



**OTSUS**

15.11.2012.a nr 5.1-5/12-032

**Koondumisele nr 13/2012 AS Eesti Meedia ja AS Trio LSL loa andmine**

**Koondumine**

16.10.2012.a esitas AS Eesti Meedia volitatud esindaja Konkurentsiametile koondumise teate, mille kohaselt vastavalt 05.10.2012 AS-i Eesti Meedia ja Metro Radio International LLC vahel sõlmitud aktsiate müügilepingule omandab AS Eesti Meedia ligikaudu 65,7% AS Trio LSL aktsiakapitalist. Tehingu eelselt omas AS Eesti Meedia ligikaudu 34% AS Trio LSL aktsiakapitalist. Tehingu tulemusena saavutaks AS Eesti Meedia valitseva mõju AS Trio LSL üle konkurentsiseaduse (KonkS) § 2 lg 4 tähenduses ning tegemist on koondumisega § 19 lg 1 p 2 sätestatud viisil.

Konkurentsiamet avaldas 16.10.2012.a ülalnimetatud koondumise teate saamise kohta teate väljaandes "Ametlikud Teadaanded". Asjast huvitatud isikud nimetatud koondumise kohta arvamusi ja vastuväiteid ei esitanud.

**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 või kelle osa üle valitsev mõju omandatakse.

Seega on koondumise osalisteks AS Eesti Meedia ja AS Trio LSL.

AS Eesti Meedia on Norras registreeritud meediakontserni Schibsted Media Group tütarettevõtja. AS-i Eesti Meedia põhitegevuseks on perioodikaväljaannete kirjastamine ja trükkimine, samuti elektrooniline meedia.

AS-i Eesti Meedia kontserni kuuluvad tütarettevõtjad AS Postimees, AS Ühinenud Ajalehed, AS Kanal 2, AS Kroonpress, OÜ Meediasüsteemid ja OÜ Soov Kirjastus. AS-i Eesti Meedia ja Ekspress Grupp AS-i ühise valitseva mõju alla kuuluvad AS SL Õhtuleht, AS Ajakirjade Kirjastus ja AS Express Post. Lisaks omab AS Eesti Meedia sidusettevõtjat OÜ Scanpix Baltics (osalus 49%). AS-i Eesti Meedia tegevus Lätis ja Leedus toimub tütarettevõtja AS Schibsted Baltics vahendusel.

AS-i Trio LSL põhiaktsionäriks on Ameerika Ühendriikides registreeritud Metroradio International LLC, mis kuulub omakorda Iirimaa meediakontserni Communicorp Group Ltd (osalus 65,74%). Vähemusaktsionärid on AS Eesti Meedia (osalus 34,01%) ja Heino Raivet (osalus 0,25%). AS-ile Trio LSL kuulub 4 tütarettevõtjat: OÜ Oirt, OÜ Järva Raadio, OÜ Tartu Raadio ja OÜ Elmar Raadio. AS-i Trio LSL poolt opereeritavateks raadiojaamadeks on : Kuku, Elmar, Uuno, Spin FM, 100FM ja DFM.

## **Õiguslik hinnang**

### **Koondumise kontrolli kohaldamine**

KonKS § 21 lg 1 kohaselt kontrollitakse koondumist, kui koondumise osaliste eelnenud majandusaasta käibed Eestis kokku ületavad 6 391 200 eurot ja vähemalt kahe koondumise osalise käibed Eestis ületavad kummalgi 1 917 350 eurot.

Ettevõtjate 2011.a käive Eestis oli kokku üle 6 391 200 euro ja koondumise osaliste Eesti käive eraldi ületas kummalgi 1 917 350 eurot, 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.

Mõlemad käesoleva koondumise osalised on meediaettevõtjad, kuid nad omavad erinevaid meediakanaleid. AS-i Eesti Meedia äritegevus hõlmab trükimeediat (ülერიიგilised ajalehed, kohalikud ajalehed ja ajakirjad), internetimeediat (erinevate trükimeedia väljaannete veebiportaalid – neist suurim [www.postimees.ee](http://www.postimees.ee), kuulutusteportaal [www.sooov.ee](http://www.sooov.ee), televisiooni veebiportaal [www.kanal2.ee](http://www.kanal2.ee)) ja televisiooni (Kanal 2). AS Trio LSL opereerib raadiokanaleid.

AS Eesti Meedia on koondumise teates asunud seisukohale, et käesolev koondumine mõjutab reklaami kaubaturgu. AS-i Eesti Meedia hinnangul konkureerivad suures plaanis reklaami kaubaturul omavahel kõik erinevad meediakanalid, konstateerides siiski, et reklaamiostja jaoks eksisteerivad teatud erisused erinevate meediakanalite vahel (eelkõige formaat ja selle omapärad, hind, sihtgrupid).

Konkurentsiameti praktikast võib järeldada, et kaubaturgude määratlemine sõltub oluliselt konkreetse juhtumi asjaoludest, eelkõige koondumise osaliste äritegevustest ning meedia- ja reklaamialal toimuvatele erinevatele ettevõtjate vahelistele koondumistele kohaldub üldjuhul erinev turumääratlus (Konkurentsiameti koondumiste otsused: 19.04.2006 nr 16-KO Eesti Päevalehe AS ja AS Eesti Meedia/AS Linnaleht; 11.08.2006 nr 37-KO Aegis Media GmbH/OÜ Mediapool; 27.08.2007 nr 32-KO OÜ Zinzin/Interinfo Baltic OÜ; 30.08.2007 nr 35-KO AS Ekspress Grupp/AS Maaleht; 28.09.2009 nr 5.1-5/09-0040 Cheh OÜ/Ekspress Hotline AS; 02.09.2011 nr 5.1-5/11-019 Ekspress Grupp AS/Eesti Päevalehe AS).

Koondumise teate kohaselt on reklaamiturul kõige suuremateks ostjateks meediaagentuurid, mille käive moodustas 2011.a ligikaudu 80% üldisest meediareklaamiturust. Käesoleva koondumise menetlemise raames küsis Konkurentsiamet meediaagentuuridelt arvamust erinevates meediatüüpides ostetavate reklaamide asendatavuse kohta. Kõik küsitletud meediaagentuurid olid arvamusel, et erinevad meediatüübid kuuluvad eraldi kaubaturgudele. Põhjustena nimetati erinevaid ostumeetodeid (erinevad sihtrühmad ja nende valikuvõimalused), erinevaid tööriistu nende valikul (erinevate meediatüüpide auditooriumeid uuritakse eraldiseisvalt ja erinevate meetoditega), erinevates meediakanalites on sageli erinevad ostjad.

Samuti küsis Konkurentsiamet arvamust kaubaturu kohta kahelt teiselt raadiokanaleid opereerivalt ning raadioreklaami müüvalt ettevõtjalt (Raadioreklaami OÜ ja Mediainvest Holding AS). Mõlemad ettevõtjad pidasid enda konkurentideks esmajärjekorras teisi raadiokanaleid. Samuti selgitas koondumise osaliste esindaja Konkurentsiametis, et omavahel konkureerivad isegi samasse kontserni kuuluvad raadiokanalid, kuna iga raadiokanal on iseseisev ning selle töötajate teenistus sõltub reklaami müügist oma kanalis.

Konkurentsiameti hinnangul eristub pakkumise seisukohalt vaadatuna raadioreklaam oluliselt teistest reklaamidest, kuna raadiokanal, raadioreklaami pakkujana, ei saa oma tegevust ümber kujundada eesmärgiga hakata pakkuma mõne teise meediatüübi reklaami. Samuti ei ole võimalik vastupidine pakkujate poolt tulenev surve ehk mõne teise meediaettevõtja (nt trükimeedia või televisioon) poolt raadioreklaami pakkumine.

Eeltoodud ostjate arvamus, konkurentsipurve olemus ja ka pakkumise poolne asendatavus viitavad raadioreklaami erinevusele võrreldes teiste reklaamidega. Samas nõustub Konkurentsiamet ka koondumise teate esitaja arvamusega, et käesolev koondumine mõjutab ka kogu reklaami kaubaturgu. Tulenevalt eelkõige interneti järjest suurenevast osatähtsusest meediatarbimises on muutunud üldine reklaami kaubaturg ja reklaamivõimalused. Reklaamikommunikatsioon on muutunud integreeritumaks erinevate reklaamikanalite vahel. Samuti jaguneb iga reklaamikanal omakorda paljudeks alamkanaliteks ning igasse alamkanalisse luuakse keskkonnale sobiv sõnum, kujundus, esitlusviis, sagedus ja aeg. Selline võimaluste rohkus, erinevate meediate samaaegne kasutamine ja kombineerimine, viitab sellele, et raadioreklaami eristamine üldisest reklaamiturust võib olla liialt kunstlik. Kuna käesolev koondumine ei kahjusta oluliselt konkurentsi kitsama ega laiema võimaliku turumääratluse puhul, jätab Konkurentsiamet antud juhul kaubaturu täpse piiratluse lahtiseks.

### **Hinnang koondumisele**

KonkS § 22 lg 3 kohaselt keelab Konkurentsiamet 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 tegutsevale ettevõtjale kuulub kaubaturul vähemalt 40 protsenti käibest.

Koondumise eelselt omab AS Eesti Meedia juba äritegevust trükimeedias, internetimeedias ja televisioonis ning koondumise tulemusel laieneb temale kuuluvate erinevate meediakanalite valik – lisanduvad raadiokanalid.

Hinnates koondumisest tulenevat muutust võimaliku kitsa turumääratluse korral, st raadioreklaami kaubaturul eraldi, ei muutu turustruktuur – muutub vaid ühe turuosalise omanik. Koondumise teates esitatud andmetel on AS-i Trio LSL osatähtsuseks raadioreklaamist Eestis viimasel kolmel aastal olnud ligikaudu 37% - 39%.

Koondumise teate kohaselt olid koondumise osaliste turuosad viimasel kolmel aastal üldisel reklaami kaubaturul Eestis AS-il Eesti Meedia vahemikus 26,9% - 30% ja AS-il Trio LSL vahemikus 3,7% - 3,9%. Seega, hinnates koondumisest tulenevat muutust võimaliku laiema turumääratluse korral, st üldisel reklaami kaubaturul, kuhu kuuluvad kõik erinevad reklaamivõimalused, siis kasvaks koondumise tulemusel koondumise teates esitatud andmetel AS-i Eesti Meedia turuosa ligikaudu 4%.

Suurimateks konkurentideks üldisel reklaamiturul on koondumise teate esitaja pidanud järgmisi ettevõtjaid järgmiste turuosadega:

Ekspress Grupp AS – 13,7%;

AS TV3 – 13,0% ja

JCDecaux Eesti OÜ – 6,4%.

Arvestades kaubaturu struktuuri, alternatiivsete reklaamivõimaluste rohkust, lisaks koondumise osaliste poolt pakutavale, ning samuti koondumisest põhjustatavat vähest muutust, leiab Konkurentsiamet, et käesolev koondumine ei kahjusta oluliselt konkurentsiolukorda mitte ühelgi koondumisega seotud kaubaturul. Antud koondumine ei anna AS-ile Eesti Meedia võimalust tegutseda arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest, mistõttu ei tekita turgu valitsevat seisundit KonkS § 13 lg 1 tähenduses ning KonkS § 22 lg 3 nimetatud asjaolusid, mis tingiksid koondumise keelamise, ei esine.

Lähtudes eeltoodust ja juhindudes KonkS § 27 lg 1 p 1

**otsustan:**

**anda luba AS Eesti Meedia ja AS Trio LSL 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.

*/allkirjastatud digitaalselt/*

Märt Ots  
Peadirektor

Konkurentsiameti 15.11.2012.a otsuse nr 5.1-5/12-032  
ärakiri on samane originaaliga.

/Veiko Ilves/ 21.11.2012.a