S 102/03-2419/03 V Brně dne 8. července 2003

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ve správním řízení č.j. S 102/03, zahájeném dne 6. června 2003 podle § 18 zákona č. 71/1967 Sb., o správním řízení (správní řád), v platném znění, a § 15 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v souladu s § 21 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, na návrh účastníka řízení, jímž je společnost Mediaservis s.r.o., se sídlem Sazečská 645/12, Praha 10, ve správním řízení zastoupená Dr. Pavlem Hrdinou, advokátem, se sídlem Ovocný trh 8, Praha 1, na základě plné moci ze dne 5. června 2003, ve věci povolení spojení soutěžitelů ve smyslu § 12 a násl. zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, vydává toto

r o z h o d n u t í :

Spojení soutěžitelů Mediaservis s.r.o., se sídlem Sazečská 645/12, Praha 10, a TEMPO TEAM, spol. s r.o., se sídlem Mikleckého 1311/8, Praha 4, ke kterému dochází dle § 12 odst. 3 písm. a) zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, na základě Rámcové smlouvy o převodu obchodních podílů, uzavřené dne 27. května 2003 mezi společnostmi Mediaservis s.r.o., se sídlem Sazečská 645/12, Praha 10, jako nabyvatelem, a společností PRESSINVEST a.s., se sídlem Olbrachtova1980, Praha 4, jako převodcem, v jejímž důsledku společnost Mediaservis s.r.o., se sídlem Sazečská 645/12, Praha 10, nabyla 100% obchodní podíl na společnosti TEMPO TEAM, spol. s r.o., se sídlem Mikleckého 1311/8, Praha 4, a tím získala možnost tuto společnost kontrolovat, se dle § 16 odst. 2 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže,

p o v o l u j e.

O d ů v o d n ě n í :

Při posuzování spojení soutěžitelů vycházel Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „Úřad“) zejména z následujících podkladů: návrhu na povolení spojení, dotazníku k povolení spojení, Rámcové smlouvy o převodu obchodních podílů, dalších informací o spojovaných společnostech a analýzy postavení spojovaných subjektů na relevantním trhu.

Skutečnost, že se Úřad spojením zabývá, byla v souladu s ustanovením § 16 odst. 1 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže (dále jen „zákon“) zveřejněna v Obchodním věstníku č. 24/03 ze dne 18. června 2003. V pětidenní lhůtě stanovené pro podání případných připomínek, ani později, Úřad žádnou připomínku k uvedenému spojení soutěžitelů neobdržel.

Notifikační podmínky

Ke spojení soutěžitelů dochází na základě Rámcové smlouvy o převodu obchodních podílů, uzavřené dne 27. května 2003 mezi společnostmi Mediaservis s.r.o., se sídlem Sazečská 645/12, Praha 10 (dále jen „Mediaservis“), jako nabyvatelem, a společností PRESSINVEST a.s., se sídlem Olbrachtova 1980, Praha 4 (dále jen „PRESSINVEST“), jako převodcem, v jejímž důsledku nabyla společnost Mediaservis 100% obchodní podíl na společnosti TEMPO TEAM, spol. s r.o., se sídlem Mikleckého 1311/8, Praha 4 (dále jen „TEMPO TEAM“), a tím získala možnost tuto společnost kontrolovat. Společnost Mediaservis tedy získala možnost kontrolovat jiného soutěžitele ve smyslu § 12 odst. 3 písm. a) zákona.

Celkový celosvětový čistý obrat všech spojovaných soutěžitelů za poslední účetní období je vyšší než 5 miliard Kč, přesahuje tedy hranici stanovenou v § 13 písm. a) zákona, tím je splněna notifikační podmínka dle tohoto ustanovení a posuzované spojení soutěžitelů podléhá povolení Úřadu.

Strany spojení

Společnost **Mediaservis** je českou společností s ručením omezeným. Mediaservis má dva společníky, společnost F-log AG, se sídlem Joan-Joseph-Fiege-Strasse 1, D-48268 Greven, SRN (dále jen „F-log“), s 51% podílem na společnosti Mediaservis, a společnost Distribuční Holding s.r.o., se sídlem Senovážná 1254/4, Praha 1 (dále jen „Distribuční Holding“), se 49% podílem na společnosti Mediaservis. Dle tvrzení účastníka řízení je společnost Mediaservis kontrolována společností F-log. Společnost Mediaservis poskytuje služby na trhu mediální logistiky, zejména doručování předplatného časopisů a adresného direct mailu, dále marketingovou podporu, služby telemarketingu, správu předplatného, vlastní logistiku, služby tzv. personalizace a balení a poštovní služby.

Společnost **F-log** je dceřinou společností společnosti Fiege AG, jež je řídící osobou koncernu Fiege. Těžiště činnosti koncernu Fiege spočívá v poskytování logistických a souvisejících služeb. Koncern Fiege působí v 15 zemích světa, jeho jedinou majetkovou účastí v České republice je společnost Mediaservis.

Společnost **Distribuční Holding** má dle tvrzení účastníka řízení tři společníky, kterými jsou společnost MAFRA, a.s., se sídlem Na příkopě 31, Praha 1 (dále jen „MAFRA“), se 40% podílem na společnosti Distribuční Holding, společnost VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., se sídlem nám. Přemysla Otakara II. 8/5, České Budějovice (dále jen „VLTAVA-LABE-PRESS“), se 40% podílem na společnosti Distribuční Holding,

a společnost ECONOMIA, a.s., se sídlem Dobrovského 25, Praha 7 (dále jen „ECONOMIA“), s 20% podílem na společnosti Distribuční Holding. Uvedené údaje nebyly v době vydání rozhodnutí zapsány v Obchodním rejstříku. Dle stavu zapsaného v Obchodním rejstříku má 78% podíl na společnosti Distribuční Holding společnost MAFRA a zbývající 22% podíl drží společnost ECONOMIA. Společnost MAFRA je součástí koncernu Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft. Společnost VLTAVA-LABE-PRESS je součástí koncernu Neue Presse Verlags.

Společnost **TEMPO TEAM** je českou společností s ručením omezeným. Jediným společníkem společnosti TEMPO TEAM je společnost PRESSINVEST, 100% dceřiná společnost společnosti Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, se sídlem Zűlpicherstrasse 10, Důsseldorf, SRN. Společnost TEMPO TEAM nemá na území České republiky, ani jinde, žádné dceřiné společnosti. Předmětem podnikání společnosti TEMPO TEAM, zapsaným v Obchodním rejstříku, je nakladatelská činnost, vydavatelská činnost a reklamní činnost. Jedinou fakticky provozovanou podnikatelskou činností společnosti TEMPO TEAM je dle údajů poskytnutých účastníkem řízení poskytování služeb doručování neadresného direct mailu.

Relevantní trh

Společnost Mediaservis podniká především v oblasti mediální logistiky, zejména doručování předplatného časopisů a adresného direct mailu, dále v oblasti marketingové podpory, poskytování služeb telemarketingu, správy předplatného, vlastní logistiky, služeb tzv. personalizace a balení a poštovních služeb. Jedinou fakticky provozovanou podnikatelskou činností společnosti TEMPO TEAM je poskytování služeb doručování neadresného direct mailu.

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 soutěžitel, nad nímž je v důsledku spojení získávána kontrola, a z nich pak zejména na ty, které se zároveň překrývají s činnostmi navrhovatele. V tomto případě je kontrola získávána nad společností TEMPO TEAM, která zde podniká v oblasti poskytování služeb doručování neadresného direct mailu.

Pojem direct mail je definován[1] jako zásilka, která se sestává pouze z inzerátů, marketingových nebo reklamních materiálů a kromě jména, adresy, identifikačního čísla příjemce a jiných úprav, které nemění druh sdělení, obsahuje a přepravuje identické sdělení pro signifikantní počet příjemců a je doručena na adresu uvedenou odesílatelem na zásilce samotné nebo na jejím obalu. Faktury jakéhokoliv druhu a ostatní neidentická sdělení nejsou považována za direct mail. Sdělení, u něhož je direct mail spojen ve stejném obalu s jinými zásilkami, není považováno za direct mail.

Doručování neadresného direct mailu se od zdánlivě blízkých služeb, jako je doručování adresných zásilek, včetně adresného direct mailu, a poštovních služeb, liší zejména z následujících důvodů. Velmi podstatný je rozdíl v praktickém použití služeb neadresného doručování, např. dle kritéria osob bydlících v určité lokalitě, a adresného doručování, dle seznamu konkrétních osob. Použití uvedených služeb závisí na tom, jaké cílové skupině chce objednatel danou informaci sdělit. Neadresně a adresně doručované zásilky se pohybují v odlišných váhových kategoriích, přičemž adresně doručované zásilky se pohybují ve vyšší váhové kategorii, mají vyšší marketingovou hodnotu. Odběrateli služeb neadresného direct mailu jsou zejména obchodní řetězce, spektrum odběratelů adresného

[1] mj. viz směrnice Evropských společenství č. 97/67/ES, o poštovních službách

direct mailu je širší, přičemž lze konstatovat, že se opět jedná zpravidla o obchodní společnosti nabízející adresátům různé zboží.

Oba způsoby doručování dále kladou odlišné nároky na infrastrukturu poskytovatele služeb. Zatímco k doručení neadresného direct mailu potřebuje poskytovatel služby v podstatě pouze osobu, která tuto zásilku doručí, s doručením adresného direct mailu se pojí i další činnosti, například obálkování a zpravidla také vytvoření a správa určitého informačního systému nebo alespoň seznamů konkrétních osob dle různých kritérií. Doručování adresného direct mailu a neadresného direct mailu se velmi významně liší i cenou za poskytnutí předmětné služby. Z výše uvedených důvodu nejsou adresné a neadresné doručování zásilek zaměnitelné ani z hlediska nabídky.

Na základě výše uvedených skutečností Úřad pro účely tohoto rozhodnutí vymezil jako relevantní trh z hlediska výrobkového **trh doručování neadresného direct mailu.**

Z geografického hlediska Úřad vymezil relevantní trh v předmětném správním řízení **územím celé České republiky.**

Dopady spojení

Celková velikost výše vymezeného relevantního trhu doručování neadresného direct mailu v České republice je z hlediska počtu doručených kusů odhadována na přibližně 1,5 miliardy kusů. Společnost TEMPO TEAM na tomto relevantním trhu dosahuje tržního podílu přibližně *[… obchodní tajemství …]* %, společnost Mediaservis na uvedeném trhu nepůsobí.

Na vymezeném relevantním trhu působí, dle údajů poskytnutých Úřadu účastníkem řízení, nejméně dva další soutěžitelé, kteří mají vyšší tržní podíl, než je podíl, kterého dosahuje společnost TEMPO TEAM. Jedná se o společnosti Agentura pro distribuci a marketing s.r.o., se sídlem Botanická 44, Brno, a Česká pošta, s.p., se sídlem Olšanská 38/9, Praha 3.

Společnost TEMPO TEAM zajišťuje přibližně *[… obchodní tajemství …]* % z celkového objemu dodávek vlastními kapacitami a zbývajících *[… obchodní tajemství …]* % prostřednictvím subdodavatelů. *[… obchodní tajemství …]* % z těchto subdodávek je realizováno prostřednictvím *[… obchodní tajemství …]* obchodních společností, a to s jejich podílem *[… obchodní tajemství …]* % na těchto subdodávkách. Mezi subdodavatele společnosti TEMPO TEAM patří i společnost Mediaservis, její podíl na těchto subdodávkách je však nižší než výše uvedených *[… obchodní tajemství …]* %.

Poptávka na trhu doručování neadresného direct mailu je generována z oblasti obchodních společností, zejména obchodních řetězců, které jako jeden z marketingových nástrojů využívají právě neadresnou distribuci letáků. Adresáty, direct mailu jsou pak zpravidla regionálně či plošně vybrané domácnosti v České republice.

Trh doručování neadresného direct mailu se v posledních letech v České republice neustále rozvíjí. Neexistují žádné významné bariéry vstupu nových soutěžitelů na předmětný relevantní trh.

Po zhodnocení celkové situace na relevantním trhu doručování neadresného direct mailu v České republice dospěl Úřad k následujícím závěrům. Činnosti spojovaných soutěžitelů se na území České republiky nepřekrývají ani na sebe, ve významné míře, nenavazují, a nedochází tak k horizontální ani k významné vertikální integraci. Při posouzení situace na relevantním trhu a trzích jemu blízkých vzal Úřad v úvahu i skutečnost, že po realizaci povolované transakce bude nabyvatel disponovat vedle adresného direct mailu

také direct mailem neadresným. S ohledem na relativně nízký tržní podíl nabývané společnosti na relevantním trhu doručování neadresného direct mailu v České republice však tato skutečnost nebude mít zásadní vliv na situaci na relevantním trhu ani na trzích jemu blízkých. Posuzované spojení nezvýší tržní sílu spojovaných společností na uvedených trzích natolik, aby jim umožnila chovat se nezávisle na jiných soutěžitelích a spotřebitelích.

V důsledku předmětného spojení soutěžitelů tak vzhledem k absenci překrývajících se aktivit spojovaných soutěžitelů nedojde ke snížení úrovně konkurenčního prostředí na trhu doručování neadresného direct mailu, neboť subjekt vzniklý spojením nebude na relevantním trhu v postavení podstatně odlišném od postavení společnosti TEMPO TEAM před uskutečněním transakce. Subjekt vzniklý spojením bude v České republice nadále čelit konkurenci, neboť služby zaměnitelné se službami poskytovanými spojovanými soutěžiteli jsou na trhu volně dostupné od konkurenčních soutěžitelů, spojení tedy nebude mít negativní dopad na odběratele předmětných služeb z hlediska možnosti výběru mezi výše uvedenými službami. V důsledku spojení soutěžitelů také nedojde k omezení možnosti vstupu nových soutěžitelů na relevantní trh. Spojení tedy nepovede ke vzniku nebo posílení dominantního postavení spojujících se soutěžitelů nebo některého z nich, které by mělo za následek podstatné narušení hospodářské soutěže.

Pro naplnění všech podmínek uvedených v § 16 odst. 2 věta třetí zákona o ochraně hospodářské soutěže Úřad rozhodl o povolení navrhovaného spojení. Toto rozhodnutí Úřad ve stanovené lhůtě vydává.

Poučení o opravném prostředku

Ve smyslu ustanovení § 61 zákona č. 71/1967 Sb., o správním řízení (správní řád) v platném znění, lze proti tomuto rozhodnutí podat do 15 dnů od jeho doručení rozklad předsedovi Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, a to prostřednictvím Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže – odboru fúzí. Včas podaný rozklad má odkladný účinek.

Ing. Vladimír Stankov, CSc.
vrchní ředitel

v zastoupení
JUDr. Robert Neruda
pověřený zastupováním

Rozhodnutí obdrží:

Dr. Pavel Hrdina, advokát

Ovocný trh 8

11000 Praha 1