

Ärakiri
Ärisaladused on välja jäetud

PEADIREKTOR

OTSUS

11.08.2006.a nr 37-KO

Koondumisele nr 19/2006 Aegis Media (Deutschland) GmbH/OÜ Mediapool loa andmine

Koondumine

28.07.2006.a esitas Aegis Media (Deutschland) GmbH esindaja Konkurentsiametile koondumise teate, mille kohaselt vastavalt 27.07.2006.a sõlmitud OÜ Mediapool osade ostu-müügilepingule (edaspidi Leping) Aegis Media (Deutschland) GmbH (edaspidi Aegis Media) omandab valitseva mõju OÜ Mediapool üle konkurentsiseaduse (edaspidi KonkS) § 2 lg 4 tähenduses. Seega on tegemist koondumisega KonkS § 19 lg 1 p 2 sätestatud viisil.

Konkurentsiamet avaldas 31.07.2006.a. Aegis Media ja OÜ Mediapool koondumise teate saamise kohta teate väljaandes „Ametlikud Teadaanded”. Asjast huvitatud isikud nimetatud koondumise kohta arvamusi ja vastuväiteid ei esitanud.

Koondumise osalised

KonkS § 20 p 2 järgi on koondumise osaline füüsiline isik või ettevõtja, kes omandab valitseva mõju ühe ettevõtja või tema osa või mitme ettevõtja või nende osade üle ja KonkS § 20 p 4 järgi on koondumise osaline ettevõtja, kelle üle või kelle osa üle omandatakse valitsev mõju. Seega on käesoleval juhul koondumise osalisteks Aegis Media ja OÜ Mediapool.

Aegis Media on Saksamaal registreeritud äriühing, kes tegeleb reklaamiteenuste osutamisega, eelkõige nõustamisega meediaplaneerimise, meediateenuste ja meediaostu valdkonnas.

Aegis Mediaga kuulub ühte kontserni Aegis Media Central Services AS ja 2006.a Eesti äriregistris registreeritud OÜ Vizeum ning Carat Estonia OÜ, kelle tegevusaladeks on meedia-, monitooringu- ja reklaamiteenuste osutamine ja vahendamine, uuringud ja konsultatsioonid.

OÜ Mediapool tegeleb meedia ja reklaami vahendamisega ning sellega seotud konsultatsioonide osutamisega.

Õiguslik hinnang

Koondumise kontrolli kohaldamine

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

Aegis Media 2005.a majandusaasta käive Eestis oli [...] miljonit krooni ja OÜ Mediapool 2005.a majandusaasta käive Eestis oli [...] miljonit krooni.

Seega kuulub käesolev 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 kaupade käibimise ala, mis hõlmab muu hulgas kogu Eesti territooriumi või selle osa.

Meediaagentuurid Aegis Media Central Services AS, kes kuulub koondumise osalise Aegis Mediaga ühte kontserni, ja OÜ Mediapool tegelevad reklaami (meedia aja ja pinna) müügi vahendamisega ja sellega seotud konsultatsioonidega (edaspidi nimetatud reklaami vahendamine).

Reklaami vahendamise raames ostavad meediaagentuurid reklaami aega ja pinda isikutelt, kelle meedia- või reklaamikanalites reklaame esitatakse, ning müüvad seda edasi isikutele, kes soovivad oma toodet või teenust müüa ja reklaamida. Meediaagentuurid vahendavad reklaami kõikjale, kus on võimalik toodet või teenust reklaamida, nagu televisioon, ajalehed, ajakirjad, raadio, internet, reklaamplakatid jm. Reklaami konsulteerimise raames on meediaagentuuride kasutuses uuringud, mis aitavad leida toodet või teenust reklaamida soovival isikul võimalikult efektiivne viis oma toote või teenuse reklaamimiseks, aidates leida antud toote või teenuse sihtrühma poolt enim jälgitavad meedia- ja reklaamikanalid, formaadid ja kellaajad. Konsultatsioonide raames antakse kliendile nõu, millistesse reklaamikanalitesse suunata kliendi toote või teenuse reklaam selleks, et lõpptulemus oleks kliendi jaoks kõige efektiivsem. Samas on reklaami konsultatsioonid tihedalt seotud reklaami vahendamisega ning meediaagentuuride poole pöörduvad isikud ei telli reklaami konsultatsiooniteenust eraldi reklaami vahendamisest, vaid tellivad need koos.

Meediaagentuuridega konkureerivad osaliselt ka reklaamiagentuurid, kes toodavad (loovad) reklaami. Samas pakuvad reklaamiagentuurid nn täisteenust, mille raames luuakse ja kujundatakse kliendi tootele või teenusele sobiv reklaam ning pakutakse ka reklaami vahendamist ja sellega seotud konsultatsiooniteenust. Ostja seisukohalt on meediaagentuuride poolt osutatava reklaami vahendamine ja sellega kaasnevad konsultatsiooniteenused asendatavad reklaamiagentuuride poolt pakutava reklaami vahendamise ja sellega seotud konsultatsiooniteenustega. Sellest tulenevalt konkureerivad osad reklaamiagentuurid paralleelselt meediaagentuuridega reklaami vahendamise kaubaturul. Samas ei osale meediaagentuurid reklaami loomisprotsessis.

Geograafiliselt on tegemist siseriikliku kaubaturuga, mis hõlmab kogu Eesti territooriumi, seda lähtuvalt keelelisest ja muudest sihtrühmade vahelistest erinevustest, kellele reklaam on mõeldud.

Eelnevates Komisjoni otsustes (COMP/M.3579 WPP/GREY; IV/M.1529 HAVAS ADVERTISING MEDIA PLANNING; COMP/M.2785 – PUBLICIS/BCOM3 jt) on analoogselt eristatud reklaami loomise (nimetatud marketing communication services või creative advertising) ning reklaami vahendamise (nimetatud media buying) kaubaturge. Komisjoni otsustes on reklaami vahendamise kaubaturg iseseisev ja hõlmab reklaami vahendamist erinevates meediakanalites nagu televisioon, trükiajakirjandus jm. Reklaami vahendamisega tegelevad agentuurid teevad lisaks uuringuid, kuidas erinevatele sihtgruppidele reklaami pakkuda. Seega reklaamijad kasutavad reklaami tootmist (loomist) selleks, et lasta luua ja kujundada sõnum (reklaam), aga reklaami vahendamist selleks, et viia sõnum sihtgrupini. Esimesel juhul on tegemist loomeprotsessiga, teisel juhul aga läbirääkimiste, planeerimise ja monitooringuga, mis on tehnilisemat laadi tegevus, mistõttu on tegemist kahe erineva kaubaturuga.

Lähtuvalt eelkirjeldatust on antud koondumise puhul kaubaturuna määratletav erinevates Eesti meediakanalites reklaami vahendamine agentuuride poolt.

Vastavalt TSN Emor poolt 2006.a märtsis esitletud uuringu tulemustele moodustas Eesti meediareklaamituru kogukäive 2005.a 1 145 miljonit krooni. Lähtudes 17.05.2006.a „Äripäevas” ilmunud lisa Turunduse TOP esitatud andmetest ja meediaagentuuride aruannetest oli meediaagentuuride kogukäive 2005.a Eestis ligikaudu 605 miljonit krooni. Koondumise osaliste hinnangul moodustas reklaamiagentuuride poolt vahendatav reklaam 30% ülejäänud meediareklaamiturust. Seega moodustab koondumise osaliste ühine turuosa koondumise järgselt reklaami vahendamise kaubaturul [...] %.

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 omamist eeldatakse, kui ettevõtjale või mitmele samal kaubaturul tegutsevale ettevõtjale kuulub kaubaturul vähemalt 40 protsenti käibest.

Arvestades asjaolu, et Aegis Media Central Services AS ja OÜ Mediapool ühine turuosa oli kõnealusel kaubaturul 2005.a [...] %, puuduvad antud koondumise poolt mõjutatud kaubaturud majandus- ja kommunikatsiooniministri 17.07.2006.a määruse nr 69 § 8 lg 3 sätestatud viisil. Koondumine tekitab agentuuride poolt meediakanalites reklaami vahendamise kaubaturul horisontaalse kattuvuse, mille puhul koondumise osaliste ühine turuosa ei ole suurem kui 15%.

Agentuuride meediakanalites reklaami vahendamise kaubaturul tegutseb üle 20 meedia- ja reklaamiagentuuri, kellest koondumise osaliste olulisemad konkurendid on [...], kelle turuosad on samaväärsed või suuremad kui koondumise osalistel. Koondumine ei tekita ega tugevda turgu valitsevat seisundit meediakanalites reklaami vahendamise kaubaturul KonkS § 13 lg 1 mõistes. Koondumine ei kahjusta konkurentsi, selle tulemusena ei muutu konkurentsiolukord ega kaubaturu struktuur. Seega KonkS § 22 lg 3 nimetatud asjaolusid, mis tingiksid koondumise keelamise, ei esine.

Koondumisega seotud konkurentsipiirangud

Konkurentsiamet on seisukohal, et Lepingu punktis 8 sätestatud konkurentsipiiranguid võib lugeda koondumisega otseselt seotuks ja selle jõustamiseks vajalikeks, kuna nendega tagatakse käesoleva tehinguga seoses tehtud investeeringud ning omandatava vara väärtuse säilimine üleminekul müüjalt ostjale.

[.....]

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes KonkS § 27 lg 1 p 1

Otsustan:

Anda luba AEGIS Media (Deutschland) GmbH ja OÜ Mediapool koondumisele, sealhulgas koondumisega seotud konkurentsipiirangutele kestvusega [.....] alates AEGIS Media (Deutschland) GmbH poolt valitseva mõju omandamisest OÜ Mediapool üle.

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