



UOHSX00CCH8B

## ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE



# ROZHODNUTÍ

Č. j.: ÚOHS-S0104/2019/KS-09740/2019/840/ASm

Brno 5. 4. 2019

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení sp. zn. ÚOHS-S0104/2019/KS, zahájeném dne 8. 3. 2019 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 M7 Group S.A., se sídlem Lucemburské velkovévodství, rue Albert Borschette 2, zastoupeného JUDr. Robertem Nerudou, Ph.D., advokátem, se sídlem Praha 1, Nové Město, Na Florenci 2116/15, na povolení spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 a násl. téhož zákona, vydává toto

### ROZHODNUTÍ:

Spojení soutěžitelů M7 Group S.A., se sídlem Lucemburské velkovévodství, rue Albert Borschette 2, a UPC DTH S.à r.l., se sídlem Lucemburské velkovévodství, Capellen, rue de Pafebruch 89, ke kterému má dojít dle § 12 odst. 2 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 prodeji a koupi mimo jiné všech vydaných akcií společnosti UPC DHT S.à r.l., uzavřené dne 21. 12. 2018 mezi společnostmi UPC DTH Holding BV, se sídlem Nizozemské království, Schiphol-Rijk, Boeing Avenue 53, jako prodávajícím, společností M7 Group

S.A., jako kupujícím, za účasti společnosti UPC DTH S.à r.l., v jejímž důsledku má společnost M7 Group S.A. nabyt obchodní podíl představující 100 % základního kapitálu a hlasovacích práv ve společnosti UPC DTH S.à r.l., a získat tak možnost tuto společnost výlučně 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), ve znění pozdějších předpisů (dále též „zákon“), zveřejněna v Obchodním věstníku č. OV02418783 ze dne 13. 3. 2019. Tato skutečnost byla současně zveřejněna na internetových stránkách Úřadu. Ve stanovené lhůtě 5 dnů pro podání případných připomínek Úřad žádnou námitku k uvedené transakci neobdržel.
2. Úřad současně za účelem získání informací potřebných k náležitému zjištění skutkového stavu týkajícího se soutěžního prostředí ve spojením dotčené oblasti oslovil vybrané konkurenty spojujících se soutěžitelů s výzvou k poskytnutí podkladů a informací vztahujících se k možným dopadům předmětného spojení na hospodářskou soutěž. V rámci svého vyjádření jeden z oslovených subjektů vyjádřil obavy z možného narušení hospodářské soutěže v důsledku uskutečnění posuzovaného spojení soutěžitelů. Touto obavou se Úřad zabývá níže v tomto rozhodnutí.
3. Při posuzování navrhované transakce vycházel Úřad zejména z návrhu na povolení spojení, dotazníku k povolení spojení, listiny zakládající posuzované spojení, výpisů z obchodního rejstříku či obdobných zahraničních registrů, výročních zpráv, jakož i dalších všeobecně známých skutečností týkajících se spojujících se soutěžitelů a spojením dotčených oblastí. Úřad dále vycházel ze své předcházející rozhodovací praxe a z rozhodovací praxe Evropské komise a z vyjádření a stanovisek subjektů, jež byly v rámci předmětného správního řízení Úřadem osloveny.

### **I. Notifikační podmínky**

4. K navrhovanému spojení soutěžitelů má dojít na základě Smlouvy o prodeji a koupi mimo jiné všech vydaných akcií společnosti UPC DTH S.à r.l., uzavřené dne 21. 12. 2018 mezi společnostmi UPC DTH Holding BV, se sídlem Nizozemské království, Schiphol-Rijk, Boeing Avenue 53, jako prodávajícím, společností M7 Group S.A., se sídlem Lucemburské velkovévodství, rue Albert Borschette 2 (dále jen „M7 Group“ nebo „Navrhovatel“), jako kupujícím, za účasti společnosti UPC DTH S.à r.l., se sídlem Lucemburské velkovévodství, Capellen, rue de Pafebruch 89 (dále jen „UPC DTH“), v jejímž důsledku má společnost M7 Group nabyt obchodní podíl představující 100 % základního kapitálu a hlasovacích práv ve společnosti UPC DTH, a získat tak možnost tuto společnost výlučně kontrolovat.
5. Posuzovaná transakce tak představuje spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 odst. 2 zákona, neboť podle tohoto ustanovení se za spojení soutěžitelů považuje rovněž situace, kdy jeden nebo více podnikatelů anebo jedna nebo více osob, které nejsou podnikateli, ale kontrolují alespoň jednoho soutěžitele, získá možnost přímo či nepřímo kontrolovat jiného soutěžitele nebo jeho část, zejména nabytím účastnických cenných papírů, obchodních nebo členských

podílů anebo smlouvou nebo jinými způsoby, které jim umožňují takového soutěžitele nebo jeho část kontrolovat.

6. 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

7. Společnost **M7 Group** náleží do podnikatelské skupiny, v jejímž čele stojí společnost Astorg Group S.à r.l., [„obchodní tajemství“].
8. Fondy náležící do Skupiny Astorg investují do různých oblastí, jako je například oblast výroby kovoobráběcích a frézovacích strojů, oblast výroby za tepla tvarovaných titanových součástí pro gondoly motorů, pylonů, trupů letadel a částí motorů, oblast vývoje a výroby profesionálních audio mixážních zařízení, oblast softwarových řešení pro výrobu plechu, oblast neinvazivních produktů a souvisejících služeb pro zjišťování chronických chorob jater, oblast výroby a dodávek výrobků a technických služeb souvisejících s průmyslem UV inkoustů a nátěrů, oblast farmaceutického průmyslu, oblast průmyslu městské mobility, oblast platebních řešení a řešení ohledně plateb v hromadné dopravě a další.
9. Společnost M7 Group je poskytovatelem televizních služeb prostřednictvím satelitní *Direct-To-Home* (dále také jen „DTH“) televize a internetového protokolu IPTV. Tato společnost působí na území Nizozemí, Belgie, Rakouska, České republiky, Slovenska a Německa, přičemž nabízí zákazníkům balíčky služeb televizního vysílání, uzpůsobené lokální kultuře a jazyku, a to pod různými značkami.<sup>1</sup> V České republice a na Slovensku poskytuje společnost M7 Group služby satelitní DTH televize pod značkou *Skylink*. Společnost M7 Group dále poskytuje služby širokopásmového internetového připojení a hlasové služby, a to na území Nizozemí a Belgie.
10. Na území České republiky působí ze Skupiny Astorg také společnost Eviso Czech Republic, s.r.o., se sídlem Praha 8, Thámová 681/32, IČO 24202215, která je dceřinou společností M7 Group. Tato společnost je činná zejména v oblasti poskytování služeb marketingu a správy distribučních kanálů (*channel management*).
11. Společnost **UPC DTH** je před uskutečněním posuzovaného spojení soutěžitelů výlučně kontrolována společností UPC DTH Holding BV, která je dceřinou společností společnosti Liberty Global plc. Před uskutečněním předmětného spojení soutěžitelů kontroluje společnost UPC DTH další společnosti, a to: [„obchodní tajemství“].
12. Společnost UPC DTH se zaměřuje na poskytování televizního satelitního vysílání zákazníkům ve střední Evropě, konkrétně v Maďarsku, České republice, na Slovensku a v Rumunsku. V České republice a na Slovensku působí tato společnost pod značkou *freeSAT*.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Například v Nizozemí je to *Canal Digitaal*, *Online.nl*, ve Vlámku *TV VLAANDEREN*, ve francouzsky hovořící části Belgie je to *TéLÉSAT*, v Rakousku *HD Austria*, v Německu *Diveo*.

<sup>2</sup> V Maďarsku působí společnost UPC DTH pod značkou *UPC Direct*, v Rumunsku pod značkou *FocusSat*.

### 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. 2 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.
15. Společnost M7 Group je činná na území České republiky v oblasti poskytování televizních služeb prostřednictvím satelitní DTH televize pod značkou *Skylink*. Společnost UPC DTH působí na území České republiky také v oblasti poskytování televizního satelitního vysílání, a to pod značkou *freeSAT*. Činnost spojujících se soutěžitelů se tedy horizontálně překrývá v oblasti maloobchodního poskytování televizních služeb.
16. Evropská komise,<sup>3</sup> stejně jako Úřad,<sup>4</sup> ve svých předchozích rozhodnutích rozlišovala v oblasti maloobchodního poskytování televizních služeb dva samostatné produktové trhy, a to maloobchodní poskytování služeb placené televize (dále také jen „*Pay-TV*“) a maloobchodní poskytování služeb volně přístupného televizního vysílání, tzv. *free-to-air* (dále také jen „*FTA-TV*“).
17. Navrhovatel v návrhu na povolení spojení soutěžitelů naznačil, že v případě posuzované transakce není vhodné vymezovat maloobchodní poskytování služeb *FTA-TV* jako samostatný trh, a to s ohledem na specifické regulatorní a tržní podmínky na území České republiky. Navrhovatel v této souvislosti uvedl, že český trh poskytování televizních služeb je značně specifický, a to zejména s ohledem na velmi silnou pozici bezplatné terestriální televize, která disponuje velmi atraktivní programovou nabídkou a je silně podporována ze strany státu. Navrhovatel dále v návrhu na povolení spojení poukazoval na to, že tato situace je velmi neobvyklá ve srovnání s jinými členskými státy EU. *FTA-TV* vysílání ve formě *FTT* (*Free terrestrial transmission* neboli volný pozemní přenos) je v České republice široce dostupné a poskytuje nejatraktivnější kanály ve vysoké kvalitě. Především se to týká televizních kanálů jako Nova a Prima, které jsou z pohledu koncového zákazníka považovány za nepostradatelné. Ačkoli tedy podíl maloobchodních *Pay-TV* služeb dosahuje v České republice cca 54 %, podíl TV kanálů, které jsou vysílány pouze v rámci *Pay-TV* distribuce, na celkové sledovanosti činí pouze cca 10 %. Toto dle Navrhovatele jednoznačně ukazuje, že *FTA-TV* vysílání v České republice vyvíjí značný konkurenční tlak na poskytovatele služeb *Pay-TV* a existují tedy silné argumenty pro závěr, že by v rámci České republiky nemělo být rozlišováno mezi trhy poskytování služeb *FTA-TV* a *Pay-TV*.<sup>5</sup>
18. Navrhovatel dále konstatoval, že pokud Úřad přistoupí k posuzování maloobchodního poskytování služeb *FTA-TV* jako k samostatnému relevantnímu trhu, měl by tento zahrnovat i zákazníky hradící pouze tzv. servisní poplatky. V této souvislosti Navrhovatel poukazoval na to, že v České republice existují tzv. programové balíčky nabízené dodavateli televizního

<sup>3</sup> Viz například rozhodnutí Evropské komise M.5121 *News Corp/Premiere*.

<sup>4</sup> Viz například rozhodnutí Úřadu S 271/06 *Forcable/Karneval Media/UPC Česká republika*.

<sup>5</sup> Viz strany 17 a 18 Dotazníku k povolení spojení.

vysílání „zdarma“, které jsou z pohledu spotřebitele zaměnitelné spíše se službami *FTA-TV* vysílání, neboť v jejich rámci jsou nabízeny stejné kanály jako v případě televizních služeb šířených prostřednictvím *FTA-TV* vysílání. Navrhovatel k tomu uvedl, že toto se týká zejména jeho základního balíčku s názvem *Digital*, u kterého zákazníci nezískají v porovnání s *FTA-TV* vysíláním přístup k žádnému dodatečnému obsahu. Zákazníci tak dle vyjádření Navrhovatele neplatí předplatné za žádný obsah, pouze hradí tzv. servisní poplatek, který pokrývá technický přenos služby a s tím související zákaznickou podporu.

19. Navrhovatel v této souvislosti ve své argumentaci odkazoval na rozhodovací praxi Evropské komise, kde se uvádí, že služby *Pay-TV* se liší od služeb *FTA-TV* vysílání ve třech významných oblastech: i) *Pay-TV* vytváří obchodní vztah mezi poskytovatelem televizních služeb a divákem, zatímco *FTA-TV* vysílání zakládá vztah pouze mezi poskytovatelem televizních služeb a zadavatelem reklamy, ii) služby *FTA-TV* vysílání jsou poskytovány bez předplatného, zatímco služby *Pay-TV* jsou poskytovány na základě předplatného, které umožňuje přístup k vybraným programům, které nejsou jinak dostupné, iii) z pohledu diváka nejsou programy a obsah distribuované výlučně prostřednictvím *Pay-TV* obvykle zastupitelné s programy a obsahem dostupným prostřednictvím bezplatného *FTA-TV* vysílání.<sup>6</sup> Navrhovatel též uvedl, že Evropská komise uznala, že prémiový obsah balíčků *Pay-TV* je pravděpodobně hlavním rozlišujícím faktorem, na základě kterého se rozhodují koncoví zákazníci.<sup>7</sup>
20. Navrhovatel v návrhu na povolení spojení dále konstatoval, že poskytovaný obsah balíčku *Digital* je srovnatelný s *FTA-TV* vysíláním, které může být poskytováno i prostřednictvím satelitu. Balíček *Digital* se skládá totiž z kanálů bezplatně přístupných prostřednictvím *FTA-TV* vysílání (tj. prostřednictvím DVB-T2 nebo satelitu). V balíčku *Digital* je poskytnuto navíc pouze několik méně významných kanálů a některé kanály jsou poskytnuty v lepší kvalitě.<sup>8</sup> Dodatečné programy, mezi které patří například TV Lux HD, TV 8 HD nebo Jednotka HD, však dle názoru Navrhovatele nejsou rozhodující pro chování zákazníků, neboť dle výsledků měření sledovanosti, téměř 90 % sledovanosti mají kanály, které jsou volně dostupné v rámci *FTA-TV* vysílání (např. Nova, Prima). Všechny ostatní kanály představují pouze cca 11 %, z nich však většina není součástí balíčku *Digital*, ale typických nabídek předplacené televize.
21. Dalším argumentem, který Navrhovatel poskytl, je skutečnost, že za balíček *Digital* se neplatí předplatné. Balíček *Digital* je nabízen na základě platby servisního poplatku, který společnost M7 Group účtuje za služby technické a zákaznické podpory spojené s poskytováním satelitního přenosu a služby spojené s poskytováním podmíněného přístupu.
22. Navrhovatel tedy uvažoval o možném vymezení relevantního trhu v oblasti maloobchodního poskytování televizních služeb službami *FTA-TV* a *Pay-TV*, přičemž balíček *Digital* dle jeho názoru nemá charakteristické vlastnosti *Pay-TV* nabídky a měl by být posouzen odděleně spolu s trhem *FTA-TV* vysílání.
23. Pokud jde o další možné členění relevantního trhu, především na základě odlišné technologie/infrastruktury používané pro dodání obsahu divákům, Navrhovatel zdůraznil s odkazem na dřívější rozhodnutí Evropské komise<sup>9</sup> i Úřadu,<sup>10</sup> že spolu fakticky soutěží

<sup>6</sup> Viz například rozhodnutí Evropské komise M.5121 *News Corp/Premiere*.

<sup>7</sup> Viz například rozhodnutí Evropské komise M.8665 *Discovery/Scripps*, body 31 – 33.

<sup>8</sup> Některé *FTA-TV* programy, které jsou obvykle dostupné v SD kvalitě, jsou v rámci balíčku *Digital* poskytovány ze strany společnosti M7 Group v HD kvalitě.

<sup>9</sup> Viz například rozhodnutí Evropské komise M.7000 *Liberty Global/Ziggo* nebo M.8354 *Fox/Sky*.

<sup>10</sup> Viz rozhodnutí Úřadu vydané v rámci správního řízení sp. zn. S 271/06 *UPC Česká republika/Karneval Media/Forcable*.

všichni poskytovatelé *Pay-TV* bez ohledu na použitou technologii distribuce a měli by proto být součástí jednoho relevantního trhu.

24. Co se týče vymezení geografického relevantního trhu, Navrhovatel konstatoval, že pro účely navrhovaného spojení by mělo být nahlíženo na území České republiky jako na území se stejnorodými soutěžními podmínkami, které jsou zároveň zřetelně odlišitelné od jiných území.<sup>11</sup> V této souvislosti společnost M7 Group uvedla, že jak služba *Skylink*, tak i služba *freeSAT* mají jednotnou cenovou politiku pro celou Českou republiku.
25. Úřad se oblastí maloobchodního poskytování televizních služeb zabýval ve své předchozí praxi,<sup>12</sup> kde Úřad konstatoval, že pokud jde o oblast šíření a přenosu rozhlasového a televizního vysílání koncovým uživatelům, zahrnuje tato celou škálu technologií přenosu, zejména se jedná o terestrické analogové vysílání, které mělo být v České republice nahrazeno terestrickým digitálním vysíláním (prostřednictvím standardu DVB-T2), dále lze rozhlasové a televizní vysílání přenášet prostřednictvím kabelové televize, digitálního satelitního vysílání a prostřednictvím sítí xDSL.<sup>13</sup> Dále rovněž dospěl k závěru, že zaměnitelnost mezi jednotlivými platformami na straně spotřebitele je v současné době již natolik vysoká (přičemž v blízké budoucnosti s rozvojem alternativních platform lze očekávat její další zvyšování), že opodstatňuje závěr, že by maloobchodní trh v oblasti šíření rozhlasového a televizního signálu neměl být omezen pouze na jednu z distribučních technologických platform.<sup>14</sup> Úřad tak zkoumal dopady spojení na maloobchodním trhu služeb spočívajících v dodávkách placeného televizního signálu koncovým uživatelům bez rozdílu distribučních platform na území celé České republiky.<sup>15</sup>
26. Otázkou zahrnutí či nezahrnutí poskytované služby programového balíčku *Digital* ze strany Navrhovatele do maloobchodního trhu poskytování služeb *Pay-TV* se zabýval ve své rozhodovací praxi Protimonopolný Úřad Slovenskej republiky (dále jen „PÚ SR“).<sup>16</sup> PÚ SR ve svém rozhodnutí pak konstatoval, že poskytované služby tzv. *Free to View* (zahrnující i službu *Digital*) nelze jednoznačně odlišit od ostatních služeb poskytovaných skupinou M7 Group a že například nabídka služeb této podnikatelské skupiny je flexibilní, když je možno kdykoliv přejít z využívání balíčku *Digital* k odběru některého z placených balíčků.<sup>17</sup> Rovněž tak PÚ SR konstatoval, že nabídku služeb M7 Group je možno považovat za porovnatelnou, a tedy i zastupitelnou s nabídkou ostatních poskytovatelů služeb *Pay-TV*.<sup>18</sup> Nicméně otázku konečného vymezení trhu nechal PÚ SR otevřenou s ohledem na neexistenci obav z narušení soutěže a alternativně určil postavení jednotlivých soutěžitelů v oblasti maloobchodního poskytování televizních služeb *Pay-TV*, jak se zahrnutím či nezahrnutím poskytované služby programového balíčku *Digital*.
27. Úřad dále k problematice programového balíčku *Digital* uvádí, že na webových stránkách programové nabídky značky *Skylink* je balíček *Digital* prezentován jako produkt, který nabízí

<sup>11</sup> Viz strana 16 Dotazníku k povolení spojení.

<sup>12</sup> Viz rozhodnutí Úřadu č. j. S 271/06-22601/2006/720 *UPC Česká republika/Karneval Media/Forcable* a S 265/2008/KS-20708/2008/840 *MID Europa Partners/České radiokomunikace*.

<sup>13</sup> Viz rozhodnutí Úřadu vydané v rámci správního řízení sp. zn. S 265/2008 *MID Europa Partners/České radiokomunikace, bod 14*.

<sup>14</sup> Viz rozhodnutí Úřadu vydané v rámci správního řízení sp. zn. S 271/06 *UPC Česká republika/Karneval Media/Forcable, bod 43*.

<sup>15</sup> Zahrnující placené distribuční technologické platformy šíření rozhlasového a televizního vysílání s celorepublikovým dosahem, a to zejména prostřednictvím sítě televizních kabelových rozvodů (CATV), satelitní vysílání (DTH) či internetového protokolu (IPTV/ADSL technologie).

<sup>16</sup> Viz rozhodnutí č. j. 2013/FH/3/2016 ve věci *Slovak Telekom/Digi Slovakia*, bod 146 a dále.

<sup>17</sup> Viz rozhodnutí č. j. 2013/FH/3/2016 ve věci *Slovak Telekom/Digi Slovakia*, bod 159.

<sup>18</sup> Viz rozhodnutí č. j. 2013/FH/3/2016 ve věci *Slovak Telekom/Digi Slovakia*, bod 160.

zákazníkům vyšší počet programů, než může nabídnout *FTA-TV*, dále nabízí možnost hodinového časového zpoždění vysílání programů, vysílání většiny programů v HD rozlišení a možnost bezplatného přístupu do obsáhlé video půjčovny v *online* aplikaci *Skylink Live TV*. S ohledem na informace uvedené na webových stránkách služby *Skylink* se pak balíček *Digital* z hlediska šíře programů a nabídky doplňkových služeb jeví spíše jako součást služeb *Pay-TV*, kdy nabídka *FTA-TV* obdobné služby nenabízí.

28. S ohledem na skutečnost, že v otázce vymezení věcného relevantního trhu vznikl nesoulad mezi předcházející rozhodovací praxí Úřadu a názorem účastníka řízení, Úřad v rámci provedeného šetření oslovil vybrané významné konkurenty spojujících se soutěžitelů v oblasti maloobchodního poskytování služeb *Pay-TV*, a to mimo jiné za účelem zjištění jejich názoru na vymezení produktových relevantních ve spojením dotčené oblasti. Toto šetření bylo rovněž nezbytné s ohledem na potřebu objasnění, zda jednotlivé technologické platformy, na nichž jsou poskytovány služby *Pay-TV*, představují vzájemnou konkurenci, když oba spojující se soutěžitelé jsou v České republice aktivní prostřednictvím satelitní technologie.
29. Úřadem oslovení konkurenti ve svých vyjádřeních jednoznačně uvedli, že operátoři *Pay-TV* si konkurují napříč distribučními technologiemi, když zákazníkovi tolik nezáleží na použité technologické platformě, ale spíše na obsahu, funkci a samozřejmě ceně.<sup>19</sup> Ze šetření rovněž vyplývá, že oslovené subjekty při cenotvorbě berou rovněž v úvahu i ceny konkurenčních produktů *Pay-TV*, a to bez ohledu na užitou distribuční technologii. Rovněž většina z obdržených odpovědí poukazovala na minimálně nepřímou konkurenci ze strany *FTA-TV* vysílání, a to s ohledem na technologický vývoj standardu DVB-T2, pohyb zákazníků mezi *FTA-TV* a *Pay-TV* a strukturální a obsahové změny ve vysílání *FTA-TV* vedoucí k širší a kvalitativně lepší programové nabídce.<sup>20</sup>
30. Úřad se dále zabýval i otázkou, zda a v jaké míře soutěžitelům poskytujícím služby *Pay-TV* konkurují i poskytovatelé služeb *over-the-top* (OTT). Z odpovědí oslovených konkurentů spojujících se soutěžitelů vyplynulo, že služba OTT je součástí trhu *Pay-TV*,<sup>21</sup> nicméně je nutno odlišit služby některých zahraničních poskytovatelů (jako je např. Netflix, HBO GO či Amazon Prime), jež představují pouze konkurenci do určité míry, a užší konkurenci ze strany domácích poskytovatelů lokalizovaných služeb (např. služba *O2 TV AIR*, *DIGI2GO*, *Kuki*, *SledováníTV* či *Zapni.TV*).<sup>22</sup>
31. Úřad tedy uzavírá, že šetření jednoznačně prokázalo, že jednotliví soutěžitelé v oblasti *Pay-TV* si vzájemně konkurují bez ohledu na užitou distribuční technologii a že není nutno členit relevantní trh dle jednotlivých technologických platform. Naopak šetření v otázce zahrnutí OTT služeb do trhu *Pay-TV* či definování jednoho relevantního trhu zahrnujícího jak *Pay-TV* tak *FTA-TV* nedalo jednoznačnou odpověď.
32. Nicméně s ohledem na skutečnost, že předmětné spojení soutěžitelů nevzbuzuje obavy z narušení hospodářské soutěže při jakémkoli v úvahu připadajícím vymezení produktového

<sup>19</sup> Například vyjádření společnosti DIGI CZ s.r.o., list č. 2 dokumentu č. 22 spisu, vyjádření společnosti ELSAT, spol. s r.o., list č. 2 dokumentu č. 19 spisu, či vyjádření společnosti T-Mobile Czech Republic a.s., list č. 2 dokumentu č. 21 spisu.

<sup>20</sup> Například vyjádření společnosti DIGI CZ s.r.o., list č. 2 dokumentu č. 22 spisu, vyjádření společnosti ELSAT, spol. s r.o., list č. 2 dokumentu č. 19 spisu, vyjádření společnosti O2 Czech Republic a.s., list č. 1 dokumentu č. 24 spisu, či vyjádření společnosti UPC Česká republika s.r.o., list č. 1-2 dokumentu č. 23 spisu.

<sup>21</sup> Viz vyjádření společnosti DIGI CZ s.r.o., list č. 2 dokumentu č. 22 spisu, vyjádření společnosti ELSAT, spol. s r.o., list č. 2 dokumentu č. 19 spisu, či vyjádření společnosti KABELOVÁ TELEVIZE CZ s.r.o., list č. 1 dokumentu č. 19 spisu.

<sup>22</sup> Např. vyjádření společnosti DIGI CZ s.r.o., list č. 2 dokumentu č. 22 spisu, či vyjádření společnosti T-Mobile Czech Republic a.s., list č. 2 dokumentu č. 21 spisu.

relevantního trhu, Úřad ponechal otázku konečného vymezení produktového trhu v oblasti maloobchodního poskytování placených televizních služeb otevřenou. Z hlediska geografického je pro posouzení předmětné transakce relevantní území celé České republiky.

33. Při hodnocení dopadů předmětného spojení soutěžitelů tak Úřad vycházel z trhu maloobchodního poskytování placených televizních služeb prostřednictvím všech užívaných distribučních platforem (např. CATV, DTH, IPTV či OTT), a to ve variantě zahrnující i nezahrnující zákaznicky balíčku *Digital*.
34. Za účelem zjištění postavení spojujících se soutěžitelů na trzích v oblasti maloobchodního poskytování placených televizních služeb na území České republiky Úřad vycházel z celkové velikosti trhů na základě údajů zveřejněných Českým statistickým úřadem a Českým telekomunikačním úřadem a dále na základě údajů účastníka řízení a jednotlivých oslovených konkurentů. Údaje o tržních podílech alternativně určil pro možný produktový trh maloobchodního poskytování placených televizních služeb zahrnující i nezahrnující zákaznicky balíčku *Digital*, a to jak dle množství vyjádření dle počtu službu *Pay-TV* využívajících domácností, tak i dle hlediska finančního vyjádření dle dosaženého obrátu.
35. Za předpokladu, že by do trhu maloobchodního poskytování služeb *Pay-TV* nebyli zahrnuti zákazníci balíčku *Digital*, dosahovali spojující se soutěžitelé v roce 2017 následujících tržních podílů. Z hlediska počtu obsluhovaných domácností činil tržní podíl společnosti M7 Group cca [15 - 25] %, společnost UPC DTH současně dosahovala přibližně [5 - 15] % tržního podílu. Z hlediska tržeb obdržených za poskytování služeb *Pay-TV* činil tržní podíl společnosti M7 Group cca [5 - 15] %, společnost UPC DTH současně dosahovala přibližně [5 - 15] % tržního podílu. V roce 2017 by tak tržní podíl spojením vzniklého soutěžitele dosahoval cca [15 - 25] % (dle počtu obsluhovaných domácností), resp. [15 - 25] % (dle obrátu).
36. Nejvýznamnějšími konkurenty spojením vzniklého subjektu na trhu *Pay-TV* v České republice (bez zahrnutí balíčku *Digital*) jsou společnosti UPC Česká republika s.r.o. (dále jen „UPC ČR“)<sup>23</sup> s cca 15 – 25% tržním podílem dle obrátu a 25 – 35% tržním podílem dle počtu domácností, dále O2 Czech Republic a.s.<sup>24</sup> (dále jen „O2 CZ“) s 5 – 15% tržním podílem (dle počtu domácností i dle obrátu), DIGI CZ s.r.o. (dále jen „DIGI“) s 5 – 15% tržním podílem (dle počtu domácností i dle obrátu) a T-Mobile Czech Republic a.s.<sup>25</sup> (dále jen „T-Mobile“) s 0 – 5% tržním podílem (dle počtu domácností i dle obrátu).
37. Za předpokladu, že by do trhu maloobchodního poskytování služeb *Pay-TV* byli zahrnuti zákazníci balíčku *Digital*, dosahovali spojující se soutěžitelé v roce 2017 následujících tržních podílů. Z hlediska počtu obsluhovaných domácností činil tržní podíl společnosti M7 Group cca [25 - 35] %, společnost UPC DTH současně dosahovala přibližně [0 - 5] % tržního podílu. Z hlediska tržeb obdržených za poskytování služeb *Pay-TV* činil tržní podíl společnosti M7 Group cca [15 - 25] %, společnost UPC DTH současně dosahovala přibližně [5 - 15] % tržního podílu. V roce 2017 by tak tržní podíl spojením vzniklého soutěžitele dosahoval cca [35 - 45] % (dle počtu obsluhovaných domácností), resp. [25 - 35] % (dle obrátu).
38. Nejvýznamnějšími konkurenty spojením vzniklého subjektu na trhu *Pay-TV* (se zahrnutím balíčku *Digital*) jsou společnosti UPC ČR s 15 – 25% tržním podílem, O2 CZ<sup>26</sup> s 5 – 15% tržním

<sup>23</sup> Patřící do podnikatelské skupiny Liberty Global.

<sup>24</sup> Patřící do podnikatelské skupiny PPF.

<sup>25</sup> Patřící do podnikatelské skupiny Deutsche Telekom.

<sup>26</sup> Patřící do podnikatelské skupiny PPF.



podílem, DIGI a T-Mobile<sup>27</sup> obě s cca 0 - 5% tržním podílem, když uvedené tržní podíly jsou platné jak pro vyjádření dle počtu domácností, tak i dle obratu.

39. Úřad dále konstatuje, že hlavní konkurenti spojujících se soutěžitelů disponují širokou nabídkou *Pay-TV* balíčků, kdy navíc v jejich portfoliu služeb jsou i další telekomunikační služby, jako je nabídka přístupu k internetu či pevná nebo dokonce i mobilní telefonie. Nejbližší konkurenti Skupiny Astorg, jsou součástí podnikatelských skupin celoevropsky i celosvětově aktivních v telekomunikacích či i jiných podnikatelských oblastí, jako je například Deutsche Telekom,<sup>28</sup> skupina PPF<sup>29</sup> či Liberty Global,<sup>30</sup> jejichž obrat je porovnatelný či významně vyšší než dosahuje podnikatelská Skupina Astorg.<sup>31</sup>
40. Současně Úřad konstatuje, že tržní podíl spojením vzniklého soutěžitele je v čase klesající, když je ovlivněn výrazným poklesem počtu předplatitelů *Pay-TV*, kteří využívají satelitní distribuční technologii.
41. Za předpokladu, že by do trhu maloobchodního poskytování služeb *Pay-TV* nebyli zahrnuti zákazníci balíčku *Digital*, klesly individuální tržní podíly obou spojujících se soutěžitelů, tj. jak Navrhovatele, tak i společnosti UPC DTH, v období let 2015 až 2017 o přibližně [0 - 5] % (dle počtu obsluhovaných domácností) a o cca [0 - 5] % (dle dosahovaného obratu). Za předpokladu, že by do trhu maloobchodního poskytování služeb *Pay-TV* byli zahrnuti zákazníci balíčku *Digital*, klesl tržní podíl Navrhovatele v období let 2015 až 2017 o přibližně [5 - 15] % (dle počtu obsluhovaných domácností) a o cca [0 - 5] % (dle dosahovaného obratu). Tržní podíl společnosti UPC DTH pak za stejné období klesl o přibližně [0 - 5] % (dle počtu obsluhovaných domácností) a o více než [0 - 5] % (dle dosahovaného obratu).
42. Pokud porovnáme vývoj tržních podílů hlavních konkurentů spojujících se soutěžitelů na trhu *Pay-TV* (bez zahrnutí balíčku *Digital*), tento je mírně rostoucí u společností DIGI a T-Mobile, a to jak z hlediska počtu domácností, tak i dle obratu, u O2 CZ mírně rostoucí z hlediska vývoje obratu při zhruba stejném tržním podílu dle počtu domácností a u společnosti UPC ČR tržní podíl spíše stagnuje z hlediska vývoje počtu domácností, ale klesá z hlediska obratu.
43. Pokud porovnáme vývoj tržních podílů hlavních konkurentů spojujících se soutěžitelů na trhu *Pay-TV* (se zahrnutím balíčku *Digital*), tento je mírně rostoucí u společností DIGI a T-Mobile, a to jak z hlediska počtu domácností, tak i dle obratu, u O2 CZ mírně rostoucí z hlediska vývoje obratu při zhruba stejném tržním podílu dle počtu domácností a u společnosti UPC ČR tržní podíl mírně roste z hlediska vývoje obsluhovaného počtu domácností, ale mírně klesá z hlediska dosaženého obratu.
44. Úřad se rovněž za účelem posouzení dopadů předmětného spojení zabýval konkurenční blízkostí spojujících se soutěžitelů, a to s ohledem na skutečnost, že trh maloobchodního poskytování placených televizních služeb je výrazně diferencovaný a tržní podíly tak nemusejí být spolehlivým indikátorem tržní síly spojením vzniklého soutěžitele. Trh *Pay-TV* zahrnuje různorodé nabídky programových balíčků základních, rozšířených či tematických

<sup>27</sup> Patřící do podnikatelské skupiny Deutsche Telekom.

<sup>28</sup> Tato skupina generovala konsolidovaný obrat za rok 2017 ve výši cca 1972 mld. Kč, viz <https://www.annualreport.telekom.com/site0218/download-center.html>.

<sup>29</sup> Tato skupina generovala obrat za rok 2017 ve výši cca 170 mld. Kč, viz <https://www.ppf.eu/files/ppf-vz2017-cze-web.pdf>.

<sup>30</sup> Tato skupina generovala obrat za rok 2017 ve výši cca 350 mld. Kč, viz <https://www.libertyglobal.com/liberty-global-reports-q4-and-full-year-2017-results/>.

<sup>31</sup> Obrat Skupiny Astorg činil za rok 2017 cca [„obchodní tajemství“] Kč a nabývané společnosti cca [„obchodní tajemství“] Kč.

a dále doplňkových služeb dle přijaté zákaznické marketingové strategie konkrétního poskytovatele.

45. Z šetření Úřadu vyplývá, že mezi spojujícími se soutěžiteli existují výrazné rozdíly, které vyplývají z jejich odlišného historického vývoje z pohledu technologických platforem, prostřednictvím kterých nabízí své služby *Pay-TV*, z cílení na odlišné skupiny zákazníků a s tím související jiné zákaznické struktury a z odlišné obchodní a marketingové strategie.
46. Základní odlišnosti mezi spojujícími se soutěžiteli je možno spatřovat ve skutečnosti, že Navrhovatel nabízel značku *Skylink*,<sup>32</sup> která byla primárně zaměřena na „obchodní tajemství“. Programová nabídka značky *Skylink* se tak vyznačovala primárně výběrem základních kanálů pouze za cenu předplacené karty (později byl zaveden u základní nabídky tzv. servisní poplatek).<sup>33</sup> Následně „obchodní tajemství“. Naproti tomu podnikatelská skupina, jejíž součástí je před realizací posuzované transakce cílová společnost UPC DTH, byla „obchodní tajemství“.
47. S ohledem na odlišnou marketingovou strategii obou spojujících se soutěžitelů je možno konstatovat i jejich odlišnou zákaznickou strukturu. V této souvislosti bylo zjištěno, že přibližně „obchodní tajemství“. Naopak „obchodní tajemství“ (*Average revenue per user*), který vyjadřuje průměrnou cenu služeb na jednoho zákazníka, je tento údaj u služby *freeSAT* „obchodní tajemství“ v porovnání se službou *Skylink*.<sup>34</sup>
48. Porovnáním hlavních konkurentů spojujících se soutěžitelů dle celkového ukazatele ARPU pak vyplynulo, že podle tohoto ukazatele představují společnosti „obchodní tajemství“ výrazně bližší konkurenty společnosti UPC DTH než společnost M7 Group, když jejich ARPU je „obchodní tajemství“.<sup>35</sup> Obdobně i dle struktury zákazníků využívajících jednotlivé typy programových balíčků nepředstavují spojující se soutěžitelé blízké konkurenty.
49. Úřad oslovil rovněž nejvýznamnější konkurenty spojujících se soutěžitelů se žádostí o posouzení možných dopadů předmětného spojení. Většina (kromě jednoho soutěžitele) z oslovených odběratelů spojujících se soutěžitelů ve svých odpovědích nevyjádřila obavy z narušení hospodářské soutěže či ohrožení jejich postavení na trhu. Na druhé straně jeden z oslovených konkurentů (poskytovatel služby *Pay-TV* prostřednictvím kabelové sítě) poukázal na skutečnost, že v případě zlevnění služeb spojením vzniklého subjektu, budou nuceni zlevnit i malé/střední společnosti, což nebude v jejich finančních možnostech. Nutnost podřídit se cenové politice bude znamenat velký úbytek prostředků určených pro modernizaci stávajících kabelových sítí.<sup>36</sup>
50. K tomu Úřad uvádí, že realizací posuzovaného spojení soutěžitelů v oblasti poskytování maloobchodních televizních služeb dochází k relativně malému nárůstu tržního podílu, kdy spojením vzniklý soutěžitel je vystaven silné konkurenci zejména ze strany nadnárodních podnikatelských skupin, čemuž nasvědčuje i v čase klesající tržní podíl spojením vzniklého soutěžitele. V této souvislosti je třeba konstatovat, že tržní podíl spojením vzniklého soutěžitele podstatně nepřevyšuje hodnotu 25 % (mimo tržní podíly určené dle počtu domácností v případě varianty zahrnutí služby *Digital*, kdy ale tyto zákazníci tvoří velmi malý podíl na tržbách *Skylink*, neboť platí pouze servisní poplatek). V této souvislosti Úřad

<sup>32</sup> Navrhovatel značku koupil v roce 2011 po akvizici jiného poskytovatele satelitního vysílání, a to společnosti CS Link.

<sup>33</sup> Servisní poplatek byl zaveden za účelem pokrytí nákladů na technické služby spojené se šířením signálu a péčí o zákazníka.

<sup>34</sup> Konkrétně u značky *Skylink* je cca „obchodní tajemství“, naproti značce *freeSAT* činí cca „obchodní tajemství“.

<sup>35</sup> Viz dotazník k povolení spojení, str. 57.

<sup>36</sup> Viz vyjádření společnosti KABELOVÁ TELEVIZE CZ s.r.o., list č. 1-2 dokumentu č. 19 spisu.

odkazuje na ustanovení § 17 odst. 3 zákona, podle kterého, jestliže společný podíl spojujících se soutěžitelů na relevantním trhu nepřesáhne 25 %, má se za to, že jejich spojení nemá za následek podstatné narušení hospodářské soutěže, neprokáže-li se při posuzování spojení opak.

#### IV. Závěr

51. S ohledem na skutečnosti, že tržní podíly spojujících se soutěžitelů v oblasti maloobchodního poskytování placených televizních služeb mají klesající tendenci, dochází k relativně malému nárůstu tržních podílů, spojující se soutěžitelé nejsou blízkými konkurenty, nadále budou vystaveni silné konkurenci, Úřad dospěl k závěru, že v důsledku propojení činností spojujících se soutěžitelů nedojde k podstatnému narušení hospodářské soutěže ve zkoumané oblasti.
52. Po zhodnocení všech skutečností dospěl Úřad k závěru, že předmětné spojení soutěžitelů nebude mít za následek podstatné narušení hospodářské soutěže, a 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 5, 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. Robert Neruda, Ph.D., advokát  
HAVEL & PARTNERS, s.r.o., advokátní kancelář  
Titanium Business Complex, Nové sady 996/25  
602 00 Brno  
IDDS: zz79uga

#### Vypraveno dne:

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

PM 5. 4. 2019