



Konkurences padome

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67282865, fakss 67242141, e-pasts konkurence@kp.gov.lv, www.kp.gov.lv

L Ē M U M S

Rīgā

Nr.23

(Prot.Nr.50, 3.§)

2017.gada 6.oktobrī

Lieta Nr.TU\5-2\17\2

Par nepieciešamību piemērot MTG Broadcasting AB aktīvu atsavināšanu

- 1 Konkurences padome (turpmāk – KP) 11.05.2012. pieņēma lēmumu Nr.42 (turpmāk – Lēmums)¹, ar kuru tika atļauta MTG Broadcasting AB (turpmāk – MTG) un AS “Latvijas Neatkarīgā televīzija” (turpmāk – LNT) apvienošanās, nosakot saistošus noteikumus (turpmāk – Saistošie noteikumi).
- 2 Lēmumā tika identificēti šādi ietekmētie tirgi, kuros KP konstatēja problēmas, kas varētu rasties īstenojot apvienošanās darījumu: bezmaksas televīzijas programmu tirgus Latvijas teritorijā, maksas televīzijas nespecializētu tēmu programmu latviešu valodā izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgus Latvijas teritorijā, reklāmas pakalpojuma izvietojanas tirgus televīzijas platformā Latvijas teritorijā.
- 3 Kā būtiskākie riski, īstenojot apvienošanās darījumu, tika identificēti:
 - (1) televīzijas programmu vairumtirdzniecības tirgos Latvijas teritorijā:
 - MTG kontrolē nonāktu lielākā daļa no auditorijas pieprasītākajām programmām (TV3, LNT, TV6, TV5, 3+), kā rezultātā MTG ievērojami stiprinātu savas pozīcijas ietekmētajos tirgos un spētu izdarīt spiedienu uz maksas televīzijas operatoriem;
 - apvienošanās dalībnieku programmas – TV3 un LNT – vērtējamas kā savstarpēji tuvākie konkurenti, kuru sāncensība nodrošināja satura kvalitāti un daudzveidību. Apvienošanās rezultātā varētu tikt zaudēta šī sāncensība;
 - MTG spēja atteikties piedāvāt savā kontrolē esošo programmu licences citiem maksas operatoriem, izveidojot situāciju, kurā tādas pieprasītas programmas kā 3+,TV6, LNT vai TV3 ir pieejamas tikai ar MTG vertikāli saistītai sabiedrībai (VIASAT AS Latvijas filiāle). Tādējādi varētu tikt diskriminēti citi televīzijas programmu operatori²;
 - (2) reklāmas pakalpojuma izvietojanas tirgū televīzijas platformā Latvijas teritorijā:
 - MTG kļūtu par tirgus līderi, apgrozot aptuveni 60-70% no visiem finanšu

¹ KP 11.05.2012. lēmums Nr.42, Par „MTG Broadcasting AB” ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos”. Pieejams: <http://www.kp.gov.lv>

² Lēmuma 3.nodaļa.

līdzekļiem konkrētajā tirgū, un reklāmdevējiem varētu būt ierobežotas iespējas reklāmas izvietojumu MTG programmās aizstāt ar alternatīvām televīzijas programmām. Tā rezultātā MTG būtu iespēja noteikt augstākas cenas par reklāmas raidlaiku, ņemot vērā, ka pieprasījuma pusei nav līdzvērtīgas alternatīvas;

- MTG varētu īstenot programmu sasaistīšanu, no kuras ciestu reklāmdevēji. MTG ir pārstāvēts visās Baltijas valstīs un ir reklāmdevēji, kuri Baltijas valstīs pozicionē kā vienu tirgu. MTG būtu iespēja veikt pārnacionālu programmu sasaistīšanu.³

- 4 Lai KP identificētās problēmas novērstu, Saistošie noteikumi paredzēja virkni apņemšanos, kas MTG ir jāievēro.⁴
- 5 Saistošo noteikumu 1.14.punktā tika paredzēts MTG pienākums līdz 01.09.2014. iesniegt KP informāciju, kas noteikta Ministru kabineta 29.09.2008. noteikumu Nr.800 „Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos” (turpmāk – Noteikumi Nr.800) 25.-34.punktā, ietverot ziņas un dokumentus par apvienotā tirgus dalībnieka darbību Latvijā un finansiālo stāvokli, kā arī vērtējumu par situāciju reklāmas izvietojuma pakalpojuma televīzijas platformā sniegšanas tirgū.
- 6 01.09.2014. MTG iesniedza ziņojumu, papildus lūdzot atcelt vai mainīt Saistošo noteikumu 1.7.⁵ un 1.8.punktus.⁶ Izpētes ietvaros tika vērtēta (1) informācija par reklāmas izvietojumu televīzijas platformā (kā arī citās platformās) un reklāmas tirgus attīstību raksturojošie faktori, (2) vai Saistošo noteikumu prasības tieši vai netieši ietekmē patērētājus attiecībā uz mediju satura patēriņu un kvalitāti, kā arī paredzamās izmaiņas reklāmas tirgus normatīvajā regulējumā saistībā ar sabiedriskajiem medijiem, (3) televīzijas reklāmas aizvietojamība ar citām platformām, reklāmas tirgus attīstība un MTG ietekme reklāmas tirgū. Ņemot vērā iegūto informāciju, 03.12.2014. KP pieņēma lēmumu Nr.63,⁷ ar kuru tika atcelti Saistošo noteikumu 1.7. un 1.8.punkti.
- 7 Saistošo noteikumu 1.15.punktā paredzēts MTG pienākums līdz 01.09.2017. iesniegt KP informāciju, kas noteikta MK noteikumu Nr.800 25.-34.punktā, ietverot ziņas par apvienotā tirgus dalībnieka darbību Latvijā, finansiālo stāvokli, kā arī vērtējumu par situāciju apvienošanās rezultātā ietekmētajos konkrētajos tirgos. Pēc Saistošo noteikumu 1.15.punktā minētās un papildus iegūtās informācijas izvērtēšanas līdz 31.12.2017. KP pieņem lēmumu par nepieciešamību piemērot saistošus noteikumus – noteiktu aktīvu atsavināšanu, saskaņā ar Saistošo noteikumu 4.punktu.
- 8 03.05.2017. KP saņēma MTG ziņojumu, kas iesniegts pamatojoties uz Saistošo noteikumu 1.15.punktu (turpmāk – Ziņojums), kā arī 28.06.2017. papildu skaidrojumus saistībā ar Saistošo noteikumu izpildi. KP ir ieguvusi arī papildu informāciju, tajā skaitā Lietas Nr. KL\5-4\17\8 “*Par UAB Bite Lietuva un MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā apvienošanos*”⁸ (turpmāk – Apvienošanās) ietvaros.
- 9 Ņemot vērā, ka gan ar Lēmumu uzliktie saistošie noteikumi par noteiktu aktīvu atsavināšanu, gan izvērtējamā Apvienošanās ir cieši saistīti un ietekmē glavenokārt vienus un tos pašus

³ Lēmuma 3.nodaļa.

⁴ Pilnu saistošo noteikumu uzskatījumu skatīt Lēmuma nolemjošā daļā.

⁵ Saistošo noteikumu 1.7.punkts - MTG nemaina sadarbības noteikumus ar esošajiem „klasiskās reklāmas” izvietojuma pakalpojuma saņēmējiem, nodrošinot sadarbības partneriem – reklāmdevējiem – iespēju pagarināt iepriekšējā gada “klasiskās reklāmas” izvietojuma pakalpojuma sniegšanas līgumus TV3, TV6, 3+ programmās uz nemainīgiem noteikumiem, kā arī piemērojot vienlīdzīgus un nediskriminējošus sadarbības noteikumus potenciālajiem “klasiskās reklāmas” izvietojuma pakalpojuma saņēmējiem.

⁶ Saistošo noteikumu 1.8.punkts - Pēc 2012.gada “klasiskās reklāmas” izvietojuma pakalpojuma cenrādis programmām TV3, TV 6 un 3+ tiek noteikts, izmantojot iepriekšējā gada cenrādi, pieļaujot cenu palielināšanu, kas nepārsniedz iepriekšējā gada inflācijas koeficienta (saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes oficiāliem datiem) lielumu.

⁷ KP 03.12.2014. lēmums Nr.63, “*Par MTG Broadcasting AB ziņojumu*”. Pieejams: www.kp.gov.lv

⁸ UAB Bite Lietuva plāno iegūt vienpersonisku kontroli pār visām MTG sabiedrībām Latvijā, proti, SIA “TV3 Latvia”, AS “Latvijas Neatkarīgā Televīzija”, VIASAT AS Latvijas filiāle, SIA “Star FM” un SIA “Smart AD”.

tirgus, KP, veicot Apvienošanās izvērtēšanu, padziļināti analizēja arī tirgus (tai skaitā vērtējot konkrētā tirgus definīciju), kuri bija identificēti Lēmumā un kuros KP konstatēja problēmas konkurencei, kas varētu rasties īstenojot Lēmumā norādīto darījumu.

- 10 Attiecīgi KP padziļināti analizēja (1) televīzijas programmu, ko skatās latviešu auditorija, vairumtirdzniecības tirgu Latvijas teritorijā un (2) reklāmas izvietojanas tirgu televīzijā Latvijas teritorijā.

1. Televīzijas programmu, ko skatās latviešu auditorija, vairumtirdzniecības tirgus Latvijas teritorijā

- 11 KP savā praksē ir segmentējusi televīzijas programmu vairumtirdzniecību, definējot vairākus konkrētos tirgus – bezmaksas televīzijas programmu izplatīšanas tirgu, maksas televīzijas nespecializētu tēmu programmu izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgu, to sīkāk iedalot: maksas televīzijas nespecializētu tēmu programmu latviešu valodā izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgū un maksas televīzijas nespecializētu tēmu programmu citā valodā izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgū.⁹
- 12 Attiecībā uz programmu pieejamības (maksas vai bezmaksas) un veida (specializēta vai nespecializēta) iedalījumu, Apvienošanās ietvaros KP secināja, ka televīzijas programmu vairumtirdzniecības tirgus kopumā ir koncentrēts – MTG tirgus daļa veido aptuveni 40% arī tad, ja televīzijas programmas netiek sīkāk izdalītas pēc pieejamības un veida. KP secināja, ka tālāka programmu segmentēšana tikai vēl vairāk apliecinātu MTG nozīmīgo lomu televīzijas programmu vairumtirdzniecībā.¹⁰
- 13 Vērtējot Apvienošanos, KP konstatēja, ka ir ierobežotas aizvietojamības iespējas MTG programmām, jo ir apgrūtināti izveidot konkurētspējīgu televīzijas piedāvājumu latviešu auditorijai mazumtirdzniecības līmenī bez MTG programmu iekļaušanas pakalpojumā.¹¹ Tai pašā laikā, kopš Lēmuma pieņemšanas konkrētajā tirgū situācija nav būtiski mainījies, un MTG joprojām saglāba nozīmīgu lomu televīzijas programmu vairumtirdzniecības līmenī (tai pašā laikā ir novērojams TV3 un LNT reitingu kritums, salīdzinot 2012.gada pirmo septiņu mēnešu periodu ar 2017.gada pirmajiem septiņiem mēnešiem¹²). Lai gan atsevišķi tirgus dalībnieki norāda, ka novērojuši izmaiņas LNT un TV3 darbībā pēc to apvienošanas (piemēram, LNT satura fokusēšana uz gados vecāku auditoriju),¹³ lielākā daļa KP aptaujāto tirgus dalībnieku norāda, ka būtiskas negatīvas izmaiņas (tai skaitā satura kvalitātē, auditorijas piesaistīšanā u.tml.) nav novērojuši un MTG pozīcija tirgū (it īpaši programmas TV3) joprojām ir nozīmīga.¹⁴
- 14 Papildus tam, ņemot vērā KP konstatētās bažas Apvienošanās lietās ietvaros¹⁵, UAB Bite Lietuva ir noteikti šādi saistošie noteikumi:
- (1) Izplatīt visiem tirgus dalībniekiem apvienotā uzņēmuma televīzijas programmas uz nediskriminējošiem noteikumiem, nodrošinot iespēju jebkurā brīdī publiski pieejamā resursā (interneta mājas lapā) iepazīties ar piemēroto aktuālo retranslēšanas tiesību piešķiršanas kārtību, tajā skaitā dažādos tehnoloģiskajos risinājumos (OTT, IPTV, CATV, DTH, DTT u.c.), kā arī atlaižu piešķiršanas pamatprincipiem.
 - (2) Nesasaistīt televīzijas programmas TV3, 3+, TV6 ar televīzijas programmām LNT,

⁹ Lēmuma 4.lp.

¹⁰ Sīkāk par tirgus definīciju skatīt KP 06.10.2017. lēmuma Nr.22 “Par UAB Bite Lietuva un MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā” apvienošanos” (turpmāk - Apvienošanās lēmums) IV sadaļu.

¹¹ Sīkāk skatīt Apvienošanās lēmuma V sadaļu.

¹² SIA “Reklāmas aģentūra “VIA Media”” 01.09.2017. vēstule.

¹³ Piemēram, SIA “Dentsu Aegis Network Latvia”, SIA “CREATIVE MEDIA BALTIC” 23.08.2017. vēstule, SIA “Inspired” 21.08.2017. vēstule.

¹⁴ Piemēram, SIA “CREATIVE MEDIA SERVICES” 21.08.2017. vēstule, SIA “Media House” 30.08.2017. vēstule, SIA “Trendmark” 21.08.2017. vēstule, SIA “Reklāmas aģentūra “VIA Media”” 01.09.2017. vēstule.

¹⁵ Sīkāk par bažām skatīt Apvienošanās lēmuma V sadaļu.

- Kanāls2 pārdošanai citiem tirgus dalībniekiem;
- (3) Piedāvāt televīzijas programmas TV3, 3+, TV6 un televīzijas programmas LNT, Kanāls2 minēto programmu grupu ietvaros atsaistītā veidā. Ja minēto grupu ietvaros programmas tiek piedāvātas sasaistītā veidā, tad atlaide programmu grupu piedāvājumam sasaistītā veidā nedrīkst pārsniegt 20% no kopējās cenas par attiecīgās grupas programmām, iegādājoties tās atsaistītā veidā.¹⁶

2. Reklāmas izvietojuma tirgus televīzijā Latvijas teritorijā

- 15 Gan KP¹⁷, gan EK¹⁸ savā praksē ir norādījuši, ka reklāmas izvietojuma televīzijā konkrētās valsts teritorijā veido atsevišķu konkrēto tirgu. Arī vērtējot Apvienošanas, KP secināja, ka televīzijas reklāma, ar savām tehnoloģiskajām īpašībām un spēju īpaši ātri un efektīvi sasniegt konkrēti nepieciešamo auditoriju, nav aizstājama ar reklāmām citos medijos gan no pieprasījuma, gan no piedāvājuma puses. Līdz ar to konkrētais tirgus tika definēts kā reklāmas izvietojuma tirgus televīzijā Latvijas teritorijā.¹⁹
- 16 Attiecībā uz konkurences situāciju šajā konkrētajā tirgū, KP Apvienošanās lietā secināja, ka MTG televīzijas reklāmas laukumu pārdošanas daļa no kopējā televīzijas tirgus apjoma 2016.gadā bija ap 60%. Tuvākā MTG konkurenta – Baltijas Mediju Alianses – tirgus daļa ir bijusi 20-30%, kas ir gandrīz divas reizes mazāka. No programmām latviešu valodā tuvākais konkurents reklāmas izplatīšanas tirgū televīzijā ir Latvijas Televīzijas grupa (programmas LTV1, LTV7) ar tirgus daļu zem 10%. Lai gan ir novērojamas nelielas MTG tirgus daļu izmaiņas (salīdzinājumā ar Lēmumā analizēto laika periodu), tā pozīcija tirgū nav būtiski vājinājusies. Līdzīgu viedokli pauž arī daļa KP aptaujāto tirgus dalībnieku, norādot, ka MTG ir nostiprinājis savu stāvokli televīzijas reklāmas tirgū un, ņemot vērā MTG auditoriju, ir ierobežotas iespējas efektīvi aizstāt reklāmas izvietojumu MTG programmās ar citām programmām, bet būtiskas izmaiņas kopš Lēmuma nav notikušas.²⁰
- 17 Salīdzinājumā ar Lēmumā analizēto periodu, būtiskas izmaiņas tirgū nav novērojamas, MTG joprojām veido ap 60% no kopējā tirgus.²¹
- 18 Papildus tam, ņemot vērā KP konstatētās bažas Apvienošanās ietvaros²², UAB Bite Lietuva ir noteikts pienākums piedāvāt visiem tirgus dalībniekiem (klientiem, ar ko apvienotais uzņēmums slēdz līgumus tieši, un mediju aģentūrām) televīzijas reklāmas SPOT (reklāmas klipu) pakalpojumus apvienotā uzņēmuma televīzijas programmās uz nediskriminējošiem noteikumiem. UAB Bite Lietuva ir jānodrošina arī iespēja jebkurā brīdī publiski pieejamā resursā (interneta mājas lapā) iepazīties ar piemēroto kārtību un kritērijiem, saskaņā ar ko apvienotā uzņēmuma televīzijas programmās tiek sniegts šis pakalpojums un saskaņā ar ko tiek piedāvāta iespēja izvietot reklāmu citos veidos (piemēram, sponsorēšanas, produktu izvietojuma reklāmas), kā arī ar atlaižu piešķiršanas pamatprincipiem.²³

3. Tirgus dalībnieku viedoklis

- 19 KP norāda, ka Apvienošanās un Lēmuma nolemjotās daļas 4.punktā noteiktais ir jāvērtē kopsakarā, proti, lēmuma par Apvienošanas pieņemšanu ir cieši saistīta ar Lēmumā noteikto aktīvu atsavināšanas jautājuma izvērtēšanu, jo ietekmē aktīvus, kurus UAB Bite Lietuva Apvienošanās ietvaros plāno iegūt. Tā rezultātā KP pieņemtais lēmums attiecībā uz aktīvu

¹⁶ Apvienošanās lēmuma nolemjotās daļas 1.1., 1.2. un 1.3.punkts.

¹⁷ KP 11.05.2015. lēmums lietā "Par "MTG Broadcasting AB" ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanu", 4.lp.

¹⁸ EK 14.06.2013. lēmums lietā M. 6866 Time Warner/CME, 62., 64. un 68.rindkopa.

¹⁹ Sīkāk par tirgus definīciju skatīt Apvienošanās lēmuma IV sadaļu.

²⁰ Detalizētāku analīzi skatīt Apvienošanās lēmuma V sadaļu.

²¹ Lēmumā tika prognozēta MTG tirgus daļa virs 60%.

²² Sīkāk par bažām skatīt Apvienošanās lēmuma V sadaļu.

²³ Apvienošanās lēmuma nolemjotās daļas 1.4.punkts.

atsavināšanu var ietekmēt UAB Bite Lietuva un MTG darījumu.

- 20 Ņemot vērā, ka gan Apvienošanās, gan Lēmumā ietekmētie tirgi pamatā pārklājas, kā arī UAB Bite Lietuva piedāvātos saistošos noteikumus šajos tirgos, KP aptaujāja tirgus dalībniekus, lai noskaidrotu vai KP joprojām būtu nepieciešams piemērot MTG noteiktu aktīvu atsavināšanu, atbilstoši Lēmuma nolemjotās daļas 4.punktā noteiktajam.
- 21 Lai gan atsevišķi tirgus dalībnieki norāda, ka noteiktu MTG aktīvu atsavināšana varētu atstāt pozitīvu ietekmi uz konkurenci²⁴, vairākums aptaujāto tirgus dalībnieku norāda, ka UAB Bite Lietuva apņemšanās ievērot virkni saistošos noteikumus ir pietiekami, lai KP nepiemērotu MTG aktīvu atsavināšanu.²⁵
- 22 Papildus tam, kā norādīts iepriekš (skatīt 1.un 2.sadaļu), salīdzinājumā ar Lēmumā analizēto periodu, būtiskas izmaiņas ietekmētajos tirgos nav novērojamas. Tāpat, nav nekādi ierobežojumi jebkuram tirgus dalībniekam vērsties KP, ja tiek saskatīts, ka UAB Bite Lietuva neievēro tai piemērotos saistošos noteikumus vai konkurences tiesību normas (tai skaitā Konkurences likuma 13.panta 1.daļā noteikto).
- 23 Rezultātā, ņemot vērā MTG un aptaujāto tirgus dalībnieku sniegto informāciju, Apvienošanās ietvaros padziļināti vērtēto faktisko situāciju ietekmētajos tirgos, kā arī UAB Bite Lietuva piemērotos saistošos noteikumus Apvienošanās ietvaros, KP ieskatā nav nepieciešama noteiktu MTG aktīvu atsavināšana.

Ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 5.punktu un 16.panta trešo daļu, Administratīvā procesa likuma 13. un 66.pantu, Konkurences padome

nolēma:

nepiemērot MTG Broadcasting AB saistošos noteikumus – noteiktu aktīvu atsavināšanu.

Saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētāja

S.Ābrama

²⁴ VSIA "Latvijas Televīzija" 18.09.2017. vēstule Nr.353/1-5, SIA "Lattelecom" 15.09.2017. vēstule Nr.LTC-K-17-8176.

²⁵ SIA "Reklāmas aģentūra "VIA Media"" 15.09.2017. vēstule, SIA "Baltcom" 20.09.2017. vēstule Nr.B0213/2017, SIA "Media House" 14.09.2017. vēstule, SIA "Dentsu Aegis Network Latvia", SIA "Latvijas Mobilais Telefons" 15.09.2017. vēstule, SIA "Baltcom" 20.09.2017. vēstule Nr.B0213/2017.