

PEADIREKTOR

OTSUS

30.08.2007.a nr 35-KO

Koondumisele nr 19/2007 AS Ekspress Grupp / AS Maaleht loa andmine

Koondumine

26.06.2007.a esitas AS Ekspress Grupp esindaja Konkurentsiametile koondumise teate, mille kohaselt sõlmisid AS Ekspress Grupp ja OÜ Raamatukoda 25.06.2007.a aktsiate müügilepingu (edaspidi Leping). Lepingust tulenevalt omandab AS Ekspress Grupp AS-is Maaleht 98,96%-ilise osaluse.

Tehingu tulemusena omandab AS Ekspress Grupp valitseva mõju AS Maaleht üle konkurentsiseaduse (edaspidi KonkS) § 2 lg 4 tähenduses, ning antud juhul on tegemist koondumisega konkurentsiseaduse § 19 lg 1 p 2 sätestatud viisil.

Konkurentsiamet avaldas 26.06.2006.a ülalnimetatud koondumise teate saamise kohta teate väljaandes "Ametlikud Teadaanded". Asjast huvitatud isikud nimetatud koondumise kohta arvamusi ja vastuväiteid ei esitanud.

Seoses vajadusega teha kindlaks, kas käesolev koondumine võib tekitada või tugevdada turgu valitsevat seisundit, mis oluliselt kahjustab konkurentsi kaubaturul KonkS § 22 lg 3 tähenduses, alustati Konkurentsiameti peadirektori 25.07.2007.a otsusega nr 30-KO täiendav menetlus vastavalt KonkS § 27 lg 1 punktile 2.

Koondumise osalised

KonkS § 20 punkti 2 järgi on koondumise osaliseks füüsiline isik või ettevõtja, kes omandab valitseva mõju ühe ettevõtja või tema osa või mitme ettevõtja või nende osade üle.

KonkS § 20 punkti 4 järgi on koondumise osaliseks ettevõtja, kelle üle valitsev mõju omandatakse.

Seega on koondumise osalisteks AS Ekspress Grupp (edaspidi Ekspress Grupp) ja AS Maaleht (edaspidi Maaleht).

Ekspress Grupp (registrikood 10004677) on Eestis registreeritud äriühing, mille üle omab valitsevat mõju eraisik Hans Luik otsese enamusosaluse ja talle kuuluva äriühingu HHL Rühm OÜ kaudu. Ekspress Gruppi kuuluvad ettevõtjad tegelevad ajalehtede ja ajakirjade kirjastamise ning müügiga, trükiteenuste osutamisega,

interneti-portaalide haldamisega, raamatute jae- ja hulgimüügiga, infoteenuste osutamisega, perioodika ja reklaammaterjalide kojukandega.

Maaleht (registrikood 10001785) on Eestis registreeritud äriühing, mille aktsiad kuuluvad otsuse kuupäeva seisuga 100%-iliselt OÜ-le Raamatukoda. Maaleht tegeleb nädalalehe Maaleht kirjastamisega, samuti ajakirjade Maakodu ja Maamajandus ning raamatute kirjastamisega.

Õiguslik hinnang

Koondumise kontrolli kohaldamine

KonkS § 21 lg 1 kohaselt kontrollitakse koondumist, kui koondumise osaliste eelnenud majandusaasta käibed Eestis kokku ületavad 100 miljonit krooni ja vähemalt kahe koondumise osalise käibed Eestis ületavad kummalgi 30 miljonit krooni.

Ettevõtjate 2006.a käive Eestis oli kokku üle 776,8 miljoni krooni ja kahe koondumise osalise Eesti käive eraldi ületas nimetatud perioodil 30 miljonit krooni, mistõttu kuulub nimetatud koondumine KonkS § 21 lg 1 kohaselt kontrollimisele.

Kaubaturud

KonkS § 3 lg 1 kohaselt on kaubaturg hinna, kvaliteedi, tehniliste omaduste, realiseerimis- ja kasutustingimuste ning tarbimis- ja muude omaduste poolest ostja seisukohalt omavahel vahetatavate või asendatavate (edaspidi asendatavate) kaupade käibimise ala, mis hõlmab muu hulgas kogu Eesti territooriumi või selle osa.

Majandus- ja kommunikatsiooniministri 17.07.2006.a määruse nr 69 "Koondumise teate esitamise juhend" § 8 lg 3 punkti 1 kohaselt on horisontaalselt mõjutatud kaubaturuks selline kaubaturg, kus tegutseb vähemalt kaks koondumise osalist või nendega samasse kontserni kuuluvat ettevõtjat ja koondumine tekitab vähemalt 15-protsendilise ühise turuosa.

Koondumise teate kohaselt on käesoleva koondumise puhul horisontaalselt mõjutatud kaubaturuks ajalehtede kirjastamise kaubaturg ning koondumise osaliste tegevused kattuvad veel ajakirjade ja raamatute kirjastamise ning reklaamipinna müügi osas. Oma 01.08.2007.a kirjas Konkurentsiametile soovib koondumise teate esitaja rõhutada asjaolu, et tänapäeva kiiresti arenevas tehnoloogias ühiskonnas konkureerivad omavahel mitte enam üleriigilised nädala- ja päevalehed ühel tasandil ning kohalikud nädala- ja päevalehed teisel tasandil, vaid lugeja seisukohalt konkureerivad omavahel kõik infoedastamise kanalid (st trükimeedia, televisioon, raadio, internet).

Käesoleva koondumise kontrollimiseks ning kaubaturu määratluste täpsustamiseks saatis Konkurentsiamet ettevõtjatele (meediaettevõtjatele, s.t koondumise osaliste potentsiaalsetele konkurentidele, ning reklaamiagentuuridele, st koondumise osaliste klientidele reklaamipinna müügi osas) teabenõuded, milles muu hulgas paluti anda hinnang kaubaturu määratlustele, konkurentsi toimimisele ajalehtede ja ajakirjade

kirjastamise ning reklaamipinna müügi kaubaturul ning käesoleva koondumise mõjule konkurentide ja klientide äritegevusele.

Käesoleva koondumise kontrollimise raames meediaettevõtjatele saadetud teabenõuete vastustest järeldub, et tarbija (st lugeja, vaataja, kuulaja) seisukohalt ei ole erinevad meediakanalid omavahel asendatavad, vaid pigem üksteist täiendavad. Vastustes esitati muu hulgas järgmised hinnangud: “Igal meediatüübil on tarbija jaoks selgelt tunnetatavad eripärad alates kättesaadavusest kuni info edastamise väljendusvahendite ja –laadini” (AS Kanal 2), “AS-iga Kanal 2 konkureerivad esmajoonel televisiooniturul tegutsevad ettevõtjad”, “Tarbija seisukohalt tuleb erinevaid meediaid (televisioon, raadio, ajalehed jne) käsitleda erinevalt, kuna oma olemuselt ongi loetletud meedialiigid täiesti erinevad. Seda nii tarbimise viisi kui ka eri meedias pakutava sisu poolest.” (AS TV3). “AS-iga TV3 konkureerivad otseselt teised Eestis tegutsevad kommertskanalid”. Seega on Konkurentsiamet seisukohal, et iga meediakanal moodustab eraldi kaubaturu ning käesoleva koondumise puhul hinnatakse koondumise mõju ajalehtede ja ajakirjade kirjastamise kaubaturgudele. Raamatute kirjastamise kaubaturul on koondumise teate kohaselt Ekspress Grupi ja Maalehe turuosa kokku vaid 5%, seega nimetatud kaubaturgu käesoleva koondumise puhul ei analüüsita.

Ajalehtede ja ajakirjade kirjastamisel eristatakse lugeja kaubaturgu ja reklaamipinna müügi kaubaturgu.

Lugeja kaubaturg

Lugeja kaubaturu puhul KonkS § 3 lg 1 tähenduses on ostjaks trükimeedia väljaande lugeja, kes ostab või tarbib trükimeedia väljaandeid informatsiooni saamiseks ning käibivaks kaubaks on trükimeedia väljaanded. Lugeja seisukohalt vaadatuna jagatakse kirjutavat pressit vastavalt leviku ulatusele (üleriigilisteks ja kohalikeks väljaanneteks), ilmumise tiheduse järgi (päevalehtedeks, nädalalehtedeks, kuukirjadeks), sisu järgi (ärilehed, spordilehed, üldinformatiivsed ajalehed), uudiste kvaliteedi järgi (tabloidlehed ja kvaliteetlehed), keele järgi (eestikeelsed ja venekeelsed väljaanded) ja hinna järgi (tasulised ja tasuta väljaanded).

Koondumise teate esitaja hinnangul on ajalehtede lugeja kaubaturul käibivad kaubad kõik tasulised üleriigilised ja kohalikud nädala- ja päevalehed ja nende lisad, v.a nädalalehed Eesti Kirik, Terviseleht ja Õpetajate Leht. Koondumise teate esitaja nõustub oma 01.08.2007.a kirjas Konkurentsiametile Konkurentsiameti 25.07.2007.a otsuse nr 30-KO järeldustega selles osas, et eesti- ja venekeelsed päeva- ning nädalalehed asetsevad erinevatel kaubaturgudel.

Eestis kajastavad nii päevalehed kui ka suuremad nädalalehed päevakohaseid uudiseid ning käesoleva koondumise puhul ei ole vajadust analüüsida nädalalehti eraldi. Kuid lugeja seisukohast ei saa paigutada kohalikke ajalehti samale kaubaturule üleriigiliste päeva- ja nädalalehtedega. Ka Euroopa Komisjon on oma otsustes olnud seisukohal, et lugeja seisukohast moodustavad üleriigilised päevalehed eraldi kaubaturu kui regionaalsed ajalehed (juhtum nr IV/M.423 – Newspaper Publishing; juhtum nr IV/M.665 – CEP/Groupe de la Cité; juhtum nr IV/M.1455 – Gruner + Jahr/Financial Times; juhtum nr COMP/M.3817 – Wegener/PCM/JV). Samuti olid Konkurentsiameti teabenõuetele vastanud ettevõtjad lugeja kaubaturu osas valdavalt

seisukohal, et ajalehtedega Eesti Ekspress ja Maaleht konkureerivad peamiselt suuremad üleriigilised päevalehed. Seega on antud koondumise puhul ajalehtede lugeja kaubaturul käibivateks kaupadeks eestikeelsed üleriigilised päeva- ja nädalalehed, v.a eespool eraldi nimetatud lehed ja kultuurileht Sirp. Kultuurileht Sirp ei kajasta päevakohaseid uudiseid ning oma sisu poolest ajalehtedega Eesti Ekspress ja Maaleht ei konkureeri.

Käesoleva koondumise poolt mõjutatud ajalehtede lugeja kaubaturu maht oli 2006.a 313,96 miljonit krooni. Ekspress Grupi käive nimetatud kaubaturul oli [...] miljonit krooni ning turuosa [...]. Maalehe käive oli [...] miljonit krooni ning turuosa [...].

Ajakirjade lugeja kaubaturgu ei ole käesoleva koondumise puhul vaja jagada sisu, ilmumise sageduse ega teiste võimalike kriteeriumite alusel, vaid võib vaadelda kaubaturgu üldiselt. Ajakirjade kaubaturu kogumaht 2006.a oli Ekspress Grupi hinnangul u [...] miljonit krooni. Ekspress Grupp tegutseb ajakirjade kirjastamise valdkonnas AS Ajakirjade Kirjastus kaudu, mis on Ekspress Grupi ja AS Eesti Meedia ühise valitseva mõju all olev ettevõtja. AS Ajakirjade Kirjastus poolt kirjastatavate ajakirjade hulka kuulusid muu hulgas Kroonika, Kodukiri, Eesti Naine, Pere ja Kodu, Stiil, Anne, Saladused, TervisPluss, AutoBild Eesti, Ristik, Ripsik, Meistriristik, Miniristik, Megaristik, Kroonika ristsõnad, Stiina, Jana, Ruum, Teleleht, Nädal, Käsitöö ning Tallinn This Week. AS Ajakirjade Kirjastus müügitulu lugeja kaubaturul oli 2006.a [...] miljonit krooni ning turuosa [...], sh Ekspress Grupile omistatav turuosa [...]. Maalehe poolt kirjastatavate ajakirjade Maamajandus ja Maakodu müügitulu kokku lugeja kaubaturul oli 2006.a [...] miljonit krooni ja turuosa [...].

Reklaamipinna müügi kaubaturg

Reklaamipinna müügi kaubaturu puhul KonkS § 3 lg 1 tähenduses on ostjateks ettevõtjad, kes ostavad reklaamipinda, millel oma tooteid või teenuseid reklaamida ning kaubaturul käibivaks kaubaks on reklaamipind.

Koondumise teate esitaja hinnangul on ajalehtede Eesti Ekspress ja Maaleht konkurentideks reklaamipinna müügi kaubaturul nii trükiväljaanded kui ka kõik muud meediakanalid, s.t et omavahel konkureerivad nii internetiportaalid kui ka televisioon, raadiojaamad, ajalehed ja ajakirjad.

Käesoleva koondumise kontrollimise raames meediaettevõtjatele ja reklaamiagentuuridele saadetud teabenõuete vastustest järeldub, et siiski ei saa rääkida kogu meediat hõlmavast reklaamipinna müügi kaubaturust, vaid iga meediakanal moodustab reklaamipinna/eetriaaja müügi osas eraldi kaubaturu. Vastustes esitati muu hulgas järgmised hinnangud: “Esmajoones tuleks lähtuda kitsamast kaubaturu piiritlest, s.o. reklaamiaja/-pinna müügiturg ühe meediatüübi piires” (AS Kanal 2), “Kaubaturu määratlemisel peaks lähtuma ühe meedia sisest määratlusest, mis paneks samasse skaalasse trükimeedia” (AS TV3), “Reklaamipinna müügi kaubaturul toimub konkurents eelkõige meediatüübi sisest” (OÜ Media House), “Konkurentsi seisukohast on õigem eraldada trükiväljaanded, veebiväljaanded, raadio ja televisioon, kuna need reklaamikanalid on igaüks oma kindla spetsiifikaga” (AS Äripäev), “Trükimeedia moodustab ühe reklaamituru liigi” (AS Postimees).

Vaid üks küsitletud reklaamiagentuuridest leidis, et reklaamipinna müügi kaubaturgu ei saa kitsendada ühele meediatüübile, nentides samas, et erinevaid meediatüüpe käsitletakse siiski eraldi rühmadena.

Konkurentsiamet on eelnevalt (Eesti Päevalehe AS/AS Eesti Meedia/AS Linnaleht, otsus 19.04.2006.a nr 16-KO) määratlenud kaubaturgudena üleriigilise reklaamipinna müügi kohalikes ja üleriigilistes nädala- ja päevalehtedes ning kohaliku reklaamipinna müügi kaubaturu kohalikes päeva- ja nädalalehtedes Tallinnas, Tartus ja Pärnus. Käesoleva koondumise puhul ei ole nii kitsas kaubaturu määratlus siiski asjakohane, kuna Ekspress Grupp ja Maaleht kohalikke ajalehti välja ei anna ning mõlemad ettevõtjad tegelevad reklaamipinna müügiga nii üleriigilistes nädala- ja päevalehtedes kui ka ajakirjades. Ka Konkurentsiameti teabenõutele vastanud ettevõtjad olid valdavalt seisukohal, et reklaamipinna müügi osas võib käsitleda trükimeediat üldiselt.

Meediareklaamituru monitooringuga tegeleva ettevõtja AS Emor andmetel oli Eestis 2006.a müügitulu reklaamipinna müügist ajalehtedes 582,65 miljonit krooni ning müügitulu reklaamipinna müügist ajakirjades 149 miljonit krooni. Seega trükimeedias reklaamipinna müügi kaubaturu maht 2006.a oli 731,65 miljonit krooni. Ekspress Grupi müügitulu reklaamipinna müügist oli 2006.a [...] miljonit krooni ning turuosa trükimeedias reklaamipinna müügi kaubaturul [...]. Maalehe müügitulu reklaamipinna müügist oli 2006.a [...] miljonit krooni ning turuosa [...].

Hinnang koondumisele

KonkS § 22 lg 3 kohaselt keelab Konkurentsiameti peadirektor või tema asetäitja koondumise, kui see oluliselt kahjustab konkurentsi kaubaturul, eelkõige turgu valitseva seisundi tekkimise või tugevnemise kaudu.

KonkS § 13 lg 1 järgi omab turgu valitsevat seisundit ettevõtja või mitu samal kaubaturul tegutsevat ettevõtjat, kelle positsioon võimaldab tal/neil sellel kaubaturul tegutseda arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest. Turgu valitseva seisundi olemasolu eeldatakse, kui ettevõtjale või mitmele samal kaubaturul tegutsevatele ettevõtjale kuulub kaubaturul vähemalt 40 protsenti käibest.

Hinnang lugeja kaubaturule

Koondumise osaliste turuosad kokku käesoleva koondumise poolt mõjutatud eestikeelsete üleriigiliste päeva- ja nädalalehtede lugeja kaubaturul moodustasid 2006.a [...], mis tähendab, et peale Maalehe üle valitseva mõju omandamist kuulub Ekspress Grupile kaubaturul selline käive, mis on turgu valitseva seisundi omamise tunnuseks. Samas on ettevõtja turupositsiooni hindamisel oluline kindlaks teha, kas ettevõtja saab tegutseda arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest.

Ekspress Grupi suurimaks konkurendiks ajalehtede lugeja kaubaturul on AS Eesti Meedia, mis omab 100%-ilist osalust AS-is Postimees ning 50%-ilist osalust AS-is SL Õhtuleht. AS Eesti Meedia turuosa ajalehtede lugeja kaubaturul 2006.a oli [...], seega

on tegemist võrreldava turujõuga ettevõtjaga. Samuti on oluliseks tegijaks kaubaturul ajalehte Äripäev väljaandev AS Äripäev turuosaga [...].

Ajalehete lugeja kaubaturul on potentsiaalseteks ostjateks kõik eestikeelsete üleriigiliste ajalehete lugejad. Ajalehti müüakse üksikmüügis (kioskis, kaupluses) ja tellimuste teel. Koondumise teate kohaselt on tellimuste turg viimastel aastatel olnud stabiilne, näiteks ajalehtedel Eesti Ekspress ja SL Õhtuleht on otsekorraldusega tellijate osakaal ligi 50% üldisest tellijaskonnast. Samas on väljaanded koostöös kauplustega hakanud tegema kampaaniaid, et äratada inimestes huvi ka teiste ajalehete vastu peale selle, mida ta tellib. Näiteks saab nädalavahetusel Selverist vähemalt 450 krooni eest kaupa ostes tasuta ajalehe Postimees, Prismast vähemalt 350 krooni eest kaupa ostes tasuta ajalehe SL Õhtuleht ning hetkel käimasolev kampaania, mille puhul saab Selverist vähemalt 500 krooni eest kaupa ostes ajalehe Äripäev tasuta tellimuse kolmeks nädalaks. Ajalehe Eesti Ekspress tellijate vahel loositi välja suvekodu Saaremaal. Seega on ajalehete kaubaturul tihe konkurents, mis innustab ajalehti välja tulema mitmete kampaaniatega lugejate hoidmiseks ja juurdevõitmiseks.

Konkurentsiameti teabenõuetele vastanud ettevõtjad olid valdavalt seisukohal, et hetkel lugeja kaubaturul konkurents toimib ning eelkõige on oluline, et säiliks konkurents Ekspress Grupi ja AS Eesti Meedia poolt kirjastatavate ajalehete vahel. Samuti ei ole kaubaturule sisenemine vajalike finantsvahendite olemasolul piiratud. Juriidilisi, tehnoloogilisi ega majanduslikke barjääre kaubaturule sisenemiseks ei esine, uue ajalehe turule toomisel kaasnevad kulutused seoses toimetuse komplekteerimise, levivõrgu loomise ning trükkimise ja logistikaga.

Konkurentsiamet on seisukohal, et käesolev koondumine ei mõjuta märkimisväärselt konkurentsiolukorda ajalehete lugeja kaubaturul Eestis, sest ka koondumise järgselt tegutsevad kaubaturul mitmed majanduslikult ja finantsiliselt tugevad ettevõtjad ning eespool kirjeldatud olukord kaubaturul ei anna alust arvata, et koondumise osaliste positsioon võimaldaks neil tegutseda arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest.

Hinnang reklaamipinna müügi kaubaturule

Ekspress Grupi turuosa trükimeedias reklaamipinna müügi kaubaturul oli 2006.a [...], Maalehe turuosa oli [...], seega koondumise järgselt on Ekspress Grupi turuosa nimetatud kaubaturul [...]. Seega käesolev koondumine ei mõjuta konkurentsiolukorda trükimeedias reklaamipinna müügi kaubaturul ega kaubaturu struktuuri, kuna Maalehe osa kaubaturul on [...].

Arvestades kaubaturul koondumise osaliste konkurentide arvu, nende finantsjõudu, potentsiaalset konkurentsi, kaubaturgudele sisenemisbarjääride puudumist ja kaubaturgude struktuuri, ei esine käesoleva koondumise puhul KonkS § 22 lg 3 nimetatud asjaolusid, mis tingiksid koondumise keelamise.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes KonkS § 27 lg 1 p 1

Otsustan:

Anda luba AS Ekspress Grupp ja AS Maaleht koondumisele.

Otsuse peale võib esitada vaide Konkurentsiameti peadirektorile haldusmenetluse seaduses sätestatud korras või kaebuse Tallinna Halduskohtule halduskohtumenetluse seadustikus sätestatud korras 30 päeva jooksul, arvates käesoleva otsuse teatavakstegemisest.

Peeter Tammistu