

BOSNA I HERCEGOVINA
Konkurencijsko vijeće



БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА
Конкуренцијски савет

R J E Š E N J E

po Zahtjevu privrednih subjekata „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, „P Plus“ d.o.o. Sarajevo, „S.V.-R.SA“ d.o.o. Sarajevo, „Hayat“ d.o.o. Sarajevo i „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo protiv privrednog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo

Sarajevo,
mart 2016. godine



Broj: 04-26-2-027-105-II/15
Sarajevo, 30.03.2016. godine

Konkurencijsko vijeće Bosne i Hercegovine, na osnovu člana 25. stav (1) tačka e), člana 41. stav (1) tačka c), člana 42. stav (1) tačka c), člana 48. stav (1) tačka b), člana 49. stav (1) tačka a) i stava (2), u vezi sa članom 10. stav (2) tačka a), c) i d), člana 11. Zakona o konkurenciji („Službeni glasnik BiH“, br. 48/05, 76/07 i 80/09) i čl. 105. i 108. Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», br.29/02, 12/04, 88/07, 93/09 i 41/13), u postupku utvrđivanja zloupotrebe dominantnog položaja, pokrenutom po zajedničkom Zahtjevu za pokretanje postupka privrednih subjekata „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg solidarnosti 10, 71000 Sarajevo, „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, ul. Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo, „P Plus“ d.o.o. Sarajevo, ul. Milana Preloga broj 12A, 71000 Sarajevo, „S.V.-R.SA“ d.o.o. Sarajevo, ul. Šaćira Sikirića broj 8, 71000 Sarajevo, „Hayat“ d.o.o. Sarajevo, ul. Jošanička broj 55., 71320 Vogošća i „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica broj 54, 71000 Sarajevo, zastupani po punomoćniku Seadu Miljkoviću, advokatu iz Sarajeva, ul. Augusta Brauna broj 1, 71000 Sarajevo protiv privrednog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža, zastupan po advokatu Arminu Zulkiću, Muhameda Kantardžića 3/II, 71000 Sarajevo, na 125. (stotinudvadesetpetoj) sjednici održanoj dana 30.03.2016. godine, donijelo je sljedeće

R J E Š E N J E

1. Utvrđuje se da je privredni subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, odredbom člana 9. tipskog Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2014., 2015. i 2016. godinu i odredbom člana 3. Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2014., 2015. i 2016. godinu koji je zaključio sa Radio – televizijom Federacije Bosne i Hercegovine, Bulevar Meše Selimovića 12, 71 000 Sarajevo, kojim odredbama je regulirana cijena usluge i način plaćanja, zloupotrijebio dominantni položaj na relevantnom tržištu pružanje usluga mjerenja tv gledanosti u Bosni i Hercegovini, na način da je prema klijentima primijenio različite uslove za istu ili sličnu vrstu poslova, na relevantnom tržištu, smislu člana 10. stav (2) tačka c) Zakona o konkurenciji, čime ih je doveo u neravnopravan i nepovoljan konkurentski položaj.
2. Utvrđuje se da je privredni subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, zloupotrijebio dominantni položaj na relevantnom tržištu pružanje usluga mjerenja tv gledanosti u Bosni i Hercegovini, članom 3. tipskog Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2014., 2015. i 2016. godinu na način da je uslovljavao privredne subjekte Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg solidarnosti 10, 71000 Sarajevo, „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, ul. Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo, „P Plus“ d.o.o. Sarajevo, ul. Milana Preloga broj 12A, 71000 Sarajevo, „S.V.-R.SA“ d.o.o. Sarajevo, ul. Šaćira Sikirića broj 8, 71000 Sarajevo, „Hayat“ d.o.o. Sarajevo, ul. Jošanička broj 55., 71320 Vogošća i „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica broj 54, 71000 Sarajevo i druge klijente da prihvate dodatne obaveze koje po svojoj prirodi nemaju veze sa predmetom ugovora o mjerenju TV gledanosti, u smislu člana 10. stav (2) tačka d) Zakona o konkurenciji .
3. Zabranjuje se privrednom subjektu „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, svako buduće postupanje utvrđeno u tačkama 1.i 2. dispozitiva predmetnog Rješenja, kao i svako drugo postupanje na relevantnom tržištu koje bi privredne subjekte ili fizička lica, dovelo u neravnopravan položaj na relevantnom tržištu u smislu člana 11. stav (1) tačka b) Zakona o konkurenciji.

4. Nalaže se privrednom subjektu „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža da donese Cjenovnik usluga mjerenja TV gledanosti sa jasno utvrđenim, nedvosmislenim i transparentnim kriterijima i cijenama, koji bi bio identičan za sve potencijalne korisnike usluge, te da Cjenovnik kao i nacрте tipskih ugovora o mjerenju TV gledanosti dostavi na uvid Konkurencijskom vijeću Bosne i Hercegovine, u roku od 30 dana od dana dostavljanja ovog rješenja.
5. Izriče se novčana kazna privrednom subjektu „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, zbog kršenja Zakona utvrđenih u tačkama 1. i 2. ovog Rješenja, u iznosu od 30.000,00 KM (tridesethiljadakonvertibilnihmaraka) u smislu člana 48. stav (1) tačka b) Zakona o konkurenciji, koju je dužan platiti u roku od 8 (osam) dana od dana prijema ovog Rješenja.
6. Izriče se novčana kazna direktoru Damiru Avdiću, kao odgovornom licu privrednog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, zbog nepostupanja po zahtjevu Konkurencijskog vijeća u smislu člana 35. Zakona, u iznosu od 5.000,00 KM (pethiljadakonvertibilnihmaraka), u skladu sa članom 49. stav (2) Zakona o konkurenciji, koju je dužan platiti u roku od 8 (osam) dana od dana prijema ovog Rješenja.
7. U slučaju da se izrečene novčane kazne iz tačke 5. i 6. ovog Rješenja, ne uplate u navedenom roku, iste će se naplatiti prisilnim putem, u smislu odredbi člana 47. Zakona o konkurenciji, uz obračunavanje zatezne kamate za vrijeme prekoračenja roka, prema važećim propisima Bosne i Hercegovine.
8. Obavezuje se privredni subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža da privrednim subjektima „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg solidarnosti 10, 71000 Sarajevo, „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, ul. Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo, „P Plus“ d.o.o. Sarajevo, ul. Milana Preloga broj 12A, 71000 Sarajevo, „S.V.-R.SA“ d.o.o. Sarajevo, ul. Šaćira Sikirića broj 8, 71000 Sarajevo, „Hayat“ d.o.o. Sarajevo, ul. Jošanička broj 55., 71320 Vogošća i „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica broj 54, 71000 Sarajevo, isplati iznos od 2.965,60 (dvijehiljadedevetskošezdesetpet i 60/100) KM na ime troškova postupka, u roku od 8 (osam) dana od dana prijema ovog Rješenja.
9. Odbija se zajednički Zahtjev privrednih subjekata „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg solidarnosti 10, 71000 Sarajevo, „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, ul. Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo, „P Plus“ d.o.o. Sarajevo, ul. Milana Preloga broj 12A, 71000 Sarajevo, „S.V.-R.SA“ d.o.o. Sarajevo, ul. Šaćira Sikirića broj 8, 71000 Sarajevo, „Hayat“ d.o.o. Sarajevo, ul. Jošanička broj 55., 71320 Vogošća i „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica broj 54, 71000 Sarajevo protiv privrednog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža, podnesen radi utvrđivanja zloupotrebe dominantnog položaja u smislu člana 10. stav (2) tačke a) Zakona o konkurenciji, kao neosnovan.
10. Ovo Rješenje je konačno i bit će objavljeno u „Službenom glasniku BiH“, Službenim glasilima entiteta i Brčko distrikta Bosne i Hercegovine.

O b r a z l o ž e n j e

Konkurencijsko vijeće Bosne i Hercegovine (u daljem tekstu: Konkurencijsko vijeće) je dana 14.07.2015. godine zaprimilo Zahtjev za pokretanje postupka (u daljem tekstu: Zahtjev) privrednih subjekata „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg solidarnosti 10, 71000 Sarajevo (u daljem tekstu: „Pink BH“), „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, Ulica Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo (u daljem tekstu: „Fabrika“), „P Plus“ d.o.o. Sarajevo, ul. Milana Preloga broj 12A, 71000 Sarajevo (u daljem tekstu: „P Plus“), „S.V.-R.SA“ d.o.o. Sarajevo, ul. Šaćira Sikirića broj 8, 71000 Sarajevo (u daljem tekstu: „S.V.-

R.SA“), „Hayat“ d.o.o. Sarajevo, ul. Jošanička broj 55., 71320 Vogošća (u daljem tekstu: „Hayat“) i „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica broj 54, 71000 Sarajevo (u daljem tekstu: „Direct Media“), zastupani po punomoćniku Seadu Miljkoviću, advokatu iz Sarajeva, ul. Augusta Brauna broj 1, 71000 Sarajevo (u daljem tekstu: Podnosioci zahtjeva), protiv privrednog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža zastupan po advokatu Arminu Zulkiću, Muhameda Kantardžića 3/II, 71000 Sarajevo, (u daljem tekstu: „Audience Measurement“ ili Protivna strana), radi utvrđivanja zloupotrebe dominantnog položaja u smislu člana 10. Zakona o konkurenciji („Službeni glasnik BiH“, br. 48/05, 76/07 i 80/09).

Uvidom u podneseni Zahtjev, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da isti nije kompletan, u smislu člana 28. Zakona, te je zatražilo dopunu istog u smislu odredbi člana 31. stav (1) Zakona, (akt broj: 04-26-2-027-1-II/15 od 05.08.2015. godine).

Podnosioci zahtjeva su dostavili dopunu Zahtjeva podnescima zaprimljenim pod brojem: 04-26-2-027-2-II/15 dana 20.08.2015. godine i brojem: 04-26-2-027-3-II/15 od 07.09.2015. godine.

Nakon kompletiranja Zahtjeva, Konkurencijsko vijeće je Podnosiocima zahtjeva, izdalo Potvrdu o prijemu kompletnog i urednog Zahtjeva, u smislu člana 28. stav (3) Zakona, dana 08.09.2015. godine, aktom broj: 04-26-2-027-4-II/15.

1. Stranke u postupku

Stranke u postupku su privredni subjekti „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg solidarnosti 10, 71000 Sarajevo, „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, ul. Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo, „P Plus“ d.o.o. Sarajevo, ul. Milana Preloga broj 12A, 71000 Sarajevo, „S.V.-R.SA“ d.o.o. Sarajevo, ul. Šaćira Sikirića broj 8, 71000 Sarajevo, „Hayat“ d.o.o. Sarajevo, ul. Jošanička broj 55., 71320 Vogošća. „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica broj 54, 71000 Sarajevo kao Podnosioci zahtjeva, s jedne strane i privredni subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža, kao Protivna strana, s druge strane.

1.1. Podnosioci zahtjeva

1.1.1. Privredni subjekt „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo

Preduzeće za informisanje i marketing „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg Solidarnosti 10, 71000 Sarajevo, registrovano je na Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0500-08 (stari broj 1-25703).

Osnovna registrovana djelatnost privrednog subjekta „Pink BH“ je emitiranje televizijskog programa.

1.1.2. Privredni subjekt „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo

Kreativni tim za dizajn, marketing i reklamu „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo, registrovan je u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0104-11 (stari broj 1-20520).

Osnovna registrovana djelatnost privrednog subjekta „Fabrika“ je agencijsko pružanje usluga promocije (reklamu i propagandu).

1.1.3. Privredni subjekt „P Plus“ d.o.o. Sarajevo

Društvo za distribuciju televizijskog programa „Produkcija Plus“ d.o.o. Sarajevo, Milana Preloga br. 12 A, 71000 Sarajevo, registrovan je u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0130-11.

Osnovna registrovana djelatnost privrednog subjekta „P Plus“ je distribucija filmova, videofilmova i televizijskog programa.

1.1.4. Privredni subjekt „S.V.-R.S.A“ d.o.o. Sarajevo

Društvo za marketing i radio i televizijske djelatnosti Sarajevo „S.V.-R.S.A“ d.o.o. Sarajevo, ul. Šaćira Sikirića broj 8, 71 000 Sarajevo, registrovano je u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0177-12 (stari broj 1-19456).

Osnovna registrovana djelatnost privrednog subjekta „S.V.-R.S.A“ je agencijsko pružanje usluga promocije (reklamu i propagandu).

1.1.5. Privredni subjekt „Hayat“ d.o.o. Sarajevo

Privredni subjekt „Hayat“ društvo za proizvodnju i emitovanje televizijskog programa d.o.o. Sarajevo, Jošanička br. 55, 71 320 Vogošća, registrovan je u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0387-14 (stari broj 1-11726).

Osnovna registrovana djelatnost privrednog subjekta „Hayat“ je emitiranje televizijskog programa.

1.1.6. Privredni subjekt „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo

Privredni subjekt „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica br. 54, 71000 Sarajevo, je registrovan u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0153-12 (stari broj 1-24157).

Osnovna registrovana djelatnost privrednog subjekta „Direct Media“ je agencijsko pružanje usluga promocije (reklamu i propagandu).

1.2. Protivna strana

1.2.1. Privredni subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo

Privredni subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža, je registrovan u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0685-12.

Privredni subjekt „Audience Measurement“ je u 100,0% vlasništvu privrednog subjekta „NMAM Media Audience Measurement Limited“ Vasileos Konstantinou 9, Agios Andreas, 1105, Nikozija, Kipar.

Osnovna registrovana djelatnost privrednog subjekta „Audience Measurement“ je istraživanje tržišta i ispitivanje javnog mnijenja.

Privredni subjekt je imenovani laboratorij za obavljanje verifikacije mjerila vremena – peoplemetara (mjerila gledanosti) tj. za etalonsku opremu Pollux Server Power Edge, R710 Dell, TV. Br. 216D5J (Rješenje Instituta za mjeriteljstvo BiH broj: 06-46-6-123JL-7/13).

Pored navedenog privredni subjekt „Audience Measurement“ posjeduje licencu multinacionalne kompanije „Nielsen“ i specijalizirano je za poslove mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini, koristi tzv. TAM peopletre i od maja 2013. godine vrši mjerenje gledanosti koja su zasnovana na 550 domaćinstava u Bosni i Hercegovini.

2. Pravni okvir predmetnog postupka

Konkurencijsko vijeće je tokom postupka primijenilo odredbe Zakona o konkurenciji, Odluke o utvrđivanju relevantnog tržišta («Službeni glasnik BiH», br. 18/06 i 34/10), Odluke o definisanju kategorije dominantnog položaja («Službeni glasnik BiH», br.18/06 i 34/10), Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», br.29/02, 12/04, 88/07, 93/09 i 41/13).

Također, Konkurencijsko vijeće je uzelo u obzir i Zakon o mjeriteljstvu BiH („Službeni glasnik BiH“, broj 19/01), Pravilnik o mjeriteljskim i tehničkim zahtjevima za mjerila gledanosti (peoplemeter) („Službeni glasnik BiH“, broj 67/12), Pravilnik o imenovanim mjeriteljskim laboratorijama („Službeni glasnik BiH“, broj 67/12).

Konkurencijsko vijeće u skladu sa članom 43. stav (7) Zakona, u svrhu ocjene datog slučaja, može koristiti sudsku praksu Evropskog suda pravde i Odluke Evropske komisije, te je u vezi s tim Konkurencijsko vijeće uzelo u obzir odredbe Upute o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni člana 82. Ugovora o EZ-u na postupanje privrednih subjekata u dominantnom položaja koja za posljedicu mogu imati zloupotrebu u smislu isključivanja konkurenata s tržišta („Službeni list C 045, od 24.02.2009., str. 0007-0020) (2009/C 45/02).

3. Postupak po Zahtjevu za pokretanje postupka

Podnosioci zahtjeva su u bitnom naveli sljedeće činjenice kao razlog za podnošenje Zahtjeva:

- Da su Podnosioci zahtjeva mediji, odnosno TV stanice i marketinške agencije koje se bave pružanjem usluga zakupa marketinškog prostora na elektronskim medijima, odnosno televizija koje svoj program emitiraju na teritoriji Bosne i Hercegovine,
- Da je privredni subjekt „Audience Measurement“ privredno društvo osnovano 2012. godine koje ima licencu multinacionalne kompanije „Nielsen“ i koje je specijalizirano za poslove mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini koristeći tzv. TAM peopletre i koje od maja 2013. godine vrši mjerenje gledanosti koja su zasnovana na 550 domaćinstava u Bosni i Hercegovini,
- Da je Protivna strana jedini privredni subjekt koji pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini i kao takvo u skladu sa članom 9. Zakona o konkurenciji (u daljem tekstu: Zakon) ima tržišni udio od 100% na relevantnom tržištu mjerenja gledanosti TV programa,
- Da dominantni položaj na relevantnom tržištu mjerenja TV gledanosti nije nešto što je neuobičajeno jer specifičnost navedenog tržišta i jeste u tome da na određenoj teritoriji, odnosno na nivou jedne države postoji jedna kompanija koja vrši mjerenja TV gledanosti,
- Da problem nastaje kad na relevantnom tržištu ne postoji mehanizam koji bi prije svega mogao a) spriječiti zloupotrebu takvog monopola kao što je situacija u konkretnom slučaju i b) dopustiti i drugim učesnicima ulazak na navedeno tržište,,
- Da je historijski gledano problem uspostave monopola nastao u trenutku kada su mediji i agencije koje se bave pružanjem usluga zakupa marketinškog prostora kao protuteža u sistemu uspostavljanja i imenovanja društva za mjerenje TV gledanosti izgubili mogućnost da kao kupci navedene usluge budu korektiv monopolu na tržištu mjerenja TV gledanosti u BiH,

- Da je situacija na relevantnom tržištu, nažalost, odlukama državnih organa protivnim sopstvenim propisima, u konkretnom slučaju postala apsurdna do te mjere da je na kraju Protivna strana certifikovala samu sebe za obavljanje navedene djelatnosti, jer je Protivna strana ujedno imenovana od strane Instituta za mjeriteljstvo Bosne i Hercegovine kao laboratorija ovlaštena za ispitivanje i verifikaciju mjerila, odnosno u konkretnom slučaju peopletmeta, što je stvorilo nezamjenjivu uslugu u smislu propisa o konkurenciji, a s druge strane suprotno članu 2. stav (2) Pravilnika o imenovanim mjeriteljskim laboratorijama broj: 03-02-1229-2/12 od 24.08.2012. godine imenovala laboratoriju koja je u očiglednom konfliktu interesa jer je sama sebe i svoje uređaje atestirala i kao takva djeluje u direktnom sukobu interesa,
- Da su dana 26.12.2014. godine Podnosioci zahtjeva zaprimili ponudu za zaključivanje ugovora o pružanju usluga mjerenja gledanosti TV za 2015. godinu u skladu sa kojim im je dat rok od tri radna dana u kojem moraju prihvatiti uslove ugovora po principu „uzmi ili ostavi“,
- Da će u slučaju nepotpisivanja ugovora prestati isporučivati kako dnevne rezultate mjerenja od 01.01.2015. godine, tako i one koji se odnose na prethodni period odnosno za 2014. godinu, jer to proizilazi iz ranije nametnutog ugovora za 2014. godinu,
- Da su Podnosioci zahtjeva pokušali Protivnoj strani ukazati na nezakonitost pojedinih odredbi prijedloga Ugovora za 2015. godinu, ali im nije bila data mogućnost da pregovaraju o bilo kojoj odredbi Ugovora,
- Da Podnosioci zahtjeva nisu imali alternative i bili su prinuđeni da potpišu ponuđene Ugovore, jer je Protivna strana prijetila da će privredni subjekt „Nielsen“ obavijestiti klijente Podnosioca zahtjeva koji od njih koriste a koji ne koriste podatke Protivne strane,
- Da je nakon toga Protivna strana prestala isporučivati dnevne podatke o mjerenjima, a Podnosioci zahtjeva nisu imali mogućnost pristupa, ni historijskim podacima iz 2014. godine, što im je prijeko potrebno za obavljanje djelatnosti, a također i za fakturisanje usluga iz mjeseca decembra 2014. godine,
- Da u ovakvoj situaciji Podnosioci zahtjeva nisu imali drugu alternativu nego da potpišu već ponuđeni ugovor,
- Da je privredni subjekt „Audience Measurement“ svojim ponašanjem nesumnjivo zloupotrijebio dominantan položaj, a prije svega član 10. stav (2) tačka a), c) i d) Zakona, čime je kupce svojih usluga, odnosno Podnosioca zahtjeva doveo u situaciju koja je za njih neodrživa,
- Da su Podnosioci zahtjeva dana 26.12.2014. godine dobili individualne ponude koje su bez ikakvog transparentnog i objektivnog kriterija cjenovno bile različite, ali je svima bila zajedničko povećanje cijena,
- Da je nekom od Podnosilaca zahtjeva cijena povećana za 5%, a nekom za čak 20% bez navođenja bilo kakvih opravdanih razloga,
- Da je nakon pritužbe pojedinih Podnosilaca zahtjeva na povećanja cijena u većim iznosima, Protivna strana usmeno pravdala činjenicom, da ti Podnosioci zahtjeva imaju veću kupovnu moć, jer ostvaruju veći prihod od svojih klijenata po osnovu izvještaja kupljenih od Protivne strane, što je apsolutno neprihvatljivo i očigledno predstavlja kršenje člana 10. stav (2) tačka a) i c) Zakona,
- Da je u svim zemljama regiona i Evropskoj uniji normalno da je cijena istraživanja transparentna i poznata svim učesnicima na tržištu, te da u konkretnoj situaciji Podnosioci zahtjeva ne znaju i nemaju mogućnost da saznaju kolika je cijena istraživanja na godišnjem nivou,

- Da je normalan odnos naknade troškova (uključujući mjeritelja i njegovu maržu) koji se dijeli između TV i medijskih agencija 80:20 u korist TV-a koji ima s jedne strane veću tržišnu snagu, jer u suštini cca 90% marketing budžeta ide medijima, a s druge strane i mogućnost da analizira gledanost programa i radi tzv. programming (odabir i kupovinu programskog sadržaja) što agencije nisu u mogućnosti,
- Da preostalih 10% budžeta ide na sve ostale kupce navedenih izvještaja odnosno agencije i pri čemu je bitno napomenuti da agencije same snose cijenu istraživanja i istu ne fakturišu krajnjim klijentima, jer je to njihov essential facility, odnosno osnovno sredstvo za rad,
- Da ponašanje koje je štetno za kupce može predstavljati zloupotrebu bez obzira što isto nije štetno za strukturu konkurenata na relevantnom tržištu, a u ovom slučaju štetu trpe krajnji kupci odnosno klijenti, a posebno agencije koje same snose troškove mjerenja,
- Da prethodno zaključenim ugovorima i Ugovorima koje su Podnosiocima zahtjeva u međuvremenu bili ponuđeni da zakluče sa Protivnom stranom kao jedinom ovlaštenom kompanijom za pružanje usluga mjerenja gledanosti, jasno ukazuje na činjenicu da je tržište ograničeno, odnosno zatvoreno i to na štetu Podnosilaca zahtjeva,
- Da se ovo primarno ogleda u načinu odabira kompanije koja vrši mjerenje gledanosti, a s druge strane u ponašanju Protivne strane koja izvjesno svojim ponašanjem utiče na zatvaranje tržišta nametanjem obaveza kontinuiranog zaključivanja ugovora sa istim pružaocem usluga, uvjetujući Podnosiocima zahtjeva da preuzmu navedenu obavezu, jer će u protivnom ostati bez rezultata mjerenja za prethodnu godinu, što je za Podnosiocima zahtjeva veoma problematično, jer se na osnovu historijskih podataka vrše planiranja za narednu godinu,
- Da u svom dokumentu „Uputa o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni člana 82. Ugovora o EZ-u na postupanje privrednih društava u dominantnom položaju“ koja za posljedicu mogu imati zloupotrebu u smislu isključivanja konkurenata sa tržišta Evropska komisija cijeni da u svakom konkretnom slučaju treba sagledati uvjete ulaska na tržište i mogućnost širenja na tržištu, pogotovo kroz postojanje ekonomije obima i / ili obuhvata i učinaka mreže,
- Da je u apsurdnim okolnostima koje vladaju na relevantnom tržištu, a imajući u vidu troškove ulaska na tržište koje je prilično malo u obimu, jasno da ne postoji veliki interes konkurenata za ulazak na tržište, što u konačnici utiče na uslove u kojima se trenutno nalaze Podnosioci zahtjeva,
- Da se radi o evidentnoj zloupotrebi dominantnog položaja kroz tzv. Exclusive Dealing ili isključivu kupnju kod koje se od kupca na određenom tržištu traži da kupuje isključivo i samo od privrednog društva u dominantnom položaju, odnosno u konkretnom slučaju od Protivne strane,
- Da navedeno ponašanje privrednog subjekta „Audience Measurement“ ima za posljedicu istiskivanje sa tržišta s protu – tržišnim učinkom posebno u slučaju u kada eventualni konkurenti, koji u trenutku sklapanja obaveza nisu prisutni na tržištu, nisu više u mogućnosti natjecati se za potražnju kupaca, jer je Protivna strana nezaobilazan partner za cjelokupne potrebe na tržištu,
- Da bi u konačnici raskid ugovora sa privrednim subjektom „Audience Measurement“ vodio gubitku prava na historijske odnosno ranije kupljene podatke što objektivno predstavlja i tzv. market foreclosure, odnosno zatvaranje tržišta na štetu Podnosilaca zahtjeva,
- Da su s obzirom na činjenicu da je privredni subjekt „Audience Measurement“ jedini privredni subjekt na teritoriji BiH koji se bavi mjerenjem TV gledanosti, bili primorani da sa istim zakluče Ugovore o mjerenju gledanosti za 2014. godinu, a njihova pregovaračka pozicija i snaga je u datoj situaciji bila znatno oslabljena, jer su predmet Ugovora dnevni izvještaji o gledanosti televizijskih programa (tzv. TAM Data base) za određene televizijske kanale koji predstavljaju osnovno

sredstvo za rad kako medija tako i agencija koje se bave pružanjem usluga zakupa marketinškog prostora i bez kojih isti ne mogu pružati svoje usluge,

- Da su se prvi znakovi zloupotrebe dominantne pozicije od strane Protivne strane i slabost u pregovaračkoj poziciji Podnosilaca zahtjeva, javili još pri zaključenju ugovora za 2014. godinu kada je Protivna strana u ugovor faktički nametnula obavezu kontinuiranog zaključivanja ugovora, uvjetujući na taj način Podnosiocima zahtjeva da preuzmu obavezu kojom se sprečava imenovanje ili odabir konkurenta i koja je sama po sebi protivna prirodi usluge koju privredni subjekt „Audience Measurement“ pruža Podnosiocima zahtjeva,
- Da je članom 6. stav (3) Ugovora za 2014. godinu predviđeno da „*licenca za korištenje programske opreme Arianna Pro vrijedi za vrijeme trajanja ovog ugovora. U slučaju neproduženja i isteka ovog ugovora Klijent nema pristup podacima iz perioda važenja ovog ugovora*“,
- Da je navedenom odredbom ugovora Protivna strana ograničila tržište i nametnula Podnosiocima zahtjeva obavezu da sa istim posluju bez mogućnosti raskida ugovora, jer im neće biti isporučeni podaci za koje su Podnosioci zahtjeva već jednom platili naknadu što je u potpunosti suprotno prirodi ovog ugovornog odnosa i industrijskim pravilima,
- Da Podnosioci zahtjeva ne mogu pružati svoje usluge bez navedenih podataka (essential facility), jer se historijski podaci (u konkretnom slučaju podaci iz 2014. godine) koriste za planiranje analize i strategije zakupa medijskog prostora za svoje klijente u narednom periodu odnosno u 2015. godini,
- Da se navedeni podaci koriste i za fakturisanje usluga za mjesec decembar 2014. godine koje Podnosioci zahtjeva ne mogu da izvrše bez navedenih izvještaja čime im je u konkretnom slučaju direktno pričinjena šteta na više načina što je u konačnici rezultiralo prinudenošću Podnosilaca zahtjeva da zaključe predmetni Ugovor za 2015. godinu,
- Da je standard na predmetnom tržištu da se kupcima dozvoli korištenje historijskih podataka i kada se sa nekim, ko mjeri, raskine ugovor,
- Da svi Podnosioci zahtjeva i danas mogu bez ikakvih problema pristupiti svim podacima za 2012., 2011., 2010. i ranije godine u kojima je vršeno mjerenje od strane druge agencije, jer je potpuno jasno da su navedeni podaci već plaćeni i da isti predstavljaju osnovno sredstvo za rad Podnosiocima zahtjeva,
- Da u konkretnoj situaciji Podnosioci zahtjeva nemaju mogućnost uvida u način formiranja cijene niti isti mogu pregovarati sa Protivnom stranom kao monopolistom na relevantnom tržištu oko načina formiranja cijene,
- Da Podnosioci zahtjeva opravdano sumnjaju i da gore navedeni način raspodjele cijene istraživanja između medija i agencija nije adekvatno izvršena i da je ista povećana u korist agencija čak i do 60:40% što je neodrživo imajući na umu sve ranije navedeno i činjenicu da se na taj način stvara prevelik cjenovni pritisak na agencije,
- Da su s obzirom na navedeno, Podnosioci zahtjeva bili primorani da pozovu „Audience Measurement“ na pregovore u vezi sa načinom formiranja cijene i transparentnosti formiranja cijena što je Protivna strana odbila, navodeći da su prihvatljivi samo ponuđeni ugovori za 2015. godinu u izvornom tekstu i da cijene mogu biti smanjene zajedno sa smanjenjem broja licenci,
- Da je u prijedlog Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2015. godinu koji su Podnosioci zahtjeva morali potpisati, Protivna strana otišla korak dalje pa je nametnula još jednu obavezu koja po svojoj prirodi nema veze sa Ugovornim obavezama između strana, te da je članom 3. Ugovora u suštini navedeno da ukoliko neka od televizija sa kojom „Audience Measurement“ ima ugovorni odnos

ne bude plaćala, Protivna strana ima pravo da prestane isporučivati podatke o gledanosti svim korisnicima mjerenja sa čime se druga ugovorna strana mora složiti,

- Da se postavlja pitanje kako neko ko plaća svoju uslugu može biti uskraćen za istu zato što neko treći sa kojim nije u konkretnom ugovornom odnosu ne ispunjava svoje ugovorne obaveze prema privrednom subjektu „Audience Measurement“,
- Da je ovakav vid pritiska klasičan primjer zloupotrebe dominantnog položaja od strane „Audience Measurement“ i kao takav zabranjen članom 10. Zakona.

U skladu sa naprijed navedenim, Podnosioci zahtjeva predlažu da Konkurencijsko vijeće donese rješenje kojim se utvrđuje da privredni subjekta „Audience Measurement“ ima dominantni položaj na tržištu mjerenja TV gledanosti, da je nametanjem Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2014. i 2015. godinu zloupotrijebio dominantni položaj: a) direktnim ili indirektnim nametanjem nelojalnih kupovnih cijena, b) primjenom različitih uslova za istu ili sličnu vrstu poslova sa ostalim stranama, čime ih dovodi u neravnopravan i nepovoljan konkurentski položaj i c) uslovljavanjem Podnosioca zahtjeva da prihvate dodatne obaveze koje po svojoj prirodi ili prema trgovinskom običaju nemaju veze sa predmetom takvog sporazuma, čim je „Audience Measurement“ povrijedio član 10. stav (2) tačka a), c) i d) Zakona, te se zabrani svako dalje direktno ili indirektno djelovanje (preko posrednika ili drugog povezanog lica) koje predstavlja zloupotrebu dominantnog položaja kao i da prestane sa djelovanjem koje predstavlja zloupotrebu dominantnog položaja, te zaključi ugovore sa Podnosiocima zahtjeva pod jednakim i nediskriminirajućim uslovima.

Konkurencijsko vijeće je ocijenilo da bez provedenog postupka nije moguće utvrditi postojanje povrede Zakona navedenih u Zahtjevu, te je u smislu člana 32. stav (2) Zakona donijelo Zaključak o pokretanju postupka broj: broj: 04-26-2-027-6-II/15 (u daljem tekstu: Zaključak) na 108. sjednici održanoj dana 10.09.2015. godine.

U skladu sa članom 33. stav (1) Zakona, Konkurencijsko vijeće je dostavilo Zahtjev i Zaključak na očitovanje aktom broj: 04-26-2-027-10-II/15 dana 10.09.2015. godine.

Protivna strana je podneskom zaprimljenim pod brojem 04-26-2-027-12-II dana 28.09.2015. godine zatražila produženje roka za dostavu odgovora za dodatnih petnaest dana, koji zahtjev je odobren aktom Konkurencijskog vijeća broj: 04-26-2-027-14-II/15 od 30.09.2015. godine.

Protivna strana je u naknadno odobrenom roku dostavila očitovanje, kao i dodatnu dokumentaciju, u skladu sa članom 33. stav (3) Zakona, podnescima zaprimljenim dana 09.10.2015. godine broj 04-26-2-027-17-II/15 i 23.10.2015. godine (*Odgovor*) broj: 04-26-2-027-21-II/15 (*Dopuna Odgovora*), kojima u potpunosti osporava osnovanost Zahtjeva, navodeći sljedeće:

- Da u skladu sa članom 9. Zakona i stavovima Evropske komisije iz Upute o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni člana 82. Ugovora o EZ-u na postupanje privrednih subjekata u dominantnom položaja koja za posljedicu mogu imati zloupotrebu u smislu isključivanja konkurenata s tržišta („Službeni list C 045, od 24.02.2009., str. 0007-0020) (2009/C 45/02), privredni subjekt „Audience Measurement“ nema dominantan položaj,
- Da je tržište mjerenja tv gledanosti specifično tržište, te striktno regulirano tržište u smislu ostvarivanja prava i ispunjavanja uslova za obavljanje djelatnosti mjerenja tv gledanosti, te je jasno da ne postoji bilo kakav uticaj usljed tržišne snage Protivne strane na stvarne, odnosno u ovom slučaju moguće konkurente koji bi se bavili istom djelatnošću na relevantnom tržištu,
- Da bi svaki privredni subjekt koji bi u tržišnom okruženju prepoznao profitabilnost kao kriterij za bavljenje djelatnošću mjerenja tv gledanosti na relevantnom tržištu mogao preduzeti potrebne korake ka tržišnoj infiltraciji bez ikakvog uticaja ili zavisnosti od Protivne strane,

- Da je isključivi kriterij opći pravni okvir odnosno zakonski i podzakonski propisi nad čijom primjenom i provedbom se stara Institut za mjeriteljstvo BiH,
- Da je pred Konkurencijskim vijećem vođen postupak po zahtjevu privrednog subjekta „Mareco Index Bosnia d.o.o. Sarajevo protiv Instituta za mjeriteljstvo Bosne i Hercegovine, radi utvrđivanja postojanja zabranjenog sporazuma, te je između ostalog Konkurencijsko vijeće obrazlažući utvrđeno činjenično stanje zaključilo da *„je analizom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o imenovanju mjeriteljskih laboratorija utvrdilo da svaki privredni subjekt koji ispunjava relevantne zahtjeve propisane ovim Pravilnikom može biti imenovan za mjeriteljsku laboratoriju...“*,
- Da je relevantno tržište strogo regulirano i da Protivna strana nema uticaja, na, u ovom slučaju, moguću konkurenciju,
- Da bi ponašanje Protivne strane na koje se pozivaju Podnosioci zahtjeva, u smislu da ugovara nelojalne kupovne cijene, primjenjuje različite uslove za istu vrstu poslova, uslovljava klijente da prihvate dodatne obaveze koje po svojoj prirodi ili prema trgovinskom običaju nemaju veze sa predmetom ugovora, bilo upravo prilika za konkurenciju, a ne obrnuto,
- Da ne postoji dominantni položaj Protivne strane u smislu njegove nezavisnosti od kupaca, među kojima su i Podnosioci zahtjeva, jer je specifičnost tržišta mjerenja tv gledanosti upravo njegov mikroaspekt i međusobna uslovljenost učesnika na tržištu, tj. mjeritelja tv gledanosti kao dobavljača usluge i kupaca usluge tv stanica i marketinških agencija,
- Da jednako, kako s jedne strane najčešće postoji jedan dobavljač usluge mjerenja tv gledanosti na teritoriji jedne države, tako je s druge strane mali i ograničen broj kupaca takve usluge, odnosno kupca su fiksna kategorija, te je tržište statično u dužem vremenskom periodu i mijenja se neznatno ili se uopće ne mijenja, te nema promjena u količini razmjene usluga,
- Da samim tim šansa za širenje tržišta povećanjem broja kupaca ili pronalaskom drugih kupaca ne postoji, a što sve nije slučaj na najvećem broju tržišta drugih nespecifičnih roba i usluga,
- Da takvi specifični tržišni odnosi imaju za posljedicu ekonomsku zavisnost, ne samo Podnosilaca zahtjeva od Protivne strane, već i Protivne strane od Podnosilaca zahtjeva,
- Da Protivna strana za uslugu TV gledanosti odnosno rezultate mjerenja ima ukupno svega 19 kupaca (marketinških agencija i televizijskih stanica, uključujući komercijalne televizije i javne emitere),
- Da su upravo zbog navedene ovisnosti Protivne strane od Podnosilaca zahtjeva, isti napravili svojevrsni „udruženi pritisak“ na poslovanje Protivne strane, a s ciljem da se bez tržišnog ratia i kriterija profitabilnosti za Protivnu stranu, njima osiguraju ustupci i neosnovana ekonomska korist, na štetu interesa privrednog subjekta „Audience Measurement“,
- Da iako je privredni subjekt koji ima dominantan položaj posebno odgovoran na tržištu, smisao pravnog okvira, kako nacionalnog tako i okvira Evropske Unije, nije da se privredni subjekt dovede u nepovoljan položaj, nego da se stvore jednake šanse za sve učesnike na tržištu,
- Da su pogrešni i netačni navodi Podnosilaca zahtjeva da je imenovanjem privrednog subjekta „Audience Measurement“ kao ovlaštene laboratorije došlo do tzv. nezamjenjive usluge, jer je Institut za mjeriteljstvo Bosne i Hercegovine certificirao 25 mjeriteljskih laboratorija za različite mjeriteljske oblasti,
- Da iako postoji po jedna mjeriteljska laboratorija iz većine oblasti, na bilo koji način nije onemogućeno da bilo koji privredni subjekt koji smatra da ispunjava uslove i zahtjeve utvrđene

mjeriteljskim propisima Bosne i Hercegovine, podnese zahtjev nadležnom organu za njegovo imenovanje za ovlaštenu laboratoriju,

- Da je mjeriteljska laboratorija koju privredni subjekt „Audience Measurement“ ima, striktno odvojena od osnovnog poslovanja i u organizaciji upravljačke strukture, laboratorija je samostalna i nije podređena upravi,
- Da iako se radi o prenesenim ovlaštenjima, a ne o pružanju usluge u klasičnom pojmovnom značenju, iz razloga kako je naprijed opisano, nije moguće govoriti o nezamjenjivoj usluzi, u bilo kojem kontekstu,
- Da Protivna strana vrši mjerenje tv gledanosti u skladu sa najvišim standardima korporacije Nielsen, jedne od vodećih internacionalnih kompanija, specijalizirane u oblasti pružanja usluga mjerenja tv gledanosti, pri tome uvažavajući nacionalno zakonodavstvo i njegove specifičnosti,
- Da Protivna strana nije povezana pravna osoba sa kompanijom Nielsen, već isključivo na osnovu ugovora o licenci koristi know-how i tehnologiju Nielsen korporacije, te za isto plaća naknadu,
- Da usljed troškova licence, te redovnih troškova poslovanja, Protivna strana već tri godine uzastopno ima tzv. non – profit budget, odnosno posluje bez dobiti ili s gubitkom, jer je planirani budžet prihoda jednak ili manji od planiranih troškova, iz čega proizilazi i krajnja neutemeljenost navoda Podnosilaca zahtjeva o nametanju nelojalnih kupovnih cijena usluge kojom se ograničava konkurencija,
- Da cijena koje Podnosioci zahtjeva plaćaju za usluge mjerenja tv gledanosti nema obilježja nelojalne cijene,
- Da nisu osnovani navodi iz Zahtjeva, o tome kako su Podnosioci zahtjeva isključeni iz pregovora oko formiranja cijena,
- Da ugovor iz 2014. godine nije nametnut, jer na njegov sadržaj nije bilo primjedbi u bilo kojem kontekstu od bilo kojeg kupca, niti u fazi postojanja prijedloga ugovora, a niti u vrijeme kada se vršilo njegovo potpisivanje,
- Da su ugovori o mjerenju tv gledanosti za 2015. godinu u svim svojim odredbama u skladu sa pozitivnim propisima, a Podnosioci zahtjeva nikada nisu, kako navode, ukazivali na bilo kakvu nezakonitost odredaba ugovora za 2015. godinu,
- Da su dana 04.01.2015. godine svi klijenti obaviješteni da će do 06.01.2015. godine, neovisno od plaćanja dugovanja ili zaključenja novog ugovora, biti dostupni raspoloživi podaci o mjerenju tv gledanosti za sve klijente, a radi omogućavanja fakturisanja usluga iz mjeseca decembra 2014. godine,
- Da je Protivna strana i ranije pismenim putem opominjala Podnosiocima zahtjeva da je potrebno da izmire obaveze za izvršenje usluge mjerenja u 2013. i 2014. godini, što pokazuje da su Podnosioci zahtjeva (u ovom slučaju privredni subjekti „Pink BH“ i „P Plus“) kontinuirano imali podatke o mjerenju gledanosti za 2014. godinu, iako nisu izmirili sve obaveze iz 2013. godine, a niti iz 2014. godine, a u vrijeme upućivanja dopisa, te namjera Protivne strane nikada nije bila dovođenje kupaca u nepovoljan položaj, već poslovna korektnost, što najmanje podrazumijeva plaćanje izvršenih usluga,
- Da posebno ukazuju na bitnu činjenicu a su svi historijski podaci koje kupci podataka sačuvaju i prenose iz podataka programa „Arianna pro“ u uobičajeni excel format, kupcima kontinuirano raspoloživi u bilo koje vrijeme i neograničeno bez povezanosti sa programom, klijentovom

bazom podataka, te statusom ugovora, a svim onim kupcima koji nemaju program „Arijanna pro“, svi izvještaji o rezultatima mjerenja tv gledanosti se spašavaju u „excel format“ i tako šalju,

- Da samim tim Podnosioci zahtjeva mogu sami imati vlastitu bazu historijskih podataka koju za sve potreba uvijek mogu koristiti, a „čitanje“ historijskih podataka kod privrednog subjekta „Audience Measurement“ iz njegove baze podataka, putem programa „Arianna pro“ bi omogućila i korištenje novih podataka bez obzira na okolnosti postojanja ugovora ili plaćanja usluga,
- Da prema općem načelu komutativnosti ugovora sa dvostranim obavezama, ukoliko prestane ugovorni odnos, odnosno dođe do prestanka isporučivanja podataka radi neplaćanja agencije koja radi sa izvjesnom tv stanicom, ne budu uskraćene za podatke koji za određeni period nisu isporučeni (u slučaju da dođe do kašnjenja sa plaćanjem), dok u slučaju da dođe do raskida ugovora zbog neispunjenja ugovorne obaveze, tada više nije svrsishodno isporučivati podatke o mjerenju gledanosti za tv stanicu koja nije u ugovornom odnosu, jer marketinške agencije u tom slučaju ne mogu plasirati svoj marketing budžet na istu, što je uobičajena praska u svim zemljama svijeta, gdje internacionalni klijenti rade sa grupacijom Nielsen, odnosno sa njihovim predstavnikom (korisnikom licence),
- Da kako isti proizvod kupuju svi kupci, sasvim je jasno da prodavac / Protivna strana mora imati mehanizme zaštite svog proizvoda od neovlaštenog reproduciranja i prenošenja između zainteresovanih strana, te je u vezi s tim, uobičajeni mehanizam zaštite na mjeriteljskom tržištu izuzimanje iz postupka mjerenja gledanosti televizijske stanice koja ne može platiti rezultate mjerenja, a koji su joj alat u procesu ostvarenja prihoda od marketinga,
- Da bez tog mehanizma, podatak o mjerenju tv gledanosti kao gotov proizvod i prodajni output, bi bio između zainteresovanih strana međusobno razmjenjivan i reproduciran, bez pitanja i znanja Protivne strane, što podrazumijeva svakako i izostanak dobiti odnosno nedostatak prihoda potrebnih radi pokrivanja troškova poslovnih rashoda,
- Da je privredni subjekt „Audience Measurement“ obavijestio marketinške agencije koje imaju poslovni odnos sa oglašivačima sa kojima na drugim tržištima posluje „Nielsen“ da će poslati obavještenje klijentima da znaju zbog čega pojedini od njih nemaju odnosno neće imati podatke o mjerenju u periodu koji će nastupiti, a s ciljem zaštite oglašivača od mogućih zloupotreba i lažnih izjava o razlozima izostanka podataka, ali do takvog obavještenja prema saznanjima Protivne strane nije došlo, iako se ugovori za 2015. godinu nisu zaključili u očekivanim rokovima,
- Da je u ranijem periodu, usluge mjerenja tv gledanosti na tržištu Bosne i Hercegovine pružao privredni subjekt „Mareco Inex Bosnia“ d.o.o. Sarajevo (u daljem tekstu: „Mareco Index“) koji je također imao mehanizam zaštite mjeritelja, koji je bio sličan ili jednak mehanizmu zaštite Protivne strane kao dobavljača specifične usluge,
- Da su na sastanku održanom u prostorijama privrednog subjekta „Audience Measurement“, gospodin Elvir Švrakić, predstavnik „Programa Plus“ i gospodin Neven Kulenović, predstavnik „S-V.-R.SA“ upoznati sa ukupnim planiranim budžetom privrednog subjekta „Audience Measurement“ za 2015. godinu, a cijene su formirane na godišnjem nivou, po realizaciji, odnosno prema SSHR¹% i GRP-u².

¹ DSHR (dynamic share) – udio pojedinca u gledanosti određenog programa u odnosu na ukupan broj pojedinaca koji su gledali određenu grupu kanala u istom vremenskom intervalu;

² GRP (Gross rating point) – ostvareni rtg za reklamu.

- Da su tako cijene za marketinšku agenciju „Direct Media“ veće za (..)**³KM, bez PDV-a na godišnjem nivou, a privredni subjekt „Fabrika“ je nakon revizije odnosno krajem mjeseca marta 2015. godine imao umanjene cijene, odnosno ukupno manje troškova na mjesečnom nivou (počevši od 01.04.2015. godine) za iznos od preko (..)**KM bez uračunatog PDV-a,
- Da je smanjenje cijene izvršeno samo privrednom subjektu „Fabrika“ u skladu sa članom 10. taka 2. Ugovora za 2015. godinu, a što bi svakako bilo učinjeno i za ostale kupce, u slučaju da su poslali spisak klijenata kao dokaz o smanjenju prihoda, kako je to zatraženo dopisom od 27.03.2015. godine,
- Da dakle, cijena za usluge mjerenja tv gledanosti nije nelojalna ili proizvoljna, već je određena prema uobičajenim kriterijima i praksama industrija i svakako uz aktivno učešće Podnosioca zahtjeva, kojom prilikom im je data mogućnost odabira načina utvrđivanja cijene,
- Da su tv stanice i marketinške agencije međusobno strane sa suprotnim interesima, te da su se udružili u pregovorima sa Protivnom stranu, što potvrđuje ranije iznesenu tvrdnju o svojevrsnom monopolističkom položaju korisnika usluga, jer Podnosioci zahtjeva koji u ovom postupku nesporno zajednički nastupaju, čine skoro jednu trećinu ukupnog tržišnog potencijala,
- Da o nepostojanju bilo kakvog dominantnog položaja i zloupotrebe istog svjedoči i kontinuirani izostanak plaćanja i kašnjenje u plaćanju usluga od strane privrednih subjekata „Pink BH“, „Fabrika“ i „Direct Media“, koji kasne već nekoliko mjeseci, ali nije izvršen raskid ugovora niti je došlo do isključenja,
- Da se imajući u vidu naprijed navedeno ne može govoriti o postojanju dominantnog položaja niti o povredi dominantnog položaja privrednog subjekta „Audience Measurement“.

Konkurencijsko vijeće je dostavilo ovlaštenom punomoćniku Podnosilaca zahtjeva Odgovor i Dopunu Odgovora aktom broj: 04-26-2-027-18-II/15 od 14.10.2015. godine i broj: 04-26-2-027-23-II/15 od 02.11.2015. godine, koji je podneskom zaprimljenim pod brojem: 04-26-2-027-19-II/15 dana 20.10.2015. godine zatražio produženje roka za dostavu izjašnjenja.

Konkurencijsko vijeće je odobrilo produženje roka aktom broj: 04-26-2-027-20-II/15 dana 21.10.2015. godine.

Podnosioci zahtjeva su izjašnjenje dostavili podneskom zaprimljenim pod brojem 04-26-2-027-22-II/15 dana 23.10.2015. godine, u kojem navode sljedeće:

- Da postojanje dominantnog položaja nije upitno kako prema Zakonu, tako prema podzakonskim aktima Konkurencijskog vijeća kojim je isti definisan kao „položaj na relevantnom tržištu roba i usluga kod kojeg se učesnik na tržištu zbog svoje tržišne snage može ponašati u značajnoj mjeri nezavisno od stvarnih ili mogućih konkurenata, kupaca, potrošača ili dobavljača, također uzimajući u obzir udio tog privrednog subjekta na relevantnom tržištu, udjele koje na tom tržištu imaju njegovi konkurenti, kao i pravne i druge zapreke za ulazak drugih privrednih subjekata na tržište,
- Da pored navedenog, u skladu sa članom 2. Odluke o definisanju kategorija dominantnog položaja privredni subjekt na relevantnom tržištu proizvoda ili usluga ima dominantan položaj kada nema konkurenciju ili ako postojeća konkurencija nije značajna, te je bitno ponoviti da je privredni subjekt „Audience Measurement“ jedino privredno društvo koje pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u BiH i kao tako u skladu sa članom 9. Zakona ima tržišni udio od 100% na relevantnom tržištu mjerenja gledanosti TV programa, a razlozi za ovakvo stanje na tržištu su kako regulatorne tako i strukturalne prirode,

³ (..)** - podaci predstavljaju poslovnu tajnu

- Da je bitno da se Protivna strana može potpuno slobodno i ekonomski nezavisno od konkurencije ponašati na tržištu i da ima takav položaj o kojem svi njeni kupci ovise,
- Da dominantan položaj nije zabranjen sam po sebi, ali je zabranjena zloupotreba dominantnog položaja djelovanjem dominantnog privrednog subjekta „*koje ima za cilj i posljedicu isključivanje konkurenata sa tržišta*“ ili „*zatvaranje*“ tržišta potencijalnim konkurentima odnosno ograničavanje ili narušavanje efikasne tržišne konkurencije koja nanosi štetu Podnosiocima zahtjeva,
- Da Protivna strana niti jednim navodom, argumentom ili dokazom ne opovrgava činjenicu da ima dominantan status na tržištu niti opravdava svoje ponašanje eventualnim benefitima za tržište i potrošače,
- Da je istina da predmetni softver omogućava da se za vrijeme važenja ugovora hiljade različitih panela eksportuju u excel formatu sa podacima o pojedinoj ciljnoj grupi kao što su demografska struktura – spolna, starosna, ekonomska i sl, ali je navedeno u konkretnoj situaciji apsolutno irelevantno i praktično neprimjenjivo,
- Da ono čemu Podnosioci zahtjeva nemaju pristup ukoliko raskinu predmetne ugovore je suštinski alat za obavljanje njihovog posla,
- Da ukoliko izgube pristup historijskim podacima Podnosioci zahtjeva ne mogu raditi neophodna planiranja i analize, a suštinski problem je što Podnosioci zahtjeva ne mogu unaprijed znati za kojeg klijenta i koji podaci (analize) će mu biti potrebni u takvom planiranju,
- Da planiranja i analize za pojedine ciljne grupe u medijskim kampanjama za reklamiranje određenog proizvoda Podnosioci zahtjeva rade samo vezano za konkretan upit, vezano za konkretne kategorije gledalaca i za konkretan vremenski period,
- Da kada bi Podnosioci zahtjeva znali za koju vrstu usluge / proizvoda i za koju ciljnu grupu treba da radi planiranje i analizu onda bi i mogao vaditi takve tabele u excel format, ali i dalje samo u periodu važenja ugovora sa Protivnom stranom,
- Da Podnosioci zahtjeva i dan danas mogu uredno pristupiti podacima o mjerinjima iz npr. 2008., 2009., 2010., 2011., 2012. i 2013. godine, iako njihovi ugovori sa prethodnikom Protivne strane više nisu na snazi, dok hipotetički, ukoliko raskinu ugovor sa Protivnom stranom 2018. godine, to neće biti u mogućnosti uraditi za period 2013. do 2018. godina,
- Da su ograničenja u ugovorima Protivne strane vrlo eksplicitna i jasno su postavljena na principu a) ako se ne obnovi ugovor ne može pristupiti historijskim podacima, b) ako ne možeš pristupiti historijskim podacima ne možeš vršiti planiranje i c) a ako ne možeš vršiti planiranje ne možeš raditi svoj posao,
- Da se u suštini ovakvim odredbama uskraćuje pravo na korištenje usluge onome koji je istu već platio u prethodnoj godini,
- Da sama činjenica da nadležnost u ovoj oblasti ima Institut za mjeriteljstvo BiH predstavlja administrativno – regulatornu prepreku potencijalnih konkurenata za ulazak na tržište, jer prije svega nema tržišta u regiji ili EU koje gledanost definira kao mjerilo i imenuje ovlaštene laboratorije za verificiranje takvih uređaja za mjerenje,
- Da se s druge strane postavlja pitanje ko bi od konkurenata razmotrio ulazak na tržište na koje je konkurent jedini imenovan kao laboratorija koja je ovlaštena za certificiranje i to opreme koju konkurenti ne koriste (oprema je dio licence kompanije „Nielsen“ koju koristi Protivna

strana) i kada ne postoji finansijski opravdan interes za uspostavljanje laboratorije za licenciranje opreme koju bi konkurent eventualno koristio,

- Da s druge strane kada se govori o strukturalnim preprekama za ulazak na relevantno tržište, onda trebamo napomenuti da nigdje u svijetu ne postoje dvije organizacije na relevantnom tržištu koje vrše mjerenja ili situacija u kojoj kupci navedene usluge kupuju uslugu od dvije agencije za mjerenje gledanosti (jer bi morali to u BiH raditi u postojećim okolnostima čak i ukoliko bi ušao konkurent na tržište zbog nemogućnosti da se raskine ugovor a zadrži pravo na historijske rezultate mjerenja),
- Da se na drugim tržištima pitanje dominacije i eventualna zloupotreba balansira tako što na jednoj strani stoji institucija koja se zove Ujedinjena medijska industrija (Joint Industry Committee) koja okuplja medije i agencije i koja se postavlja kao protuteža agenciji za mjerenja koja je na drugoj strani, a sve kako bi se tržište zaštitilo od eventualnih zloupotreba i osigurala kontrola kvalitete mjerenja,
- Da je Ujedinjena medijska industrija ta koja pregovara za korisnike usluge uslove i ugovara mehanizme poput revizije podataka o mjerenjima, jer su isti ti koji u konačnici predstavljaju valutu na relevantnom tržištu,
- Da ako podaci nisu dobri i ne oslikavaju objektivno stanje na tržištu TV gledanosti posljedice za cijelo tržište su nesagledive, a učesnici na tržištu trpe ogromnu štetu,
- Da sve što bi moglo osigurati Podnosiocima zahtjeva od eventualnih zloupotreba ove vrste zbog sumnje u kvalitet podataka o mjerenjima i na čemu su Podnosioci zahtjeva insistirali u ugovorima sa Protivnom stranom, nije odobreno ili je naknadno isključeno iz ugovora kao obaveza Protivne strane,
- Da u ovakvim okolnostima koje vladaju na tržištu, zanemarujući njegovu veličinu, ne postoji opravdanost ulaska konkurenata na tržište,
- Da su interesantni navodi Protivne strane o statičnosti tržišta i nepostojanju finansijskog interesa odnosno poslovanje sa „*non – profit budget*“ principom, jer se postavlja pitanje šta je motiv postojanja Protivne strane i za što se ista bavi ovom djelatnošću, ako nije vršenje usluga radi sticanja dobiti,
- Da se u konačnici postavlja i pitanje ekonomske opravdanosti ulaska na tržište, u okolnostima u kojima potencijalni kupci usluge, ne mogu raskinuti ugovor sa Protivnom stranom, jer gube pravo na pristup historijskim podacima, te je logično da uzimajući u obzir velika inicijalna ulaganja (laboratorij, edukacija, zapošljavanje i sl.) i postojeće regulatorne prepreke potencijalni konkurenti nemaju ekonomsku opravdanost za ulazak na tržište,
- Da su ovim antikonkurentskim ponašanjem Protivne strane, Podnosioci zahtjeva i tržište uskraćeni za kvalitetnu, konkurentnu, finansijski adekvatnu i zakonito pruženu uslugu.
- Da je privredni subjekt „Fabrika“ imao zaključen ugovor sa privrednim subjektom „Mareco Index Bosnia“ u 2013. godini sa ukupnom cijenom u iznosu od (..)**KM, a na osnovu zaključenog ugovora sa Protivnom stranom za 2014. godinu ukupnu cijenu (..)**KM, dok je na kraju u 2015. godini Protivnoj strani trebao da plati cijenu od (..)**KM za usluge mjerenja TV gledanosti,
- Da se identično desilo i drugim klijentima, te da se na isti način, bez ikakvog obrazloženja i transparentnosti u načinu formiranja cijena, a na principu uzmi ili ostavi svi Podnosioci zahtjeva bili prinuđeni (jer bi ostali bez mjerenja) da prihvate ovakve komercijalne principe,

- Da Protivna strana u slučaju privrednog subjekta „Fabrika“ koja je izgubio 78% prometa odnosno GRP-a, Protivna strana koja je bila dužna proporcionalno umanjiti mjesečnu naknadu ovom Podnosiocu zahtjeva u skladu sa članom 10. stav (2) Ugovora o mjerenju TV gledanosti u 2015. godini, ali je Protivna strana smanjila cijenu mjerenja tek za nekih 25%, što opravdava činjenicom da cijena nije formirana na osnovu GRP-a i da je nova cijena sasvim opravdana,
- Da se isto desilo i privrednom subjektu „Direct Media“ koji je imao smanjenje 50% GRP-a, a cijena se nije korigovala u skladu s tim,
- Da ovakva zloupotreba i ponašanje Protivne strane, a konačnici i ekvivalentno kršenje Ugovora predstavlja nedvosmislenu i jasnu povredu člana 10. stav (2) tačke a), c) i d) Zakona, u nemogućnosti Podnosilaca zahtjeva da izađu iz ovakvog ugovora i nametnutih uslova,
- Da su netačni navodi Protivne strane da Podnosioci zahtjeva ne izmiruju svoje obaveze prema Protivnoj strani, jer čak i da neka od ugovornih strana ne izvršava neke od ugovornih obaveza to ne znači da strana koja ima dominantan položaj, taj položaj, može da zloupotrebljava,
- Da se u slučaju kada je privredni subjekt „Pink BiH“ prije nekoliko mjeseci kasnio sa plaćanjem naknade za mjerenje, Protivna strana nije samo obustavila dostavu podataka privrednom subjektu „Pink BiH“ , već je obustavila dostavu podataka o mjerenjima za TV stanicu „Pink BH“ svim drugim klijentima, te su na taj način svi ostali klijenti, iako su uredno izmirivali svoje obaveze prema Protivnoj strani, uredno bili uskraćeni za navedene podatke pri čemu nisu imali nikakav mehanizam zaštite u toj situaciji,
- Da su netačni navodi da su sve cijene bile ispregovarane sa gospodinom Elvirom Švrakićem (koji je nastupao kao predsjednik Udruženja medijske industrije – UMI) i gospodinom Nevenom Kulenovićem, jer ništa od onog što je bilo predloženo kao eventualno rješenje u vezi cijena, uslova ugovora i načina pregovaranja nije bilo prihvaćeno od Protivne strane, koja je sve uslove nametnula po principu uzmi ili ostavi,
- Da zbog svega navedenog Podnosioci zahtjeva, ne mogu obavljati svoj posao na normalan i nesmetan način.

Konkurencijsko vijeće je Izjašnjenje Podnosilaca zahtjeva dostavilo Protivnoj strani aktom broj: 04-26-2-027-24-II/15 dana 02.11.2015. godine.

U vezi sa navedenim privredni subjekt „Audience Measurement“ je podneskom zaprimljenim pod brojem: 04-26-2-027-34-II/15 od 23.11.2015. godine dostavio osvrt na Izjašnjenje, u kojem navodi između ostalog sljedeće:

- Da je Protivna strana imenovani laboratorij za etalonsku opremu, Pollux Server Power Edge, R710 Dell, TV. Br. 216D5J (Rješenje Instituta za mjeriteljstvo BiH broj: 06-46-6-123JL-7/13), a laboratorija radi isključivo i samo pod rukovodstvom voditelja laboratorije, odvojeno od bilo kakvog uticaja menadžmenta privrednog subjekta „Audience Measurement“,
- Da nije tehnički izvodivo niti je moguće da verifikaciju mjernih uređaja bilo kojeg drugog tipa, osim onog navedenog Rješenjem, pa nema mjesta tvrdnji Podnosilaca zahtjeva da od Protivne strane na bilo koji način zavisi i može zavisiti ulazak konkurenata na tržište mjerenja tv gledanosti u Bosni i Hercegovini, jer bi upravo laboratorija konkurenta zasigurno verificirala te uređaje, a što je propisano postojećim zakonom i drugim općim aktima,
- Da je Udruženje medijske industrije dana 27.07.2015. godine uputilo međunarodni poziv za poslove mjeriteljstva tv gledanost, što je dokaz da nije došlo do bilo kakvog zatvaranja tržišta za konkurenciju niti od strane privrednog subjekta „Audience Measurement“ niti od Instituta za mjeriteljstvo BiH,

- Da Udruženje medijske industrije nikako ne okuplja sve medije i agencije, već nekolicinu interesno i vlasnički povezanih tv stanica i agencija, iz kog razloga je privredni subjekt „Nielsen“ odbio da učestvuje na međunarodnom tenderu,
- Da ponovo naglašava da na tržištu Bosne i Hercegovine ne egzistiraju potencijalni kupci specifične usluge koju Protivna strana pruža, da je tržište mjerenja televizijske gledanosti zatvoreno i fiksno, uz malo ili nikakvu mogućnost da dođe do povećanja domaćih klijenata na godišnjem nivou, a da bi nezavisnost dobavljača od kupaca, podrazumijevala i postojanje potencijalnog tržišta, odnosno potencijalnih kupaca, koje bi dobavljač usluge, u ovom slučaju Protivna strana, bez ikakve ovisnosti od prethodnih odnosno postojećih kupaca „osvojio“, te poslovaio neovisno,
- Da se Podnosioci zahtjeva nikada nisu obratili privrednom subjektu „Audience Measurement“ sa zahtjevom za izmjenu odredbe ugovora koja se odnosi na dostupnost historijskih podataka u slučaju raskida ugovora, te su ovo prvi put problematizirali u ovom postupku,
- Da će privredni subjekt „Audience Measurement“ obezbijediti svojim klijentima historijske podatke, te da je u fazi stvaranja tehničkih pretpostavki za isto,
- Da još jednom ponavlja da nekoliko godina uzastopno posluje sa gubitkom, te se ne ponaša niti ima namjeru da se ponaša kao monopolista koji profitira na temelju pozicije jedinog dobavljača usluge na tržištu, već nastoji da ima fer i korektne odnose sa svim klijentima,
- Da su tvrdnje da je do povećanja cijene došlo netransparentno netačne, a što je vidljivo i iz samih dokaza Podnosilaca zahtjeva, a konačno je najvažnije da se cijene formiraju prema jedinstvenom kriteriju, shodno broju licenci softvera Arienne Pro i programske opreme, te dinamičkog sharea i GRP-a neke tv stanice, odnosno agencije, a koji pokazatelji nisu fiksni, imaju tendenciju rasta, pa je logičan i rast cijena,
- Da rast cijena nije proizvoljan, nekonzistentan, već razlozan, umjeren, osnovan i disperziran na cijeli portfolio klijenata, prema utvrđenom kriteriju utvrđivanja cijene, kao godišnjeg troška,
- Da privredni subjekt „Hayat“ d.o.o. Sarajevo nikada nije bio, niti je u ugovornom odnosu sa privrednim subjektom „Audience Measurement“, pa se u vezi s tim postavlja pitanje vrste i obima zaštite interesa u vezi kojih je pomenuto društvo učesnik u ovom postupku.

Naprijed navedeni podnesak Protivne strane je dostavljen punomoćniku Podnosilaca zahtjeva aktom broj: 04-26-2-027-72-II/15 od 14.12.2015. godine.

Konkurencijsko vijeće je u toku postupka, prema stanju spisa procijenilo da neće biti u mogućnosti donijeti konačno rješenje u roku od četiri mjeseca nakon donošenja Zaključka o pokretanju postupka, kako je propisano članom 41. stav (1) tačka c) Zakona, s obzirom da je za utvrđivanje činjeničnog stanja i ocjenu dokaza neophodno prikupiti dodatne podatke i izvršiti dodatne analize.

Imajući u vidu naprijed navedeno, Konkurencijsko vijeće je ocijenilo da je rok za donošenje konačnog rješenja po Zaključku o pokretanju postupka koji se odnosi na utvrđivanje zloupotrebe dominantnog položaja iz člana 10. stav (2) tačka a), c) i d) Zakona, potrebno produžiti za dodatnih 3 (tri) mjeseca u smislu člana 41. stav (2) Zakona, te je dana 22.12.2015. godine donijelo Zaključak o produženju roka za donošenje konačnog rješenja broj: 04-26-2-027-73-II/15.

Nakon donošenja Zaključka o produženju roka, Podnosioci zahtjeva su Konkurencijskom vijeću dostavili dodatno izjašnjenje na Odgovor privrednog subjekta „Audience Measurement“ na Zaključak o pokretanju postupka od 14.12.2015. godine, koji je zaprimljen pod brojem: 04-26-2-027-89-II/15 dana 23.02.2016. godine.

U navedenom izjašnjenju Podnosioci zahtjeva navode sljedeće:

- Da smatraju bitnim skrenuti pažnju Konkurencijskom vijeću na dešavanja na relevantnom tržištu i pogoršanje stanja na istom, uzrokovano novim pritiscima Protivne strane na Podnosiocima zahtjeva i ostale učesnike na tržištu i zloupotrebe dominantnog položaja od strane privrednog subjekta „Audience Measurement“,
- Da je Protivna strana nastavila sa kršenjem Zakona o konkurenciji,
- Da su pojedini Podnosioci zahtjeva zaprimili ponudu za 2016. godinu koje jasno ukazuju da Protivna strana nema namjeru da prestane sa nezakonitim radom i cjenovnim i drugim pritiscima na učesnike na tržištu zloupotrebljavajući svoju poziciju jedinog pružatelja usluge,
- Da je kao primjer zloupotrebe od strane Protivne strane činjenica da u ponuđenim uslovima i nacrtima ugovora za 2016. godinu niti jedna od nezakonitih odredbi nije uklonjena, izuzev što je Protivna strana kupcima usluge konačno dozvolila pravo na historijske podatke, odnosno da koriste uslugu koju su i platili pa je jasno da ranije navedeni argumenti Protivne strane kako nisu postojali „tehnički uslovi“ za isporuku historijskih podataka apsolutno neutemeljeni,
- Da je jedina namjera Protivne strane bila da se onemoguću kontinuitet pružanja usluge od strane privrednog subjekta „Audience Measurement“ i sa jedne strane nemogućnost konkurenata da konkurišu u takvim uslovima na tržištu, a s druge strane nemogućnost kupaca predmetne usluge da raskinu ugovor i izaberu drugog dobavljača navedene usluge, jer bi time izgubili pravo na historijske podatke,
- Da Protivna strana i dalje izričito onemogućava Podnosiocima zahtjeva da pregovaraju o odredbama ugovora i jednostrano nameću stranama isti, zadržavajući pri tome odredbe poput one da će kupcu biti uskraćena usluga isporuke podataka o gledanosti određene TV stanice ukoliko ta TV stanica ne izmiruje svoje obaveze prema Protivnoj strani,
- Da je na ovaj način Podnosiocima zahtjeva uskraćena usluga koju su platili, što ne samo da nije u duhu obligacionog prava, već predstavlja i nametanje dodatnih obaveza koje po svojoj prirodi ili prema trgovinskom običaju nisu u vezi sa predmetom ugovora, jer predmet istog nije kupovina TV mjerenja određenih TV stanica pa prema tome (ne) poštivanje ugovora od bilo koga ne može uslovljavati isporuku kupljene usluge drugom klijentu i ugovornoj strani,
- Da ono što je Podnosiocima zahtjeva najveći problem jeste činjenica da je Protivna strana, zloupotrebljavajući svoju poziciju na tržištu, samoinicijativno i bez ikakvog racionalnog i komercijalnog obrazloženja podigla cijenu svoje usluge za gotovo 100% ne obrazlažući Podnosiocima zahtjeva na osnovu čega je cijena podignuta za tako veliki iznos i šta je to što opredjeljuje tako velike cjenovne razlike,
- Da je Protivna strane privrednom subjektu „Pink BH“ dostavila ponudu za 2016. godinu u iznosu od (..) **KM koja je povećana za skoro 100% u odnosu na 2015. godinu kada je cijena iznosila (..) **KM,
- Da cjenovni pritisak u 2016. godini jasno ukazuje i na direktno ili indirektno nametanje nelojalnih kupovnih i prodajnih cijena kojima se ograničava konkurencija i tržište, a pojedini Podnosioci zahtjeva kao što je „Fabrika“ su uslijed ovakvog cjenovnog pritiska morali odustati od kupovine TV mjerenja i ugaziti cijele odjele unutar svojih kuća uslijed povećanih troškova mjerenja i velikog gubitka klijenata,
- Da Konkurencijskom vijeću za odluku u konkretnom predmetu nije neophodno da poznaje način mjerenja TV gledanosti, atestiranja uređaja i sl, pa nije potrebno trošiti vrijeme na

objašnjavanje tog postupka i navode Protivne strane u tom smislu, jer je dovoljno konstatovati da Protivna strana sama svoj uređaj atestira, da istim uređajima vrši mjerenja i da ne postoji bilo kakav neovisni sistem kontrole kvaliteta i pouzdanosti tih mjerenja, kao ni ugovorna ili zakonska mogućnost da se isto preispituje u određenoj proceduri pa ako se svemu tome doda i netransparentna vlasnička struktura Protivne strane, isto itekako dovodi u pitanje vjerodostojnost kvaliteta mjerenja i pritiske koji se tim putem vrše na druge učesnike na tržištu,

- Da zloupotreba prava konkurencije proizilazi iz prije svega unilateralnog nametanja uslova, primjene različitih i neobjektivnih cjenovnih politika prema učesnicima na tržištu, uskraćivanje ugovorenih usluga i drugih oblika diskriminacije od strane dominantnog učesnika na tržištu,
- Da je notorna činjenica da je privredni subjekt „Hayat“ kao dio Programa Plus (a od 2016. godine i kao ugovorna strana) i TV stanica čije se mjerenje gledanosti vrši od strane privrednog subjekta „Audience Measurement“ ima interes da učestvuje u predmetnom postupku, jer s jedne strane sufinansira mjerenja, a s druge strane u velikoj mjeri ovisi o kvalitetu tih mjerenja.

Navedeni podnesak Podnosioca zahtjeva je dostavljen Protivnoj strani aktom Konkurencijskog vijeća broj: 04-26-2-027-90-II/15 od 02.03.2016. godine.

4. Usmena rasprava

Budući da se radi o postupku sa suprotnim interesima Konkurencijsko vijeće je, u skladu sa odredbama člana 39. Zakona, zakazalo usmenu raspravu za dan 10.02.2016. godine (poziv upućen dana 18.01.2016. godine punomoćniku Podnosioca zahtjeva aktom broj 04-26-2-027-77-II/15 i punomoćniku Protivne strane aktom broj: 04-26-2-027-76-II/15).

Dana 08.02.2016. godine Konkurencijsko vijeće je pod brojem: 04-26-2-027-79-II/15 zaprimilo Obavijest punomoćnika Protivne strane, kojom traži da se usmena rasprava odgodi iz razloga što je zakonski zastupnik stranke odsutan iz Bosne i Hercegovine, uz napomenu da će imenovani biti odsutan i u periodu od 18.02.2016. do 22.02.2016. godine.

S obzirom na činjenicu i Konkurencijsko vijeće ima unaprijed zakazane i planirane obaveze, te da je stranke u postupku na vrijeme obavijestilo o terminu usmene rasprave, a imajući u vidu da se radi o stranci koja ima punomoćnika koji može prisustvovati usmenoj raspravi, punomoćnik Protivne strane je aktom broj: 04-26-2-027-82-II/15 od 08.02.2016. godine obaviješten da Konkurencijsko vijeće nije u mogućnosti odgoditi usmenu raspravu.

Stranka je upozorena da ukoliko ne pristupi usmenoj raspravi, ista će se odgoditi i zakazati nova, a ako bilo koja od pozvanih stranaka ne dođe na sljedeću usmenu raspravu, u pravilu se neće zakazivati nova usmena rasprava, već će se u postupku odlučiti na osnovu vlastiti saznanja, dostupnih podataka i dokumentacije, u skladu sa članom 39. st. (4) i (5) Zakona.

U skladu s naprijed navedenim, a zbog činjenice da je na usmenu raspravu dana 10.02.2016. godine pristupio samo Podnosilac zahtjeva, u skladu sa članom 39. stav (4) Zakona, voditelj postupka je odgodio raspravu za dan 03.03.2016. godine.

Pozivi na usmenu raspravu su dostavljeni Protivnoj strani dana 11.02.2016. godine aktom broj: 04-26-2-027-85-II/15 od 10.02.2016. godine, a Podnosiocu zahtjeva dana 10.02.2016. godine aktom broj: 04-26-2-027-86-II/15 od 10.02.2016. godine.

Drugoj usmenoj raspravi održanoj dana 03.03.2016. godine u prostorijama Konkurencijskog vijeća, u ime stranaka su pristupili punomoćnici stranaka, zakonski zastupnik privrednog subjekta „Audience Measurement“ direktor Damir Avdić, te zakonski zastupnik privrednog subjekta „Fabrika“ direktor

Senad Zaimović (Zapisnik sa druge usmene rasprave, akt broj: 04-26-2-027-92-II/15 od 03.03.2016. godine.

Podnosilac zahtjeva i Protivna strana su izjavili da u cjelosti ostaju kod svojih ranijih navoda.

Voditelj postupka je od Protivne strane između ostalog zatražio da se izjasni u vezi sa brojem klijenata, te ukupnim brojem potencijalnih klijenata na relevantnom tržištu, da objasni na koji način su formirane cijene za 2014. i 2015. godinu, da li je postojala metodologija za računanje cijena, da li je isti postupak za formiranje cijene za agencije i televizije, da li imaju cjenovnik, te da li su cijene javne, te da obrazlože povećanje cijena kroz godine, sa posebnim osvrtom na ugovore sa javnim emiterima..

Protivna strana je odgovorila kako slijedi:

- da nisu sve marketinške agencije, pa čak ni televizije klijenti privrednog subjekta „Audience Measurement“,
- da trenutno imaju 20 (dvadeset) klijenata, ali da je prilična ustaljenost broja klijenata, koji koriste usluge mjerenja TV gledanosti i da ti klijenti (televizije i agencije) pokrivaju 80,0% do 90,0% ukupnog realnog tržišta, kako oglašivača, tako i gledateljstva,
- da klijenti trenutno nemaju alternativu u odnosu na privredni subjekt „Audience Measurement“,
- da je za 2014. godinu odgovorno lice privrednog subjekta „Audience Measurement“ bio Zlatko Saračević,
- da je cijena formirana po kriteriju da su sve TV stanice plaćale (..)**KM sa PDV-om,
- da je dio agencija plaćao (..)**KM sa PDV-om, a dvije ili tri agencije su plaćale znatno manji iznos iz razloga što nisu mogle podnijeti tu cjenovnu težinu,
- da nisu imali niti kriterije niti cjenovnik, a cijene su se dogovarale i ugovarale sa klijentima,
- da su popusti u 2014. godini davani za agencije „Mita Group“ i „Advance“, jer nisu mogli da podnesu cijenu, ali da nisu upoznati na koji način je 2014. godine utvrđeno da određena agencija nije mogla da podnese cijenu,
- da javni emiteri podliježu javnim nabavkama i imaju svoj budžet, tačno određuju sredstva za javne nabavke i da se Protivna strana morala uklopiti u te cijene,
- da u odnosu na sve ostale klijente javni emiteri imaju posebne uslove, ali kod njih je drugačije i kod marketinga i odnosu na sve ostalo, te da to nije nigdje propisano u 2014. godini,
- da javni emiteri imaju manje minuta za oglašavanje od ostalih, te da je to 4+2 i da se treba uzeti u obzir da naplata rtv takse ne ide kako treba, a na šta ne može uticati Protivna strana,
- Da je kalkulacija cijena za 2014. godinu određena fiksno,
- Da je postojala metodologija određivanja i izračuna cijene za 2015. godinu,
- Da postoji e-mail u dokazima kojim je klijentima – agencijama ponuđeno a se odluče za jedna od 4 različita uobičajena modela cijene, a klijentima – TV kućama je cijena definisana na osnovu DSHR (dinamičkog share-a),
- Da su cijene u 2015. godini uvećane za (..)**% za sve agencije, a do povećanja za (..)**% je došlo jer je povećana cijena licence od Nielsen,
- Da su cijene bile dostupne, ali nisu javno objavljene,
- Da je privredni subjekt „Audience Measurement“ radi javne nabavke u 2015. godini pretrpio neplanirani gubitak od više od (..)**KM bez PDV-a na godišnjem nivou, jer su išli prema dinamičkom share-u ali budžet RTVFBIH-a je određen na (..)**KM, te iako su planirani za njih veću cijenu to nije bilo ostvarivo zbog njihovih nabavki,
- Da je RTVFBIH insistirala na svojoj formi ugovora u postupku javnih nabavki,
- Da je popust izračunat na osnovu cijene koju su trebali plaćati i dat im je popust da bi se uklopili u budžet koji su imali,
- Da se po istom principu sklopio ugovor i sa BHTV, RTRS i RTVFBIH,
- Da je cijena za televizije promjenjiva i da zavisi od dinamičkog share-a,
- Da je u ugovoru za 2016. godinu jasno piše u članu 10. stav (2) da klijent nije vlasnik podataka koje isporučuje Protivna strana,
- Da onaj ko želi da koristi historijske podatke mora imati određeni softver koji mu računa odgovarajuće algoritme i ne mogu se koristiti bez plaćenog Nielsonovog softvera,

- Da je Protivna strana pod pritiskom Podnosilaca zahtjeva koje TV kuće i agencije imaju 30-40% tržišta, te da plaćaju licencu Nielsenu, ali su podatke u 2016. godini ustupili besplatno, a da mogu dokazati da ih to finansijski košta,
- Da ako jedan ugovarač ne plaća da njemu ne isporučuju njemu se ne isporučuje za taj period, ali ostalima se daju podaci o tom klijentu, iako tako ne piše u ugovoru.

Podnosilac zahtjeva je pored ranije navedenog u Zahtjevu, dopuna Zahtjeva i podnescima koji su dostavljeni Konkurencijskom vijeću (i Protivnoj strani), na usmenoj raspravi izjavi sljedeće:

- Da je podatke nemoguće arhivirati, jer se radi o beskonačno mnogo tabela, što isporučilac usluga zna,
- Da kada se ulazi u neki tender ili se bori za klijenta, mora se u prezentaciji navesti kako je agencija ili njegova konkurencija poslovala zadnjih godina, te koje su medije koristili, te ako se nemaju prava i podaci od prošlog perioda, bez obzira što bi se na tržištu pojavio novi provajder, bez historijskih podataka se ne može učestvovati na tom tržištu,
- Da se niti jedna agencija ne može početi baviti ovim poslom i zato je ovo tržište nerazvijeno, jer je jako otežan ulazak u taj sektor.

Protivna strane je u skladu sa nalogom Voditelja postupka sa usmene rasprave, u ostavljenom roku od 7 (sedam) dana, djelimično dostavila traženu dokumentaciju podneskom zaprimljenim dana 10.03.2016. godine pod brojem: 04-26-2-027-94-II/15.

U navedenom podnesku Protivna strana između ostalog dostavlja sljedeće:

Pregled cijena u 2014. godini za komercijalne TV stanice je prikazan u tabeli:

Tabela 1.

Red br.	Naziv TV stanice	Godišnja cijena bez PDV-a (KM)
1.	TV Pink BH	(..)**
2.	TV Jedan	(..)**
3.	TV BN	(..)**
4.	TV P Plus	(..)**
5.	RTRS	(..)**
6.	RTVFBIH	(..)**
7.	BHRT	(..)**
8.	Face TV	(..)**
9.	OBN	(..)**
	UKUPNO:	(..)**

Izvor: Podaci Protivne strane

Pregled cijena agencijama u 2014. godini prikazan je u tabeli:

Tabela 2.

Red br.	Naziv agencije	Godišnja cijena bez PDV-a (KM)
1.	Universal	(..)**
2.	SV-RSA	(..)**
3.	Fabrika	(..)**
4.	Direct Media	(..)**
5.	Publicis	(..)**
6.	Aquarius	(..)**
7.	MITA	(..)**
8.	Advans	(..)**
9.	Unex	(..)**

10.	Communis	(..)**
	UKUPNO:	(..)**

Izvor: Podaci Protivne strane

Cijene u 2015. godini za komercijalne TV stanice su određene na osnovu dinamičkog SHR (DSHR), koji pokazuje udio domaćih komercijalnih TV stanica kada se izbací ostali kanali koji se ne prate direktno, u to ulaze svi kanali koje „Audience Measurement“ ne isporučuje

Za javne emitere je za budžet korišten isti model kao za komercijalne TV stanice, ali radi sistema funkcioniranja javnih emitera, cijene istraživanja su morale pratiti tendersku dokumentacije.

Pregled iznosa fakturisanih za plaćanje u 2015. godini za komercijalne TV je stanice prikazan u tabeli:

Tabela 3.

Red br.	Naziv TV stanice	DSHR (%)	Godišnja cijena bez PDV-a (KM)
1.	TV BN	(..)**	(..)**
2.	TV OBN	(..)**	(..)**
3.	TV PINK BiH	(..)**	(..)**
4.	TV P PLUS	(..)**	(..)**
5.	TV MREŽA	(..)**	(..)**
6.	FACE TV	(..)**	(..)**
7.	BHRT	(..)**	(..)**
8.	RTVFBIH	(..)**	(..)**
9.	RTRS	(..)**	(..)**
	UKUPNO:	(..)**	(..)**

Izvor: Podaci Protivne strane

Pregled cijena za agencije u 2015. godini je prikazan u tabeli:

Tabela 4.

Red. br.	Naziv agencije	Mjesečna cijena (KM)	Godišnja cijena bez PDV-a (KM)
1.	Fabrika	(..)**	(..)**
2.	Direct Media	(..)**	(..)**
3.	New Moment*	(..)**	**(..)**
4.	Pro Media Group*	(..)**	***(..)**
5.	Unex	(..)**	(..)**
6.	Advans	(..)**	(..)**
7.	SV-RSA	(..)**	(..)**
8.	Universal	(..)**	(..)**
9.	MITA	(..)**	(..)**
10.	Aquarius	(..)**	(..)**
11.	Media Level*	(..)**	(..)**
12.	Via Media Reach	(..)**	(..)**
13.	Communis	(..)**	(..)**
	UKUPNO		(..)**

Izvor: Podaci Protivne strane

* Nova agencija ** Cijena za 1 mjesec *** Cijena za 8 mjeseci

Novi klijenti privrednog subjekta „Audience Measurement“ u 2015. godini su agencije „Media Level“ (cijena (..)**KM za 12 mjeseci), „Pro Media“ (cijena (..)**KM za 8 mjeseci), te „New Moment“ (cijena (..)**KM za jedan mjesec).

Pored navedenog, Protivna strana dostavlja objašnjenje za različit tip ugovora za RTVFBIH, koji opravdava činjenicom da javna preduzeća podliježu obavezi provođenja postupka javnih nabavki, te stranke koje se prijave kao dobavljač tih javnih nabavki moraju u potpunosti ispuniti uslove i usaglasiti se sa dokumentacijom koja je predviđena za javnu nabavku.

Protivna strana je dostavila i ugovore koji su zaključeni za 2016. godinu, te je uvidom u dostavljeni ugovor koji je zaključen sa RTVFBIH za 2016. godinu utvrđeno da je ugovorna forma različit od ostalih ugovora (u skladu sa provedenim pregovaračkim postupkom bez objave obavještenja o nabavci Usluge istraživanja gledanosti TV stanica u BiH metodom peplemetra / monitoring reklama na TV stanicama broj: JN-22/16), a ugovorena cijena je (..)**KM.

Protivna strana pored naprijed navedenog dostavlja obrazloženje da je u 2016. godini formiran cjenovnik, te su agencije raspoređene po cjenovniku gdje se uzima u obzir varijabilni EQ-GRP, koji sistem cjenovnika je preuzet po modelu iz susjedne Hrvatske, te je izvršena prema navodima Protivne strane fer i transparentna raspodjela, gdje će se vršiti revizija EQ GRP i spisak klijenata na mjesečnom nivou.

To znači da će se na mjesečnom nivou vršiti pregled stanja, te ako dođe do značajnih promjena, ovaj član ugovora koji to reguliše će omogućiti da agencije koje npr. izgube klijenta mogu da nastave rad te će privredni subjekt „Audience Measurement“ toj agenciji fakturisati manje mjesečne iznose, a druga agencija koja je dobila tog klijenta će imati veće mjesečne obaveze prema Protivnoj strani.

Protivna strana je svojim klijentima dostavila Obavijest o plaćanju 25.12.2015. godine kojim ih obavještava da se dogovorena mjesečna cijena iz 2015. godine primjenjuje se u 2016. godini sve do potpisa novog ugovora, a ne duže od dva kalendarska mjeseca (januar i februar), a ako klijent ne pristaje na ponuđene uvjete, potrebno je da javi do 10.01.2016. godine, jer se u suprotnom ponuda smatra prihvaćenom.

Kako Konkurencijsko vijeće prilikom dostavljanja ove dopune nije zaprimilo sve tražene podatke, aktom broj: 04-26-2-027- 96 -II/15 od 14.03.2016. godine zatraženi su dodatni podaci i informacije od Protivne strane i to: pregled iznosa naplaćene cijene i broj GRP – a za 2014. i 2015. godinu pojedinačno, za sve marketinške agencije sa kojima ima zaključen ugovor o mjerenju TV gledanosti u navedenim godinama, vlasničku strukturu privrednog subjekta „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“ , Vasileos Konstantinou 9, Agios Adreas, 1105 Nikozija, Kipar, druge povezane privredne subjekte društva „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, koji djeluju na tržištu Bosne i Hercegovine, pregled DSHR-a za televizije FACE TV, BHRT, FTV I RTRS za 2015. godinu, cjenovnik za TV stanice za 2016. godinu, pregled GRP za sve TV stanice za 2016. godinu.

Protivna strana je podneskom zaprimljenim pod brojem: 04-26-2-027- 98-II/15 dana 17.03.2016. godine djelimično odgovorila na zahtjev Konkurencijskog vijeća.

S obzirom na navedeno, Konkurencijsko vijeće je dana 24.03.2016. godine Protivnoj strani uputilo akt broj: 04-26-027-101-II/15 u kojem se ponovo traži dostavljanje vlasničke strukture privrednog subjekta „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, podaci o povezanim privrednim subjektima društva „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, kako u Bosni i Hercegovini tako i van Bosne i Hercegovine, te vlasnička struktura istih.

Pored navedenog zatraženo je da Protivna strana dostavi i ovjerenu fotokopiju ugovora između privrednog subjekta „Audience Measurement“ i privrednog subjekta „Nielsen“ , sa rokom za dostavu od tri dana od dana prijema zahtjeva Konkurencijskog vijeća.

U vezi sa navedenim, privredni subjekt „Audience Measurement“ je dana 29.03.2016. godine dostavio podnesak zaprimljen pod brojem: 04-26-2-027-103-II/15, u kojem navodi između ostalog sljedeće:

- Da ne posjeduje podatke o vlasničkoj strukturi privrednog subjekta „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, te da je spreman da Konkurencijskom vijeću stavi na raspolaganje kontakte odgovorne osobe navedenog društva,
- Da privredni subjekt „Audience Measurement“ nema u vlasništvu kompanije u Bosni i Hercegovini, niti izvan Bosne i Hercegovine,
- Da je Ugovor o licenci sačinjen na engleskom jeziku i da ne mogu dostaviti isti u tako kratkom roku.

Uvidom u naprijed navedeni podnesak, utvrđeno je da privredni subjekt „Audience Measurement“ nije postupio po nalogu Konkurencijskog vijeća, te da do dana donošenja ovog rješenja nije dostavio izvod iz sudskog registra za privredni subjekt „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, podatke o povezanim privrednim subjektima društva „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“ i vlasničkoj strukturi navedenog privrednog subjekta.

5. Zahtjev za donošenje privremenog zaključka

Konkurencijsko vijeće je zaprimilo Zahtjev za donošenje privremenog zaključka zaprimljen pod brojem: 04-26-2-027-91-II/15 dana 02.03.2016. godine i ponovljeni Zahtjev za donošenje privremenog zaključka zaprimljen pod brojem: 04-26-2-027-95-II/15 dana 11.03.2016. godine, u kojem Podnosioci zahtjeva navode sljedeće:

- Da je razlog za obraćanje eskalacija odnosa između Protivne strane i privrednog subjekta „Direct Media“ kao jednog od Podnosilaca zahtjeva i nanošenje nesagledive štete istom,
- Da je privredni subjekt „Direct Media“ okončao pregovore sa Protivnom stranom za 2016. godinu i dogovorio sve bitne elemente ugovora i dan pred početak isporuke podataka o mjerenjima odnosno početka samog ugovora dobio obavijest od Protivne strane da dogovoreni ugovor neće biti potpisan i da im podaci o mjerenjima počevši od 01.03.2016. godine neće biti isporučivani,
- Da je postupanje Protivne strane navodno prouzrokovano time što Protivna strana nije postigla dogovor o zaključenju ugovora za 2016. godinu sa agencijama „Fabrika“ i „Publicis“ d.o.o. Sarajevo, koje nemaju nikakve veze sa privrednim subjektom „Direkt Media“ izuzev što „Publicis“ zakupljuje medijski prostor putem iste u Bosni i Hercegovini i to što su agencije bile na listi klijenata društva „Direct Media“,
- Da ovakvim postupanjem Protivna strana, očigledno samovoljnim interpretiranjem ko je legitimni, a ko nije legitimni klijent društva „Direct Media“ prekršila odredbe Zakona, nastojeći da odredi kome „Direct Media“ može, a kome ne može pružati agencijske usluge media – planiranja,
- Da ovakvo postupanje direktno onemogućuje rad i nanosi veliku poslovnu štetu privrednom subjektu „Direct Media“, jer isti zbog ovakvog postupanja Protivne strane nije u mogućnosti svojim klijentima dalje pružati usluge medijskog planiranja,
- Da sve navedeno dovodi privredni subjekt „Direct Media“ u opasnost od gubitka klijenata, pa čak dovodi u pitanje njegov opstanak usljed ovakve eskalacije odnosa sa Protivnom stranom,
- Da ovakvo direktnim nametanjem trgovinskih uslova kojim se ograničava „Direct Media“ da konkuriše na tržištu i kojim se ograničava njegovo tržište na štetu njegovih klijenata i kupaca kako time što se uslovljava njegovo potpisivanje ugovora potpisivanjem istog od strane drugih agencija na tržištu jasno nameće Podnosiocu zahtjeva dodatne obaveze koje po svojoj prirodi i prirodi posla nemaju nikakve veze s predmetom postignutog ugovora i jasno ukazuje na nezakonite namjere Protivne strane,

- Da je privredni subjekt „Fabrika“, usljed cjenovnog pritiska od Protivne strane odustao od dalje kupovine TV mjerenja i ugasio cijele odjele unutar svog društva zbog povećanih troškova mjerenja i velikog gubitka klijenata,
- Da drugi klijenti Protivne strane npr. društvu „Media Level“ nema nikakvih problema da zaključe ugovor i dobiju podatke o mjerenjima, i ne ograničavaju se u bilo kojem segmentu, a u okolnostima u kojima se podaci prodaju i društvima kao što je „Sales House“ koje nije agencija i koje ustvari vrši prodaju medijskog prostora za tri TV kuće dok se privrednom subjektu „Direct Media“ kao agenciji koja ne može poslovati bez podataka i faktički služi kao most između svojih klijenata i TV kuća ti podaci uskraćuju, što jasno ukazuje da je namjera Protivne strane da onemogući dalje poslovanje agencije „Direct Media“,
- Da ovakva samovolja i zloupotreba položaja u situaciji apsolutne dominacije Protivne strane koja jedina privrednom subjektu „Direct Media“ može pružiti uslugu mjerenja jasno ukazuje da upornim i sinhronizovanim aktivnostima Protivna strana nastoji da istom onemogući dalje poslovanje na relevantnom tržištu,
- Da ukoliko Konkurencijsko vijeće ne reaguje bez odlaganja i ne naloži Protivnoj strani barem privremenu isporuku podataka o mjerenjima privrednom subjektu „Direct Media“ do okončanja postupka, ovakvo ponašanje Protivne strane će rezultirati nesagledivim posljedicama i nemogućnošću daljeg poslovanja,
- Da zahtjeva od Konkurencijskog vijeća, da u skladu sa odredbama Zakona o upravnom postupku, donese privremeni zaključak radi osiguranja izvršenja obaveze i na taj način spriječi nesagledivu štetu trpi privredni subjekt „Direct Media“,
- Da ni do 11.03.2016. godine kada je Podnosilac zahtjeva dostavio ponovljeni Zahtjev za donošenje privremenog zaključka „Direct Media“ nije dobila ugovor od Protivne strane, uprkos činjenici da su privredna društva „Publicis“ i „Fabrika“ poslali zahtjeve Protivnoj strani za dostavljanje ponude u vezi sa zaključivanjem Ugovora o dostavi podataka o mjerenjima TV gledanosti dana 04.03.2016. godine.

Naprijed navedeni Zahtjev za donošenje privremenog zaključka, je dostavljen Protivnoj strani aktom broj: 04-26-2-027-93-II/15 od 07.03.2016. godine, pa kako se Protivna strana nije očitovala u vezi sa navodima iz Zaključka, Konkurencijsko vijeće je aktom broj: 04-26-2-027- 96- II/15 od dana 14.03.2016. godine, zatražilo hitno izjašnjenje Protivne strane u roku od 3 (tri) dana.

Protivna strana je odgovor dostavila dana 17.03.2016. godine podneskom zaprimljenim dana 17.03.2016. godine, u kojem posebno navodi da je agencija „Direct Media“ u 2015. godini grubo prekršila odredbe ugovora, da nije nikada dostavila u 2015. godini spisak klijenata , te da nikada nije obavijestila Protivnu stranu o tome da ima saradnju i partnerski odnos sa agencijom „Publicis“, a niti je tražila pismeno odobrenje za ustupanje podataka drugom pravnom licu, a što je bila dužna učiniti.

Također, dodaju da su agencije „Publicis“ i „Fabrika“ dobile ponudu ugovora za 2016. godinu u skladu sa cjenovnikom za 2016. godinu koji je ponuđen svim klijentima, te da će Protivna strana odluku o nastavku saradnje sa agencijom „Direct Media“ donijeti nakon utvrđivanja relevantnih činjenica na zajedničkom sastanku.

Konkurencijsko vijeće je dana 28.03.2016. godine pod brojem: 04-26-2-027-102-II/15 zaprimilo podnesak Podnosioca zahtjeva, u kojem se između ostalog navodi da agencija „Direct Media“ još uvijek nije dobila ugovor od Protivne strane, uprkos činjenici da su privredni subjekti „Publicis“ i „Fabrika“ ispoštovali sve uslove i poslali zahtjeve Protivnoj strani za dostavljanje ponude u vezi sa zaključivanjem Ugovora o dostavi podataka o mjerenjima TV gledanosti.

Prilikom donošenja konačnog rješenja Konkurencijsko vijećem je uzelo u obzir navode iz Zahtjeva za donošenje privremenog zaključka, odgovora Protivne strane, te cijeniло ponašanje Protivne strane nakon pokretanja postupka, a u vezi sa svim činjenicama i dokazima koji su izneseni i prikupljeni u toku postupka.

U vezi sa navedenim, imajući u vidu kratak rok za donošenje konačnog rješenja koji u ovom predmetu ističe dana 10.04.2016. godine, da navedeni institut "privremenog zaključka" ne postoji u Zakonu i Zakonu o upravnom postupku, te da je protivno razlozima efikasnosti i ekonomičnosti postupka da se o navedenom zahtjevu odluči pojedinačnim zaključkom, Konkurencijsko vijećem smatra navedeni zahtjev u cjelosti neosnovanim.

6. Procesni prigovor

Protivna strana je na usmenoj raspravi koja je održana 03.03.2016. godine na Zapisnik uložila procesni prigovor da Podnosilac zahtjeva nakon prvobitno podnesenog Zahtjeva za pokretanje postupka, te konstatacije Konkurencijskog vijeća da zahtjev nije potpun, a koji se trebao dopuniti u roku od osam dana, Zahtjev nije dopunio, a imajući u vidu da je odredbama člana 31. Zakona propisana zakonska presumpcija povlačenja prijedloga u slučaju nepostupanja u roku, osim kada Konkurencijsko vijeće na zahtjev odobri dodatni rok.

Konkurencijsko vijeće je zaprimilo Zahtjev za pokretanje postupka dana 14.07.2015. godine, koji je ispunjavao sve obavezne elemente iz člana 28. stav (1) Zakona, ali isti nije sadržavao dodatne informacije i dokumentaciju iz stava (2) istog člana, i isti nije bio dovoljan za donošenje Zaključka o pokretanju postupka tj. za utvrđivanje postojanja osnovane sumnje da je privredni subjekt „Audience Measurement“ zlopotrijebio svoj dominantan položaj na relevantnom tržištu mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini.

S tim u vezi, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da Zahtjev nije kompletan, u smislu člana 28. Zakona, te je zatražilo dopunu istog koju je Podnosilac zahtjeva bio dužan dostavi u roku od 15 (petnaest) dana u smislu odredbi člana 31. stav (1) Zakona (akt broj: 04-26-2-027-1-II/15 od 05.08.2015. godine).

Podnosioci zahtjeva su dostavili dopunu Zahtjeva podneskom zaprimljenim pod brojem: 04-26-2-027-2 -II/15 dana 20.08.2015. godine, a podneskom zaprimljenim pod brojem: 04-26-2-027-3-II/15 od 07.09.2015. godine su dostavili i dodatnu dokumentaciju koju nisu dostavili ranije iz razloga koje Konkurencijsko vijeće cijeni opravdanim.

Kako su Podnosioci zahtjeva ispoštovali ostavljeni rok od 15 dana za dopunu Zahtjeva, Konkurencijsko vijeće je Podnosiocima zahtjeva, izdalo Potvrdu o prijemu kompletnog i urednog Zahtjeva, u smislu člana 28. stav (3) Zakona, dana 08.09.2015. godine aktom broj: 04-26-2-027-4-II/15.

U vezi sa navedenim, imajući u vidu da je u interesu provođenja nadležnosti Konkurencijskog vijeća da u prvoj fazi postupka prikupi što više relevantnih dokaza i činjenica, te da se rokovi koje je Konkurencijsko vijeće ostavilo Podnosiocu zahtjeva, ispoštovani, prigovor se smatra u cjelosti neosnovan.

Zahtjev za pokretanje postupka pred Konkurencijskim vijećem u skladu sa članom 27. stav (3) Zakona može podnijeti svako pravno ili fizičko lice koje za to ima pravni ili ekonomski interes, privredne komore, udruženja poslodavaca i preduzetnika, udruženja potrošača i organi izvršne vlasti u Bosni i Hercegovini.

U vezi s prigovorom Protivne strane da privredni subjekt „Hayat“ d.o.o. Sarajevo nikada nije bio, niti je u ugovornom odnosu sa privrednim subjektom „Audience Measurement“, utvrđeno je da privredni subjekt „Hayat“ kao dio Programa Plus (a od 2016. godine i kao ugovorna strana) i TV stanica čije se mjerenje gledanosti vrši od strane privrednog subjekta „Audience Measurement“ ima interes da

učestvuje u predmetnom postupku, jer s jedne strana sufinansira mjerenja, a s druge strane u velikoj mjeri ovisi o kvalitetu tih mjerenja, te se navedeni prigovor smatra u cjelosti neosnovan.

7. Prikupljanje podataka od trećih lica

Tokom postupka radi utvrđivanja svih relevantnih činjenica, u smislu odredbi člana 35. stav (1) tačka a) i c) Zakona, Konkurencijsko vijeće je prikupljalo podatke i dokumentaciju i od trećih lica koja nisu stranke u postupak.

Slijedom navedenog Konkurencijsko vijeće je aktom broj: 04-26-2-027-25-II/15 od 12.11.2015. godine zatražilo podatke od javnih servisa i privatnih televizija, u vezi sa postupkom za zaključivanje ugovora sa Protivnom stranom i eventualnim problemima prilikom zaključivanja ugovora.

Odgovori televizijskih kuća su dostavljeni u ostavljenom roku.

Iz navedenih odgovora se može zaključiti da se većina privatnih lokalnih televizija nisu obraćale Protivnoj strani, a one koje su se obraćale nisu bile u mogućnosti da zaključi ugovor sa Protivnom stranom iz finansijskih razloga, jer su ponuđene cijene za usluge mjerenja tv gledanosti za njih bile previsoke.

S druge strane televizijske kuće koje imaju zaključene ugovore nisu imale primjedbi niti su ukazale na eventualne probleme pri zaključivanju ugovora.

Uvidom u ugovor koji je dostavila Federalna televizija Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da se isti razlikuje od ostalih potpisanih ugovora, a što se posebno odnosi na formu i sadržaj ugovora, te na visinu cijene koja je manja nego kod ostalih televizijskih kuća, uzimajući u obzir i druga dva javna emitera, koji također imaju manje cijene od drugih televizija.

8. Relevantno tržište

U skladu s članom 3. Zakona i čl. 4. i 5. Odluke o utvrđivanju relevantnog tržišta relevantno tržište se određuje kao tržište određenih usluga koji su predmet obavljanja djelatnosti privrednih subjekta na određenom geografskom području.

Relevantno tržište usluga obuhvata sve usluge koje potrošači i/ili korisnici smatraju međusobno zamjenjivim, pod prihvatljivim uslovima, imajući u vidu posebno njihove bitne karakteristike, kvalitet, uobičajenu namjenu, način upotrebe, uslove prodaje i cijene.

Relevantno geografsko tržište obuhvata cjelokupnu ili značajan dio teritorije Bosne i Hercegovine na kojoj privredni subjekti djeluju u prodaji i/ili kupovini relevantne usluge pod jednakim ili dovoljno ujednačenim uslovima i koji to tržište bitno razlikuju od uslova konkurencije na susjednim geografskim tržištima.

Relevantno tržište usluga predmetnog postupka je pružanja usluga mjerenja TV gledanosti.

Relevantno geografsko tržište predmetnog postupka je Bosna i Hercegovina, budući da privredni subjekt „Audience Measurement“ protiv koga se vodi postupak djeluje na cijeloj teritoriji Bosne i Hercegovine.

Slijedom navedenog, relevantno tržište predmetnog postupka je pružanje usluga na mjerenja tv gledanosti u Bosni i Hercegovini.

9. Dominantan položaj

Član 9. stav (2) Zakona, propisuje da se pretpostavlja, da jedan privredni subjekt ima dominantan položaj na tržištu roba i /ili usluga, ako na relevantnom tržištu Bosne i Hercegovine ima tržišni udio veći od 40,0%, a stav (3) istog člana, propisuje da se pretpostavlja da dva ili tri privredna subjekta imaju dominantan položaj, ukoliko je njihov zajednički tržišni udio veći od 60,0%.

Član 2. Odluke o definisanju kategorije dominantnog položaja dalje razrađuje pojam dominantnog položaja, te određuje da privredni subjekt na relevantnom tržištu proizvoda ili usluga ima dominantan položaj, kada se zbog svoje tržišne snage može ponašati i djelovati u značajnoj mjeri nezavisno od stvarnih ili mogućih konkurenata, kupaca, potrošača ili dobavljača, i na taj način ograničava ili sprječava efikasnu konkurenciju.

Evropska komisija u svom aktu „Uputa o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni člana 82. Ugovora o EZ-u na postupanje privrednih društava u dominantnom položaju“ koja za posljedicu mogu imati zloupotrebu u smislu isključivanja konkurenata sa tržišta, cijeni da u svakom konkretnom slučaju treba sagledati uslove ulaska na tržište i mogućnost širenja na tržištu.

Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da je praksa zemalja u okruženju, da na relevantnom tržištu mjerenja TV gledanosti, postoji jedna kompanija koja vrši mjerenje, o čemu su se složile obje strane u postupku.

U konkretnom slučaju kupci uslugu mjerenja TV gledanosti mogu kupiti samo od Protivne strane, te je ista nezaobilazan partner za cjelokupne potrebe relevantnog tržišta tj. kupci usluge mjerenja TV gledanosti nemaju alternativu u odnosu na privredni subjekt „Audience Measurement“.

Kako je uobičajeno da s jedne strane najčešće postoji jedan dobavljač usluge mjerenja tv gledanosti na teritoriji jedne države, tako je s druge strane ograničen broj kupaca takve usluge, odnosno kupci su uglavnom fiksna kategorija, te je tržište statično u dužem vremenskom periodu i mijenja se neznatno ili se uopće ne mijenja, te nema promjena u količini razmjene usluga, sa čim se slažu i strane u postupku.

Samim tim šansa za širenje tržišta povećanjem broja kupaca ili pronalaskom drugih kupaca ne postoji, a što nije slučaj na najvećem broju tržišta drugih nespecifičnih roba i usluga.

Također, treba imati u vidu troškove ulaska na tržište koji nisu mali (nabavka uređaja, licenci, verifikacija itd.), te da je tržište malo u obimu, pa ne postoji veliki interes za ulazak konkurenata na relevantno tržište.

Zbog specifičnosti relevantnog tržišta ne postoji velika vjerovatnoća da bi neki privredni subjekt lako mogao da uđe na relevantno tržište i to iz razloga s jedne strane administrativnih barijera (potrebnih dozvola Instituta za mjeriteljstvo, verifikacije uređaja od strane laboratorije privrednog subjekta „Audience Measurement“), te nepostojanja mogućnosti većeg proširenja na strani samih kupaca usluge mjerenja TV gledanosti, koji su stabilna kategorija.

Protivna strana za uslugu mjerenja TV gledanosti trenutno ima 20 klijenata (marketinške agencije i televizijske stanice), te ne postoji tendencija povećanja broja kupaca, pa samim tim trenutno ne postoji niti zainteresovanost za ulazak novog privrednog subjekta koji bi se bavio pružanjem usluge mjerenja TV gledanosti na teritoriji Bosne i Hercegovine.

Klijenti koji koriste usluge mjerenja TV gledanosti, prema navodima Protivne strane sa usmene rasprave, pokrivaju 80,0% do 90,0% ukupnog realnog tržišta, kako oglašivača tako i gledateljstva.

Zbog činjenice da je privredni subjekt „Audience Measurement“ od strane Instituta za mjeriteljstvo, trenutno jedina ovlaštena laboratorija za verifikaciju uređaja za mjerenja TV gledanosti (peoplematara) u Bosni i Hercegovini, te da je sama verifikovala svoje uređaje, bez obzira na činjenicu da laboratorija

mora biti neutralna u odnosu na Protivnu stranu, postoji moguća opasnost da Protivna strana isključi potencijalne konkurente nedavanjem verifikacije uređaja za mjerenje.

U skladu sa naprijed navedenim, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da je privredni subjekt „Audience Measurement“ jedini privredni subjekt koji pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini i kao takav u skladu sa članom 9. Zakona ima tržišni udio od 100% na relevantnom tržištu mjerenja TV gledanosti.

10. Utvrđivanje činjeničnog stanja

Konkurencijsko vijeće je u postupku zloupotrebe dominantnog položaja iz člana 10. Zakona, na neosporan način utvrdilo slijedeće činjenice:

- Da su Podnosioci zahtjeva mediji, odnosno TV stanice i marketinške agencije koje se bave pružanjem usluga zakupa marketinškog prostora na elektronskim medijima, odnosno televizija koje svoj program emitiraju na teritoriji Bosne i Hercegovine,
- Da je Protivna strana jedini privredni subjekt koji pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini i kao takvo u skladu sa članom 9. Zakona o konkurenciji (u daljem tekstu: Zakon) ima tržišni udio od 100% na relevantnom tržištu mjerenja gledanosti TV programa,
- Da je Protivna strana imenovana od strane Instituta za mjeriteljstvo Bosne i Hercegovine, kao jedina laboratorija ovlaštena za ispitivanje i verifikaciju mjerila, u konkretnom slučaju, peplemetara,
- Da su dana 26.12.2014. godine Podnosioci zahtjeva zaprimili ponudu za zaključivanje ugovora o pružanju usluga mjerenja gledanosti TV za 2015. godinu, te su obaviješteni da će u slučaju nepotpisivanja ugovora prestati isporučivati kako dnevne rezultate mjerenja od 01.01.2015. godine, tako i one koji se odnose na prethodni period odnosno za 2014. godinu tzv. historijske podatke,
- Da je članom 6. stav (3) Ugovora za 2014. godinu predviđeno da „*licenca za korištenje programske opreme Arianna Pro vrijedi za vrijeme trajanja ovog ugovora. U slučaju neproduženja i isteka ovog ugovora Klijent nema pristup podacima iz perioda važenja ovog ugovora*“ (historijski podaci),
- Da Podnosioci zahtjeva i danas imaju pristup historijskim podacima o mjerenju TV gledanosti koje je prikupljao i mjerio privredni subjekt „Mareco Index“ d.o.o. Sarajevo, koji je vršio mjerenje gledanosti u 2010, 2011. i 2012. godini,
- Da su historijski podaci o mjerenju TV gledanosti neophodan alat za rad marketinških agencija i televizija, jer se na osnovu ovih podataka vrše između ostalog planiranja za narednu godinu,
- Da je za Podnosiocima zahtjeva i druge klijente nemoguće unaprijed znati koji će im podaci trebati u budućnosti iz baze podataka Protivne strane, te samim tim ne mogu unaprijed praviti svoje baze podataka, kako bih ih mogli kasnije po potrebi koristiti,
- Da je privredni subjekt „Audience Measurement“ u 2016. godini omogućio pristup historijskim podacima klijentima,
- Da je Protivna strana svim svojim klijentima zaprijetila da će privredni subjekt „Nielsen“ obavijestiti klijente Podnosioca zahtjeva koji od njih koriste, a koji ne koriste podatke Protivne strane, ali da tu prijetnju nije provela,

- Da su dnevni izvještaji o gledanosti televizijskih programa (tzv. TAM Data base) za određene televizijske kanale osnovno sredstvo za rad kako televizija tako i agencija koje se bave pružanjem usluga zakupa marketinškog prostora i bez istih ne mogu pružati svoje usluge,
- Da su ugovori koje Protivna strana zaključuje sa klijentima tipski ugovori, osim ugovora sa RTVFBiH,
- Da se članom 1. ugovora o mjerenju TV gledanosti u 2014. i 2015. godini privredni subjekt „Audience Measurement“ obavezuje istražiti i mjeriti gledanosti i emitiranje televizijskih programa, te obavještavati Klijenta (televizije i agencije) o rezultatima istraživanja i mjerenja i isporučivati Klijentu podatke za vrijeme trajanja ugovora, pod uslovima i na način određen ugovorom,
- Da se privredni subjekt u skladu sa članom 2. Ugovora obavezuje Klijentu pružati uslugu istraživanja i mjerenja gledanosti, te Klijentu isporučivati sljedeće podatke:
 - Podatke o gledanosti televizijskih programa (skraćeno TAM Data base) za televizijske kanale: FTV, PINK BH, RTRS, OBN, BN TV, HAYAT TV, BHT1, ATV, TV1, AL JAZEERA BALKANS, FACE TV, PROGRAM PLUS, TV1 MREŽA, TVSA, TV ALFA, RTV USK, RTV HIT, TV TK, RTV ZENICA, TV K3, kao i za druge TV kanale za koje će se podaci grupirati i zajednički obilježavati kao „Other Full“,
 - Podatke o emitiranim programima i prekidima emisija (skraćeno Programs & Breaks Data Base) za televizijske kanale: FTV, PINK BH, RTRS, OBN, BN TV, HAYAT TV, BHT1, ATV, TV1, AL JAZEERA BALKANS, FACE TV, PROGRAM PLUS, TV1 MREŽA,
 - Podatke o emitiranim propagandnim porukama (skraćeno Spot Data Base) za televizijske kanale: FTV, PINK BH, RTRS, OBN, BN TV, HAYAT TV, BHT1, ATV, TV1, AL JAZEERA BALKANS, FACE TV, PROGRAM PLUS, TV1 MREŽA.
- Da je u članom 3. Ugovora za 2014., 2015. i 2016. godinu utvrđeno ograničenje sadržaja usluga i podataka, te je navedeno sljedeće: *„Klijent je upoznat i pristaje, da ukoliko bilo koji od korisnika usluga „Audience Measurement“, uključivo i televizijski kanal iz prethodnog člana, iz bilo kojeg razloga prestane biti u ugovornom odnosu sa „Audience Measurement“, odnosno ukoliko ne bude blagovremeno izmirivao dospjele obaveze za izvršene usluge prema „Audience Measurement“ ili dobijene podatke bude koristio suprotno odredbama ugovora, „Audience Measurement“ će prikupljene podatke koji se odnose na tog korisnika usluge / televizijski kanal, isključiti iz ukupnog pregleda podataka (TAM Data Base, Programs & Breaks Data Base i Spot Data Base),*
- Da naprijed navedeni sadržaj nije sastavni dio ugovora sa RTVFBiH niti u 2014., 2015. niti 2016. godini,
- Da se ugovor RTVFBiH se po sadržaju razlikuje od ostalih tipskih ugovora koje je Protivna strana zaključila sa drugim televizija i agencijama, uključujući i preostala dva javna emitera BHRT,
- Da je članom 4. stav (1) Ugovora o nabavci usluga istraživanja TV stanica u Bosni i Hercegovini metodom peoplemetra / monitoring reklama na tv stanicama / za potrebe RTVFBiH utvrđeno da naručilac (RTVFBiH) zadržava pravo da isporučuje izvještaje trećim licima bez prethodne konsultacije sa Istraživačem (Protivna strana) i bez bilo kakve kompenzacije,

- Da je u vezi sa navedenom odredbom naknadno dana 21.05.2014. godine data Izjava – Pojašnjenje ugovornih odredbi, kojom se u vezi sa odredbama člana (4) stav (1) ugovora pojašnjava da će RTVFBiH izvještaje koristiti isključivo za vlastite potrebe poštujući dobre poslovne običaje,
- Da je u tipskim ugovorima sa drugim klijentima, što nije slučaj sa ugovorima sa RTVFBiH tačnije u članu 11. stav (2) ugovora, određeno da su svi podaci i programski alati koje Klijent dobije na korištenje od privrednog subjekta „Audience Measurement“ vlasništvo Protivne strane,
- Da su se cijene u 2014. godini dogovarale i ugovarale sa klijentima, odnosno nije postojao nikakav kriterije niti cjenovnik, tj. Cijene su određene su fiksno za TV stanice i za agencije, a za javne emitere cijena je određena prema bužetu emitera,
- Da je cijena u 2014. godini formirana na način da su sve TV stanice plaćale (..) **KM bez PDV-a - Tabela 1. ((..) **KM sa PDV-om),
- Da su javni emiteri u 2014. godini plaćali manje u odnosu na druge televizije i to RTVFBiH iznos od (..) **KM bez PDV-a, RTRS (..) **KM bez PDV-a, a BHRT iznos od (..) **KM bez PDV-a na godišnjem nivou,
- Da je dio agencija plaćao (..) **KM bez PDV-a tj. (..) **KM sa PDV-om, a dvije ili tri agencije su plaćale znatno manji iznos iz razloga, što prema navodima Protivne strane nisu mogle podnijeti tu cjenovnu težinu (Tabela 2.),
- Da Protivna strana niže cijene za javne emitere opravdava činjenicom, da javni emiteri podliježu javnim nabavkama i imaju svoj budžet, tačno određuju sredstva za javne nabavke i da se Protivna strana morala uklopiti u te cijene, a niže cijene agencijama iz razloga što agencije „nisu mogli da podnesu cjenovnu težinu“, odnosno nisu mogle da plate cijenu od (..) **KM sa PDV-om,
- Da u odnosu na sve ostale klijente javni emiteri imaju posebne uslove i niže cijene, dok privredni subjekt RTVFBiH pored niže cijene ima i potpuno drugačiju formu ugovora, u odnosu na sve ostale
- Klijente
- Da u članu 10. stav (2) stoji da klijent nije vlasnik podataka koje isporučuje Protivna strana.

11. Ocjena dokaza

Nakon sagledavanja svih relevantnih činjenica i dokaza stranaka u postupku, pojedinačno i zajedno, te na osnovu izvedenih dokaza Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da:

Član 10. stav (2) tačke a), c), i d) Zakona propisuje da je zabranjena zloupotreba dominantnog položaja i to a) direktnim ili indirektnim nametanjem nelojalnih kupovnih i prodajnih cijena ili drugih trgovinskih uslova kojima se ograničava konkurencija; c) primjenom različitih uslova za istu ili sličnu vrstu poslova s ostalim stranama, čime ih dovode u neravnopravan i nepovoljan konkurencijski položaj; d) zaključivanjem sporazuma kojima se uslovljava da druga stranka prihvati dodatne obaveze koje po svojoj naravi ili prema trgovinskom običaju nemaju veze s predmetom takvog sporazuma.

Privredni subjekt „Audience Measurement“ je imenovani laboratorij za etalonsku opremu, Pollux Server Power Edge, R710 Dell, TV. Br. 216D5J (Rješenje Instituta za mjeriteljstvo BiH broj: 06-46-6-123JL-

7/13), a laboratorija radi isključivo i samo pod rukovodstvom voditelja laboratorije, odvojeno od bilo kakvog uticaja menadžmenta privrednog subjekta „Audience Measurement“,

Nakon analize relevantnog tržišta, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da privredni subjekt „Audience Measurement“ ima 100% tržišnog udjela na relevantnom tržištu, jer je trenutno jedini privredni subjekt koji ima dozvolu da se bavi mjerenjem TV gledanosti na teritoriji Bosne i Hercegovine.

Da privredni subjekt „Audience Measurement“ u 2014. godini i 2015. godini nije imao definisan Cjenovnik za pružanje usluga mjerenja TV gledanosti za svoje klijente, dok je 2016. godini imao djelimično formiran Cjenovnik, koji se odnosio samo na cijene za marketinške agencije, dok je za komercijalne televizije postojao metod kalkulacije, a javnim emiterima su se prilagođavali na osnovu njihovog budžeta .

Da su se ugovori o mjerenju TV gledanosti koji su zaključeni od strane privrednog subjekta „Audience Measurement“ sa klijentima u 2014. i 2015. godini, zaključivali proizvoljno bez jasno utvrđenog kriterijuma i Cjenovnika, odnosno cijene za istu vrstu usluge koju je pružao privredni subjekt „Audience Measurement“ razlikovale su se i između pojedinih agencija, televizija i javnih emitera, te se i sam tip ugovora se razlikovao za pojedine klijente.

Konkurencijsko vijeće je uvidom u tekst ugovora o mjerenju TV gledanosti koji su zaključeni od strane privrednog subjekta „Audience Measurement“ sa klijentima u 2014. i 2015. godini, utvrdilo da je Protivna strana pojedinima televizija i agencijama davala i određene popuste u odnosu na druge klijente, za istu vrstu usluge, bez jasno utvrđenog kriterijuma.

Odnosno, Konkurencijsko vijeće je nakon provedenog postupka utvrdilo da je privredni subjekt „Audience Measurement“ u 2014. godini bez jasno utvrđenog kriterijuma i cjenovnika, odredio da sve televizije treba da plate jednake iznose od (..) **KM bez PDV-a, ali je i pored navedenog, Podnosilac zahtjeva davao određene popuste odnosno niže cijene pojedinim televizijama, odnosno javnim emiterima (RTVFBiH, BHTV i RTRS) u odnosu na druge televizije, (Tabela 1 i Tabela 3), te su RTVFBiH i RTRS imale godišnju iznos koji treba da plate u iznosu od (..) **KM, što je manje za (..) **%, a BHRT godišnji iznos od (..) **KM što je manje za (..) **% u odnosu na ostale televizije na relevantnom tržištu.

Iako se Protivna strana, na gore navedeno, pravdala činjenicom da se morala uklapati u budžet javnih emitera u koji učestvuju u postupku javnih nabavki, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da je navedenim, Protivna strana, dokazala da je za istu ili sličnu vrstu usluge, odnosno posla, naplaćivala različite cijene, čime je ostale učesnike na relevantnom tržištu dovela u neravnotežan konkurentski položaj.

Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da se trend davanja popusta i različitih kriterijuma za obračun cijena za javne emitere i učesnike na relevantnom tržištu nastavio i u 2015. i 2016. godini.

Pored navedenog, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo, da je Protivna strana je u 2014. godini, navela da su iznosi, odnosno cijene koje su agencije trebale da plate bile utvrđeni u fiksnom iznosu, međutim u odnosu na navedeno, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da se Protivna strana, nije pridržavala istog, na načina da je pojedinim agencijama u ugovoru davala popuste u odnosu na druge klijente, odnosno pojedine agencije nisu plaćale utvrđeni fiksnu iznos, i to agencija „Publicis“ imala je popust od (..) **%, a agencije „Aquarius“, „Mita“ i „Advans“ popust od (..) **% (Tabela 2.), bez jasno utvrđenog kriterijuma, čime je ostale učesnike na relevantnom tržištu dovela u neravnotežan konkurentski položaj.

Konkurencijsko vijeće nije cijeno opravdanim navode Protivne strane, da su gore navedenim agencijama davale popuste, iz razloga što iste, nisu mogle podnijeti cjenovnu težinu, imajući u vidu činjenicu da Protivna strana nije znala da obrazloži na osnovu čega je ovaj kriterij „cjenovne težine“ utvrđen s jedne strane i da se radio o agencijama koje su dio istog relevantnog tržišta.

Takođe, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da je privredni subjekt „Audience Measurement“ u 2015. godini uvećao fiksno za (...)**% cijene za sve agencije, obrazlažući da je do povećanja došlo iz razloga što je povećana cijena licence od strane privrednog subjekta Nielsen, a navedeno povećanje cijene se odnosilo samo na cijene za agencije, ali ne na cijene za televizije i javne emitere. Naime, televizije su imale 4 modela za formiranje cijena, dok su javni emiteri sklapali ugovore u okviru svog predloženog budžeta.

Na osnovu navedenog Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da je privredni subjekt „Audience Measurement“ ovakvim postupanjem primijenio različite uslove tj. različite cijene za istu vrstu usluge odnosno poslova u odnosu na ostale klijente i učesnike na relevantnom tržištu, te je Podnosiocima zahtjeva i druge klijente doveo u neravnotežan i nepovoljan konkurentski položaj.

Imajući u vidu navedeno, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u tački 1. dispozitiva Rješenja.

Konkurencijsko vijeće je utvrdilo, da je članom 3. tipskih ugovora o mjerenju TV gledanosti određeno da će privredni subjekt „Audience Measurement“ u slučaju da klijent (televizija) ne bude izmirivao obaveze za izvršene usluge prema „Audience Measurement“ ili dobijene podatke bude koristio suprotno odredbama ugovora, prikupljene podatke koji se odnose na tog korisnika usluga / televizijski kanal, isključiti iz ukupnog pregleda podataka (TAM Data Base, Programs & Breaks Data Base i Spod Data Base).

Navedeno znači, da će ugovorna strana biti uskraćena za podatke koje je platila, iz razloga neplaćanja i neispunjavanja ugovornih obaveza od neke treće strane sa kojom nema veze.

Na taj način klijent je uskraćen za dnevne izvještaji o gledanosti televizijskih programa (tzv. TAM Data base) za određene televizijske kanale koji ne plaćaju Protivnoj strani, a što znači da su uskraćeni za osnovno sredstvo za rad kako televizija tako i agencija koje se bave pružanjem usluga zakupa marketinškog prostora i bez istih ne mogu pružati svoje usluge.

Protivna strana pokušava da obrazloži da je navedeni član dio tipskog ugovora o mjerenju tv gledanosti, zbog činjenice da bi klijent koji bi nastavio dobijati podatke od televizije koja ne ispunjava ugovorne obaveze, te podatke mogao zloupotrijebiti i bez znanja dostaviti toj televiziji.

Konkurencijsko vijeće to ne može uzeti kao opravdan razlog, jer je očito iz člana 2. ugovora da bi tom logikom postojala opasnost i da bilo koja televizija koja nema zaključen ugovor sa Protivnom stranom, podatke neovlašteno dobije od klijenta ugovorne strane.

Pored navedenog, Konkurencijsko vijeće je uvidom u ugovore koje Protivna strana ima sa RTVFBiH u 2014., 2015. i 2016. godini, utvrdilo da su po sadržaju različiti od tipskih ugovora sa ostalim klijentima Protivne strane, te da ovi ugovori ne sadrže naprijed navedeno ograničenje.

Nadalje, Konkurencijsko vijeće je zaključilo da su rezultati mjerenja nezamjenjiv alat u procesu ostvarenja prihoda od marketinga što priznaje i sama Protivna strana u svom Odgovoru na Zahtjev i Zaključak.

Navedenim postupanjem, odnosno , nametanjem uslova u tipskom ugovoru, koji se protive svim pravilima ugovornog prava, da se za plaćenu cijenu isporuči ugovorena usluga, privredni subjekt „Audience Measurement“ je zloupotrijebio svoj dominantni položaj na relevantnom tržištu.

Pored navedenog, utvrđeno je da je Protivna strana uslovljava Podnosiocima zahtjeva i druge klijente da ukoliko ne potpišu novi ugovor za 2015. godinu da neće imati pristup historijskim podacima koje su platili i koristili u toku prethodne godine.

Iako Protivna strana tvrdi da Podnosioci zahtjeva mogu u toku godine u kojoj imaju zaključen ugovor da prave sami svoje baze podataka, nema spora oko činjenice da planiranja i analize za pojedine ciljne

grupe u medijskim kampanjama za reklamiranje određenog proizvoda Podnosioci zahtjeva i drugi klijenti Protivne strane rade samo vezano za konkretan upit, vezano za konkretne kategorije gledalaca i za konkretan vremenski period, te kada bi znali za koju vrstu usluge / proizvoda i za koju ciljnu grupu treba da radi planiranje i analizu onda bi i mogao vaditi takve tabele u excel format, ali i dalje samo u periodu važenja ugovora sa Protivnom stranom.

Podnosioci zahtjeva i dan danas mogu uredno pristupiti podacima o mjerenjima iz npr. 2008., 2009., 2010., 2011., 2012. i 2013. godine, iako njihovi ugovori sa prethodnikom Protivne strane više nisu na snazi.

Činjenica da je Protivna strana u svojim tipskim ugovorima navela da su podaci vlasništvo Protivne strane, je logična u smislu da Protivna strana svojim klijentima prodaje ono što je u njenom vlasništvu.

Konkurencijsko vijeće je zaključilo da se ovakvim odredbama uskraćuje pravo na korištenje usluge onome koji je istu već platio u prethodnoj godini.

Ovdje treba imati u vidu da je Protivna strana u 2016. godini obezbijedila pristup historijskim podacima svim klijentima, jer je obezbijedila za to tehničke uslove koje ranije nije imala.

Na ovaj način, Protivna strana je uslovljava svoje klijente, osim RTVFBiH, da prihvate dodatne obaveze koje po svojoj prirodi ili prema trgovačkom običaju nemaju veze sa predmetom takvog sporazuma.

Imajući u vidu navedeno, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u tački 2. dispozitiva Rješenja.

Konkurencijsko vijeće u cilju otklanjanja negativnih posljedica zloupotrebe dominantnog položaja Protivne strane zabranjuje privrednom subjektu „Audience Measurement“ svako buduće postupanje utvrđeno u tačkama 1.i 2. dispozitiva predmetnog Rješenja, kao i svako drugo postupanje na relevantnom tržištu koje bi privredne subjekte ili fizička lica, dovelo u neravnopravan položaj na relevantnom tržištu u smislu člana 11. stav (1) tačka b) Zakona.

Imajući u vidu navedeno, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u tački 3. i 4. dispozitiva Rješenja.

Podnosilac zahtjeva na kome je teret dokazivanja u skladu sa članom 36. Zakona, nije uspio dokazati da je Protivna strana svojim klijentima nametala nelojalne cijene ili neke druge trgovačke uslove kojima se ograničava konkurencija u smislu člana 10. stav (2) tačka a) Zakona.

Imajući u vidu navedeno, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u tački 9. dispozitiva Rješenja.

12. Novčana kazna

U smislu člana 48. stav (1) tačka b) Zakona, novčanom kaznom u iznosu najviše do 10,0% vrijednosti ukupnog godišnjeg prihoda privrednog subjekta, iz godine koja je prethodila godini u kojoj je nastupila povreda zakona, kaznit će se privredni subjekt, ako zloupotrijebi vladajući položaj na način propisan odredbama člana 10. ovog Zakona.

Konkurencijsko vijeće je na osnovu finansijskih izvještaja koje je dostavila Protivna strana (podnesak broj: 04-26-2-027-88-II/15 od 19.02.2016. godine) utvrdilo da je privredni subjekt „Audience Measurement“ u 2014. godini ostvarila ukupni prihod od (..)**KM.

Polazeći od nesporno utvrđene činjenice da je Protivna strana zloupotrijebila dominantni položaj u smislu člana 10. stav (1) tačke c) i d) Zakona, Konkurencijsko vijeće je privrednom subjektu „Audience Measurement“ izreklo novčanu kaznu u iznosu od 30.000,00 KM (tridesethiljadakonvertibilnihmaraka) KM, što predstavlja (..)**% od ukupnog prihoda privrednog subjekta „Audience Measurement“ u 2014. godini.

Konkurencijsko vijeće je prilikom određivanja visine novčane kazne uzelo u obzir namjeru te dužinu trajanja povrede Zakona, kao i posljedice koje je ista imala na tržišnu konkurenciju, u smislu člana 52. Zakona.

Slijedom navedenog, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u tački 5. i 7. dispozitiva.

U skladu sa članom 49. stav (1) tačka a) Zakona, Konkurencijsko vijeće može izreći privrednim subjektima novčane kazne koje ne prelaze 1,0% (jedan) ukupnog prihoda privrednog subjekta u prethodnoj godini poslovanja, ako ne postupe po zahtjevu u smislu člana 33. i 35. Zakona, dostavljajući netačne ili pogrešne informacije ili ne osiguraju potrebne informacije u okviru datog roka.

U skladu sa stavom (2) istog člana Zakona, Konkurencijsko vijeće može izreći i odgovornim licima privrednih subjekata iz stava (1) ovog člana novčane kazne u iznosu od 5.000,00 KM do 15.000,00 KM:

Naime, Konkurencijsko vijeće se u više navrata obraćalo privrednom subjektu „Audience Measurement“ da dostavi izvod iz sudskog registra za privredni subjekt „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“ koji je 100,0% vlasnik Protivne strane i podatke o vlasničkoj strukturi navedenog privrednog subjekta i to aktom broj: 04-26-2-027-87-II/15 dana 10.02.20016. godine, na drugoj usmenoj raspravi koja je održana dana 03.03.2016. godine (Zapisnik sa druge usmene rasprave broj: 04-26-2-027-92-II/15, te aktom broj: 04-26-027-101-II/15 dana 24.03.2016. godine kojim je pored navedenog od Protivne strane zatraženo da dostavi i original ili ovjerenu fotokopiju ugovora koji protivna strana ima sa privrednim subjektom „Nielsen“ .

S obzirom da Protivna strana do dana donošenja ovog rješenja nije postupila po zahtjevu Konkurencijskog vijeća u smislu člana 35. Zakona odnosno u okviru datih rokova nije dostavila tražene podatke, Konkurencijsko vijeće je u skladu sa članom 49. stav (2) Zakona izreklo novčanu kaznu u iznosu od 5.000,00 KM (pethiljadakonvertibilnihmaraka) direktoru Damiru Avdiću, kao odgovornom licu privrednog subjekta „Audience Measurement“.

Slijedom navedenog, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u tački 6. i 7. dispozitiva.

U slučaju da se izrečena novčana kazna ne uplati u utvrđenom roku, ista će se naplatiti prisilnim putem, u smislu člana 47. Zakona, uz obračunavanje zatezne kamate za vrijeme prekoračenja roka, prema važećim propisima Bosne i Hercegovine.

13. Troškovi postupka

Članom 105. stav (1) Zakona o upravnom postupku je propisano da u pravilu svaka stranka snosi svoje troškove postupka (koji uključuju i troškove za pravno zastupanje), a članom 105. stav (2) istog Zakona je propisano da kada u postupku učestvuju dvije ili više strana sa suprotnim interesima, strana koja je izazvala postupak, a na čiju je štetu postupak okončan, dužna je protivnoj stranci nadoknaditi opravdane troškove koji su nastali u postupku.

Prema odredbi člana 105. stav (3) Zakona o upravnom postupku troškovi za pravno zastupanje nadoknađuju se samo u slučajevima kad je takvo zastupanje bilo nužno i opravdano.

Podnosioci zahtjeva su dana 23.03.2016. godine putem ovlaštenog punomoćnika dostavili troškovnik podneskom zaprimljenim pod brojem: 04-26-2-027-100-II/15, u kojem su navedeni troškovi u ukupnom iznosu od 18.076,50 KM.

Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da predmetni troškovnik nije sačinjen u skladu sa stvarnim troškovima postupka, niti je u skladu sa propisom koji reguliše visinu advokatskih troškova zastupanja, jer advokatski troškovi zastupanja Podnosioca zahtjeva nisu utvrđeni u skladu sa članom 18. Tarife o

nagradama i naknadi troškova za rad advokata Federacije Bosne i Hercegovine („Službene novine FBiH“, br. 22/04 i 24/04) koji propisuje visinu advokatskih troškova u upravnom postupku.

Podneske, koje Podnosilac zahtjeva naveo u svom troškovniku, a koji su samoinicijativno podneseni i podneske kojima je vršena dopuna Zahtjeva, a koji predstavljaju sastavni dio Zahtjeva, radnju kojom se vrši uvid u spis, podnesak kojim se podnosi zahtjev za donošenje privremenog zaključka Konkurencijsko vijeće nije prihvatilo kao opravdane troškove postupka.

Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da Podnosioci zahtjeva imaju pravo na naknadu troškova za administrativnu taksu na Zahtjev u iznosu od 1.000,00 KM, a u skladu sa članom 18. Tarife o nagradama i naknadi troškova za rad advokata Federacije Bosne i Hercegovine ima pravo na naknadu troškova za pripremu Zahtjeva za pokretanje postupka u iznosu od 240,00 KM sa PDV-om, dopunu Zahtjeva za pokretanje postupka od 20.08.2015. godine u iznosu od 240,00 KM sa PDV-om, dopunu Zahtjeva za pokretanje postupka od 07.09.2015. godine u iznosu od 240,00 KM sa PDV-om, pripremu podneska – izjašnjenja na odgovor Protivne strane od 23.10.2015. godine u iznosu od 240,00 KM sa PDV-om, prvu i drugu usmenu raspravu u iznosu od po 240,00 KM sa PDV-om tj. ukupno 480,00 KM sa PDV-om, priprema podneska – izjašnjenja na odgovor Protivne strane od 22.02.2016. godine u iznosu od 240,00 KM sa PDV-om, što je ukupno iznos od 2.965,60 KM.

Do dana donošenja ovog rješenja Protivna strana nije podnijela zahtjev za naknadu troškova.

U skladu sa članom 108. Zakona o upravnom postupku je utvrđeno da će organ koji donosi rješenje, u rješenju kojim se postupak završava, odrediti ko snosi troškove postupka, njihov iznos i kome se i u kom roku imaju isplatiti.

Imajući u vidu sve navedeno, kao i činjenicu da je postupak okončan na štetu privrednog subjekta „Audience Measurement“, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u tački 8. dispozitiva ovog Rješenja.

14. Administrativna taksa

Podnosioci zahtjeva na ovo Rješenje, u skladu sa odredbom člana 2. stav (1) tarifni broj 107. Tačka f) Odluke o visini administrativnih taksi u vezi sa procesnim radnjama pred Konkurencijskim vijećem („Službeni glasnik BiH“, br. 30/06 i 18/11) su dužni platiti administrativnu taksu u iznosu od 1.500,00 KM u korist Budžeta institucija Bosne i Hercegovine.

15. Pouka o pravnom lijeku

Protiv ovog Rješenja nije dopuštena žalba.

Nezadovoljna stranka može pokrenuti upravni spor pred Sudom Bosne i Hercegovine u roku od 30 dana od dana prijema, odnosno objavljivanja ovog Rješenja.

Predsjednica

mr. Arijana Regoda - Dražić