



UOHSX0056OSN

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE



ROZHODNUTÍ

Č. j.: ÚOHS-S320/2013/KS-11757/2013/840/RPI

Brno 24. 6. 2013

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S320/2013/KS, zahájeném dne 23. 5. 2013 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 účastníka řízení, společnosti *Economia, a.s.*, se sídlem Praha 7, Dobrovského 1278/25, IČ: 28191226, zastoupené JUDr. Pavlem Noskem, advokátem, se sídlem Praha 1, Jungmannova 24, na povolení spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 a násl. téhož zákona, vydává toto

ROZHODNUTÍ:

Spojení soutěžitelů *Economia, a.s.*, se sídlem Praha 7, Dobrovského 1278/25, IČ: 28191226, na jedné straně, a *Centrum Holdings s.r.o.*, se sídlem Praha 7 - Holešovice, Jankovcova 1037/49, IČ: 25273663, a *Webfarm s.r.o.*, se sídlem Teplice, Masarykova třída 2416/56, IČ: 25422375, na druhé straně, ke kterému má dojít podle § 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 koupi a prodeji obchodních podílů, uzavřené dne 29. 4. 2013 mezi společnostmi *CENTRUM.CZ.HOLDINGS B.V.*, se sídlem Nizozemské království, Amsterdam, Fred. Roeskestraat 123, jako prodávajícím, a společnostmi *Economia, a.s.*, jako kupujícím, v jejímž důsledku má společnost *Economia, a.s.* nabýt 100% obchodní podíl na společnosti *Centrum Holdings s.r.o.* a 75% obchodní podíl na společnosti *Webfarm s.r.o.*, a tím i možnost tyto společnosti výlučně kontrolovat, se podle § 16 odst. 2

POVOLUJE.

ODŮVODNĚNÍ

1. Při posuzování navrhované transakce vycházel Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „Úřad“) zejména z návrhu na povolení spojení, dotazníku k povolení spojení, listiny zakládající posuzované spojení, výpisů z obchodního rejstříku, výročních zpráv, jakož i dalších skutečností týkajících se spojujících se soutěžitelů.
2. Skutečnost, že se Úřad transakcí 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), ve znění pozdějších předpisů (dále též „zákon“), zveřejněna v Obchodním věstníku č. OV731773 ze dne 29. 5. 2013. Tato skutečnost byla rovněž zveřejněna na internetových stránkách Úřadu. Ve stanovené lhůtě 5 dnů pro podání případných připomínek Úřad žádnou námitku k uvedené transakci neobdržel.

I. Notifikační podmínky

3. K navrhovanému spojení soutěžitelů má dojít na základě Smlouvy o koupi a prodeji obchodních podílů. Tuto smlouvu uzavřely dne 29. 4. 2013 společnosti CENTRUM.CZ.HOLDINGS B.V., se sídlem Nizozemské království, Amsterdam, Fred. Roeskestraat 123 (dále jen „CENTRUM HOLDINGS“), jako prodávající, a Economia, a.s., se sídlem Praha 7, Dobrovského 1278/25, IČ: 28191226 (dále jen „Economia“ či „Navrhovatel“), jako kupující.
4. V důsledku uvedené smlouvy má společnost Economia získat do svého vlastnictví 100% obchodní podíl na společnosti Centrum Holdings s.r.o., se sídlem Praha 7 - Holešovice, Jankovcova 1037/49, IČ: 25273663 (dále jen „Centrum“), a 75% obchodní podíl na společnosti Webfarm s.r.o., se sídlem Teplice, Masarykova třída 2416/56, IČ: 25422375 (dále jen „Webfarm“).
5. Nabytím shora citovaných obchodních podílů získá společnost Economia možnost vykonávat rozhodující vliv na činnost společností Centrum a Webfarm a jejich prostřednictvím pak i rozhodující vliv na činnost společností DALTEN media s.r.o., se sídlem Praha 7 – Holešovice, Jankovcova 1037/49, IČ: 25422375 (dále jen „DALTEN“), Webfarm s.r.o., se sídlem Slovenská republika, Bratislava, Prievozská 4/D (dále jen „Webfarm SK“), a Atlas UA, v likvidaci, sídlící na Ukrajině (dále jen „Atlas UA“).¹
6. Protože k získání kontroly nad společnostmi Centrum, Webfarm, DALTEN, Webfarm SK a Atlas UA dochází mezi týmiž soutěžiteli, tj. mezi společnostmi Economia, jako nabyvatelem, a společností CENTRUM HOLDINGS, jako prodávajícím, jedná se v tomto případě ve smyslu ustanovení § 12 odst. 7 zákona o spojení jediné, jež Úřad posuzuje v rámci jednoho správního řízení.
7. Posuzovaná transakce tak představuje spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 odst. 3 písm. a) zákona, neboť podle citovaného ustanovení se za spojení soutěžitelů považuje situace, kdy jedna nebo více osob, které nejsou podnikateli, ale kontrolují již jednoho soutěžitele, anebo jestliže jeden nebo více podnikatelů získá možnost přímo nebo nepřímo kontrolovat jiného soutěžitele nabytím účastnických cenných papírů, obchodních nebo členských podílů. Přitom kontrolou se podle § 12 odst. 4 zákona rozumí možnost vykonávat na základě právních nebo faktických skutečností rozhodující vliv na činnost jiného soutěžitele, a to na základě vlastnického práva nebo práva k užívání podniku kontrolovaného soutěžitele, nebo práva či

¹ Společnosti DALTEN a Atlas UA jsou dceřinými společnostmi společnosti Centrum, společnost Webfarm SK je pak dceřinou společností společnosti Webfarm, která je stejně jako společnost Centrum před realizací posuzované transakce přímo kontrolována společností CENTRUM HOLDINGS.

jiné právní skutečnosti, které poskytují rozhodující vliv na složení, hlasování a rozhodování orgánů kontrolovaného soutěžitele.

8. 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

9. Společnost **Economia** působí v oblasti tištěných médií zpravodajských, ekonomických, odborných, včetně jejich digitálních verzí. Dále provozuje webové portály a servery se zaměřením na zpravodajství, informace pro podnikatele a další odborné portály, e-mailový portál www.volny.cz, organizuje konference či semináře apod. Jednotlivé produkty zahrnují deník Hospodářské noviny, týdeník Ekonom, zpravodajský portál www.ihned.cz, týdeník Marketing&Media, odborné měsíčníky či časopisy s delší než měsíční periodicitou,² týdeník Obchodní věstník a specializované weby www.probyznys.info, www.managerweb.cz, www.karierweb.cz, www.vybermiauto.cz.
10. Navrhovatel je jediným společníkem společnosti R MEDIA, spol. s r.o., se sídlem Praha 7, Dobrovského 25, IČ: 48112135, která realizuje činnost reklamní agentury se specializací na firemní časopisy a noviny, včetně jejich digitálních verzí a rovněž knižní vydavatelskou činnost. Dále společnost Economia kontroluje společnost Respekt Publishing a.s., se sídlem Praha 7, Dobrovského 1278/25, IČ: 61457345, která působí v oblasti tištěných médií zpravodajských a společenských, včetně jejich digitálních verzí, provozuje webový server a internetový obchod zaměřený na prodej knih a CD.³
11. Jediným akcionářem Navrhovatele je společnost BXR MEDIA LIMITED, se sídlem Kyperská republika, Nicosia, M. Karaoli 8. Navrhovatel náleží do podnikatelského uskupení kontrolovaného panem Z. B., který sám, popřípadě společně se s ním spřízněnými osobami, přímo či nepřímo kontroluje další soutěžitele působící jak v České republice, tak i v zahraničí, a to zejména v oblastech těžby a zpracování černého uhlí, realit a developementu, nákladní dopravy a logistiky, marketingu značkových produktů apod.
12. Společnosti **Centrum**, **Webfarm**, **DALTEN**, **Webfarm SK** a **Atlas UA** (dále též „Cílové společnosti“) jsou před realizací posuzovaného spojení kontrolovány společností CENTRUM HOLDINGS.⁴ Pokud jde o hlavní předmět činnosti uvedených cílových společností, u společnosti Centrum se jedná především o provoz internetových médií, jako jsou zpravodajské portály (www.aktualne.cz) a portály zaměřené na poskytování specializovaných informací (on-line magazíny, jako např. www.zena.cz, www.vareni.cz), dále provoz emailového serveru, katalogu firem či serveru zaměřeného na prodej zájezdů (www.dovolena.centrum.cz), slevového serveru (www.amplion.cz), u společnosti Webfarm je to provoz internetových serverů zaměřených na informace o automobilech a zprostředkování jejich prodeje (www.cars.cz nebo www.automix.cz), u společnosti Dalten

² Například Právní rádce, Logistika, Moderní obec, Odpady, Stavitel, Technik, Bankovníctví, Business Spotlight, Finanční management, FP-Finanční poradce, HR Management, Moderní řízení.

³ Jednotlivé produkty zahrnují týdeník Respekt, měsíčník Bel Mondo, portál www.respekt.cz, či e-shop www.respektstore.cz.

⁴ Společnosti Centrum a Webfarm jsou kontrolovány přímo společností CENTRUM HOLDINGS, společnost DALTEN a Atlas UA pak prostřednictvím společnosti Centrum a společnost Webfarm SK prostřednictvím společnosti Webfarm.

pak provoz internetových serverů zaměřených a informace o realitách a zprostředkování jejich prodeje (www.realitymix.cz). Společnosti Webfam SK a Atlas UA nejsou v době podání návrhu na povolení posuzovaného spojení ekonomicky aktivními subjekty.

III. Dopady spojení

13. 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.
14. 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 provozují soutěžitelé, nad nimiž je v důsledku spojení získávána kontrola, a z nich pak zejména na ty, které se zároveň překrývají s činnostmi Navrhovatele.
15. Ze shora uvedeného popisu podnikatelských aktivit spojujících se soutěžitelů vyplývá, že soutěžitelé, nad nimiž získává v důsledku posuzované transakce navrhovatel kontrolu, působí v níže uvedených oblastech.

III.1 Poskytování inzertního (reklamního) *on-line* prostoru

16. Prostřednictvím provozovaných *on-line* portálů a webových stránek poskytují spojující se soutěžitelé reklamní prostor pro jednotlivé zadavatele reklamy. Reklamní prostor je poptáván k tomu, aby sloužil k podpoře prodeje zboží či poskytování služeb, přičemž jej lze nabízet a poptávat v různých druzích médií (například novinová inzerce, inzerce v televizi/rozhlasu, internetová inzerce). Úřad ve své předchozí rozhodovací praxi zpravidla vymezoval samostatné věcně relevantní trhy v závislosti na druhu média, v němž je reklamní prostor poskytován.⁵
17. Jak cílové společnosti, tak i Navrhovatel, působí v oblasti poskytování internetového, tj. *on-line*, reklamního prostoru. Tato oblast se, na rozdíl od ostatních, tzv. *off-line*, médií vyznačuje především odlišnou formou a dostupností (tj. nezbytnost internetového připojení) a rovněž odlišným mechanismem stanovení cen za danou službu. Zatímco stanovování ceny *off-line* reklamy je založeno na působení na určitý maximálně možný počet spotřebitelů (například u novinové inzerce je tento počet dán nákladem určité tiskoviny), v případě *on-line* reklamy jsou platby za tuto službu stanoveny na základě konkrétního počtu skutečných zhlédnutí dané reklamy ze strany uživatelů internetu.
18. Oblast *on-line* reklamy lze úžeji členit například s ohledem na způsob zacílení reklamy na určitou cílovou skupinu spotřebitelů. Zatímco u reklamy související s vyhledáváním prostřednictvím internetových vyhledávačů (tzv. *search advertisement*) je reklama cílena v závislosti na zájmy spotřebitele vyjádřeného prostřednictvím vyhledávaného výrazu, u reklamy nesouvisející s vyhledáváním (tzv. *non-search advertisement*) je zacílení reklamy odvozeno od nepřímého a zpravidla méně přesného určení zájmů spotřebitele. Pokud je zájem spotřebitele jasně vyjádřen hledaným výrazem, může poskytovatel svoji reklamu cílit

⁵ Například v rozhodnutí S110/01 *RINGIER ČR/Československý sport* Úřad vymezil věcně relevantní trh prodeje inzertního prostoru v denním tisku s tím, že „... způsob provedení a podoba inzerce uveřejňované v periodikách je rozdílná oproti televizní či rozhlasové inzerci, a dále je televizní či rozhlasový inzertní prostor vzhledem ke své ceně, technickým možnostem, specifickým potřebám propagace výrobků a služeb využíván více společnostmi než jednotlivými diváky či posluchači...“.

přesněji, než v případě, že je zájem spotřebitele vyjádřen pouze obsahem navštívené internetové stránky nebo jednoduchým demografickým ukazatelem (například tzv. ZIP kód zjištěný na základě IP adresy počítače spotřebitele, který dané internetové stránky navštívil).⁶

19. Další způsob členění *on-line* reklamy může být založen na formátu jejího zobrazení. Tyto reklamy mohou mít jednak podobu textové reklamy a jednak podobu grafické (*display*) reklamy. Grafické reklamy, které mohou být ve formě statické (např. jednoduché *bannery*), ale i ve formě videa, mohou oproti reklamám textovým zahrnovat informace nad rámec textového sdělení.
20. Z výše uvedeného vyplývá, že oblast poskytování *on-line* reklamy by bylo možné pro účely vymezení věcně relevantního trhu v rámci tohoto správního řízení vymezit užším způsobem, například v závislosti na tom, zda se jedná o tzv. reklamu související s vyhledáváním ve vyhledávači či nikoli (tj. „*search*“ reklama vs. „*non-search*“ reklama). Protože však předmětné spojení soutěžitelů nevzbuzuje vážné obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže ani při nejužším možném vymezení věcně relevantních trhů, ponechal Úřad v tomto případě otázku užšího vymezení takového relevantního trhu otevřenou a za věcně relevantní trh v dané oblasti považuje **trh poskytování *on-line* reklamy**.
21. S ohledem na skutečnost, že služby, které jsou součástí výše uvedeného věcně relevantního trhu, zahrnují přinejmenším území celé České republiky, Úřad vymezil geograficky relevantní trh poskytování *on-line* reklamy územím České republiky.
22. Na celkovém relevantním trhu poskytování reklamního prostoru působí oba spojující soutěžitelé. Na daném relevantním trhu dosáhl v roce 2012 Navrhovatel tržního podílu cca [0-5] % a Cílové společnosti na témže relevantním trhu dosáhly v roce 2012 cca [5-15] % tržního podílu. Přitom na tomto relevantním trhu působí více konkurenčních subjektů, z nichž nejvýznamnějšími jsou Seznam.cz (cca 25-35 %) a Google (15-25 %).

III.2 Poskytování *on-line* zpravodajství

23. Obecně má zpravodajství především informační funkci, snaží se bez prodlení zachytit aktuální události, které popisuje a předává za pomoci různých technických prostředků různě diferencovanému publiku. *On-line* zpravodajství má oproti klasickým formátům zpravodajství, například formou tištěných deníků, výhodu aktuálního poskytování informací a rovněž bezprostřední zpětné vazby (např. diskusní fóra, hlasování nebo ankety).
24. Koncept *on-line* zpravodajství se vyvíjel současně s rozvojem internetu, přičemž již od počátku sehrávají důležitou roli vydavatelství, která vydávají i tištěné deníky (MF DNES – iDNES.cz, Hospodářské noviny – iHNed.cz, Právo – Novinky.cz atd.). Rovněž oblast poskytování *on-line* zpravodajství by bylo možné úžeji členit a to především v závislosti na tom, zda se jedná o tzv. *mirrors* (původní většinou tištěná verze převedená do digitální podoby), internetové odnože (původní obsah je doplněn aktuálním zpravodajstvím s plným využitím multimediálních možností internetové *on-line* žurnalistiky) či speciální periodika (výhradně internetový obsah).
25. Pokud jde o provozování specializovaných webů přinášejících určité tematicky zaměřené informace, tyto produkty lze pro účely posouzení dopadů předmětného spojení soutěžitelů rovněž zahrnout do téhož relevantního trhu, a to především s ohledem na skutečnost, že se zaměření takových portálů provozovaných spojujícími se soutěžiteli nepřekrývá.

⁶ Obdobné členění uvedla rovněž Evropská komise například v rozhodnutí ve věci M.4731 *Google/DoubleClick*.

26. Vzhledem k tomu, že posuzované spojení soutěžitelů nevzbuzuje obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže v této oblasti ani při naznačeném užším možném vymezení věcně relevantních trhů, ponechal Úřad v tomto případě otázku užšího vymezení takového relevantního trhu otevřenou a za věcně relevantní trh v dané oblasti považuje trh **poskytování on-line zpravodajství**.
27. S ohledem na skutečnost, že služby, které jsou součástí výše uvedeného věcně relevantního trhu, zahrnují přinejmenším území celé České republiky, vzhledem k významné jazykové bariéře ve vztahu k zahraničí, přičemž případnými zahraničními návštěvníky jsou převážně občané České republiky, kteří dočasně vycestovali mimo území republiky, Úřad vymezil geograficky relevantní trh poskytování on-line reklamy územím České republiky.
28. Na relevantním trhu poskytování on-line zpravodajství působí oba spojující soutěžitelé, když Navrhovatel provozuje zpravodajský portál www.ihned.cz a Cílové společnosti pak portál www.aktualne.cz. Tržní podíly jednotlivých soutěžitelů mohou být vyjádřeny buď z pohledu průměrného počtu „návštěv“ za měsíc, nebo podle měsíčního průměru „zobrazení“ (tzv. PV, tj. *page view*).⁷ Na daném relevantním trhu dosáhl v roce 2012 Navrhovatel tržního podílu cca [0-5] % z hlediska průměrného počtu návštěv za měsíc a cca [0-5] % z hlediska měsíčního průměru zobrazení. Cílové společnosti pak v roce 2012 na témže relevantním trhu dosáhly cca [5-15] % tržního podílu z hlediska průměrného počtu návštěv za měsíc a cca [15-25] % tržního podílu z hlediska měsíčního průměru zobrazení. Přitom na tomto relevantním trhu působí velký počet konkurenčních subjektů, mezi nejvýznamnější patří www.novinky.cz (45-55%, resp. 35-45% podíl), www.idnes.cz (5-15 %, resp. 15-25 %), www.tn.cz (5-15 %, resp. 0-5 %), www.lidovky.cz (0-5 %, resp. 5-15 %) a další.

III.3 Oblast maloobchodního prodeje prostřednictvím internetu (tzv. *e-commerce*)

29. Činnosti v této oblasti zahrnují především on-line prodej zboží konečným zákazníkům, včetně prodeje slevových *voucherů* či kuponů, prodej spotřebního zboží, software, hudebních děl a videoobsahu, zájezdů, ale i on-line finanční zprostředkovatelskou činnost apod.
30. Pokud jde o vymezení věcně relevantního trhu v oblasti internetového prodeje zboží, Úřad ve své předchozí rozhodovací praxi dovodil, že zboží lze rozlišovat z pohledu účelu, k němuž jsou jednotlivé produkty tvořící skupinu spotřebního zboží konečnými zákazníky používány. Jako vhodné se pro posouzení dopadů navrhovaného spojení soutěžitelů tedy jeví členění internetových obchodů dle jednotlivých kategorií prodáváného zboží.⁸
31. S ohledem na skutečnost, že zboží nabízené v rámci internetového prodeje spojujících se soutěžitelů má odlišný charakter a vzhledem k tomu, že ani při nejužším možném vymezení věcně relevantních trhů v této oblasti nevzbuzuje posuzované spojení soutěžitelů obavy z podstatného narušení hospodářské soutěže, Úřad ponechal i v tomto případě otázku užšího vymezení věcně relevantního trhu (např. dle formátu či zaměření on-line prodeje) otevřenou a za věcně relevantní trh v oblasti *e-commerce* považuje trh **maloobchodního prodeje prostřednictvím internetu**.

⁷ „Návštěvou“ se v tomto smyslu rozumí sled zobrazení na daném webovém serveru nepřerušovaný časovým úsekem delším než 30 minut. Naproti tomu „zobrazení“ (PV) vyjadřuje zobrazení (natažení) www obsahu z příslušného webového serveru do internetového prohlížeče návštěvníka.

⁸ Například v případě spojení ve věci ÚOHS-S315/2008/KS *Obchodní dům/KASA* rozlišoval Úřad kategorie internetových obchodů prodávající (i) elektrospotřebiče (domácí spotřebiče), (ii) spotřební elektroniku včetně zábavní elektroniky, (iii) počítačovou techniku, (iv) foto přístroje a (v) hobby zboží, (vi) sportovní a outdoorové potřeby, (vii) parfémy, (viii) hodinky, (ix) nábytek, (x) hračky a (xi) auto-moto doplňky.

32. S ohledem na skutečnost, že služby, které jsou součástí výše uvedeného věcně relevantního trhu, zahrnují přinejmenším území celé České republiky, Úřad vymezil geograficky relevantní trh maloobchodního prodeje prostřednictvím internetu územím České republiky.
33. Také na tomto relevantním trhu působí jak Navrhovatel, tak i Cílové společnosti, přičemž tržní podíly žádného z nich nepřesáhly v roce 2012 v České republice hranici [0-5] %. Uvedený relevantní trh je charakteristický značnou roztržitostí, neboť v oblasti *e-commerce* působí v České republice tisíce různě velkých a různě zaměřených *e-shopů* a více než 100 slevových portálů. Mezi nejvýznamnější soutěžitele na daném relevantním trhu náleží největší tuzemští *on-line* maloobchodní prodejci, tj. www.mall.cz, www.alza.cz, www.kasa.cz, www.mironet.cz a další.

III.4 Poskytování *on-line* služeb a inzerce

34. Do oblasti poskytování *on-line* služeb a inzerce lze zahrnout širokou škálu digitálních produktů, včetně například *on-line* realitní kanceláře nebo zprostředkování prodeje ojetých automobilů, zveřejňování informací v katalogu firem, vytvoření webových prezentací, správy kampaní typu „*pay per click*“ na stránkách globálních webů (např. Google, Facebook, případně Seznam). Na rozdíl od relevantního trhu zahrnujícího služby *e-commerce* nejsou v tomto případě odběrateli služeb koneční spotřebitelé, ale subjekty (převážně fyzické osoby a malé či střední podniky), které prostřednictvím těchto služeb prezentují sebe nebo své produkty konečným spotřebitelům.
35. Pokud jde o vymezení věcně relevantního trhu, mezi zmíněné *on-line* služby a inzerci lze zahrnout velké množství produktů, respektive služeb. Nicméně s ohledem na skutečnost, že ze spojujících se soutěžitelů v této oblasti působí pouze Cílové společnosti, Úřad nepovažuje za nezbytné tuto spojení dotčenou oblast dále členit. Pro účely posouzení dopadů předmětného spojení bude Úřad vycházet z oblasti poskytování *on-line* služeb a inzerce jako celku, a to ve vztahu k území celé České republiky.
36. Na relevantním trhu *on-line* služeb a inzerce působí ze spojujících se soutěžitelů pouze Cílové společnosti, přičemž v roce 2012 dosáhly v České republice cca [5-15]% tržního podílu. Nejvýznamnějším soutěžitelem působícím na daném relevantním trhu je server www.seznam.cz, provozovaný společností Seznam.cz, a.s.

IV. Závěr

37. Ve vztahu k relevantním trhům, na nichž se aktivity spojujících se soutěžitelů horizontálně překrývají a na nichž tak v důsledku spojení dojde k navýšení tržního podílu spojením vzniklého soutěžitele, dospěl Úřad k závěru, že tržní podíl spojením vzniklého subjektu na všech takových relevantních trzích bude nižší než hranice 25 % (a s výjimkou relevantního trhu poskytování *on-line* reklamy také pod 15 %), která představuje vyvratitelnou právní domněnku nenarušení hospodářské soutěže. Přitom na těchto relevantních trzích vždy působí významnější soutěžitelé než je spojením vzniklý subjekt a vstupu dalších nebrání žádné podstatné bariéry. Tuto skutečnost dokládá celá řada nových webů a portálů, které vznikly nebo na trhy v České republice vstoupily během posledních několika let, například se jedná o vstupy nejvýznamnějších světových subjektů působících v oblasti internetu na tuzemský trh, tj. společností Google či Facebook, či posilování nejvýznamnějších tuzemských subjektů, jako například Seznam.cz či vydavatelství MAFRA. Současně platí, že v dotčené oblasti nehrají velkou roli preference zákazníků či věrnost konkrétní znače.
38. V případě trhů či oblastí, na nichž se aktivity spojujících se soutěžitelů horizontálně nepřekrývají, předmětné spojení soutěžitelů nenaruší hospodářskou soutěž především proto, že na těchto trzích nedochází v důsledku spojení k navýšení tržního podílu spojením

vzniklého soutěžitele, který i po spojení bude vystaven konkurenčnímu tlaku ze strany dalších, na trzích působících soutěžitelů. Ve vztahu k některým takovým trhům či oblastem lze spatřovat určitou formu vertikální integrace, a to především v tom smyslu, že některé společnosti ze skupiny Navrhovatele mohou být zadavateli reklamy na webových portálech či stránkách provozovaných cílovými společnostmi. Vertikální propojení může být spatřováno rovněž v tom, že spojující se soutěžitelé disponují kapacitami k vytváření obsahů, které lze následně zpřístupňovat na webových portálech či stránkách provozovaných druhým ze spojujících se soutěžitelů. Nicméně Úřad dospěl k závěru, že ani takové vertikální propojení činností spojujících se soutěžitelů nepovede k podstatnému narušení hospodářské soutěže, a to především z toho důvodu, že na žádném z relevantních trhů nebude spojením vzniklý subjekt disponovat takovou tržní silou, která by mu umožňovala uzavírat trh (jak ve formě přístupu ke vstupům, tak i přístupu k zákazníkům) jeho konkurentům. Mimoto subjekty kontrolované Navrhovatelem nepatří mezi významné inzerenty v *on-line* médiích, pokud jde o druhou formu zmíněné vertikální integrace, ta je co do rozsahu a úrovně srovnatelná s ostatními soutěžiteli působícími v dotčené oblasti.

39. Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem dospěl Úřad k závěru, že posuzované spojení nezvyší tržní sílu spojujících se soutěžitelů natolik, aby mělo za následek podstatné narušení hospodářské soutěže v posuzovaných oblastech.
40. Pro naplnění podmínky, uvedené v § 16 odst. 2 věta třetí zákona, Úřad v dané věci rozhodl tak, jak je uvedeno ve výroku rozhodnutí, 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. Michal Petr, Ph.D.
místopředseda Úřadu
pověřený řízením
Sekce hospodářské soutěže

PM: 25. 6. 2013

Obdrží:

JUDr. Pavel Nosek, advokát
Kocián Šolc Balaščík, advokátní kancelář, s.r.o.
Jungmannova 745/24
110 00 Praha 1

Vypraveno dne:

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