



UOHSX008GH61

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE



ROZHODNUTÍ

Č. j.: ÚOHS-S0257/2016/KS-21302/2016/840/MWi

Brno 17. 5. 2016

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S0257/2016/KS, zahájeném dne 19. 4. 2016 podle § 44 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, a § 15 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, v souladu s § 21 téhož zákona, na základě návrhu účastníků řízení, společností MEDIA BOHEMIA a.s., se sídlem Praha 2, Koperníkova 794/6, IČO 26765586, a Lagardere Active ČR, a.s., se sídlem Praha 2, Wenzigova 4/1872, IČO 61058297, zastoupených JUDr. Ivo Jandou Ph.D., se sídlem Praha 1, Na Příkopě 14, na povolení spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 a násl. téhož zákona, vydává toto

ROZHODNUTÍ:

Spojení soutěžitelů MEDIA BOHEMIA a.s., se sídlem Praha 2, Koperníkova 794/6, IČO 26765586, a Lagardere Active ČR, a.s., se sídlem Praha 2, Wenzigova 4/1872, IČO 61058297, na straně jedné, a RadioZET s.r.o., se sídlem Praha 2, Nové Město, Wenzigova 1872/4, IČO 25616803, na straně druhé, ke kterému má dojít dle § 12 odst. 3 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, na základě „Smlouvy o převodu obchodního podílu“, [... OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ...] mezi společnostmi MEDIA BOHEMIA a.s., jako kupujícím, a společností Lagardere Active ČR, a.s., jako prodávajícím, a [... OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ...] mezi společnostmi Lagardere Active ČR, a.s., MEDIA BOHEMIA a.s. a RadioZET s.r.o., v jejichž důsledku má společnost MEDIA BOHEMIA a.s. získat 50% obchodní podíl ve společnosti RadioZET s.r.o., a tím i možnost tuto společnost, společně se společností Lagardere Active ČR, a.s., kontrolovat, se dle § 16 odst. 2 téhož zákona

POVOLUJE.

ODŮVODNĚNÍ

1. Skutečnost, že se Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „Úřad“) spojením zabývá, byla v souladu s § 16 odst. 1 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), v platném znění (dále též „zákon“), zveřejněna v Obchodním věstníku č. OV482228 ze dne 22. 4. 2016. Tato skutečnost byla současně zveřejněna na internetových stránkách Úřadu. Ve stanovené lhůtě 5 dnů pro podání případných připomínek a ani později Úřad žádnou námitku k uvedené transakci neobdržel.
2. Při posuzování navrhované transakce vycházel Úřad zejména z návrhu na povolení spojení, dotazníku k povolení spojení, listin zakládajících posuzované spojení, výpisů z obchodního rejstříku, výročních zpráv, jakož i dalších všeobecně známých skutečností týkajících se spojujících se soutěžitelů a spojením dotčených oblastí.

I. Notifikační podmínky

3. K navrhovanému spojení soutěžitelů má dojít na základě „Smlouvy o převodu obchodního podílu“, [... OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ...] mezi společnostmi MEDIA BOHEMIA a.s., se sídlem Praha 2, Koperníkova 794/6, IČO 26765586 (dále jen „MEDIA BOHEMIA“), jako kupujícím, a společností Lagardere Active ČR, a.s., se sídlem Praha 2, Wenzigova 4/1872, IČO 61058297 (dále jen „Lagardere Active ČR“), jako prodávajícím, a [... OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ...] mezi společnostmi Lagardere Active ČR, MEDIA BOHEMIA a RadioZET s.r.o., se sídlem Praha 2, Nové Město, Wenzigova 1872/4, IČO 25616803 (dále jen „RadioZET“), v jejichž důsledku má společnost MEDIA BOHEMIA získat 50% obchodní podíl ve společnosti RadioZET, a tím i možnost tuto společnost, společně se společností Lagardere Active ČR,¹ kontrolovat.
4. Posuzovaná transakce tak představuje spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 odst. 3 a) zákona, neboť podle tohoto ustanovení se za spojení soutěžitelů považuje rovněž situace, kdy jedna nebo více osob, které nejsou podnikateli, ale kontrolují již alespoň jednoho soutěžitele, anebo jestliže jeden nebo více podnikatelů získá možnost přímo nebo nepřímo kontrolovat jiného soutěžitele nabytím účastnických cenných papírů, obchodních nebo členských podílů.
5. Dále se Úřad zabýval otázkou, zda předmětné spojení splňuje také druhé notifikační kritérium, stanovené v § 13 zákona. Vzhledem k tomu, že celkový čistý obrat všech spojujících se soutěžitelů dosažený za poslední účetní období na trhu České republiky je vyšší než 1,5 miliardy Kč a alespoň dva ze spojujících se soutěžitelů dosáhli každý za poslední účetní období na trhu České republiky čistého obratu vyššího než 250 milionů Kč, je notifikační podmínka stanovená v § 13 písm. a) zákona splněna, a spojení soutěžitelů tak podléhá povolení Úřadu.

II. Charakteristika spojujících se soutěžitelů

¹ Která bude držet zbývající 50% obchodní podíl na společnosti RadioZet.

6. Společnost **MEDIA BOHEMIA** je kontrolována společností MEDIA BOHEMIA HOLDINGS LIMITED, se sídlem Kyperská republika, 1087 Nicosia, Esperidon Street 12, 4th floor, a je součástí mediální skupiny Media Bohemia, [... *OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ* ...] (dále jen „Skupina MEDIA BOHEMIA“). Skupina MEDIA BOHEMIA vlastní a provozuje v České republice více než 30 regionálních rozhlasových stanic (například rádio Blaník, Fajn rádio, Hit rádio, Rock rádio, Rádio city a další). Skupina MEDIA BOHEMIA dále provozuje internetové mediální zastupitelství, a to prostřednictvím společnosti Impression Media, s.r.o., a vlastní internetové (on-line) projekty, zahrnující obsahové weby, hudební streaming a e-shopy, jako například Cestuj.cz (on-line cestovní agentura), Urbanstore.cz (internetový obchod se značkovým zbožím, nabízející oblečení, boty a doplňky), Dobrykos.cz (e-shop s dárkovým zbožím), Autoweb.cz (internetový magazín o autech), Living.cz (internetový magazín o bydlení), Femina.cz (internetový magazín pro ženy), ABradio.cz (specializovaný portál nabízející k poslechu přes internet rozhlasové stanice), Truhlikov.cz (internetové zahradnictví), DeliDeli.cz (online dárková služba) a Špuntík.cz (e-shop s výbavou pro děti).
7. Další oblastí, ve které působí Skupina MEDIA BOHEMIA je prodej zážitků a zážitkových dárků zaměřených na volnočasové aktivity. Součástí Skupiny MEDIA BOHEMIA je také produkční společnost AudioTech, s.r.o., která se zabývá výrobou audiovizuálních děl, zvukovou produkcí a postprodukcí televizních a rozhlasových pořadů, dabingem a výrobou reklamních rozhlasových a televizních spotů. Skupina MEDIA BOHEMIA působí rovněž v oblasti mediálního zastupitelství, a to prostřednictvím společnosti MEDIA MARKETING SERVICES a.s. (dále jen „MMS“)
8. Společnost **Lagardere Active ČR** je součástí francouzské skupiny Lagardere Group, jejíž mateřskou společností je společnost Lagardère SCA, se sídlem Francouzská republika, Paříž, rue de Presbourg 4 (dále jen „Skupina Lagardere“). Na celosvětové úrovni je Skupina Lagardere rozčleněna na čtyři divize, které působí v oblastech: i) knihy a elektronické knihy – Lagardère Publishing, ii) maloobchodní prodej spotřebního zboží a potravin v rámci tzv. „travel retail“ – Lagardère Travel Retail, iii) tisk, audiovizuální díla (rádio, televize a audiovizuální produkce), digitální produkce a prodej reklamního prostoru – Lagardère Active, do této divize patří také společnost Lagardere Active ČR a společnost RadioZET, a iv) sponzoring, konzultantské služby, pořádání kulturních a sportovních akcí, zastupování umělců a sportovců – Lagardère Sports and Entertainment. V České republice působí Skupina Lagardere především prostřednictvím divize Lagardère Travel Retail a Lagardère Active.
9. Skupina Lagardere provozuje na území České republiky dvě celostátní rádiové stanice (Evropa 2 a Frekvence 1) a několik regionálních stanic (Rádio Bonton, Dance Radio, Rádio ZET). Skupina Lagardere dále provozuje internetové projekty jako například hudební portál koule.cz, dětský web Pigy.cz nebo zpravodajsko-informační web ZET.cz. Součástí Skupiny Lagardere je také produkční divize NO LIMITS a mediální zastupitelství REGIE RADIO MUSIC spol. s r.o. (dále jen „RRM“).
10. Společnost **RadioZET** zajišťuje vysílání Rádía ZET. Rádio ZET je zpravodajská stanice s významným podílem mluveného slova. Rádio ZET vysílá v České republice na 12 regionálních frekvencích, přičemž v češtině vysílá v pracovní dny od 6.00 hod do 19.00 hod a o víkendech od 7.00 hod do 18.00 hod. V ostatním čase vysílá Rádio ZET na svých frekvencích vysílání BBC World Service v anglickém jazyce. Program Rádía ZET je stejný pro celé území České republiky, nevysílá žádné regionální mutace. Společnost RadioZET je

před uskutečněním posuzované transakce výlučně kontrolována společností Lagardere Active ČR.

III. Dopady spojení

11. Za účelem zjištění, zda navrhované spojení soutěžitelů nebude mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže, zejména proto, že by jím vzniklo nebo bylo posíleno dominantní postavení spojujících se soutěžitelů nebo některého z nich, Úřad vymezuje relevantní trh, kterým je v souladu s § 2 odst. 2 zákona trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území.
12. Při vymezování relevantních trhů v jednotlivých případech spojení soutěžitelů, k nimž dochází podle § 12 odst. 3 zákona, se Úřad zaměřuje na činnosti, které na území České republiky provozuje nabývaný soutěžitel, a z nich pak zejména na ty, které se zároveň překrývají s činnostmi navrhovatele či na ně vertikálně navazují nebo jim předcházejí.
13. Z výše uvedených skutečností vyplývá, že činnost spojujících se soutěžitelů se na území České republiky překrývá v oblasti rozhlasového vysílání a v oblasti poskytování inzertního (reklamního) prostoru v rozhlase, přičemž rozhlasové vysílání slouží posluchačům jako zdroj informací, zatímco inzertní prostor v rádiích je nakupován zákazníky od rádií (jejich provozovatelů nebo mediálního zastoupení) zejména za účelem podpory prodeje jejich zboží nebo poskytování jejich služeb.
14. Co se týče vymezení relevantního trhu z hlediska produktového, Úřad ve své dosavadní rozhodovací praxi v oblasti provozování rozhlasového vysílání² či širěji pojaté oblasti informačních médií³ naznačil, že rozhlasové vysílání je možné odlišit od jiných druhů informačních médií, jako jsou například televize, internet nebo novinový tisk.
15. S ohledem na tuto předchozí rozhodovací praxi Úřadu by tedy bylo možné vymezit věcný relevantní trh v této oblasti jako trh rozhlasového vysílání.
16. Inzertní (reklamní) prostor lze nabízet a poptávat v různých druzích médií (příkladem může být novinová inzerce, internetová inzerce, inzerce v televizi či v rádiu/rozhlase). V předchozích rozhodnutích týkajících se oblasti poskytování inzertního prostoru Úřad konstatoval,⁴ že poskytování inzertního prostoru v rádiu/rozhlase je možné odlišit od poskytování inzertního prostoru v jiných médiích, například v tištěných médiích, či na internetu, a naznačil jako možné vymezit samostatné věcné relevantní trhy v závislosti na druhu média, v němž je reklamní prostor poskytován.
17. V souladu s výše uvedenými skutečnostmi by tedy mohl být věcný relevantní trh vymezen jako trh poskytování inzertního prostoru v rádiu/rozhlase.
18. S ohledem na skutečnost, že posuzované spojení soutěžitelů nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže při jakémkoliv vymezení věcného relevantního trhu, a to jak v oblasti rozhlasového vysílání, tak v oblasti poskytování inzertního prostoru

² Viz rozhodnutí Úřadu S732/2012/KS RADIO UNITED a.s./MII Praha, s.r.o./Radio Investments s.r.o. nebo ÚOHS-S781/2013/KS AGROFERT, a.s./LONDA spol. s r.o.

³ Viz rozhodnutí Úřadu S110/2001 RINGIER ČR a.s./Československý sport, s.r.o.

⁴ Viz rozhodnutí Úřadu S732/2012/KS RADIO UNITED a.s./MII Praha, s.r.o./Radio Investments s.r.o. nebo S110/2001 RINGIER ČR a.s./Československý sport, s.r.o.

v rádiu/rozhlase, ponechal Úřad otázku vymezení relevantních trhů z hlediska produktového otevřenou a pro účely posouzení dopadů předmětného spojení vycházel z oblastí rozhlasového vysílání a poskytování inzertního prostoru v rádiu/rozhlase.

19. Co se týče geografického vymezení relevantních trhů v oblastech rozhlasového vysílání a poskytování inzertního prostoru v rádiu/rozhlase, Úřad ve svých předchozích rozhodnutích konstatoval,⁵ že hospodářské soutěže ve výše uvedených oblastech se účastní jak rádia celoplošná, která svým vysíláním pokrývají celé území České republiky, tak rádia regionální, která vysílají pouze na území některého kraje či regionu v rámci České republiky, a také reklama je v rozhlase zadávána celostátně, pokud jsou objednateli této reklamy větší společnosti s celostátní působností, i regionálně, tedy pouze na úrovni jednotlivých regionů v rámci České republiky.
20. Protože posuzované spojení soutěžitelů nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže při žádné z možných variant geografického relevantního trhu v oblastech rozhlasového vysílání a poskytování inzertního prostoru v rádiu/rozhlase a nabývaný soutěžitel působí pouze celostátně, Úřad ponechal otázku konečného vymezení z hlediska geografického otevřenou a pro účely tohoto rozhodnutí posuzoval dopady spojení na hospodářskou soutěž na území celé České republiky.
21. V oblasti rozhlasového vysílání dosáhla v roce 2015 společnost MEDIA BOHEMIA na území České republiky tržního podílu cca [15-25] %, společnost Lagardere Active ČR pak měla v témže roce na území České republiky tržní podíl cca [15-25] %. Tržní podíl společnosti RadioZET v roce 2015 činil na území České republiky cca [0-5] %.
22. Obdobných tržních podílů dosahují spojující se soutěžitelé i na trhu poskytování inzertního prostoru v rádiu/rozhlase na území České republiky. Jak Skupina MEDIA BOHEMIA, tak Skupina Lagardere nabízí inzertní prostor prostřednictvím mediálních zastupitelství, [... *OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ* ...].
23. Mediální zastupitelství zastupují v obchodních vztazích jednotlivá média, vytváří produktovou a cenovou politiku, komunikují se zadavateli reklamy, vyjednávají cenové podmínky spolupráce, spolufinancují mediální výzkumy a snaží se různými způsoby zvyšovat obchodní hodnotu zastupovaných médií. Společnosti MMS a RRM společně založily dceřinou společnost RADIOHOUSE s.r.o., která poskytuje své služby téměř výhradně svým mateřským společnostem a rozhlasovým stanicím vlastněným a provozovaným společnostmi náležejícími do Skupiny MEDIA BOHEMIA a Skupiny Lagardere, a to včetně Rádía ZET, které v roce 2015 prodalo více než [... *OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ* ...] % svého inzertního prostoru právě prostřednictvím společnosti RADIOHOUSE. Realizací posuzovaného spojení tedy nedojde k podstatné změně na spojením dotčených trzích.

IV. Závěr

24. Po zhodnocení všech skutečností dospěl Úřad k závěru, že posuzované spojení soutěžitelů nebude mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže v oblastech rozhlasového vysílání a poskytování inzertního prostoru v rádiu/rozhlase, a to především s ohledem na skutečnost, že tržní podíl společnosti, jež má být společně kontrolována navrhovateli je velmi

⁵ Viz rozhodnutí Úřadu S732/2012/KS RADIO UNITED a.s./MII Praha, s.r.o./Radio Investments s.r.o. nebo ÚOHS-S781/2013/KS AGROFERT, a.s./LONDA spol. s r.o.

nízký. Úřad proto rozhodl o povolení posuzovaného spojení soutěžitelů v souladu s § 16 odst. 2 zákona tak, jak je uvedeno ve výroku, a ve stanovené lhůtě toto rozhodnutí vydává.

POUČENÍ

Proti tomuto rozhodnutí může účastník řízení v souladu s § 152 odst. 1 a 4, ve spojení s § 83 odst. 1 a § 85 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, podat do 15 dnů od jeho oznámení rozklad, o kterém rozhoduje předseda Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Rozklad se podává u Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Včas podaný a přípustný rozklad má odkladný účinek.

Otisk úředního razítka

JUDr. Hynek Brom
I. místopředseda Úřadu

Obdrží

JUDr. Ivo Janda Ph.D.
White & Case (Europe) LLP
Na Příkopě 14
110 00 Praha 1
IDDS: a5dhd9y

Vypraveno dne

viz otisk razítka na poštovní obálce nebo časový údaj na obálce datové zprávy

Právní moc: 18. 5. 2016.