



Broj: 01-04-26-005-8-II/10
Sarajevo, 13. 10.2010. godine

Na osnovu člana 32. stav (1) i (2) Zakona o konkurenciji («Službeni glasnik BiH», broj 48/05, 76/07 i 80/09) i člana 210. Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», broj 29/02, 44/02, 12/04 i 88/07), postupajući po zahtjevu broj: 01-04-26-005-II/10 od 22.02.2010.godine podnesenom od strane privrednog subjekta Radiotelevizija Bosne i Hercegovine, Bulevar Meše Selimovića broj 12, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina protiv privrednih subjekata Radiotelevizije Federacije BiH, Bulevar Meše Selimovića broj 12, 71000 Sarajevo, Pink BH Company d.o.o, Račanska 98, Bijeljina, Mreža plus d.o.o., Ćemaluša 4, Sarajevo, OBN d.d., Humska 1, Sarajevo, Hayat TV, Jošanička 55, Vogošća, Sarajevo, zbog sumnje o postojanju zabranjenog sporazuma iz člana 4. stav (1) pod a), d) i e) i zloupotrebe dominantnog položaja iz člana 10. Zakona o konkurenciji, Konkurencijsko vijeće na 2. (drugoj) sjednici održanoj 13.10.2010. godine, je donijelo

ZAKLJUČAK **o pokretanju postupka**

1. Pokreće se postupak po Zahtjevu privrednog subjekta Radiotelevizija Bosne i Hercegovine, Bulevar Meše Selimovića broj 12, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina podnesenog dana 22.02.2010. godine pod brojem: 01-04-26-005-II/10 protiv privrednih subjekata Radiotelevizija Federacije BiH, Bulevar Meše Selimovića broj 12, 71000 Sarajevo, Pink BH Company d.o.o, Račanska 98, Bijeljina, Mreža plus d.o.o., Ćemaluša 4, Sarajevo, OBN d.d., Humska 1, Sarajevo, Hayat TV, Jošanička 55, Vogošća, Sarajevo, Bosna i Hercegovina zbog sumnje o postojanju zabranjenog sporazuma u smislu člana 4. stav (1) pod a), d) i e) i zloupotrebe dominantnog položaja u smislu člana 10. Zakona o konkurenciji.
2. Postupak će se provesti u skladu sa Zakonom o konkurenciji i podzakonskim aktima koji regulišu oblast tržišne konkurencije i drugim relevantnim propisima.
3. Stranke u ovom postupku i druga pravna i fizička lica dužna su na zahtjev Konkurencijskog vijeća dostaviti svu traženu dokumentaciju u smislu člana 33. i 35 Zakona o konkurenciji.

O b r a z l o ž e n j e

Konkurencijsko vijeće je dana 22.02.2010. godine brojem: 01-04-26-005-II/10, zaprimilo Zahtjev za pokretanje postupka podnesen od strane privrednog subjekta Radiotelevizija Bosne i Hercegovine, Bulevar Meše Selimovića broj 12, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina (u daljem tekstu: Podnosilac zahtjeva ili BHTV) protiv privrednih subjekata Radiotelevizija Federacije BiH, Bulevar Meše Selimovića broj 12, 71000 Sarajevo (u daljem tekstu: FTV), Pink BH Company d.o.o, Račanska 98, Bijeljina (u daljem tekstu: PINK BH), Mreža plus d.o.o., Ćemaluša 4, Sarajevo (u daljem tekstu: MREŽA), OBN d.d., Humska 1, Sarajevo (u daljem tekstu: OBN), Hayat TV, Jošanička 55, Vogošća, Sarajevo (u daljem tekstu: HAYAT), zbog sumnje o postojanju zabranjenog sporazuma iz člana 4. stav (1) pod a), d) i e) i zloupotrebe dominantnog položaja u smislu člana 10. Zakona o konkurenciji (u daljem tekstu: Zakon).

Zaprimljeni Zahtjev nije bio kompletan u smislu člana 29. stav (2) Zakona, te je Podnosiocu zahtjeva dana 03.03.2010.godine upućen zahtjev za dopunu broj: 01-04-26-005-1-II/10, dana 23.03.2010.godine zahtjev broj: 01-04-26-005-3-II/10, dana 20.04.2010.godine zahtjev broj: 01-04-26-005-4-II/10 i dana 28.09.2010.godine zahtjev broj: 01-04-26-005-5-II/10.

Podnosilac zahtjeva je dana 18.03.2010. godine, dopunio dio Zahtjeva, nakon čega je Konkurencijsko vijeće utvrdilo da su ispunjeni osnovni uslovi za pokretnje postupka u smislu člana 28. stav (1) Zakona, pa je stoga, Konkurencijsko vijeće dana 06.10.2010. godine aktom broj: 01-04-26-005-6-II/10, Podnosiocu zahtjeva izdalo Potvrdu o prijemu urednog i kompletnog Zahtjeva, u smislu člana 28. stav (3) Zakona.

Podnosilac zahtjeva nije uplatio potrebnu administrativnu taksu u skladu sa Odlukom o visini administrativnih taksi u vezi sa procesnim radnjama pred Konkurencijskim vijećem („Službeni glasnik BiH“, broj 30/06).

Podnosilac zahtjeva, opisuje činjenično stanje i okolnosti koje su razlog za podnošenje Zahtjeva te navodi sljedeće:

- Da je BHTV Javni servis koji je po Zakonu o Javnom sistemu BiH iz 2006. godine, osnovao Parlament BiH sa sjedištem u Sarajevu. Osnovna djelatnost je proizvodnja i emitiranje radio i televizijskog programa na teritoriji BiH, te posjeduju dozvole RAK-a za obavljanje djelatnosti, na cijelom teritoriju Bosne i Hercegovine. Zakonskim propisima javni emiteri imaju pravo na 6 (šest) minuta oglasnog prostora u svakom satu emitiranja programa, dok komercijalne TV stanice imaju neograničeno vrijeme za emitiranje oglasnih poruka. TV postaje na koje se odnosi prijava imaju također nacionalnu pokrivenost.
- Sve TV postaje dužne su svake godine donijeti i javno obznaniti Cjenike oglašavanja i sponzorstva sa Općim uslovima poslovanja za tekuću godinu, koji daju cijene i popuste po kojima TV postaje obračunavaju prodaju oglasnog prostora direktnim klijentima ili Marketinškim agencijama. Cijene i popusti se formiraju na osnovu gledanosti i rejtinga pojedine TV postaje i odražavaju njenu tržišnu poziciju u Bosni i Hercegovini.
- Obzirom da se radi o oglasnom prostoru unutar programa pojedinih TV postaja, emitiranje oglasnih poruka ne predstavlja značajno povećanje troškova proizvodnje programa TV postaje, tako da je prodaja oglasnog prostora čisti prihod TV postaje, koji ne izaziva dodatne troškove. Iz tog razloga cijena prodaje oglasnog prostora izuzetno je podložna manipulaciji. Oglasni prostor se prodaje direktnim klijentima ili marketinškim agencijama.

Kao razlozi radi kojih se Konkurencijsko vijeće poziva za provedbu istrage navode se i sljedeći:

- a) Osvrt na cjenike; Pregledom Cjenika pojedinih TV postaja dolazi se do zaključka da formiranje cijena ne odražava stvarnu poziciju TV postaje i programa koji se emitira. Cjenici predstavljaju polaznu točku za „Cjenkanje“, što je vidljivo u velikom rasponu cijena i popusta. Na taj način se devalvira oglašivačko tržište što dovodi do prelijevanja velikih marži na Agencije i zastupnike, posebno multinacionalnih kompanija i međunarodnih marketinških agencija. Problem je što se usluga ne nudi svima pod jednakim uslovima, nego je sve stvar pojedinačnih dogovora.
- b) Popusti i Agencijski ugovori; Marketinške agencije kontroliraju oko 70% ukupnog oglašivačkog tržišta Bosne i Hercegovine, pa samim tim predstavljaju i najvećeg kupca oglasnog prostora. Kako bi TV postaje uspjeli „natjerati“ marketinške agencije za zakupe oglasni prostor nude ogromne popuste i uslove koji devalviraju cijenu čak do 90%. Prodaja se svodi na dogovore, a ne na realnu cijenu i kvalitetu. Ovakvim dampinzima i popustima apsolutno se devalvira konkurentnost na oglašivačkom tržištu, stvara se kaos i nemogućnost realne konkurencije zasnovane na potpunoj usluzi i stvarnoj komunikaciji sa klijentima.

- c) Popusti i direktni klijenti; Pored prihoda od poslovanja sa Agencijama emiteri ostvaruju prihod i od oglašavanja i ugovaranja prodaje oglasnog prostora direktnim klijentima, bez posrednika. Kod ugovaranja sa direktnim klijentima još se više odstupa od osnovnog Cjenika marketing usluga i pribjegava se izravnim dogovaranjima po načelu „daću ti sve, samo nama plati“. Popusti se dogovaraju ad hoc u ovisnosti koliko je klijent spreman potrošiti. Klijenti sa popustima se odgovaraju od drugih TV postaja kako bi sav prihod zadržao za sebe bez obzira što je cijena puno niža od realne. Cijena je puno niža od službenog Cjenika i od konkurencije. Takvo dogovaranje je netransparentno i nije podložno obavezi javnog prezentiranja. Ovakvim dogovorima ostali ponudioci se stavljaju u nepovoljan položaj i tjera ih se da snižavaju cijene i daju popuste kako bi se nosili sa konkurencijom.
- d) Uticaj damping cijena na poslovanje; Kratkoročno veliki popusti donose povećanje prihoda emiteru koji ih primjenjuje, ali dugoročno, velikim popustima dolazi u pitanje finansiranje i opstanak emitera. Natjecanjem u što većem popustu ostavlja emitere bez značajnog prihoda koji poklanjaju nekom drugom, te tako dolaze u situaciju da se ne mogu dalje finansirati jer ne mogu dalje snižavati cijene. Potrebno je podsjetiti da je kod svih komercijalnih medija marketing najveći izvor prihoda. Agencije i međunarodne kompanije podstiču ovakvu praksu u utrci za što nižom cijenom komunikacije iz razloga što time ostvaruju ekstra profit, a emitere dovode u nepovoljan položaj i ugrožavaju njihov opstanak. Damping cijene i veliki popusti su razlog što se ne može realno ocijeniti i izmjeriti potencijal oglašivačkog tržišta u Bosni i Hercegovini. Na osnovu takvog potencijala bilo bi moguće planirati realna ostvarenja prihoda TV emitera u odnosu na gladanost i rejting. Ovako je sve svedeno na stihiju i borbu za mrvice. Potrebno je spomenuti da je razvoj TV emitera koji direktno uslovljen visinom prihoda koji emiter ostvaruje iz marketinga. Velikim popustima on se destimulira i svodi na puko pokrivanje troškova ne vodeći računa o kvalitetu, vrijednosti i značaju razvoja TV emitra za širu društvenu zajednicu.
- e) Iskustva i praksa zemalja u okruženju; U susjednim zemljama, Hrvatskoj i Srbiji, također je vladao kaos na oglašivačkom tržištu sve dok nije zakonski regulisano i jasno postavljena pravila ponašanja na tržištu, koja važe za sve TV emitere. Cjenicima i pravilima poslovanja jasno su postavljena tržišna pravila i svako odstupanje zakonski je sankcionisano. Na tržištu vlada utakmica u pogledu kvaliteta komunikacije, a cijene su jasno naznačene na najnižoj nivou. Vrste i količine popusta su precizno utvrđene i nisu podložne manipulacijama. Postoje kontrolori i regulatori tržišne utakmice koji reaguju na svako kršenje zadanih pravila. Isključivi osnov za određivanje vrijednosti oglasnog prostora i vrijednosti komunikacije je gladanost i rejting pojedinog medija u ukupnoj gledanosti na nivou zemlje (ili regije), bez mogućnosti mešetarenja i dogovaranja mimo jasno postavljenih pravila poslovanja.

U dopuni Zahtjeva zaprimljenoj dana 18.03.2010. godine Podnosilac je naveo i da se Zahtjev odnosi na član 4. stav (1) tačka a), d) i e), u smislu netransparentnog i dampinškog određivanja cijena oglašavanja, te primjenu različitih uslova za identične transakcije. Također, Podnosilac zahtjeva navodi da se narušavanje tržišne konkurencije odnosi i na član 9. Zakona-zloupotreba dominantnog položaja i na član 12. citiranog Zakona, u smislu udruživanja radi zajedničkog nastupa na tržištu spajanjem oglašivačkih budžeta, kako bi se ostvarili viši popusti na oglašavanje i time stvorio dominantan položaj subjekta, čime se ugrožavaju mediji koji samostalno nastupaju na tržištu. Ovaj prigovor se odnosi na udruženje FTV i RTRS, te Mrežu plus (udruživanje Hayat Tv, ATV Banja Luka i RTV Mostar). Ovakvim udruživanjem TV stanice prema nekim klijentima nastupaju zajednički (velike marketinške agencija), a prema nekim kupcima samostalno. Time stvaraju različite aršine za istu uslugu koju pružaju.

Na osnovu dostavljene dokumentacije Konkurencijsko vijeće je ocijenilo da nije moguće bez provedenog postupka utvrditi postojanje povrede Zakona na koje Podnosilac zahtjeva ukazuje, te je odlučilo kao u dispozitivu ovog Zaključka.

Nakon provedenog postupka Konkurencijsko vijeće će donijeti konačno rješenje u skladu člana 42. Zakona o konkurenciji.

PRAVNA POUKA

Protiv ovog Zaključka nije dopuštena žalba. Nezadovoljna strana može pokrenuti upravni spor pred Sudom Bosne i Hercegovine u roku od 30 dana od dana prijema ovog Zaključka odnosno od dana njegove objave.

Predsjednik

dr. Stjepo Pranjić