti direktno nositelji prava na sadržaje, bilo kao proizvođači sadržaja, bilo kao posrednici koji imaju prava na te sadržaje.

U tom smislu, ako je riječ o posrednicima odnosno poduzetnicima koji distribuiraju sadržaj, razumno je zaključiti kako oni istovremeno nabavljaju te sadržaje pa tako nabava i prodaja sadržaja, odnosno prava na sadržaje, postaju neodvojive i komplementarne djelatnosti u dijelu koji se odnosi na primarnu razinu tržišta distribucije sadržaja. Stoga, distribucija sadržaja uključuje navedene aktivnosti distributera sadržaja, a u ovom se slučaju navedeno kroz pogled „odozgo prema dolje“, od uzlaznih prema silaznim tržištima, pojmovno određuje kao distribucija sadržaja.

Nadalje, tržište distribucije sadržaja direktno je povezano s tržištem distribucije televizijskih programskih kanala u smislu kako je opisano u nastavku teksta obrazloženja ovog rješenja. Potražnja na tržištu sadržaja u bitnome proizlazi iz potražnje na tržištu distribucije televizijskih

kanala, a potražnja na tržištu distribucije televizijskih kanala u bitnome proizlazi iz potražnje za sadržajem, odnosno paketima kanala na maloprodajnom tržištu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade. U tom su smislu i zaključci analize zamjenjivosti za proizvodima i uslugama po pojedinim razinama tržišta u vertikalnom lancu u bitnome povezani.

Na samom tržištu distribucije sadržaja, a na temelju različitog stupnja zamjenjivosti potražnje za sadržajem, mogu se odrediti uži segmenti predmetnog tržišta poput tržišta sportskih sadržaja, filmskih sadržaja, kulturnih sadržaja, informativnih sadržaja i drugih tematskih područja.

AZTN ovdje, polazeći od činjenice kao je HT stekao prava na određene sportske sadržaje za područje Republike Hrvatske, razmatra mjerodavno tržište u dijelu koji se odnosi na ovaj postupak, odnosno na sportske sadržaje.

Sportski sadržaj, za razliku od ostalog sadržaja (primjerice filmova), ima najveću vrijednost kada se gleda uživo, dakle u trenutku odigravanja događaja. Nakon završetka tog događaja, kada je ishod već poznat, njegova vrijednost pada, a time i zainteresiranost gledatelja.

Tržište distribucije sportskih sadržaja može se dodatno uže segmentirati u ovisnosti o sadržaju o kojem je riječ. U tom smislu, postoje sportski sadržaji koji imaju nizak stupanj moguće zamjenjivosti ili čak zamjenjivost potražnje za takvim sadržajima ne postoji. Takve sadržaje, za razliku od ostalih sadržaja iste sportske tematike, obilježava izražena potražnja od strane krajnjih potrošača s jedne strane te izražena potražnja od strane oglašivača s druge strane.

Za sadržaje koji imaju veliku vrijednost u smislu da generiraju veću potražnju i imaju veću komercijalnu vrijednost u odnosu na ostale sadržaje istog tematskog područja, u konkretnom slučaju sportske tematike, uobičajeno se koristi izraz *premium* sadržaji.

Premium sportskim sadržajima mogu se promatrati oni sadržaji koje s aspekta krajnjih potrošača obilježava nizak i ograničen stupanj zamjenjivosti u odnosu na druge sportske sadržaje te se stoga segment *premium* sportskih sadržaja može smatrati zasebnim tržištem u odnosu na ostale sportske sadržaje.

U odnosu na obuhvat sportskih sadržaja koji se mogu smatrati *premium* sportskim sadržajima, u pravilu su prava na prijenos određenih nogometnih sportskih sadržaja u Europskoj uniji prepoznata kao ključan sadržaj koji usmjerava korisnike na odabir određene maloprodajne TV usluge uz plaćanje. Iako i drugi sadržaji imaju vrijednost u generiranju potražnje, ostali sportski sadržaji i *premium* sportski sadržaji predstavljaju prije komplementarne sadržaje nego supstitutivne sadržaje s aspekta krajnjih potrošača.

Navedeno prepoznaje i HAKOM, koji u podnesku od 10. srpnja 2014. ističe kako, iako regulacija usluga *premium* TV sadržaja nije u njegovoj nadležnosti, ekskluzivno pružanje usluga *premium* TV sadržaja utječe na samo tržište elektroničkih komunikacija, pri čemu je na tom tržištu sve vidljiviji trend prodaje paketa povezanih usluga (posebno *triple play* paketa), a unutar paketa usluga faktor koji najčešće utječe na odabir paketa od strane krajnjeg korisnika upravo je TV sadržaj, i to posebice *premium* sadržaj.

Nadalje, određeni nogometni sadržaji, promatrani kroz njihovu vrijednost dalje na silaznim tržištima kroz operatore TV kanala i pružatelje maloprodajne TV usluge uz plaćanje, posebno su važni zbog razvijanja *branda* određenog TV kanala i maloprodajne TV usluge. Sami korisnici maloprodajnih TV usluga uz plaćanje nisu privučeni samo pojedinim utakmicama, već i samim natjecanjima u cjelini. Stoga nogometna natjecanja, posebice ona koja imaju snažan *brand* poput UEFINIH natjecanja, mogu osigurati visoku gledanost u dužim razdobljima i time stvoriti lojalnost krajnjih potrošača odnosno gledatelja prema pojedinom TV kanalu i prema pojedinoj maloprodajnoj TV usluzi uz plaćanje. Pritom je važno istaknuti kako se UEFINA

natjecanja, za razliku od nacionalnih liga, odvijaju tijekom tjedna (pretežno utorkom, srijedom i četvrtkom), kada ne postoji konkurentski pritisak od strane drugih nogometnih redovitih natjecanja.

Slijedom navedenog, razumno je zaključiti kako se u odnosu na *premium* nogometni sadržaj, poput primjerice klupskih natjecanja u organizaciji UEFA, gledatelji mogu posebno vezati za taj sadržaj i promatrati ga kao odredišnu točku svog rasporeda gledanja, što pak dodatno povećava vrijednost i ostalog sportskog sadržaja unutar pojedinog TV kanala koji sadrži *premium* nogometni sadržaj.

Jedna od posebnih vrijednosti *premium* nogometnog sadržaja za operatore TV kanala i pružatelje maloprodajne TV usluge uz plaćanje u izgradnji njihovog *branda* jest njegova redovitost kroz kalendarsku godinu, odnosno kroz razdoblje trajanja nogometnih natjecanja. Za razliku od drugih sportova koje također karakterizira postojanje nacionalnih i europskih klupskih natjecanja, nogomet obilježava masovnost praćenja koja je prepoznata i kroz značajno više pokazatelje gledanosti u odnosu na ostale sportove.

Pritom treba napomenuti kako nogometna klupska natjecanja koje organizira UEFA, prema organizaciji, broju sudionika, financijskom aspektu u dijelu marketinga i nagrada iz tih natjecanja, pripadaju među najznačajnija klupska nogometna natjecanja sa snažno izgrađenim *brandom*.

Slijedom navedenog, razumno je zaključiti kako *premium* nogometni sadržaj, za razliku od ostalih sportskih sadržaja, omogućuje operatorima TV kanala odnosno pružateljima maloprodajnih TV usluga uz plaćanje ostvarivanje visoke gledanosti na redovitoj i kontinuiranoj bazi, pod uvjetom da isti imaju pristup tom sadržaju.

Nadalje, na posebnu narav prava na prijenos *premium* nogometnog sadržaja i određenje tog sadržaja kao zasebnog tržišta ukazuju i druge činjenice utvrđene u ovom postupku.

U tom smislu primjerice HT, u ugovorima o retransmisiji sportskih događaja sklopljenima s poduzetnikom HD-WIN, referira se na UEFA Ligu prvaka i Europsku ligu kao na *premium* nogometna natjecanja. Iz navedenog na određeni način proizlazi razlika u atraktivnosti nogometnog sadržaja odnosno klupskih natjecanja u organizaciji UEFA u odnosu na ostali nogometni sadržaj. U odnosu na HNL kao sadržaj, na temelju analize podataka i dokumentacije, proizlazi kako je cijena koju je HT platio za prava na prijenos HNL-a gotovo jednaka onoj koja je plaćena za prava na prijenos UEFA Lige prvaka i UEFA Europske lige u cijelom promatranom razdoblju, što pokazuje da sam HT vrijednost tih natjecanja cijeni kao značajan sadržaj.

Gledanost predmetnog sportskog sadržaja kontinuirano je visoka u usporedbi s drugim nogometnim sadržajem. Iz podataka zaprimljenih u predmetu KLASA: 034-08/2012-01/004 o gledanosti pojedinačnih sportskih događaja na kanalu Arena Sport 1, koji se nalazi u osnovnom paketu *MAXtv*-a, utvrđeno je kako su prijenosi uživo utakmica HNL-a, UEFA Lige prvaka i UEFA Europske lige gledaniji od ostalog sportskog sadržaja kanala Arena Sporta, što govori u prilog činjenici kako je riječ o sadržaju koji generira potražnju od strane krajnjih korisnika, a što također potvrđuju i navodi konkurenata HT-a na tržištu distribucije televizijskih programa krajnjim korisnicima uz plaćanje naknade o tome koje sportske sadržaje traže njihovi pretplatnici.

Zaključak AZTN-a o određenju zasebnog tržišta *premium* nogometnog sadržaja u odnosu na ostali sportski sadržaj konzistentan je s praksom Europske komisije koja proizlazi iz njenih sljedećih odluka: predmeti *Canal+/RTL/GICD/JV* iz 2001. (točke 19. i 21. a), *Sogecable/Canalsatélite Digital/Vía Digital* iz 2002. (točka 38.), *Newscorp/Telepiu* iz 2003. (točke 66. i 67.), *UEFA* iz 2003. (točka 63.), *Prisa/Telefónica/Telecinco/Digital+* iz 2010. (točka

33.), *Telecinco/Cuatro* iz 2010. (točke 17. i 18.) i *Antena 3/La Sexta* (točke 11. - 23.). Također, iz spomenutih odluka proizlazi zaključak o konzistentnom pristupu određivanju mjerodavnog tržišta kada je riječ o sportskim nogometnim sadržajima. *Premium* nogometni sadržaj u bitnome obuhvaća nogometne nacionalne lige, uz slučajeve uključivanja i nogometnog nacionalnog kupa te nogometna klupska natjecanja u organizaciji UEFE i to UEFA Ligu prvaka i UEFA Europsku ligu.

Ovdje je također potrebno naglasiti da je postupak prodaje medijskih prava za UEFA Ligu prvaka posebno reguliran Odlukom Europske komisije COMP/C.2-37.398, od 23. srpnja 2003., kojom se nastojalo ukloniti negativne tržišne učinke UEFINE isključive teritorijalne prodaje tih prava. Tako je tom odlukom, između ostalog, određeno da se prilikom teritorijalne prodaje medijskih prava za UEFA Ligu prvaka ona moraju podijeliti u više paketa koji će biti dostupni na javnom natječaju, pri čemu će njihovo trajanje biti ograničeno na tri godine.

4.1.2. Distribucija televizijskih programskih kanala

Distribucija televizijskih kanala razina je tržišta koja spaja operatore TV kanala koji formiraju i distribuiraju TV kanale i pružatelje maloprodajne usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade. Ovdje treba napomenuti kako se pod operatorima TV kanala podrazumijevaju pružatelji medijskih usluga, odnosno nakladnici televizije na način kako su opisani prethodno u tekstu obrazloženja ovog rješenja. Riječ je o poduzetnicima koji slažu različite sadržaje iste ili različite tematske osnove u televizijske programske kanale. Ti programski kanali predstavljaju pak inpute operatorima na silaznom tržištu koji obavljaju djelatnost prijenosa audiovizualnog programa, odnosno pružaju uslugu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade krajnjim korisnicima.

Na tržištu distribucije TV kanala razlikuju se TV kanali koji se kao usluga krajnjim potrošačima nude i pružaju isključivo uz plaćanje naknade i TV kanali koji se krajnjim potrošačima isporučuju bez plaćanja dodatne naknade. Za TV kanale koje nakladnici kao uslugu krajnjim potrošačima nude i pružaju isključivo uz plaćanje naknade uvriježio se naziv *Pay-TV*, dok se za TV kanale koje nakladnici krajnjim potrošačima isporučuju bez plaćanja dodatne naknade uvriježio naziv *Free-TV* kanali. U tom smislu navedene nazive treba ispravno shvaćati i u tekstu obrazloženja ovog rješenja.

Poslovni model koji koriste nakladnici u odnosu na *Pay-TV* kanale i *Free-TV* kanale razlikuju se na način da prihodi od pružanja *Free-TV* kanala u bitnome proizlaze iz oglašavanja. Stoga je i temeljni cilj kod pružanja usluga distribucije kanala temeljenih na *Free-TV* modelu postizanje visokih stopa gledanosti kako bi sami oglašivači i zakupci medija budžete za oglašavanje usmjeravali na one kanale koji bilježe veću gledanost.

S druge strane, nakladnici *Pay-TV* kanala kao jedan od ključnih ciljeva imaju složiti takve pakete kanala koji će kasnije kroz maloprodajnu uslugu prijenosa TV programa krajnjim korisnicima generirati visoku potražnju i za koje će krajnji korisnici biti voljni određenim iznosom naknade platiti korištenje te usluge. U tom smislu i prihodi nakladnika *Pay-TV* kanala u bitnome proizlaze iz naknada koje krajnji potrošači plaćaju. Pri tome se ne isključuje i prihod od oglašavanja kao element financiranja nakladnika *Pay-TV* kanala.

Navedena razlika u načinu financiranja prvenstveno ima utjecaja na distributere *Pay-TV* kanala, koji moraju snositi više troškove ulaska na tržište kroz više troškove stjecanja prava, dok distributeri *Free-TV* kanala u pravilu snose manji financijski trošak pri stjecanju inputa za svoje kanale.

Nadalje, *Pay-TV* kanali i *Free-TV* kanali razlikuju se i po vrijednosti sadržaja. Kao vrijednost sadržaja podrazumijeva se ekonomska vrijednost u smislu pokazatelja potražnje te vrijednosti prava na te sadržaje. *Pay-TV* kanali za razliku od *Free-TV* kanala u pravilu sadrže ekonomski

vrednije sadržaje i u tom smislu ne postoji ili je ograničena zamjenjivost ponude s obzirom na to da u kratkom roku distributer *Free-TV* kanala ne može zamijeniti ponudu na način da u bitnome ponudi istu ponudu sadržaja kao nakladnik *Pay-TV* kanala i obrnuto.

Europska komisija kontinuirano u svojim odlukama u bitnome razlikuje *Free-TV* kanale od *Pay-TV* kanala, prvenstveno zbog drugačijeg načina financiranja. Navedeni kriteriji proizlaze, među ostalim, iz odluka Europske komisije *Newscorp/Telepiu* iz 2003. (točke 34. - 38. i 47.), *SFR/Télé2 France* iz 2007. (točke 37. - 40.) i *Newscorp/BskyB* iz 2010. (točke 97. - 99.).

Slijedom navedenog, *Pay-TV* kanali i *Free-TV* kanali izvjesno čine dva zasebna i odvojena tržišta. Ako se razmotre kriteriji koji proizlaze iz odluka Europske komisije u dijelu u kojem se odnose na mjerodavno tržište na tržištu distribucije audiovizualnog sadržaja, tada proizlazi kako je zaključak AZTN-a u bitnome usporediv s kriterijima iz odluka Europske komisije.

4.1.3. Tržište pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade

Tržište pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade predstavlja distribuciju TV programa krajnjim korisnicima ili maloprodajnu TV uslugu na silaznoj razini tržišta na kojoj djeluju operatori koji obavljaju djelatnost prijenosa audiovizualnog programa, odnosno prijenosa televizijskog programa. Na ovoj razini tržišta djeluju poduzetnici koji pružaju maloprodajne TV usluge i ona spaja operatore TV usluga koji formiraju i distribuiraju pakete TV kanala i krajnje korisnike predmetnih maloprodajnih usluga.

Usluga prijenosa TV programa uz plaćanje naknade podrazumijeva uslugu prijenosa televizijskih programa krajnjim korisnicima za koju korisnici plaćaju određenu naknadu operatoru prijenosa audiovizualnog programa (*Pay-TV* operatoru). Iznos naknade koju krajnji potrošač plaća je maloprodajna cijena te usluge za odabrani paket programa.

Ovdje AZTN naglašava kako za potrebe ovog rješenja izraze „usluga prijenosa TV programa uz plaćanje“, „distribucija TV programa krajnjim potrošačima“, „maloprodajna TV usluga“, i „*Pay-TV* usluga“ ispravno treba shvaćati kao istoznačnice.

Usluga prijenosa TV programa bez plaćanja dodatne naknade predstavlja maloprodajnu uslugu koju pružaju operatori prijenosa audiovizualnog programa za koju krajnji potrošači ne plaćaju dodatnu naknadu.

Za maloprodajnu uslugu prijenosa TV programa krajnjim potrošačima bez plaćanja dodatne naknade uvriježio se naziv *Free-TV* usluga te se stoga u nastavku teksta ovog rješenja koristi skraćeni naziv u tom obliku.

AZTN je utvrdio kako tržište *Pay-TV* usluge treba promatrati kao zasebno tržište u odnosu na tržište *Free-TV* usluge. Usporedivo sa zaključcima koji se odnose na razinu tržišta distribucije TV kanala, i u slučaju pružatelja *Pay-TV* usluge i *Free-TV* usluge riječ je o drugačijem poslovnom modelu nastupa na tržištu kod kojeg nije izvjesna zamjenjivost na strani ponude u kratkom roku. Pružatelji *Pay-TV* usluge pružanje same usluge temelje na *Pay-TV* kanalima, a pružatelji *Free-TV* usluge temelje svoju maloprodajnu uslugu na paketu *Free-TV* kanala. Ovdje treba napomenuti kako *Pay-TV* usluga odnosno paketi programa unutar usluge u pravilu sadrže i *Free-TV* kanale. Međutim, *Free-TV* kanali unutar *Pay-TV* usluge čine komplementarnu ponudu programa i sadržaja te ne predstavljaju alternativne sadržaje *Pay-TV* sadržajima.

Nadalje, iz perspektive krajnjeg potrošača, iako nedvojbeno postoji interakcija između tržišta *Pay-TV* usluge i *Free-TV* usluge, može se uočiti ključna razlika glede toga može li se navedena usluga primiti bez dodatnog troška, ili je pak vezana uz pretplatu koja omogućuje pristup programima koji inače nisu dostupni putem *Free-TV* usluge. Naime, korisnici *Pay-TV* usluga

spremni su dodatno platiti kako bi imali pristup široj ponudi kanala i programskih sadržaja od onog koji pružaju *Free-TV* kanali.

Pored navedenog, korisnici TV usluge koji imaju izraženiji interes prema određenim tematskim sadržajima, poput filmova, sporta, glazbe, znanosti i slično, imaju mogućnost praćenja tih tematskih sadržaja putem specijaliziranih televizijskih programskih kanala koji su u pravilu dio paketa programa *Pay-TV* usluge.

Slijedom navedenog, tržište *Pay-TV* usluge i tržište *Free-TV* usluge čine zasebna tržišta.

Zaključak AZTN-a o tome kako tržište *Pay-TV* usluge i tržište *Free-TV* usluge čine zasebna tržišta u bitnome je konzistentan sa zaključcima Europske komisije, odnosno kriterijima ocjene primijenjenima, među ostalim, u odlukama *Newscorp/Telepiu* iz 2003. (točke 34. - 38., 47., 66. i 67.), *SFR/Télé2 France* iz 2007. (točke 37. - 40.) i *Newscorp/BskyB* iz 2010. (točke 97. - 99.).

U odnosu na pitanje različite tehnologije putem koje se pružaju predmetne TV usluge krajnjim korisnicima i to putem kableske distribucije, distribucije temeljene na internetskom protokolu, satelitskog prijenosa i usluge prijenosa putem digitalne radiodifuzije, AZTN smatra kako postoji tehnološka neutralnost u odnosu na pitanje zamjenjivosti potražnje za uslugama s aspekta krajnjeg potrošača.

Nadalje, u odnosu na zamjenjivost na predmetnom tržištu HT je u svojim očitovanjima naveo kako kao supstitut *Pay-TV* usluzi u pogledu nogometnog sadržaja smatra svoju *MAXtv To Go* uslugu - mobilnu TV uslugu koja korisnicima omogućava gledanje televizijskih programa putem mobilnog uređaja (*smartphonea*), *tableta* ili računala, a za čije korištenje nije potrebno biti HT-ov pretplatnik niti korisnik bilo koje druge HT-ove usluge, odnosno *PPV Match servis* uslugu, putem koje je taj nogometni sadržaj također dostupan svim zainteresiranim korisnicima.

U odnosu na navedeno, AZTN smatra kako navedene HT-ove usluge nisu supstitut *Pay-TV* usluzi, prvenstveno iz razloga što nužno uključuju posjedovanje dodatnog uređaja (računala, *tableta*, *smartphonea*), čija jednostavnost korištenja nije usporediva s jednostavnošću korištenja standardnih uređaja koji dolaze uz *Pay-TV* uslugu. Osim toga, preduvjet korisniku za korištenje navedenih usluga je širokopojasni pristup internetu.

Također se kod navedenih usluga radi o različitoj vrsti usluge, budući da se korisnik ne pretplaćuje na programske pakete sa svim sportskim sadržajem, već isključivo na pojedine nogometne utakmice ili više njih, tako da je konačna cijena koju plaća za taj nogometni sadržaj, uzevši u obzir potrebu dodatnog uređaja i širokopojasnog pristupa internetu, znatno viša od one koju bi trebao platiti unutar *Pay-TV* usluge, unutar koje bi povrh, primjerice, nogometnih sadržaja imao pristup i drugom sportskom i ostalom sadržaju.

Navedeno stajalište AZTN-a u bitnome potvrđuje i HAKOM. Naime, u očitovanju od 27. svibnja 2013., HAKOM navodi kako smatra da se *PPV Match servis* usluga HT-a ne može smatrati zamjenjivom s *Pay-TV* uslugom praćenja sadržaja putem *MAXtv-a*, odnosno navedene usluge ne pripadaju istom tržištu. HAKOM nadalje navodi kako, iako i jedna i druga usluga omogućuju krajnjim korisnicima praćenje određenog sadržaja koji se plaća te kvaliteta usluge može biti na jednakoj razini ovisno o kvaliteti internetske veze, činjenica jest da putem usluge *Match servis* krajnji korisnik može pratiti isključivo sportski sadržaj (nogometne utakmice), dok se putem *MAXtv* usluge krajnji korisnik pretplaćuje na niz televizijskih programa koji uz sportski sadržaj uključuju i razne druge sadržaje pa se može zaključiti da navedene usluge nisu zamjenske usluge. Također, navedene usluge nisu zamjenske niti u smislu cijena, budući da za praćenje prijenosa neke od utakmica korisnik plaća oko 30 kuna, dok mjesečna naknada za *MAXtv* uslugu, u kojoj postoji značajan broj sportskih programa koje je moguće gledati tijekom cijelog dana, iznosi oko 60 kuna. I u slučaju povećanja mjesečne naknade *MAXtv* usluge, krajnji korisnik neće istu zamijeniti s uslugom *Match servis* budući da nije riječ o zamjenjivim

uslugama. Konačno, HAKOM navodi kako je putem *MAXtv* usluge moguće pojedine sportske sadržaje pratiti i u realnom vremenu i u snimci, što nije slučaj s *Match servis* uslugom.

Slijedom navedenog, navedene se HT-ove usluge ne mogu smatrati zamjenskim uslugama *Pay-TV* usluzi.

4.2. Zaključak o mjerodavnom tržištu

U konkretnom slučaju, AZTN je kao mjerodavno tržište u proizvodnom smislu utvrdio tržište distribucije *premium* nogometnog sadržaja, koje u ovom predmetnom slučaju obuhvaća pravo na prijenos redovitih nogometnih događaja i to nogometnu nacionalnu ligu (Prvu hrvatsku nogometnu ligu) i nogometna klupska natjecanja u organizaciji UEFE (UEFA Ligu prvaka i UEFA Europsku ligu).

Nadalje, stanje i uvjeti na uzlaznom mjerodavnom tržištu distribucije *premium* nogometnog sadržaja u bitnome određuju uvjete i učinke na silaznom tržištu distribucije kanala s *premium* nogometnim sadržajem. Pri tome, tržište distribucije televizijskih kanala s *premium* nogometnim sadržajem obuhvaća i opće televizijske programske kanale i specijalizirane televizijske programske kanale, a koji sadrže *premium* nogometni sadržaj.

Nadalje, stanje i uvjeti na uzlaznim razinama tržišta distribucije sadržaja i distribucije televizijskih programskih kanala mogu imati utjecaja na silazno tržište pružanja prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade, na koje se konačno prelijevaju učinci s uzlaznih tržišta.

Mjerodavnim tržištem u zemljopisnom smislu utvrđen je teritorij Republike Hrvatske, budući da je kod stjecanja predmetnih prava riječ o teritoriju Republike Hrvatske, a također se distribucija *Pay-TV* kanala i *Pay-TV* usluge odvija jedinstveno na čitavom teritoriju Republike Hrvatske.

Vezano uz navode HT-a kako uzlazno mjerodavno tržište može biti jedino tržište nabave, odnosno stjecanja prava na prijenos TV sadržaja, AZTN navodi kako je činjenice i zaključke o mjerodavnom tržištu, a koje su vezane uz predmetne navode HT-a, detaljno obrazložio u poglavlju 4.1.1. obrazloženja ovog rješenja.

Međutim, ovdje AZTN dodatno naglašava kako u konkretnom slučaju predmet postupka nije bilo stjecanje prava HT-a na predmetni *premium* nogometni sadržaj od izvornih nositelja prava za pojedino natjecanje, jer je to stjecanje prava samo po sebi nesporno. Također, AZTN navodi kako su HT i HD-WIN, trenutkom ulaska HT-a na uzlazno tržište nabave i daljnje distribucije sadržaja, međusobno konkurenti u dijelu koji se odnosi na uzlaznu razinu tržišta nabave, odnosno distribucije predmetnih sadržaja. Pri tome HD-WIN kao nakladnik televizije, a HT kao posrednik, koji kupuju navedena prava na sportske sadržaje radi daljnje preprodaje. Naime, nesporno je kako je HT istovremeno i *Pay-TV* operator na silaznoj razini tržišta. Međutim, činjenica je kako stečena prava na uzlaznom tržištu HT distribuira nakladniku televizije poduzetniku HD-WIN koji nije povezan poduzetnik s HT-om i koji pored predmetnih sadržaja uključuje u svoje TV kanale niz drugih sadržaja na koje je stekao i za koje je nositelj prava. Stoga, AZTN ovdje želi naglasiti kako pitanje mogućeg dogovora konkurenata na tržištu i mogućeg usklađenog djelovanja koje bi kao cilj ili posljedicu moglo imati narušavanje tržišnog natjecanja i kojim bi se moglo dijeliti tržište i izvori nabave, nije bilo predmet razmatranja u ovom postupku. Drugim riječima, AZTN je u ovom postupku kao pretpostavku uzeo u obzir činjenicu da je HT stekao prava na određeni *premium* nogometni sadržaj i odredbu članka 61. ZEM-a.

Nadalje, u odnosu na navode HT-a kako je *premium* nogometni sadržaj neprimjereno i promašeno definiran te bi po kriteriju atraktivnosti nogometa u Republici Hrvatskoj trebao obuhvatiti uz UEFINA natjecanja i sadržaj nacionalnih liga i kupova Španjolske, Engleske, a

moguće i Njemačke, Italije i Francuske, AZTN navodi kako je u poglavlju 4.1.1. obrazloženja ovog rješenja detaljno obrazloženo pitanje *premium* nogometnog sadržaja. Ovdje treba dodatno navesti kako je riječ o sadržaju na koji se i sam HT referira kao na *premium* sadržaj u ugovorima o retransmisiji sportskih događaja, gdje jasno ističe UEFA Ligu prvaka i Europsku ligu kao *premium* nogometna natjecanja i razlikuje ih od ostalih natjecanja. S obzirom na to da je cijena koju je HT platio za prava na prijenos HNL-a gotovo jednaka onoj koja je plaćena za prava na prijenos UEFA Lige prvaka i Europske lige u cijelom promatranom razdoblju, to pokazuje da HT vrijednost HNL-a cijeni kao jednaku onoj navedenih klupskih nogometnih natjecanja koje organizira UEFA. U odnosu na obuhvat tržišta, stajalište AZTN-a u skladu je s kriterijima koji proizlaze iz prethodno spomenutih odluka Europske komisije, a što je obrazloženo u poglavlju 4.1.1. obrazloženja ovog rješenja. Ovdje dodatno AZTN naglašava kako je u konkretnom slučaju ocjenjivan sadržaj koji je predmet ugovora sklopljenih između poduzetnika HT, HD-WIN d.o.o., Srbija i HD-WIN. Drugim riječima, AZTN ne isključuje druge sadržaje koji bi mogli imati karakteristike *premium* sadržaja, u smislu kako je isti određen u tekstu obrazloženja ovog rješenja. Također, isto ne utječe na zaključke AZTN-a u predmetnom postupku s obzirom na to da svaki pojedinačno utvrđen *premium* sadržaj nositeljima prava na takve sadržaje u bitnome određuje tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu u odnosu na stvarne ili moguće konkurente.

Također, u smislu ovog predmetnog slučaja i mjerodavnog razdoblja, AZTN navodi kako pojedini drugi navedeni sadržaji koje navodi HT, poput nogometnih nacionalnih liga i kupova Španjolske i Engleske, predstavljaju sadržaje koje su u vertikalnom lancu distribucije bili dostupni na silaznom tržištu putem Sport Klub kanala. Kako su i ti sadržaji bili dostupni unutar MAXtv usluge HT-a na silaznom tržištu, razumno je zaključiti kako oni u konkretnom slučaju ne mogu ni na koji način usmjeravati krajnje korisnike prema drugim Pay-TV operatorima, različitim od HT-a. Uzevši u obzir okolnost da drugi Pay-TV operatori u pravilu u svojoj ponudi imaju Sport Klub kanale, koji sadrže nogometne nacionalne lige i kupove Španjolske i Engleske, oni u kontekstu ovog predmeta predstavljaju neutralnu kategoriju.

AZTN također navodi kako su određeni sadržaji koje HT navodi, primjerice nacionalne nogometne lige Italije i Francuske, u određenom dijelu dio relevantnog sadržaja specijaliziranih televizijskih programskih kanala nakladnika HD-WIN te su također dio sadržaja ugovora sklopljenih između poduzetnika HT, HD-WIN d.o.o., Srbija i HD-WIN.

Nadalje, u odnosu na navode HT-a kako je u predmetima Europske komisije koje AZTN spominje u ovom postupku, riječ o ocjenama koncentracija, a ne o utvrđivanju zlouporabe vladajućeg položaja, pa se zaključke o mjerodavnom tržištu ne bi moglo temeljiti na njima, AZTN ističe kako navedena okolnost nije relevantna i presudna, budući da je u pravu tržišnog natjecanja mjerodavno tržište kvalifikacija koja ne ovisi o vrsti postupka koji vodi tijelo nadležno za zaštitu tržišnog natjecanja, već ovisi o analizi pojedinog tržišta koja u svakoj vrsti postupka počiva na istim ili sličnim ekonomskim i pravnim temeljima.

Zaključno, vezano uz navode HT-a kako je segmentacija na *Free-TV* i *Pay-TV* kanale neprimjerena, AZTN ističe kako ista proizlazi iz analize niza pokazatelja koji su detaljno obrazloženi u poglavljima 4.1.2. i 4.1.3. obrazloženja ovog rješenja. Također, takav zaključak AZTN-a u bitnome je usporediv s kriterijima koji proizlaze iz prethodno spomenutih odluka Europske komisije.

5. Vladajući položaj HT-a na mjerodavnom tržištu

Sukladno članku 12. stavku 1. ZZTN-a, pretpostavlja se da je poduzetnik u vladajućem položaju ako se zbog svoje tržišne snage može ponašati na mjerodavnom tržištu u značajnoj mjeri neovisno o svojim stvarnim ili mogućim konkurentima, potrošačima, kupcima ili dobavljačima, a osobito ako nema značajnih konkurenata na mjerodavnom tržištu i/ili ima značajnu tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu u odnosu na stvarne ili moguće konkurente.

Na temelju ugovora sklopljenih s UEFOM za natjecateljske sezone UEFA Lige prvaka i Europske lige 2012./2013., 2013./2014., 2014./2015., 2015./2016., 2016./2017. i 2017./2018., s poduzetnicima Digitel komunikacije d.o.o. za natjecateljske sezone HNL-a 2011./2012. i 2012./2013., Sportska dimenzija d.o.o. za natjecateljske sezone HNL-a 2013./2014., 2014./2015. i 2015./2016. te VOX Nogomet d.o.o. za natjecateljske sezone HNL-a 2016./2017., 2017./2018. i 2018./2019., HT je u promatranom razdoblju stekao isključiva prava na distribuciju predmetnog *premium* nogometnog sadržaja na teritoriju Republike Hrvatske putem *Pay-TV* usluge.

Samim time, kao jedini i isključivi nositelj prava na distribuciju *premium* nogometnog sadržaja putem *Pay-TV* usluge, počevši od sezone 2012./2013. zaključno sa sezonom 2017./2018., HT se u tom razdoblju nalazio u vladajućem položaju na mjerodavnom tržištu distribucije *premium* nogometnog sadržaja na teritoriju Republike Hrvatske, u smislu članka 12. ZZTN-a.

Pritom AZTN naglašava kako, iako je sama nabava predmetnog sadržaja od strane HT-a dijelom ostvarena u postupku koji je reguliran odlukom Europske komisije, ta činjenica ne mijenja zaključak da jednom kada u takvom reguliranom postupku pojedini poduzetnik stekne prava, on kao nositelj prava ima odgovornost prema daljnjoj distribuciji tih prava prema nakladnicima televizijskih programa koji te sadržaje prenose putem svojih TV kanala i dalje prema silaznom *Pay-TV* tržištu.

Osim navedenog, u prilog utvrđenju vladajućeg položaja HT-a AZTN je uzeo u obzir kombinaciju dodatnih pokazatelja koja se očituje u vlasničkoj strukturi s naglaskom na HT-ovu povezanost s etabliranim poduzetnikom Deutsche Telekom AG sa sjedištem u Bonnu, Njemačka, što mu omogućuje vrlo jednostavan i povlašten pristup tržištima kapitala i novčanim izvorima na svjetskoj razini, značajnoj financijskoj snazi, ukupnoj veličini HT-a, tehnološkoj prednosti u vidu raspolaganja mrežnom infrastrukturom na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, raširenoj distributivnoj i prodajnoj mreži njegovih proizvoda na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, vertikalnoj integraciji na više različitih vertikalno integriranih veleprodajnih i maloprodajnih tržišta te značajnoj tržišnoj snazi HT-a općenito na pojedinim segmentima elektroničkih komunikacijskih tržišta.

5.1. Mjerodavno razdoblje

Od natjecateljske sezone 2018./2019. HT više ne posjeduje prava na distribuciju nogometnog sadržaja UEFA Lige prvaka, koje je od UEFE za naredne tri natjecateljske sezone pribavio poduzetnik A1 Hrvatska d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Vrtni put 1 (prethodno VIPnet d.o.o.; dalje: A1), dok i dalje posjeduje prava na distribuciju nogometnog sadržaja UEFA Europske lige i HNL-a.

Na navedeni se način opseg *premium* sadržaja koji se odnosi na klupska nogometna natjecanja u organizaciji UEFE, koji je do natjecateljske sezone 2018./2019. bio agregiran kod HT-a, razdijelio između poduzetnika A1 i HT.

Kako bi utvrđivanje postojanja vladajućeg položaja HT-a pod tako promijenjenim okolnostima zahtijevalo dodatne ekonomsko-pravne analize, a u postupku nije utvrđeno ograničavanje tržišta na štetu potrošača u smislu članka 13. ZZTN-a, poštujući načelo učinkovitosti i ekonomičnosti iz članka 10. ZUP-a AZTN nije dodatno utvrđivao postojanje vladajućeg položaja HT-a nakon završetka natjecateljske sezone 2017./2018.

Naime, budući da u postupku nije utvrđena jedna od kumulativnih pretpostavki za postojanje zlouporabe vladajućeg položaja - zlouporabno postupanje HT-a u smislu članka 13. ZZTN-a, što je detaljno obrađeno u poglavlju 8. ovog rješenja, pitanje vladajućeg položaja HT-a na mjerodavnom tržištu nakon završetka natjecateljske sezone 2017./2018. ne predstavlja

okolnost bitnu za pravilno rješavanje ove upravne stvari. Stoga je u ovom postupku utvrđeno mjerodavno razdoblje u trajanju od 2010. do zaključno 2017.

6. Analiza postupanja HT-a u smislu ocjene mogućeg odbijanja poslovanja

Prema propisima o zaštiti tržišnog natjecanja, da bi bila riječ o sprječavanju, ograničavanju ili narušavanju tržišnog natjecanja zluporabom vladajućeg položaja moraju istodobno biti ispunjena dva uvjeta i to da se poduzetnik nalazi u vladajućem položaju na mjerodavnom tržištu u smislu članka 12. ZZTN-a te da taj vladajući položaj zluporabljuje u smislu članka 13. ZZTN-a, odnosno članka 102. UFEU-a.

U kontekstu pravne kvalifikacije u konkretnom slučaju kao mogućeg odbijanja poslovanja, uzete su u obzir sve bitne okolnosti za ocjenu tog postupanja kao moguće zluporabnog.

Sukladno točki 76. Uputa Komisije, odbijanje poslovanja obuhvaća postupanje poduzetnika u vladajućem položaju kada odbija isporuku proizvoda ili pružanje usluge drugom poduzetniku na silaznom tržištu.

U takvim se slučajevima uobičajeno mogu javiti problemi po tržišno natjecanje ako se istovremeno poduzetnik u vladajućem položaju natječe na silaznom tržištu s kupcem kojem odbija opskrbu. Pojam silazno tržište koristi se za tržište na kojem je proizvodni čimbenik koji dobavljač odbija isporučiti potreban za proizvodnju proizvoda ili pružanje usluga.

Prema točki 78. Uputa Komisije, koncept odbijanja opskrbe odnosi se na širok raspon postupanja, kao što je to odbijanje opskrbe proizvodima postojećim ili novim kupcima, odbijanje ustupanja i korištenja prava intelektualnog vlasništva, uključujući situaciju kada je licencija neophodna za pružanje informacija o sučelju za razmjenu podataka, ili odbijanje dozvole pristupa ključnoj infrastrukturi ili mreži.

Sukladno točki 81. Uputa Komisije, takve će aktivnosti u provedbenoj politici Komisije imati prioritet ako su ispunjeni svi dolje navedeni uvjeti:

- odbijanje opskrbom odnosi se na proizvod ili uslugu koja je objektivno neophodna za učinkovito tržišno natjecanje na silaznom tržištu,
- vjerojatno je da će odbijanje opskrbom za posljedicu imati ukidanje učinkovitog tržišnog natjecanja na silaznom tržištu, i
- odbijanje opskrbom će vjerojatno imati za posljedicu nanošenje štete potrošačima.

AZTN je u predmetnom postupku ocjene, pored hrvatskih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, na odgovarajući način primjenjivao kriterije koji proizlaze iz primjene pravila o tržišnom natjecanju u Europskoj uniji, kako je to propisano člankom 74. ZZTN-a, a što je detaljno obrazloženo u poglavlju 3. obrazloženja ovog rješenja. U tom smislu, uz ostale kriterije iz primjene pravila o tržišnom natjecanju u Europskoj uniji, AZTN je uzeo u obzir i točku 81. Uputa Komisije.

Slijedom navedenog, AZTN navodi kako je pored ostalih kriterija ocjene postupanja HT-a posebno ocjenjivao samu formu mogućeg odbijanja poslovanja s obzirom na posebnost slučaja. Naime, HT u smislu propisa o elektroničkim medijima nije nakladnik. Zbog odredbe članka 61. ZEM-a prava na *premium* nogometni sadržaj koja je stekao, HT dalje distribuira u lanac ustupajući prava na retransmisiju nakladniku HD-WIN-u. Stoga je u ovom postupku predmet ocjene bila analiza samih ugovornih odnosa i pojedinih odredbi ugovora koje je HT sklapao s izvornim nositeljima prava i s nakladnikom HD-WIN. Pritom AZTN naglašava kako predmet ocjene u ovom postupku nije bilo postupanje samog nakladnika HD-WIN-a na tržištu distribucije televizijskih programskih kanala pa HD-WIN nije bio stranka u predmetnom postupku.

Nadalje, AZTN je primijenio kriterij ocjene učinaka postupanja s uzlaznog tržišta na silazno tržište prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade. Drugim riječima, AZTN je ocjenjivao stanje na silaznom tržištu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade kroz ocjenu mogućeg isključivanja konkurenata s tržišta, a koje bi bilo u uzročno-posljedičnoj vezi s postupanjem na uzlaznom tržištu distribucije *premium* nogometnog sadržaja.

U nastavku se daje obrazloženje utvrđenih činjenica i okolnosti slijedom primjene navedenih kriterija ocjene postupanja HT radi utvrđenja je li takvim postupanjem došlo do zlouporabe njegovog vladajućeg položaja.

U konkretnom slučaju AZTN je utvrdio da je HT imao višegodišnji ekskluzivitet na prijenos *premium* nogometnog sadržaja na teritoriju Republike Hrvatske i to prava na UEFA Ligu prvaka i UEFA Europsku ligu za nogometne sezone 2012./2013., 2013./2014., 2014./2015., 2015./2016., 2016./2017. i 2017./2018. te prava na HNL za sezone 2011./2012., 2012./2013., 2013./2014., 2014./2015., 2015./2016., 2016./2017., 2017./2018. i 2018./2019.). Drugim riječima, bio je jedini i isključivi nositelj prava na distribuciju tog predmetnog *premium* nogometnog sadržaja u navedenom razdoblju.

AZTN je utvrdio kako je HT daljnju distribuciju predmetnih sadržaja ustupio poduzetniku HD-WIN i to temeljem više ugovora sklopljenih između poduzetnika HT, HD-WIN d.o.o. iz Republike Srbije i HD-WIN.

U nastavku se obrazlažu činjenice utvrđene u postupku u odnosu na ugovore HT-a s nositeljima prava te ugovori o retransmisiji sportskih nogometnih sadržaja za koje je HT stekao prava na prijenos između poduzetnika HT, HD-WIN d.o.o. iz Republike Srbije i HD-WIN.

6.1. Ugovori HT-a s nositeljima prava

Na temelju Ugovora o medijskim pravima UEFA Liga prvaka i UEFA Superkup zaključenog s UEFOM, koji je stupio na snagu 12. ožujka 2012., HT je stekao pravo na prijenos nogometnih utakmica u sklopu UEFA Lige prvaka i utakmica UEFA Superkupa i to za natjecateljske sezone 2012./2013., 2013./2014. i 2014./2015.

HT i UEFA zaključili su i Ugovor o medijskim pravima UEFA europska liga, koji je stupio na snagu 8. svibnja 2012., a vezano uz stjecanje prava na prijenos utakmica UEFA Europske lige za natjecateljske sezone 2012./2013., 2013./2014. i 2014./2015. Spomenute ugovore s UEFOM, HT je u ovjerenom prijevodu na hrvatski jezik dostavio u privitku podneska od 11. ožujka 2013.

Na temelju Ugovora o medijskim pravima UEFA Liga prvaka i UEFA Superkup, zaključenog s UEFOM, koji je stupio na snagu 22. prosinca 2014., HT je stekao pravo na prijenos nogometnih utakmica u sklopu UEFA Lige prvaka i utakmica UEFA Superkupa i to za natjecateljske sezone 2015./2016., 2016./2017. i 2017./2018.

HT i UEFA zaključili su i Ugovor o medijskim pravima UEFA europska liga, koji je stupio na snagu 22. prosinca 2014., a vezano uz stjecanje prava na prijenos utakmica UEFA Europske lige za natjecateljske sezone 2015./2016., 2016./2017. i 2017./2018. Spomenute ugovore s UEFOM, HT je u ovjerenom prijevodu na hrvatski jezik dostavio u privitku podneska od 23. ožujka 2016.

Dana 18. prosinca 2017. HT i UEFA zaključili su Ugovor o medijskim pravima za UEFA Europsku ligu za sezone 2018./2019., 2019./2020. i 2020./2021., čime je HT stekao prava na prijenos svih utakmica UEFA Europske lige za navedene sezone. Predmetni je ugovor HT AZTN-u dostavio u privitku podneska zaprimljenog u AZTN-u 2. studenog 2018.

Na temelju ugovora između poduzetnika HT i Digitel komunikacije d.o.o. od 7. studenog 2011., zaprimljenog u predmetu KLASA: 034-08/12-01/004 kao privitak podneska poduzetnika HT od 6. travnja 2012., HT je stekao prava opisana u ugovoru na utakmice HNL-a za sezone 2011./2012. i 2012./2013.

Za natjecateljske sezone 2013./2014., 2014./2015. i 2015./2016., a vezano uz prava na utakmice HNL-a, HT je 1. ožujka 2013. sklopio ugovor s poduzetnikom Sportska dimenzija d.o.o. Taj ugovor HT je dostavio u privitku podneska od 28. studenoga 2013.

Dana 12. srpnja 2016. HT i poduzetnik VOX Nogomet d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Lanište 16 c (dalje: VOX Nogomet) zaključili su Ugovor LM 4-1/2016 kojim je HT stekao prava na prijenos utakmica HNL-a za natjecateljske sezone 2016./2017., 2017./2018. i 2018./2019. Predmetni ugovor HT je dostavio u privitku podneska zaprimljenog u AZTN-u 2. studenog 2018.

6.2. Ugovori o retransmisiji sportskih događaja zaključeni između HT-a i HD-WIN-a

Sukladno članku 61. ZEM-a, HT kao operator koji obavlja djelatnost prijenosa audiovizualnog programa ne može biti nakladnik televizije te pružatelj medijske usluge. Stoga prema očitovanju HT-a, kako bi se emitirali sadržaji na koje je stekao prava na temelju ugovora s poduzetnikom Digitel komunikacije d.o.o., odnosno Sportskom dimenzijom d.o.o. i UEFOM, HT je sklopio ugovore s HD-WIN-om.

6.2.1. Ugovor o retransmisiji sportskih događaja P8.2-034/2012

Nakon što je na temelju ugovora s UEFOM tijekom 2012. godine stekao prava na prijenos dijela utakmica UEFA Lige prvaka i UEFA Europske lige, kako bi osigurao prikazivanje tih sadržaja, kao i utakmica HNL-a putem MAXtv usluge, HT je 24. listopada 2012. s poduzetnicima HD-WIN d.o.o iz Republike Srbije i HD-WIN zaključio Ugovor o retransmisiji sportskih događaja P8.2-034/2012 (dalje: Prvi Ugovor). Prvi Ugovor u ovjerenom prijevodu na hrvatski jezik HT je dostavio u privitku podneska od 11. ožujka 2013.

Sva prava iz Prvog Ugovora odnosila su se na [...].

6.2.2. Ugovor o retransmisiji sportskih događaja P8.2-056/2013.

Budući da je Prvi Ugovor istekao 31. kolovoza 2013., novi Ugovor o retransmisiji sportskih događaja P8.2-056/2013. sklopljen je 22. studenoga 2013. između poduzetnika HT, HD-WIN d.o.o. iz Republike Srbije i HD-WIN (dalje: Drugi Ugovor). Drugi Ugovor u ovjerenom prijevodu na hrvatski jezik, HT je dostavio kao privitak podnesku od 28. studenoga 2013.

Tim ugovorom uređena je međusobna suradnja ugovornih strana vezano uz [...].

6.2.3. Ugovor o retransmisiji sportskih događaja od 6. srpnja 2015.

Nakon što je na temelju ugovora s UEFOM stekao prava na prijenos dijela utakmica UEFA Lige prvaka i UEFA Europske lige i za natjecateljske sezone 2015./2016., 2016./2017. i 2017./2018., kako bi osigurao prikazivanje tih sadržaja, kao i utakmica HNL-a putem MAXtv usluge, HT je 6. srpnja 2015. s poduzetnicima HD-WIN d.o.o. iz Republike Srbije i HD-WIN sklopio i novi Ugovor o retransmisiji sportskih događaja (dalje: Treći Ugovor).

Trećim Ugovorom uređena je međusobna suradnja ugovornih strana vezano uz [...].

6.2.4. Ugovor o retransmisiji sportskih događaja od 5. rujna 2018.

Poduzetnici HT, HD-WIN d.o.o. iz Republike Srbije i HD-WIN zaključili su 5. rujna 2018. novi Ugovor o retransmisiji sportskih događaja. HT je ovjereni prijevod predmetnog ugovora na hrvatski jezik dostavio u privitku očitovanja zaprimljenog 2. studenog 2018. Međutim, AZTN nije detaljno analizirao odredbe predmetnog ugovora jer je riječ o ugovoru koji se odnosi na razdoblje koje nije obuhvaćeno ovim rješenjem, što je detaljno objašnjeno u poglavlju 6.1. ovog rješenja.

6.2.5. Zaključak o Ugovorima o retransmisiji

Iz analize prethodno navedenih ugovora o retransmisiji koje je HT sklapao s HD-WIN-om proizlazi kako Prvi Ugovor nije predviđao mogućnost prikazivanja Arena Sport kanala sa sadržajem kao što je UEFA Liga prvaka, UEFA Europska liga i HNL putem drugih pružatelja maloprodajnih TV usluga i drugih platformi, različitih od MAXtv usluge.

Za razliku od Prvog Ugovora, prema odredbama Drugog Ugovora HD-WIN je imao mogućnost zatražiti podlicenciranje prava za retransmisiju nogometnih utakmica odigranih u UEFA Ligi prvaka, UEFA Europskoj ligi i MAXtv Prvoj ligi u natjecateljskoj sezoni 2013./2014. i/ili natjecateljskoj sezoni 2014./2015. u bilo kojem trenutku za vrijeme trajanja Drugog Ugovora, prema detaljnoj financijskoj konstrukciji koja je predviđena za dvije moguće opcije podlicenciranja.

Treći ugovor više ne sadrži detaljnu financijsku konstrukciju iz Drugog Ugovora za opcije podlicenciranja, koja je zamijenjena odredbom [...].

6.3. Ostali ugovori u odnosu na ustupanje prava HT-a na predmetne sadržaje

Osim ugovora zaključenih s UEFOM i HD-WIN-om, HT je dostavio i [...].

7. Analiza stanja na silaznom tržištu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade

Stanje na tržištu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj AZTN je analizirao za razdoblje od 2010. do 2017. godine.

Promatrano razdoblje određeno je od 2010. kao godine koja prethodi natjecateljskoj godini za koju je HT stekao prava na HNL klupsko natjecanje, a 2017. je posljednja puna kalendarska godina u promatranom mjerodavnom razdoblju.

Podatke o stanju na tržištu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade AZTN je zatražio od HAKOM-a i to podatke o broju pretplatnika i prihodima poduzetnika na tom tržištu u razdoblju od 2010. do 2017. godine.

Podaci su zaprimljeni u podnescima HAKOM-a zaprimljenih u AZTN-u 17. veljače 2016., 5. siječnja 2018. i 9. travnja 2018.

7.1. Struktura tržišta pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema kriteriju broja pretplatnika

U tablici 1. prikazani su podaci o broju pretplatnika na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema broju pretplatnika. Predmetni podaci, kao i podaci o prihodima, odnose se na sve platforme, dakle IPTV, kabelsku, satelitsku i digitalnu zemaljsku.

Tablica 1. Struktura tržišta pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema broju pretplatnika

Redni broj	Poduzetnik	2010.		2011.		2012.		2013.		2014.		2015.		2016.		2017.	
		Broj pretplatnika	Udjel u %	Broj pretplatnika	Udjel u %	Broj pretplatnika	Udjel u %	Broj pretplatnika	Udjel u %	Broj pretplatnika	Udjel u %	Broj pretplatnika	Udjel u %	Broj pretplatnika	Udjel u %	Broj pretplatnika	Udjel u %
1.	HT grupa ukupno	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]
	a) Hrvatski telekom d.d.	[...]	[60-70]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]	[...]	[40-50]
	b) Iskon Internet d.d.	[...]	[0-5]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]
	c) KDS d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
	d) Optima Telekom d.d.*	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[5-10]
2.	A1 grupa ukupno	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
	a) A1 Hrvatska d.o.o.	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
	b) B.net Hrvatska d.o.o.	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
3.	Totalna televizija d.o.o. ¹	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
4.	Optika kabel TV d.o.o. ²	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
5.	KABELSKA TELEVIZIJA ŠIBENIK d.o.o. ³	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.	ISTARSKA KABELSKA d.o.o. ⁴	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
7.	ANTENA CATV d.o.o.	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8.	DASTIN d.o.o. ⁵	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-
9.	3t. cable d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-
10.	ANTENA J.D. d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11.	Amis Telekom d.o.o. ⁶	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-
12.	BT NET d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
13.	CATV-047 d.o.o. ⁷	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
14.	CONSILIUM d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
15.	ELECTRONIC CATV d.o.o.	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16.	KABEL KANAL d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
17.	K3 Keter Telekom d.o.o.	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-
18.	KERMAN d.o.o.	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19.	KTV TELEKOM d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
20.	KTV VINKOVCI d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21.	MAGIĆ TELEKOM d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
22.	METRONET d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-
23.	S.B. d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
24.	SELEC d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25.	H1 Telekom d.o.o. ⁸	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
26.	Hrvatska pošta d.d.	-	-	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]
27.	UMU (Udruga multimedijalnih umjetnosti)	-	-	-	-	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
28.	MAGI Zagreb d.o.o.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
29.	Terrakom d.o.o.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[...]	[0-5]
	Ukupno	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00

- Totalna televizija d.o.o. bila je dio A1 do svibnja 2013. te je broj pretplatnika uključen u ukupan broj A1 grupe do 2014.
4. lipnja 2013. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Optika kabel infrastruktura d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu
10. srpnja 2013. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Kabelska Televizija Šibenik d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu
16. rujna 2013. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Istarska Kabelska d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu
15. rujna 2014. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Dastin d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu
6. studenog 2015. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Amis Telekom d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu
23. svibnja 2017. CATV-047 pripojen je društvu VIPnet d.o.o.
- U lipnju 2014. HT je preuzeo upravljanje nad poduzetnikom Optima Telekom d.d. nakon provedenog postupka predstečajne nagodbe. Stoga je broj pretplatnika Optima Telekom d.d. od 2015. do 2017. godine uključen u ukupan broj pretplatnika HT grupe.
1. kolovoza 2017. H1 Telekom d.d. je pripojen poduzetniku Optima Telekom d.d. te su podaci o pretplatnicima za 2017. godinu vjerojatno sadržani u podacima o broju pretplatnika poduzetnika Optima Telekom d.d.

Izvor: Očitovanja HAKOM-a zaprimljena u AZTN-u 17. veljače 2016., 5. siječnja i 9. travnja 2018.

Obrada: AZTN

U tablici 2. se dodatno prikazuju tržišni udjeli HT-a kao nositelja prava na predmetne sportske sadržaje na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema broju pretplatnika.

Tablica 2. Tržišni udjeli HT-a na Pay-TV tržištu prema kriteriju broja pretplatnika

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
HT	[60-70]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
Ostali operatori iz HT grupe	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Ostali operatori na tržištu	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Očitovanja HAKOM-a zaprimljena u AZTN-u 17. veljače 2016., 5. siječnja i 9. travnja 2018.

Obrada: AZTN

Iz navedenih podataka prikazanih u tablicama 2. i 3. proizlazi zaključak kako cjelokupno tržište pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2017. godine bilježi rast s [...] pretplatnika u 2010. godini na [...] pretplatnika u 2017. godini, što predstavlja rast od [60-70] %.

Ako se posebno analizira položaj HT-a, kao nositelja sportskog sadržaja koji je predmet ovog postupka, razvidno je kako tržišni udjel HT-a prema broju pretplatnika pada u cijelom promatranom razdoblju. Radi se o značajnom padu tržišnog udjela HT-a jer je HT u 2010. godini bilježio tržišni udjel od [60-70] %, da bi u 2017. godini njegov tržišni udjel iznosio [40-50] %.

Istovremeno, tržišni udjeli ostalih operatora iz HT grupe rastu u promatranom razdoblju unatoč tome što navedeni poduzetnici u svojoj ponudi nemaju sportski sadržaj koji je predmet ovog postupka.

Najveći konkurent HT-a u promatranom je razdoblju A1 grupa, odnosno A1, koji u promatranom razdoblju bilježi blagi rast tržišnog udjela od [20-30] % u 2010. godini na [20-30] % u 2017. godini. U razdoblju od 2010. do 2013. godine ostvaruje rast tržišnog udjela sa [20-30] % na [20-30] %, dok u 2014. godini bilježi pad. Pri tome se naglašava kako je u tom razdoblju poduzetnik Totalna televizija d.o.o. izašla iz A1 grupe. Naime, uz A1 i B.net Hrvatska d.o.o., A1 grupu je do svibnja 2013. godine sačinjavala i Totalna televizija. Međutim, u svibnju 2013. godine Totalna televizija napustila je A1 grupu te djeluje samostalno.

Od 2015. godine ponovno se bilježi rast tržišnog udjela poduzetnika A1. A1 je u razdoblju od lipnja 2013. pa do 2017. godine stekao poslovne udjele u nekoliko društava koji su pružali usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade i preuzeo njihovu korisničku bazu, što je posljedično utjecalo i na rast tržišnog udjela A1.

Poduzetnik Totalna televizija, u razdoblju od 2011. godine, dok je još bio dio A1 grupe pa sve do 2016. godine, gotovo je udvostručio svoj tržišni udjel, sa [0-5] % u 2011. na [0-5] % u 2016. godini. U 2017. godini pak bilježi pad tržišnog udjela na [0-5] %.

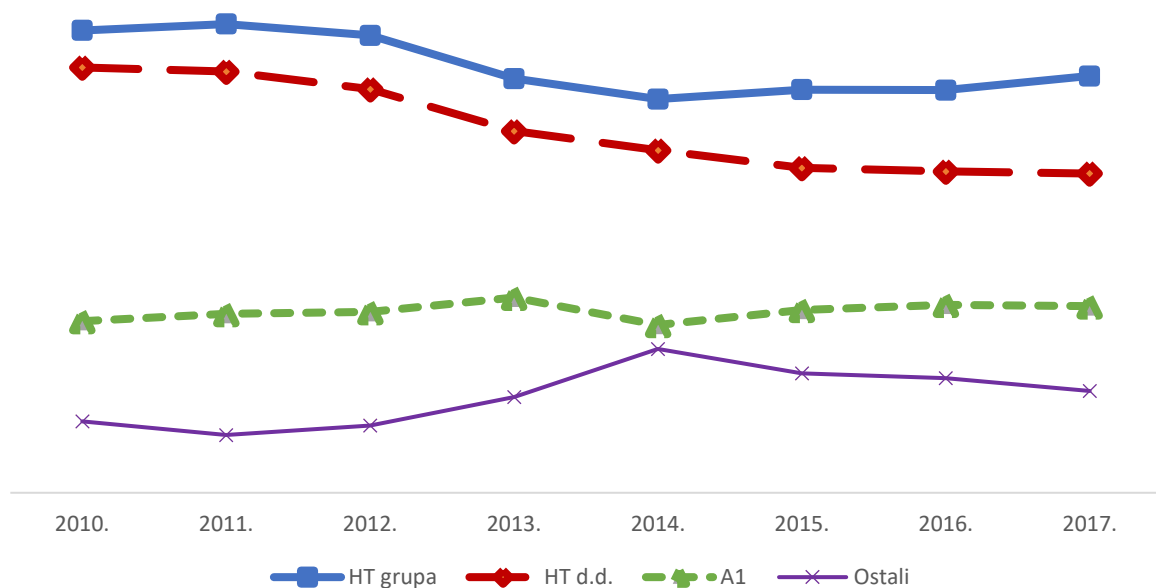
Uz A1, drugi je najveći konkurent HT grupe u promatranom razdoblju prema tržišnom udjelu bila Hrvatska pošta (dalje: HP), sa svojom uslugom prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade komercijalnog naziva EvoTV koju pruža putem zemaljske digitalne televizije. Radi se o drugačijoj infrastrukturnoj platformi u odnosu na HT, A1, a i ostale operatore jer koristi već postojeće antene i DVB-T2 signale te je za njeno korištenje potreban samo prijamnik koji se priključi na spomenute antene, a koji je ujedno i prenosiv, što znači da se može nositi na različite lokacije radi gledanja TV programa. Kako i HAKOM navodi u svojoj analizi iz

dokumenta Tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu, prijedlog za javnu raspravu iz ožujka 2015. (dalje: Analiza HAKOM-a), zemaljska digitalna TV najdostupnija je usluga prijenosa TV programa budući da koristi istu opremu kao i besplatna televizija dostupna na cijelom teritoriju Republike Hrvatske.

Posebnost usluge HP-a, s posebnim naglaskom na mobilnost samog prijamnika, koju ne posjeduju ostali konkurenti, generirala je dodatnu potražnju na predmetnom tržištu te utjecala na tržišni udjel Hrvatske pošte. Ulaskom s EvoTV uslugom na tržište u 2013. godini, HP je ostvario tržišni udjel od [0-5] % te u pravilu bilježi rast u narednim godinama koji u 2017. godini iznosi [5-10] %.

Na slici 1. grafički su prikazani tržišni udjeli poduzetnika na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema broju pretplatnika.

Slika 1. Tržišni udjeli operatora prema broju pretplatnika na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema broju pretplatnika



Izvor: Očitovanja HAKOM-a zaprimljena u AZTN-u 17. veljače 2016., 5. siječnja i 9. travnja 2018.
 Obrada: AZTN

Temeljem grafičkog prikaza sa slike 1. proizlazi zaključak o kontinuiranom padu tržišnog udjela HT-a.

Slijedom navedenog, ako se promatra i analizira potencijalni utjecaj predmetnog sportskog sadržaja koji je prisutan isključivo na platformi HT-a, može se zaključiti kako, unatoč stjecanju tih predmetnih prava, tržišni udjel HT-a bilježi nastavak trenda pada. Istovremeno, na tržištu je

prisutna određena dinamika u smislu ulaska novih konkurenata na tržište ili jačanje postojećih prvenstveno putem preuzimanje drugih poduzetnika na tržištu.

7.2. Struktura tržišta pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2017. godine prema kriteriju ostvarenih prihoda

U tablici 3. prikazana je struktura tržišta pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2017. godine prema ostvarenim prihodima. Za razliku od analize strukture tržišta prema broju pretplatnika koja je prikazana u točki 7.1. obrazloženja ovog rješenja, u analizi strukture predmetnog tržišta prema kriteriju ostvarenih prihoda prikazuju se pokazatelji od 2011. godine s obzirom na to što je HAKOM prije 2011. podatke o prihodima prikupljao isključivo za uslugu kabela televizije, a podaci za ostale poduzetnike koji su usluge pružali na drugim platformama nisu bili raspoloživi.

Tablica 3. Struktura tržišta pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2011 do 2017. godine prema ostvarenim prihodima

Redni broj	Poduzetnik	2011.		2012.		2013.		2014.		2015.		2016.		2017.	
		Prihodi u HRK	Udjel u %	Prihodi u HRK	Udjel u %	Prihodi u HRK	Udjel u %	Prihodi u HRK	Udjel u %	Prihodi u HRK	Udjel u %	Prihodi u HRK	Udjel u %	Prihodi u HRK	Udjel u %
1.	HT grupa ukupno	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]
	a) Hrvatski telekom d.d.	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[60-70]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]	[...]	[50-60]
	b) Iskon Internet d.d.	[...]	[0-5]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]
	c) KDS d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
	d) Optima Telekom d.d. ¹	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
2.	A1 grupa ukupno	[...]	[30-40]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
	a) A1 Hrvatska d.o.o.	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[10-20]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
	b) B.net Hrvatska d.o.o.	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
3.	Totalna televizija d.o.o. ¹	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
4.	Optika kabel TV d.o.o. ²	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
5.	KABELSKA TELEVIZIJA ŠIBENIK d.o.o. ³	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
6.	ISTARSKA KABELSKA d.o.o. ⁴	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
7.	DASTIN d.o.o. ⁵	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-
8.	3t.cable d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-
9.	ANTENA J.D. d.o.o.	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.	Amis Telekom d.o.o. ⁶	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-
11.	BTNET d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
12.	CATV-047 d.o.o. ⁷	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
13.	CONSILIUM d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
14.	KABEL KANAL d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
15.	K3 Keter Telekom d.o.o.	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-
16.	KTV TELEKOM d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
17.	KTV VINKOVCI d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18.	MAGIĆ TELEKOM d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
19.	METRONET d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-
20.	S.B. d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-
21.	SELEC, d.o.o.	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
22.	H1 Telekom d.o.o.	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
23.	Hrvatska pošta d.d.	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]	[...]	[5-10]
24.	UMU (Udruga multimedijalnih umjetnosti)	-	-	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
25.	MAGI Zagreb d.o.o.	-	-	-	-	-	-	-	-	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]	[...]	[0-5]
26.	Terrakom d.o.o.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	[...]	[0-5]
	Ukupno	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00	[...]	100,00

¹ Totalna televizija d.o.o. bila je dio A1 do svibnja 2013. godine te su ostvareni prihodi uključeni u ukupno ostvarene prihode VIPnet grupe do 2014.

² lipnja 2013. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Optika kabel infrastruktura d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu

³ srpnja 2013. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Kabelska Televizija Šibenik d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu

⁴ 16. rujna 2013. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Istarska Kabelska d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu

- ^{5.} 15. rujna 2014. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Dastin d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu
^{6.} studenog 2015. A1 je stekao poslovne udjele u društvu Amis Telekom d.o.o. u stopostotnom (100%) iznosu
^{7.} 23. svibnja 2017. CATV-047 pripojen je društvu VIPnet d.o.o.
^{8.} U lipnju 2014. HT je preuzeo upravljanje nad poduzetnikom Optima Telekom d.d. nakon provedenog postupka predstečajne nagodbe. Stoga su podaci o prihodima Optima Telekoma d.d. od 2015. do 2017. godine uključen u ukupne prihode HT grupe za navedeno razdoblje.

Izvor: Očitovanja HAKOM-a zaprimljena u AZTN-u 17. veljače 2016., 5. siječnja i 9. travnja 2018.
 Obrada: AZTN

U tablici 4. se dodatno prikazuju tržišni udjeli HT-a kao nositelja prava na predmetne sportske sadržaje na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u razdoblju od 2011. do 2017. godine prema ostvarenim prihodima.

Tablica 4. Tržišni udjeli HT-a na *Pay-TV* tržištu prema kriteriju ostvarenih prihoda

	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
HT	[50-60]%	[50-60]%	[60-70]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
Ostali operatori iz HT grupe	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Ostali operatori na tržištu	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
Ukupno	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Izvor: Očitovanja HAKOM-a zaprimljena u AZTN-u 17. veljače 2016., 5. siječnja i 9. travnja 2018.
 Obrada: AZTN

Iz navedenih podataka prikazanih u tablicama 3. i 4. razvidno je kako, jednako kao i u slučaju analize tržišta prema kriteriju broja pretplatnika, promatrano i prema kriteriju ostvarenih prihoda tržište pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj bilježi rast u promatranom razdoblju s [...] milijuna kuna ostvarenih prihoda svih operatora u 2011. godini na [...] milijuna kuna ostvarenih prihoda u 2017. godini.

HT, kao nositelj sportskog sadržaja koji je predmet ovog postupka, bilježi blagi rast tržišnog udjela od 2011. do 2013. godine s [50-60] % na [60-70] %. Nakon toga u kasnijem razdoblju od 2014. HT bilježi kontinuirani pad tržišnog udjela koji konačno u 2017. godini iznosi [50-60] %.

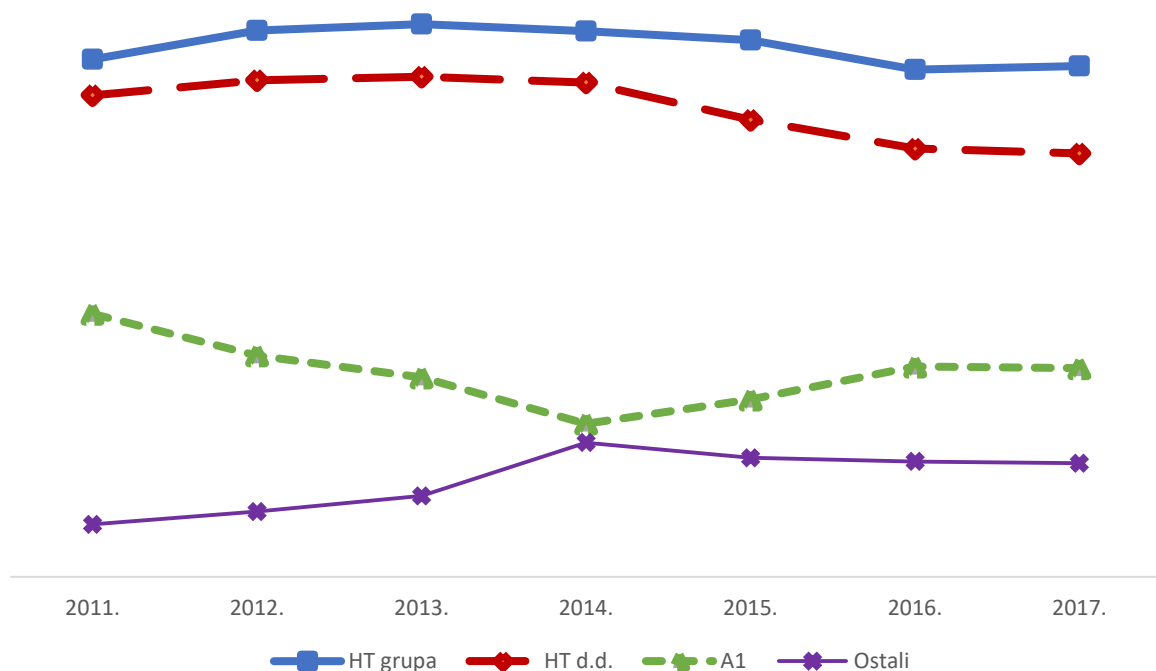
Istovremeno, tržišni udjeli ostalih operatora iz HT grupe rastu u promatranom razdoblju unatoč tome što navedeni poduzetnici u svojoj ponudi nemaju sportski sadržaj koji je predmet ovog postupka.

Najznačajniji konkurent na predmetnom tržištu, poduzetnik A1 prvotno bilježi pad tržišnog udjela od 2011. do 2014. godine, a zatim od 2015. godine bilježi rast tržišnog udjela te konačno u 2017. godini isti iznosi [20-30] %.

Osim navedenih poduzetnika, značajniji poduzetnik na mjerodavnom tržištu u promatranom razdoblju je Totalna televizija, čiji tržišni udjel nakon napuštanja A1 grupe iznosi nešto manje od [0-5] %. Također, HP u promatranom razdoblju ostvaruje rast tržišnog udjela od ulaska na tržište 2013. godine do 2017. godine u kojoj bilježi tržišni udjel od [5-10] %. Ostali poduzetnici bilježe neznatne tržišne udjele.

Na slici 2. grafički su prikazani tržišni udjeli poduzetnika na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema ostvarenim prihodima.

Slika 2. Tržišni udjeli operatora prema broju pretplatnika na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2010. do 2017. godine prema ostvarenim prihodima



Izvor: Očitovanja HAKOM-a zaprimljena u AZTN-u 17. veljače 2016., 5. siječnja i 9. travnja 2018.
 Obrada: AZTN

Grafički prikaz sa slike 2. dodatno potvrđuje zaključke navedeno uz podatke prikazane u tablici 3. u odnosu na HT i A1 kao najznačajnije konkurente na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade.

HT kao nositelj prava na sportske sadržaje koji su bili predmet analize u provedenom postupku, nakon 2013. godine bilježi pad tržišnog udjela i poduzetnik A1 nakon pada tržišnog udjela u početnom dijelu promatranog razdoblja, od 2014. godine bilježi rast tržišnog udjela.

Što se tiče ostalih poduzetnika, njihov zajednički tržišni udjel kontinuirano raste od 2011. do 2014. Od tada do 2017. godine tržišni udjel ostatka tržišta (bez HT grupe i A1) bilježi pad.

Od značajnijih promjena koje su se dogodile na predmetnom tržištu u promatranom razdoblju, navodi se ulazak HP-a na tržište 2013. sa svojom EvoTV uslugom. Od 2014. HP bilježi izraženiji rast koji konačno u 2017. godini iznosi [5-10] %.

Tržišni rast A1 od 2014. godine te ulazak na tržište i kontinuirani rast HP-a na mjerodavnom tržištu, utjecao je na pad tržišnog udjela HT-a jer se radi o poduzetnicima koji u razdoblju od 2014. do 2017. godine ostvaruju najveći rast te čine najznačajnije konkurente HT-a.

7.3. Zaključno o položaju HT-a na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj

Rezultati analize kretanja tržišnih udjela na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u promatranom razdoblju po oba kriterija, broju pretplatnika i ostvarenim prihodima, zatim činjenica ulaska novih poduzetnika na mjerodavno tržište te kontinuirani rast cjelokupnog tržišta, pokazuju postojanje dinamike na tržištu. Pritom nisu utvrđene pravne ili činjenične zapreke ulaska na predmetno mjerodavno tržište pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade.

Promatrajući HT, kao nositelja prava na predmetne sportske sadržaje te njegov tržišni udjel prema oba kriterija, razvidno je kako nisu utvrđeni pokazatelji temeljem kojih bi se moglo zaključiti o ukidanju učinkovitog tržišnog natjecanja na silaznom tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade na način da bi se bilježio izraženi rast tržišnog udjela HT-a i istovremeno istiskivanja konkurenata s tržišta.

Naime, tržišni udjel HT-a prema broju pretplatnika kontinuirano pada te je nastavio padati i nakon uvrštavanja predmetnog sadržaja na HT-ovu *MaxTV* platformu u 2011. što se tiče HNL-a, odnosno u 2012. što se tiče UEFA sadržaja. Tržišni udjel HT-a prema ostvarenim prihodima također pada od 2014. pa sve do 2017. godine.

Također, na tržištu se u promatranom mjerodavnom razdoblju bilježi ulazak HP-a s *EvoTV* uslugom što je pozitivno utjecalo na generiranje nove potražnje zbog specifičnosti usluge HP-a. Također se bilježi izlazak Totalne televizije kao značajnijeg sudionika na tržištu iz A1 grupe, što je utjecalo prvotno na pad tržišnog udjela A1, a koji je zatim ponovno počeo bilježiti rast pokazatelja.

Ako se promatraju pokazatelji u apsolutnim vrijednostima, broj pretplatnika HT-a kontinuirano raste od 2010. do 2014. godine. U 2015. godini došlo je do manjeg pada broja pretplatnika, da bi opet nastavio rasti. No, unatoč tome, njegov tržišni udjel u kontinuiranom je padu. U odnosu na ostvarene prihode, HT kontinuirano bilježi rast prihoda, izuzev u 2015. godini kada se bilježi neznatan pad ostvarenih prihoda te zatim ponovni rast.

Dakle, iako broj pretplatnika i prihodi HT-a u pravilu kontinuirano rastu u apsolutnom iznosu kroz cijelo promatrano razdoblje, njegov je tržišni udjel prema oba kriterija u padu, jer tržište raste po većoj stopi u odnosu na pokazatelje HT-a.

Iz provedene analize koja je obuhvatila dugo razdoblje od 2010. do 2017. godine, a koje obuhvaća i razdoblje posjedovanja predmetnog sadržaja HT-a, razumno se može zaključiti kako nisu utvrđeni dokazi o stvarnom ili mogućem isključujućem postupanju HT-a u odnosu na njegove konkurente na tržištu, odnosno zlouporabi njegovog vladajućeg položaja na mjerodavnom tržištu u tom obliku, budući da se bilježi rast postojećih konkurenata na mjerodavnom tržištu i dodatno se bilježi uspješan ulazak novih konkurenata na mjerodavno tržište.

Slijedom navedenog, utvrđeno je kako je na silaznom tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj HT suočen s učinkovitom konkurencijom, odnosno kako na njemu postoji učinkovito tržišno natjecanje. Budući da je zaključeno kako na silaznom tržištu postoji učinkovito tržišno natjecanje, čime nije ispunjena

jedna od kumulativnih pretpostavki za utvrđivanje zlouporabe vladajućeg položaja odbijanjem poslovanja, AZTN nije analizirao ostale pretpostavke.

Pored utvrđenih činjenica temeljem provedenog postupka, AZTN navodi i okolnost da je HAKOM kao sektorski regulator, u svojoj Odluci KLASA: UP/I-344-01/15-03/03, URBROJ: 376-11-15-13, od 9. srpnja 2015., a čiji je sastavni dio dokument „Tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu“, zaključio kako na tržištu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade (*Pay-TV*) postoji djelotvorno tržišno natjecanje.

U predmetnom dokumentu, kao sastavnom dijelu navedene Odluke, u bitnome je navedeno kako je HAKOM mišljenja da mjerodavno tržište prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade (*Pay-TV* tržište) nije podložno prethodnoj regulaciji te je mišljenja kako će, u odsustvu regulacije, tržište prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade vezano uz uslugu pristupa težiti djelotvornom tržišnom natjecanju.

8. Odluka Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja

Na temelju dostavljene dokumentacije i utvrđenog činjeničnog stanja, savjesnom i detaljnom ocjenom svakog dokaza posebno i svih dokaza zajedno, Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Vijeće), na sjednici 32/2019., održanoj 6. studenog 2019., razmatralo je navedeni predmet te je na temelju članka 30. točke 2., članka 31. te članka 58. stavka 1. točke 13. ZZTN-a donijelo odluku kojom se utvrđuje da HT u razdoblju od 7. studenoga 2011. do 30. lipnja 2018. nije zlouporabio vladajući položaj na tržištu distribucije *premium* nogometnog sadržaja na teritoriju Republike Hrvatske u smislu članka 13. ZZTN-a jer nisu utvrđeni dokazi o stvarnom ili mogućem isključujućem postupanju poduzetnika HT u odnosu na njegove konkurente na silaznom tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade na teritoriju Republike Hrvatske.

Nadalje, Vijeće je odlučilo da se predmetni postupak protiv HT-a, u dijelu koji je pokrenut u smislu članka 102. UFEU-a, obustavi na temelju članka 5. stavka 2. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 iz Ispravka Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003. Navedena odluka Vijeća donesena je primjenom kriterija iz pravne stečevine Europske unije u smislu članka 2.a i članka 74. ZZTN-a te pravnog stajališta Suda Europske unije u tumačenju odredbe članka 5. stavka 2. Uredbe Vijeća (EZ) br. iz Ispravka Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003

Vijeće svoje odluke obrazlaže kako slijedi:

U konkretnom slučaju prvenstveno valja naglasiti kako zbog svoje posebne prirode i značaja za sudionike na tržištu audiovizualnog sadržaja, kao i u konačnici za potrošače, *premium* nogometni sadržaj u proizvodnom smislu, sukladno članku 5. Uredbe o mjerodavnom tržištu, čini zasebno mjerodavno tržište.

Premium nogometni sadržaj, kako to pokazuje i dugogodišnja praksa Europske komisije, a što je u konkretnom slučaju potvrđeno ekonomsko-pravnom analizom AZTN-a i za teritorij Republike Hrvatske, obuhvaća domaću nacionalnu ligu (HNL) te UEFA Ligu prvaka i Europsku ligu, kao najpoznatije svjetske *brandove* nogometnog natjecanja klubova, čiji potencijalni supstituti nisu mogući u predvidivoj budućnosti.

Na mjerodavnom tržištu distribucije *premium* nogometnog sadržaja HT se pojavio u 2011. godini, prvo s distribucijom prava prijenosa utakmica HNL-a u, da bi od kraja 2012. počeo distribuirati i prava na prijenos UEFA Lige prvaka i Europske lige, čime je u narednom šestogodišnjem razdoblju (zaključno sa sezonom 2017./2018.) obuhvatio sva nogometna natjecanja koja su u ovom postupku određena kao *premium* nogometni sadržaj i tako nesporno zauzeo vladajući položaj na tom tržištu.

HT-ov vladajući položaj na mjerodavnom tržištu ogledao se prvenstveno u razmjerno dugom šestogodišnjem razdoblju za koje je pribavio ta prava, kao i u kombinaciji dodatnih pokazatelja koja se očituje u vlasničkoj strukturi s naglaskom na HT-ovu povezanost s etabliranim poduzetnikom Deutsche Telekom AG sa sjedištem u Bonnu, Njemačka, što mu omogućuje vrlo jednostavan i povlašten pristup tržištima kapitala i novčanim izvorima na svjetskoj razini, značajnoj financijskoj snazi, ukupnoj veličini HT-a, tehnološkoj prednosti u vidu raspolaganja mrežnom infrastrukturom na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, raširenoj distributivnoj i prodajnoj mreži njegovih proizvoda na cijelom teritoriju Republike Hrvatske, vertikalnoj integraciji na više različitih vertikalno integriranih veleprodajnih i maloprodajnih tržišta te značajnoj tržišnoj snazi HT-a općenito na pojedinim segmentima elektroničkih komunikacijskih tržišta.

HT je na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade prisutan sa svojom uslugom *MAXtv*, gdje ostvaruje visoke tržišne udjele, uz kontinuirani rast broja korisnika.

Kako na tržištu distribucije televizijskih programskih kanala nije mogao biti prisutan zbog zakonske zabrane iz članka 61. ZEM-a, koji priječi istovremeno obavljanje djelatnosti prijenosa audiovizualnog programa i nakladnika televizije te pružatelja medijskih usluga, HT je u svrhu daljnje distribucije *premium* nogometnog sadržaja sklopio uzastopne ugovore s HD-WIN-om, vlasnikom *Pay-TV* kanala Arena Sport, prilikom čega se prijenos ustupljenog *premium* nogometnog sadržaja u sklopu Arena Sport kanala odvijao isključivo na HT-ovoj *MAXtv* platformi.

Prema propisima o zaštiti tržišnog natjecanja, da bi bila riječ o sprječavanju, ograničavanju ili narušavanju tržišnog natjecanja zlouporabom vladajućeg položaja moraju istodobno biti ispunjena dva uvjeta i to da se poduzetnik nalazi u vladajućem položaju na mjerodavnom tržištu u smislu članka 12. ZZTN-a te da taj vladajući položaj zlouporabljuje u smislu članka 13. ZZTN-a, odnosno članka 102. UFEU-a.

U kontekstu pravne kvalifikacije u konkretnom slučaju kao mogućeg odbijanja poslovanja, uzete su u obzir sve bitne okolnosti za ocjenu tog postupanja kao moguće zlouporabnog. Sukladno Uputi Komisije (točke 76., 81. i 83.), odbijanje poslovanja u bitnome obuhvaća postupanje poduzetnika u vladajućem položaju kada odbija prodati svoj proizvod ili pružiti uslugu drugom poduzetniku na silaznom tržištu.

AZTN je u predmetnom postupku ocjene postupanja kao moguće zlouporabe vladajućeg položaja na odgovarajući način primjenjivao kriterije koji proizlaze iz primjene pravila o tržišnom natjecanju u Europskoj uniji, kako je to propisano člankom 74. ZZTN-a, a što je detaljno opisano u poglavlju 3. obrazloženja ovog rješenja. U tom smislu, AZTN je uzeo u obzir i točku 81. Uputa Komisije.

Vezano za navedeni uvjet, u postupku je utvrđeno kako je na silaznom tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u Republici Hrvatskoj HT suočen s učinkovitom konkurencijom, odnosno kako na njemu postoji učinkovito tržišno natjecanje, čime nije ispunjena jedna od kumulativnih pretpostavki za utvrđivanje zlouporabe vladajućeg položaja odbijanjem poslovanja iz članka 81. Uputa Komisije.

Vijeće je posebno uzelo u obzir pokazatelje iz zaključka analize koje smatra relevantnim u ovom postupku. Poduzetnik HT, kao nositelj sportskog sadržaja koji je bio predmet ovoga postupka, ostvaruje kontinuirani pad tržišnog udjela prema broju pretplatnika od 2010. do 2017. godine. Prema ostvarenim prihodima, HT je bilježio rast tržišnog udjela do 2013. godine, a zatim slijedi kontinuirani pad tržišnog udjela HT-a sve do 2017. godine.

Istovremeno, najveći tržišni konkurent HT-a, A1, u razdoblju od 2010. do 2013. godine ostvaruje rast tržišnog udjela prema broju pretplatnika s [20-30] % na [20-30] %, dok u 2014. godini slijedi pad od približno [...] postotna boda ([20-30] %), a što je posljedica izlaska Totalne televizije iz tadašnje VIPnet grupe. Od tada opet slijedi rast i približavanje najvišem tržišnom udjelu A1 iz 2013. godine ([20-30] % u 2017. godini).

Prema ostvarenim prihodima, A1 je bilježio pad u apsolutnom iznosu i u tržišnom udjelu u razdoblju od 2011. do 2014. godine. Međutim, od 2015. godine na dalje A1 ostvaruje rast prihoda i rast broja pretplatnika.

Od ostalih tržišnih konkurenata HT grupe potrebno je naglasiti ulazak HP-a na predmetno tržište, s digitalnom zemaljskom uslugom EvoTV u 2013. godini. Hrvatska pošta od ulaska na mjerodavno tržište bilježila je i rast broja pretplatnika i tržišnog udjela, tako da je u 2017. ostvarivala tržišni udjel od [5-10] %. Prema ostvarenim prihodima Hrvatska pošta također je bilježila rast tržišnog udjela od svog ulaska na tržište te je imala [5-10] % tržišnog udjela u 2017. godini. Iz navedenih pokazatelja proizlazi zaključak o uspješnom ulasku Hrvatske pošte u relevantnom razdoblju na mjerodavno tržište kao novog konkurenta HT-a.

Nadalje, na tržištu djeluje i poduzetnik Totalna televizija, čiji se tržišni udjel prema oba kriterija stabilizirao na razini od [0-50] % do [0-5] %. Također, u 2017. godini na predmetno je tržište ušao i poduzetnik Terrakom, koji u 2017. prema oba kriterija ostvaruje manje od [0-5] % tržišnog udjela.

Analiza kretanja tržišnih udjela na tržištu pružanja *Pay-TV* usluge u promatranom razdoblju po oba kriterija, broju pretplatnika i ostvarenim prihodima, ulazak novih poduzetnika, kao i kontinuirani rast cjelokupnog tržišta, ne mogu dovesti do razumnog zaključka o tome da je HT isključivao konkurente s mjerodavnog tržišta. Naprotiv, bilježe se ulasci novih poduzetnika na mjerodavno tržište u relevantnom razdoblju.

Tržišni udjel HT-a promatran prema broju pretplatnika kontinuirano pada te je nastavio padati i nakon uvrštavanja predmetnog sadržaja na HT-ovu *MaxTV* platformu u 2011. što se tiče HNL-a, odnosno u 2012. što se tiče UEFA sadržaja. Tržišni udjel HT-a prema ostvarenim prihodima također pada od 2014. pa sve do 2017. godine.

Tržišni udjel HT-a značajno je pao prema broju pretplatnika od 2010. do 2017. s oko [60-70] % na oko [40-50] %. Njegov tržišni udjel, kao i udjel poduzetnika A1 te udjel ostalih poduzetnika na tržištu promatranih zajedno, od 2015. do 2017. godine pokazuju znakove stagnacije, odnosno stabilizirali su se približno na razini iz 2015. godine.

Promatrajući tržište pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade u cjelini, u promatranom razdoblju od konkurenata HT grupe, A1 i HP bilježe zamjetniji rast tržišnog udjela.

Iz analize proizlazi kako unatoč posjedovanju predmetnog sadržaja, HT prema oba kriterija (broju pretplatnika i ostvarenom prihodu) bilježi pad tržišnog udjela u relevantnom razdoblju. Drugim riječima, predmetni sadržaj nije doveo do rasta tržišnog udjela HT-a na predmetnom tržištu niti do zaustavljanja pada tržišnog udjela HT-a. Također, što se tiče utjecaja akvizicije predmetnog sportskog sadržaja od strane HT-a na druge poduzetnike, ona nije dovela ni do zatvaranja tržišta za druge konkurente jer su u promatranom razdoblju na tržište ušla četiri nova poduzetnika.

Pored navedenoga, HAKOM je u svojoj Odluci KLASA: UP/I-344-01/15-03/03, URBROJ: 376-11-15-13, od 9. srpnja 2015., čiji je sastavni dio dokument „Tržište maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu“, zaključio kako na tržištu prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade (*Pay-TV*) postoji djelotvorno tržišno natjecanje. Što se tiče dokumenta HAKOM-a,

kao sastavnog dijela navedene Odluke, u njemu je navedeno kako je HAKOM mišljenja kako mjerodavno tržište prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade (*Pay-TV* tržište) nije podložno prethodnoj regulaciji te je mišljenja kako će, u odsustvu regulacije, tržište prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade vezano uz uslugu pristupa težiti djelotvornom tržišnom natjecanju. Pritom, potrebno je naglasiti kako HAKOM nije analizirao sadržaj koji nude operatori.

Iz analize koja je obuhvatila dugo razdoblje od 2010. do 2017. godine, a koje obuhvaća i razdoblje posjedovanja predmetnog sadržaja HT-a, razumno se može zaključiti kako nisu utvrđeni dokazi o stvarnom ili mogućem isključujućem postupanju HT-a u odnosu na njegove konkurente na tržištu, odnosno zlouporabi njegovog vladajućeg položaja na mjerodavnom tržištu u tom obliku, budući da se bilježi rast postojećih konkurenata na mjerodavnom tržištu i dodatno se bilježi uspješan ulazak novih konkurenata na mjerodavno tržište.

Slijedom navedenog, utvrđeno je kako je na silaznom tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade HT suočen s učinkovitom konkurencijom, odnosno kako na njemu postoji učinkovito tržišno natjecanje.

Budući da je zaključeno kako na silaznom tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade postoji učinkovito tržišno natjecanje, nije ispunjena jedna od kumulativnih pretpostavki za utvrđivanje zlouporabe vladajućeg položaja odbijanjem poslovanja, što u konkretnom slučaju isključuje mogućnost primjene članka 13. ZZTN-a.

Vijeće naglašava kako je predmet ocjene u ovom postupku bilo postupanje HT-a na tržištu distribucije premium nogometnog sadržaja i to u kontekstu u kojem je HT, koji nije nakladnik u smislu odredaba ZEM-a, stekao prava na predmetni *premium* nogometni sadržaj, a koji je istovremeno prisutan na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade. S druge strane, predmet ocjene u ovom postupku nije bilo postupanje samog nakladnika HD-WIN-a na tržištu distribucije televizijskih programskih kanala pa HD-WIN nije bio stranka u postupku.

Nadalje, u tijeku vođenja ovog postupka (studeni 2018.) HT je stekao 100 % udjela u temeljnom kapitalu društva HP Produkcija d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Branimirova 4, čime je preuzeo EvoTV od HP-a. HAKOM je rješenjem KLASA: UP/I-344-01/18-08/02, URBROJ: 376-11-19-37, od 27. veljače 2019., uvjetno dopustio navedenu koncentraciju, pod pridržavanjem određenih mjera kojima se otklanjaju negativni učinci koncentracije na tržišno natjecanje.

Navedena okolnost, kao i promijenjena situacija na tržištu u pogledu stjecanja prava na prijenos utakmica UEFA Lige prvaka za naredno trogodišnje razdoblje, bit će predmetom posebne pažnje od strane AZTN-a. U tom smislu, AZTN će u okviru svojih ovlasti i aktivnosti pratiti daljnji razvoj tržišnog natjecanja na tržištu pružanja usluge prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade, a jednako tako i na uzlaznim tržištima, tržištu distribucije sadržaja i tržištu distribucije televizijskih programskih kanala na kojem djeluju nakladnici televizije.

Stoga je AZTN, na temelju odluke Vijeća, odlučio kao u točki I. izreke ovog rješenja.

U odnosu na članak 102. UFEU-a po kojemu je predmetni postupak bio pokrenut, važno je naglasiti kako je AZTN odluku o obustavi postupka u točki II. izreke ovog rješenja donio primjenom kriterija iz pravne stečevine Europske unije.

Naime, odredbama članka 2.a i članka 74. ZZTN-a propisano je da se ZZTN-om uređuje i primjena članka 102. UFEU-a na sve oblike narušavanja tržišnog natjecanja od strane poduzetnika koji imaju učinak na trgovinu između Republike Hrvatske i država članica

Europske unije sukladno Uredbi Vijeća (EZ) br. 1/2003 te da se u primjeni ZZTN-a, osobito u slučajevima postojanja pravnih praznina ili dvojbi pri tumačenju propisa, u skladu s člankom 1. Ugovora o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji („Narodne novine - Međunarodni ugovori“, br. 2/12), na odgovarajući način primjenjuju kriteriji koji proizlaze iz primjene pravila o tržišnom natjecanju u Europskoj uniji.

Odredbom članka 5. stavka 1. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 propisano je kako tijela država članica nadležna za tržišno natjecanje imaju ovlasti primjenjivati članke 81. i 82. Ugovora u pojedinačnim slučajevima. U tu svrhu, ona mogu, po službenoj dužnosti ili postupajući po pritužbi, donositi sljedeće odluke: zahtijevati da se povreda zakona otkloni, odrediti privremene mjere, prihvatiti obveze te izricati kazne, dnevne ili druge kazne predviđene nacionalnim propisima.

Stavkom 2. članka 5. navedene Uredbe iz Ispravka Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 (Službeni list L 173/108, 30. lipnja 2016.) propisano je da ako na temelju informacija koje posjeduju nisu ispunjeni uvjeti za utvrđivanje zabrane, nacionalna tijela za tržišno natjecanje mogu također odlučiti da ne postoji temelj za daljnje postupanje.

Nikakve druge odluke osim ovih izričito navedenih u članku 5. Uredbe ne mogu donositi tijela država članica Europske unije nadležna za tržišno natjecanje.

U svrhu izbjegavanja eventualnih dvojbi pri tumačenju navedene odredbe članka 5. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 i ocjene jesu li nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja ovlaštena donijeti odluku kojom se utvrđuje da nije narušeno tržišno natjecanje u smislu odredbe članka 102. UFEU-a, AZTN je u predmetnom postupku na odgovarajući način primijenio kriterije koji proizlaze iz primjene pravila o tržišnom natjecanju u Europskoj uniji. Konkretno, AZTN je na odgovarajući način primijenio sudsku praksu Suda Europske unije, kao najvišeg sudskog tijela Europske unije i jedinog tijela koje ima isključivo pravo tumačiti pravo Europske unije. Naime, Sud Europske unije ima zadaću osigurati ujednačavanje sudske prakse i razvoj prava Europske unije. Stoga su presude Suda Europske unije i njegova praksa izvor prava za sve države članice i sve europske institucije.

Naime, Sud Europske unije u svojoj je praksi odredbu članka 5. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 tumačio teleološki, prema cilju i svrsi same odredbe, na način da postoji postupovno ograničenje nacionalnih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja da prilikom ocjenjivanja konkretnog postupanja poduzetnika na tržištu mogu, ako to jest slučaj, donijeti odluku o nepostojanju povrede nacionalnih propisa, ali ne i odluku o nepostojanju povrede propisa Europske unije o zaštiti tržišnog natjecanja.

To ograničenje proizlazi iz presude Suda Europske unije u predmetu *C-375/09, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów v Tele2 Polska sp. z o.o., now Netia SA.*, od 3. svibnja 2011. (točke 23., 24., 26.-30., 32. i 34.). Prema toj presudi (točka 23.) nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja nisu ovlaštena donijeti odluku kojom se utvrđuje da nije narušeno tržišno natjecanje u smislu odredbe članka 102. UFEU-a.

Nadalje, Sud Europske unije u naprijed je navedenom predmetu zaključio (točka 27.) da bi u slučaju da nacionalni zakon predviđa obvezu donošenja odluke kojom se utvrđuje nepostojanje povrede članka 102. UFEU-a, takva odredba nacionalnog zakona bila u suprotnosti s pravom Europske unije, smatrajući tu odredbu članka 5. (2) Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 izravno primjenjivom.

Sud Europske unije svoju je odluku obrazložio (točka 28.) ističući da bi donošenje „negativnih“ meritornih odluka od strane nacionalnih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja moglo ugroziti ujednačenu primjenu članka 102. UFEU-a, budući da bi takve odluke mogle spriječiti Europsku komisiju da naknadno utvrdi kako to postupanje ipak jest povreda članka 102. UFEU-a.

Jedno od obilježja pravnog sustava Europske unije koje proizlazi iz sudske prakse Suda Europske unije jest načelo nadređenosti prava Europske unije nacionalnim pravnim sustavima država članica (točka 3. i točka 7. presude u predmetu *Flaminio Costa v E.N.E.L.*). Stoga navedeno načelo obvezuje zakonodavca da sadržajno uskladi odredbe nacionalnoga pravnog sustava s pravnim sustavom Europske unije.

Naprijed navedeno proizlazi i iz prakse Visokog upravnog suda Republike Hrvatske koji je presudom u predmetu AZTN protiv Hrvatska pošta d.d., pod poslovnim brojem: UsII-15/16-19, od 22. rujna 2017., potvrdio rješenje AZTN-a, KLASA: UP/I 034-03/13-01/010, od 26. studenog 2015. Tim je rješenjem, između ostalog, okončan postupak bez meritorne odluke o nepostojanju povrede propisa Europske unije o zaštiti tržišnog natjecanja. Navedeni je sud ocijenio pravilnim predmetno utvrđenje AZTN-a s obzirom na načelo nadređenosti prava Europske unije nad odredbama nacionalnog zakona odnosno ZZTN-a i uzimajući u obzir pravno stajalište Suda Europske unije o tome kako nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja nisu ovlaštena donijeti odluku kojom se utvrđuje da nije narušeno tržišno natjecanje u smislu odredaba članka 102. UFEU-a. Na opisani je način Visoki upravni sud Republike Hrvatske pravomoćno prihvatio tumačenje odredbe članka 5. (2) Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003.

Također, načela izravnog učinka i nadređenosti prava Europske unije nacionalnom pravu proizlaze i iz odredbi članka 145. Ustava Republike Hrvatske.

U kontekstu izravne neprimjenjivosti pojedine odredbe nacionalnoga zakona države članice koja je u suprotnosti s pravom Europske unije, Sud Europske unije utvrdio je u predmetu *Amministrazione delle finanze dello Stato v Simmenthal S.p.A.* kako (cit.): „...svaki nacionalni sud mora, u okviru svoje nadležnosti, u cijelosti primjenjivati pravo Zajednice i štiti prava koja su na temelju njega pojedinci stekli te ne smije primjenjivati odredbe nacionalnog prava koje su u suprotnosti s pravom Zajednice neovisno o tome jesu li donijete prije ili nakon odredbe prava Zajednice. Obveza primjene prava Zajednice postoji neovisno o tome što odredba nacionalnog propisa još nije ukinuta, kao i neovisno o tome što nadležno tijelo još nije odlučilo je li ona sukladna pravu Zajednice.“ (točka 21. i tekst na kraju presude).

Slijedom svega navedenog, AZTN je nakon utvrđenja kako u konkretnom slučaju HT nije narušio tržišno natjecanje u smislu članka 13. ZZTN-a okončao predmetni postupak bez meritorne odluke o nepostojanju povrede propisa Europske unije o zaštiti tržišnog natjecanja, u smislu članka 5. stavka 2. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 iz Ispravka Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003, odnosno obustavio je postupak u tom dijelu, primjenjujući načelo nadređenosti prava Europske unije nad odredbama nacionalnog zakona odnosno ZZTN-a i uzimajući u obzir pravno stajalište Suda Europske unije o tome kako nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja nisu ovlaštena donijeti odluku kojom se utvrđuje da nije narušeno tržišno natjecanje u smislu odredbe članka 102. UFEU-a.

Stoga je AZTN, na temelju odluke Vijeća, odlučio kao u točki II. izreke ovoga rješenja.

Uputa o pravnom lijeku

Protiv ovog rješenja nije dopuštena žalba, ali se u roku od trideset (30) dana od dana dostave ovoga rješenja može tužbom pokrenuti upravni spor pred Visokim upravnim sudom Republike Hrvatske.

Predsjednik Vijeća
za zaštitu tržišnog natjecanja

Mladen Cerovac, mag. iur.

Napomena:

Sukladno članku 53. ZZTN-a, podaci koji predstavljaju poslovnu tajnu izuzeti su od objavljivanja te su u tekstu navedeni podaci označeni [...], odnosno koriste se skraćenice naziva te postoci i podaci u rasponu.