

**BOSNA I HERCEGOVINA**  
*Konkurencijsko vijeće*



**БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА**  
*Конкуренцијски савјет*

**R J E Š E N J E**

po Zahtjevu gospodarskih 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo

**Sarajevo,**  
**ožujak 2016. godine**



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

Konkurencijsko vijeće Bosne i Hercegovine, na osnovu članka 25. stavak (1) točka e), članka 41. stavak (1) točka c), članka 42. stavak (1) točka c), članka 48. stavak (1) točka b), članka 49. stavak (1) točka a) i stavak (2), u vezi sa člankom 10. stavka (2) točka a), c) i d), članka 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 zlouporabe vladajućeg položaja, pokrenutom po zajedničkom Zahtjevu za pokretanje postupka gospodarskih 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 gospodarskog 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 gospodarski subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, odredbom članka 9. tipskog Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2014., 2015. i 2016. godinu i odredbom članka 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 vladajući položaj na relevantnom tržištu pružanje usluga mjerenja tv gledanosti u Bosni i Hercegovini, na način da je prema klijentima primijenio različite uvjete za istu ili sličnu vrstu poslova, na relevantnom tržištu, u smislu članka 10. stavak (2) točka c) Zakona o konkurenciji, čime ih je doveo u neravnotežan i nepovoljan vladajući položaj.
2. Utvrđuje se da je gospodarski subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, zloupotrijebio vladajući položaj na relevantnom tržištu pružanje usluga mjerenja tv gledanosti u Bosni i Hercegovini, člankom 3. tipskog Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2014., 2015. i 2016. godinu na način da je uvjetovao gospodarske 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 članka 10. stavka (2) točka d) Zakona o konkurenciji .
3. Zabranjuje se gospodarskom subjektu „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, svako buduće postupanje utvrđeno u točkama 1. i 2. izreke predmetnog Rješenja, kao i svako drugo postupanje na mjerodavnom tržištu koje bi gospodarske subjekte ili fizička lica, dovelo u neravnotežan položaj na mjerodavnom tržištu u smislu članka 11. stavak (1) točka b) Zakona o konkurenciji.

4. Nalaže se gospodarskom subjektu „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža da donese Cjenik usluga mjerenja TV gledanosti sa jasno utvrđenim, nedvosmislenim i transparentnim kriterijima i cijenama, koji bi bio identičan za sve potencijalne korisnike usluge, te da Cjenik kao i nacрте standardnih 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 gospodarskom subjektu „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, zbog kršenja Zakona utvrđenih u točkama 1. i 2. ovog Rješenja, u iznosu od 30.000,00 KM (tridesettisućakonvertibilnihmaraka) u smislu članka 48. stavak (1) točka 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71 210 Ilidža, zbog nepostupanja po zahtjevu Konkurencijskog vijeća u smislu članka 35. Zakona, u iznosu od 5.000,00 KM (pettisućakonvertibilnihmaraka), u skladu sa člankom 49. stavak (2) Zakona o konkurenciji, koju je dužan platiti u roku od 8 (osam) dana od primitka ovog Rješenja.
7. U slučaju da se izrečene novčane kazne iz točki 5. i 6. ovog Rješenja, ne uplate u navedenom roku, iste će se naplatiti prisilnim putem, u smislu odredbi članka 47. Zakona o konkurenciji, uz obračunavanje zatezne kamate za vrijeme prekoračenja roka, prema važećim propisima Bosne i Hercegovine.
8. Obvezuje se gospodarski subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža da gospodarskim 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 sumu od 2.965,60 (dvijetisućedevetskošezdesetpet i 60/100) KM na ime troškova postupka, u roku od 8 (osam) dana od dana primitka ovog Rješenja.
9. Odbija se zajednički Zahtjev gospodarskih 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža, podnesen radi utvrđivanja zlouporabe vladajućeg položaja u smislu članka 10. stavak (2) točke a) Zakona o zaštiti tržišnog natjecaja, 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 daljnjem tekstu: Konkurencijsko vijeće) je dana 14.07.2015. godine zaprimilo Zahtjev za pokretanje postupka (u daljnjem tekstu: Zahtjev) gospodarskih subjekata „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo, Trg solidarnosti 10, 71000 Sarajevo (u daljnjem tekstu: „Pink BH“), „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo, Ulica Alipašina broj 29, 71000 Sarajevo (u daljnjem 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 daljnjem tekstu: „S.V.-R.SA“), „Hayat“ d.o.o. Sarajevo, ul. Jošanička broj 55., 71320 Vogošća (u daljnjem tekstu: „Hayat“) i „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo, ul. Mjedenica broj 54, 71000 Sarajevo (u daljnjem tekstu: „Direct Media“), zastupani po punomoćniku Seadu Miljkoviću, advokatu iz Sarajeva, ul. Augusta Brauna broj 1, 71000 Sarajevo (u daljnjem tekstu: Podnositelji zahtjeva), protiv gospodarskog 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 daljnjem tekstu: „Audience Measurement“ ili Protivna strana), radi utvrđivanja zlouporabe vladajućeg položaja u smislu članka 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 članka 28. Zakona, te je zatražilo dopunu istog u smislu odredbi članka 31. stavak (1) Zakona, (akt broj: 04-26-2-027-1-II/15 od 05.08.2015. godine).

Podnositelji 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-II15 od 07.09.2015. godine.

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

## **1. Stranke u postupku**

Stranke u postupku su gospodarski 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 Podnositelji zahtjeva, s jedne strane i gospodarski subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo, ul. Pijačna 14 K, 71210 Ilidža, kao Protivna strana, s druge strane.

### **1.1. Podnositelji zahtjeva**

#### **1.1.1. Gospodarski subjekt „Pink BH Company“ d.o.o. Sarajevo**

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

Osnovna registrirana djelatnost gospodarskog subjekta „Pink BH“ je emitiranje televizijskog programa.

#### **1.1.2. Gospodarski subjekt „Fabrika“ d.o.o. Sarajevo**

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

Osnovna registrirana djelatnost gospodarskog subjekta „Fabrika“ je agencijsko pružanje usluga promocije (reklama i propaganda).

### **1.1.3. Gospodarski 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, registriran je u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0130-11.

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

### **1.1.4. Gospodarski 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, registrirano je u Općinskom sudu u Sarajevu, pod matičnim brojem: 65-01-0177-12 (stari broj 1-19456).

Osnovna registrirana djelatnost gospodarskog subjekta „S.V.-R.S.A“ je agencijsko pružanje usluga promocije (reklama i propaganda).

### **1.1.5. Gospodarski subjekt „Hayat“ d.o.o. Sarajevo**

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

Osnovna registrirana djelatnost gospodarskog subjekta „Hayat“ je emitiranje televizijskog programa.

### **1.1.6. Gospodarski subjekt „Direct Media“ d.o.o. Sarajevo**

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

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

## **1.2. Protivna strana**

### **1.2.1. Gospodarski subjekt „Audience Measurement“ d.o.o. Sarajevo**

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

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

Osnovna registrirana djelatnost gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ je istraživanje tržišta i ispitivanje javnog mnjenja.

Gospodarski 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 (Odluka Instituta za mjeriteljstvo BiH broj: 06-46-6-123JL-7/13).

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

## **2. Pravni okvir predmetnog postupka**

Konkurencijsko vijeće je tijekom postupka primijenilo odredbe Zakona o konkurenciji, Odluke o utvrđivanju relevantnog tržišta («Službeni glasnik BiH», br. 18/06 i 34/10), Odluke o definisanju kategorije vladajućeg 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 laboratorijima („Službeni glasnik BiH“, broj 67/12).

Konkurencijsko vijeće u skladu sa člankom 43. stavak (7) Zakona, u svrhu ocjene datog slučaja, može koristiti sudsku praksu Europskog suda pravde i Odluke Europske komisije, te je u vezi s tim Konkurencijsko vijeće uzelo u obzir odredbe Upute o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni članka 82. Ugovora o EZ-u na postupanje gospodarskih subjekata u vladajućem položaju koje za posljedicu može imati zlouporabu 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**

Podnositelji zahtjeva su u osnovi naveli sljedeće činjenice kao razlog za podnošenje Zahtjeva:

- Da su Podnositelji zahtjeva mediji, odnosno TV stanice i reklamne agencije koje se bave pružanjem usluga zakupa reklamnog prostora na elektronskim medijima, odnosno televizija koje svoj program emitiraju na teritoriju Bosne i Hercegovine,
- Da je gospodarski subjekt „Audience Measurement“ gospodarsko 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 peoplemetre i koje od svibnja 2013. godine vrši mjerenje gledanosti koja su zasnovana na 550 domaćinstava u Bosni i Hercegovini,
- Da je Protivna strana jedini gospodarski subjekt koji pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini i kao takvo u skladu sa člankom 9. Zakona o konkurenciji (u daljem tekstu: Zakon) ima tržišni udjel od 100% na relevantnom tržištu mjerenja gledanosti TV programa,
- Da vladajući položaj na mjerodavnom 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 tvrtka koja vrši mjerenja TV gledanosti,
- Da problem nastaje kad na mjerodavnom tržištu ne postoji mehanizam koji bi prije svega mogao a) spriječiti zlouporabu takvog monopola kao što je situacija u konkretnom slučaju i b) dopustiti i drugim učesnicima ulazak na navedeno tržište,,

- Da je povijesno 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 mjerodavnom tržištu, nažalost, odlukama državnih organa protivnim sopstvenim propisima, u konkretnom slučaju postala apsurdna do te mjere da je na kraju Protivna strana certificirala samu sebe za obavljanje navedene djelatnosti, jer je Protivna strana ujedno imenovana od strane Instituta za mjeriteljstvo Bosne i Hercegovine kao laboratorij ovlašten za ispitivanje i verifikaciju mjerila, odnosno u konkretnom slučaju peoplemetara, što je stvorilo nezamjenjivu uslugu u smislu propisa o tržišnoj konkurenciji, a s druge strane suprotno članku 2. stavak (2) Pravilnika o imenovanim mjeriteljskim laboratorijama broj: 03-02-1229-2/12 od 24.08.2012. godine imenovala laboratorij koji je u očitom sukobu interesa jer je sama sebe i svoje uređaje atestirala i kao takva djeluje u direktnom sukobu interesa,
- Da su dana 26.12.2014. godine Podnositelji 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 uvjete 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 prethodno razdoblje odnosno za 2014. godinu, jer to proizilazi iz ranije nametnutog ugovora za 2014. godinu,
- Da su Podnositelji 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 Podnositelji zahtjeva nisu imali alternative i bili su prinuđeni da potpišu ponuđene Ugovore, jer je Protivna strana prijetila da će gospodarski subjekt „Nielsen“ obavijestiti klijente Podnositelja 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 Podnositelji zahtjeva nisu imali mogućnost pristupa, ni povijesnim podacima iz 2014. godine, što im je prijeko potrebno za obavljanje djelatnosti, a također i za fakturiranje usluga iz mjeseca prosinca 2014. godine,
- Da u ovakvoj situaciji Podnositelji zahtjeva nisu imali drugu alternativu nego da potpišu već ponuđeni ugovor,
- Da je gospodarski subjekt „Audience Measurement“ svojim ponašanjem nesumnjivo zloupotrijebio vladajući položaj, a prije svega članak 10. stavak (2) točka a), c) i d) Zakona, čime je kupce svojih usluga, odnosno Podnositelje zahtjeva doveo u situaciju koja je za njih neodrživa,
- Da su Podnositelji zahtjeva dana 26.12.2014. godine dobili pojedinačne ponude koje su bez ikakvog transparentnog i objektivnog kriterija cjenovno bile različite, ali je svima bila zajedničko povećanje cijena,
- Da je nekom od Podnositelja zahtjeva cijena povećana za 5%, a nekom za čak 20% bez navođenja bilo kakvih opravdanih razloga,
- Da je nakon pritužbe pojedinih Podnositelja zahtjeva na povećanja cijena u većim iznosima, Protivna strana usmeno pravdala činjenicom, da ti Podnositelji zahtjeva imaju veću kupovnu moć, jer ostvaruju veći prihod od svojih klijenata po osnovu izvješća kupljenih od Protivne

strane, što je apsolutno neprihvatljivo i očigledno predstavlja kršenje članka 10. stavak (2) točke 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 Podnositelji 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 biti 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 izvješća odnosno agencije i pri čemu je bitno napomenuti da agencije same snose cijenu istraživanja i istu ne fakturiraju krajnjim klijentima, jer je to njihov essential facility, odnosno osnovno sredstvo za rad,
- Da ponašanje koje je štetno za kupce može predstavljati zlouporabu bez obzira što isto nije štetno za strukturu konkurenata na mjerodavnom 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 Podnositeljima zahtjeva u međuvremenu bili ponuđeni da zaključe sa Protivnom stranom kao jedinom ovlaštenom tvrtkom za pružanje usluga mjerenja gledanosti, jasno ukazuje na činjenicu da je tržište ograničeno, odnosno zatvoreno i to na štetu Podnositelja zahtjeva,
- Da se ovo primarno ogleda u načinu odabira tvrtke koja vrši mjerenje gledanosti, a s druge strane u ponašanju Protivne strane koja izvjesno svojim ponašanjem utječe na zatvaranje tržišta nametanjem obaveza kontinuiranog zaključivanja ugovora sa istim davateljem usluga, uvjetujući Podnositelje zahtjeva da preuzmu navedenu obavezu, jer će u protivnom ostati bez rezultata mjerenja za prethodnu godinu, što je za Podnositelje zahtjeva veoma problematično, jer se na osnovu povijesnih podataka vrše planiranja za narednu godinu,
- Da u svom dokumentu „Uputa o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni članka 82. Ugovora o EZ-u na postupanje gospodarskih društava u vladajućem položaju“ koja za posljedicu mogu imati zlouporabu u smislu isključivanja konkurenata sa tržišta Evropska komisija smatra 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 mjerodavnom 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 uvjete u kojima se trenutno nalaze Podnositelji zahtjeva,
- Da se radi o evidentnoj zlouporabi vladajućeg položaja kroz tzv. Exclusive Dealing ili isključivu kupnju kod koje se od kupca na određenom tržištu traži da kupuje isključivo i samo od gospodarskog društva u vladajućem položaju, odnosno u konkretnom slučaju od Protivne strane,
- Da navedeno ponašanje gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ ima za posljedicu istiskivanje sa tržišta s protu – tržišnim učinkom posebno u slučaju 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 gospodarskim subjektom „Audience Measurement“ vodio gubitku prava na povijesne odnosno ranije kupljene podatke što objektivno predstavlja i tzv. market foreclosure, odnosno zatvaranje tržišta na štetu Podnositelja zahtjeva,
- Da su s obzirom na činjenicu da je gospodarski subjekt „Audience Measurement“ jedini gospodarski subjekt na teritoriji BiH koji se bavi mjerenjem TV gledanosti, bili primorani da sa istim zaključe Ugovore o mjerenju gledanosti za 2014. godinu, a njihova pregovaračka pozicija i snaga je u datoj situaciji bila znatno oslabljena, jer su predmet Ugovora dnevna izvješća 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 reklamnog prostora i bez kojih isti ne mogu pružati svoje usluge,
- Da su se prvi znakovi zlouporabe vladajuće pozicije od strane Protivne strane i slabost u pregovaračkoj poziciji Podnositelja 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 Podnositelje zahtjeva da preuzmu obavezu kojom se sprečava imenovanje ili odabir konkurenta i koja je sama po sebi protivna prirodi usluge koju gospodarski subjekt „Audience Measurement“ pruža Podnositeljima zahtjeva,
- Da je člankom 6. stavka (3) Ugovora za 2014. godinu predviđeno da „*licenca za upotrebu programske opreme Arianna Pro vrijedi za vrijeme trajanja ovog ugovora. U slučaju neproduženja i isteka ovog ugovora Klijent nema pristup podacima iz razdoblja važenja ovog ugovora*“,
- Da je navedenom odredbom ugovora Protivna strana ograničila tržište i nametnula Podnositeljima zahtjeva obavezu da sa istim posluju bez mogućnosti raskida ugovora, jer im neće biti isporučeni podaci za koje su Podnositelji zahtjeva već jednom platili naknadu što je u potpunosti suprotno prirodi ovog ugovornog odnosa i gospodarskim pravilima,
- Da Podnositelj zahtjeva ne mogu pružati svoje usluge bez navedenih podataka (essential facility), jer se povijesni podaci (u konkretnom slučaju podaci iz 2014. godine) koriste za planiranje analize i strategije zakupa reklamnog prostora za svoje klijente u narednom razdoblju odnosno u 2015. godini,
- Da se navedeni podaci koriste i za fakturiranje usluga za mjesec prosinac 2014. godine koje Podnositelji zahtjeva ne mogu da izvrše bez navedenih izvješća čime im je u konkretnom slučaju direktno pričinjena šteta na više načina što je u konačnici rezultiralo prinuđenošću Podnositelja zahtjeva da zaključi 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 Podnositelji 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 Podnositeljima zahtjeva,
- Da u konkretnoj situaciji Podnositelji zahtjeva nemaju mogućnost uvida u način formiranja cijene niti isti mogu pregovarati sa Protivnom stranom kao monopolistom na mjerodavnom tržištu oko načina formiranja cijene,
- Da Podnositelji zahtjeva opravdano sumnjaju i da gore navedeni način raspodjele cijene istraživanja između medija i agencija nije adekvatno izvršen 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, Podnositelji 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 Podnositelji 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 člankom 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 dostaviti podatke o gledanosti svim korisnicima mjerenja sa čime se druga ugovorna strana mora složiti,
- Da se postavlja pitanje kako neko tko 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 gospodarskom subjektu „Audience Measurement“,
- Da je ovakav vid pritiska klasičan primjer zlouporabe vladajućeg položaja od strane „Audience Measurement“ i kao takav zabranjen člankom 10. Zakona.

U skladu sa gore navedenim, Podnositelji zahtjeva predlažu da Konkurencijsko vijeće donese rješenje kojim se utvrđuje da gospodarski subjekta „Audience Measurement“ ima vladajući položaj na tržištu mjerenja TV gledanosti, da je nametanjem Ugovora o mjerenju TV gledanosti za 2014. i 2015. godinu zloupotrijebio vladajući položaj: a) izravnim ili neizravnim nametanjem nelojalnih kupovnih cijena, b) primjenom različitih uvjeta za istu ili sličnu vrstu poslova sa ostalim stranama, čime ih dovodi u neravnopravan i nepovoljan konkurentski položaj i c) uvjetovanjem Podnositelja zahtjeva da prihvate dodatne obaveze koje po svojoj prirodi ili prema trgovinskom običaju nemaju veze sa predmetom takvog sporazuma, čim je „Audience Measurement“ povrijedio članak 10. stavak (2) točka a), c) i d) Zakona, te se zabrani svako dalje izravno ili neizravno djelovanje (preko posrednika ili drugog povezanog lica) koje predstavlja zloupotrijeb vladajućeg položaja kao i da prestane sa djelovanjem koje predstavlja zloupotrijeb vladajućeg položaja, te zaključi ugovore sa Podnositeljima zahtjeva pod jednakim i nediskriminirajućim uvjetima.

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

U skladu sa člankom 33. stavak (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 člankom 33. stavak (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 člankom 9. Zakona i stavovima Europske komisije iz Upute o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni članka 82. Ugovora o EZ-u na postupanje gospodarskih subjekata u vladajućem položaju koja za posljedicu mogu imati zlouporabu u smislu isključivanja konkurenata s tržišta („Službeni list C 045, od 24.02.2009., str. 0007-0020) (2009/C 45/02), gospodarski subjekt „Audience Measurement“ nema vladajući 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 utjecaj usljed tržišne snage Protivne strane na stvarne, odnosno u ovom slučaju moguće konkurente koji bi se bavili istom djelatnošću na mjerodavnom tržištu,
- Da bi svaki gospodarski subjekt koji bi u tržišnom okruženju prepoznao profitabilnost kao kriterij za bavljenje djelatnošću mjerenja tv gledanosti na mjerodavnom tržištu mogao preduzeti potrebne korake ka tržišnoj infiltraciji bez ikakvog utjecaja ili ovisnosti 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 procesuiran postupak po zahtjevu gospodarskog 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 članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o imenovanju mjeriteljskih laboratorija utvrdilo da svaki gospodarski subjekt koji ispunjava mjerodavne zahtjeve propisane ovim Pravilnikom može biti imenovan za mjeriteljsku laboratoriju...“,
- Da je mjerodavno tržište strogo regulirano i da Protivna strana nema utjecaja, na, u ovom slučaju, moguću konkurenciju,
- Da bi ponašanje Protivne strane na koje se pozivaju Podnositelji zahtjeva, u smislu da ugovara nelojalne kupovne cijene, primjenjuje različite uvjete za istu vrstu poslova, uvjetuje 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 vladajući položaj Protivne strane u smislu njegove neovisnosti od kupaca, među kojima su i Podnositelji 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 reklamnih agencija,
- Da jednako, kako s jedne strane najčešće postoji jedan dobavljač usluge mjerenja tv gledanosti na teritoriju 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 razdoblju 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 ovisnost, ne samo Podnositelja zahtjeva od Protivne strane, već i Protivne strane od Podnositelja 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“,
- Da iako je gospodarski subjekt koji ima vladajući položaj posebno odgovoran na tržištu, smisao pravnog okvira, kako nacionalnog tako i okvira Europske Unije, nije da se gospodarski subjekt dovede u nepovoljan položaj, nego da se stvore jednake šanse za sve učesnike na tržištu,
- Da su pogrešni i netačni navodi Podnositelja zahtjeva da je imenovanjem gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ kao ovlaštenog laboratorija došlo do tzv. nezamjenjljive 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 gospodarski subjekt koji smatra da ispunjava uvjete i zahtjeve utvrđene mjeriteljskim propisima Bosne i Hercegovine, podnese zahtjev nadležnom organu za njegovo imenovanje za ovlaštenu laboratorij,
- Da je mjeriteljski laboratorij koji gospodarski subjekt „Audience Measurement“ ima, striktno odvojen od osnovnog poslovanja i u organizaciji upravljačke strukture, laboratorij je samostalan i nije podređen upravi,
- Da iako se radi o prenesenim ovlastima, a ne o pružanju usluge u klasičnom pojmovnom značenju, iz razloga kako je naprijed opisano, nije moguće govoriti o nezamjenjljivoj 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 uzastopce 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 Podnositelja zahtjeva o nametanju nelojalnih kupovnih cijena usluge kojom se ograničava konkurencija,
- Da cijena koje Podnositelji zahtjeva plaćaju za usluge mjerenja tv gledanosti nema obilježja nelojalne cijene,
- Da nisu osnovani navodi iz Zahtjeva, o tome kako su Podnositelji 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 Podnositelji zahtjeva nikada nisu, kako navode, ukazivali na bilo kakvu nezakonitost odredbi ugovora za 2015. godinu,
- Da su dana 04.01.2015. godine svi klijenti informirani 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 prosinca 2014. godine,
- Da je Protivna strana i ranije pismenim putem opominjala Podnositelje zahtjeva da je potrebno da izmire obaveze za izvršenje usluge mjerenja u 2013. i 2014. godini, što pokazuje da su Podnositelji zahtjeva (u ovom slučaju gospodarski 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 da su svi povijesni 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 „Arianna pro“, sva izvješća o rezultatima mjerenja tv gledanosti se spašavaju u „excel format“ i tako šalju,
- Da samim tim Podnositelji zahtjeva mogu sami imati vlastitu bazu povijesnih podataka koju za sve potreba uvijek mogu koristiti, a „čitanje“ povijesnih podataka kod gospodarskog 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 određeno razdoblje 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 praksa 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 zainteresiranih 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 zainteresiranih strana međusobno razmjenjivan i reproduciran, bez

pitanja i znanja Protivne strane, što podrazumijeva svakako i izostanak dobiti odnosno nedostatak prihoda potrebnih radi pokrića troškova poslovnih rashoda,

- Da je gospodarski subjekt „Audience Measurement“ obavijestio marketinške agencije koje imaju poslovni odnos sa oglašivačima sa kojima na drugim tržištima posluje „Nielsen“ da će poslati obavijest klijentima da znaju zbog čega pojedini od njih nemaju odnosno neće imati podatke o mjerenju u razdoblju koji će nastupiti, a s ciljem zaštite oglašivača od mogućih zlouporaba i lažnih izjava o razlozima izostanka podataka, ali do takve obavijesti prema saznanjima Protivne strane nije došlo, iako se ugovori za 2015. godinu nisu zaključili u očekivanim rokovima,
- Da je u ranijem razdoblju, usluge mjerenja tv gledanosti na tržištu Bosne i Hercegovine pružao gospodarski 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“, gospodin Elvir Švrakić, predstavnik „Programa Plus“ i gospodin Neven Kulenović, predstavnik „S-V.-R.SA“ upoznati sa ukupnim planiranim budžetom gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ za 2015. godinu, a cijene su formirane na godišnjem nivou, po realizaciji, odnosno prema SSHR<sup>1</sup>% i GRP-u<sup>2</sup>.
- Da su tako cijene za marketinšku agenciju „Direct Media“ veće za (..)\*\*<sup>3</sup> KM, bez PDV-a na godišnjem nivou, a gospodarski subjekt „Fabrika“ je nakon revizije odnosno krajem mjeseca ožujka 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 gospodarskom subjektu „Fabrika“ u skladu sa člankom 10. točka 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 gospodarstava i svakako uz aktivno učešće Podnositelja 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 Podnositelji zahtjeva koji u ovom postupku neosporno zajednički nastupaju, čine skoro jednu trećinu ukupnog tržišnog potencijala,
- Da o nepostojanju bilo kakvog vladajućeg položaja i zlouporabe istog svjedoči i kontinuirani izostanak plaćanja i kašnjenje u plaćanju usluga od strane gospodarskih subjekata „Pink BH“, „Fabrika“ i „Direct Media“, koji kasne već nekoliko mjeseci, ali nije izvršen raskid ugovora niti je došlo do isključenja,

---

<sup>1</sup> 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;

<sup>2</sup> GRP (Gross rating point) – ostvareni rtg za reklamu.

<sup>3</sup> (..)\*\* - podatci predstavljaju poslovnu tajnu

- Da se imajući u vidu naprijed navedeno ne može govoriti o postojanju vladajućeg položaja niti o povredi vladajućeg položaja gospodarskog subjekta „Audience Measurement“.

Konkurencijsko vijeće je dostavilo ovlaštenom punomoćniku Podnositelja 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.

Podnositelji 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 vladajućeg položaja nije upitno kako prema Zakonu, tako prema podzakonskim aktima Konkurencijskog vijeća kojim je isti definiran 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 udjel tog gospodarskog subjekta na relevantnom tržištu, udjele koje na tom tržištu imaju njegovi konkurenti, kao i pravne i druge zapreke za ulazak drugih gospodarskih subjekata na tržište,
- Da pored navedenog, u skladu sa člankom 2. Odluke o definiranju kategorija vladajućeg položaja gospodarski subjekt na relevantnom tržištu proizvoda ili usluga ima vladajući položaj kada nema konkurenciju ili ako postojeća konkurencija nije značajna, te je bitno ponoviti da je gospodarski subjekt „Audience Measurement“ jedino gospodarsko društvo koje pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u BiH i kao tako u skladu sa člankom 9. Zakona ima tržišni udjel od 100% na relevantnom tržištu mjerenja gledanosti TV programa, a razlozi za ovakvo stanje na tržištu su kako regulatorne tako i strukturalne prirode,
- Da je bitno da se Protivna strana može potpuno slobodno i ekonomski neovisno od konkurencije ponašati na tržištu i da ima takav položaj o kojem svi njeni kupci ovise,
- Da vladajući položaj nije zabranjen sam po sebi, ali je zabranjena zlouporaba vladajućeg položaja djelovanjem vladajućeg gospodarskog 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 Podnositeljima zahtjeva,
- Da Protivna strana niti jednim navodom, argumentom ili dokazom ne opovrgava činjenicu da ima vladajući 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 tisuće 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 neprimjenljivo,
- Da ono čemu Podnositelji zahtjeva nemaju pristup ukoliko raskinu predmetne ugovore je suštinski alat za obavljanje njihovog posla,
- Da ukoliko izgube pristup povijesnim podacima Podnositelji zahtjeva ne mogu raditi neophodna planiranja i analize, a suštinski problem je što Podnositelji 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 Podnositelji zahtjeva rade samo vezano za konkretan upit, vezano za konkretne kategorije gledatelja i za konkretno vremensko razdoblje,
- Da kada bi Podnositelji zahtjeva znali za koju vrstu usluge / proizvoda i za koju ciljnu grupu treba da rade planiranje i analizu onda bi i mogli vaditi takve tabele u excel format, ali i dalje samo u periodu važenja ugovora sa Protivnom stranom,
- Da Podnositelji 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, dok hipotetički, ukoliko raskinu ugovor sa Protivnom stranom 2018. godine, to neće biti u mogućnosti uraditi za razdoblje 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 povijesnim podacima, b) ako ne možeš pristupiti povijesnim 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 laboratorij 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 povijesne rezultate mjerenja),
- Da se na drugim tržištima pitanje dominacije i eventualna zlouporaba 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 zlouporaba i osigurala kontrola kvalitete mjerenja,
- Da je Ujedinjena medijska industrija ta koja pregovara za korisnike usluge uvjete 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 Podnositelje zahtjeva od eventualnih zloporaba ove vrste zbog sumnje u kvalitet podataka o mjerenjima i na čemu su Podnositelji 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 povijesnim 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, Podnositelji zahtjeva i tržište uskraćeni za kvalitetnu, konkurentnu, finansijski adekvatnu i zakonito pruženu uslugu.
- Da je gospodarski subjekt „Fabrika“ imao zaključen ugovor sa gospodarskim 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 istovjetno 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 Podnositelji zahtjeva bili prinuđeni (jer bi ostali bez mjerenja) da prihvate ovakve komercijalne principe,
- Da Protivna strane u slučaju gospodarskog subjekta „Fabrika“ koja je izgubio 78% prometa odnosno GRP-a, Protivna strana koja je bila dužna proporcionalno umanjiti mjesečnu naknadu ovom Podnositelju zahtjeva u skladu sa člankom 10. stavak (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 gospodarskom subjektu „Direct Media“ koji je imao smanjenje 50% GRP-a, a cijena se nije korigirala u skladu s tim,
- Da ovakva zloporaba i ponašanje Protivne strane, u konačnici i ekvivalentno kršenje Ugovora predstavlja nedvosmisleni i jasnu povredu članka 10. stavak (2) točke a), c) i d) Zakona, u nemogućnosti Podnositelja zahtjeva da izađu iz ovakvog ugovora i nametnutih uvjeta,
- Da su netočni navodi Protivne strane da Podnositelji 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 vladajući položaj, taj položaj, može da zlorabljava,

- Da se u slučaju kada je gospodarski subjekt „Pink BiH“ prije nekoliko mjeseci kasnio sa plaćanjem naknade za mjerenje, Protivna strana nije samo obustavila dostavu podataka gospodarskom 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 netočni 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 uvjete nametnula po principu uzmi ili ostavi,
- Da zbog svega navedenog Podnositelji zahtjeva, ne mogu obavljati svoj posao na normalan i nesmetan način.

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

U vezi sa navedenim gospodarski 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 laboratorij radi isključivo i samo pod rukovodstvom voditelja laboratorije, odvojeno od bilo kakvog utjecaja menadžmenta gospodarskog 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 Podnositelja 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 laboratorij konkurenta zasigurno verificirao 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 gledanosti, što je dokaz da nije došlo do bilo kakvog zatvaranja tržišta za konkurenciju niti od strane gospodarskog 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 gospodarski 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 neovisnost 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 poslovao neovisno,
- Da se Podnositelji zahtjeva nikada nisu obratili gospodarskom subjektu „Audience Measurement“ sa zahtjevom za izmjenu odredbe ugovora koja se odnosi na dostupnost

povijesnim podataka u slučaju raskida ugovora, te su ovo prvi put problematizirali u ovom postupku,

- Da će gospodarski subjekt „Audience Measurement“ obezbijediti svojim klijentima povijesne 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 netočne, a što je vidljivo i iz samih dokaza Podnositelja 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 razložen, umjeren, osnovan i disperziran na cijeli portfolio klijenata, prema utvrđenom kriteriju utvrđivanja cijene, kao godišnjeg troška,
- Da gospodarski subjekt „Hayat“ d.o.o. Sarajevo nikada nije bio, niti je u ugovornom odnosu sa gospodarskim 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.

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

Konkurencijsko vijeće je u tijeku 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 člankom 41. stavak (1) točka c) Zakona, s obzirom da je za utvrđivanje činjeničnog stanja i ocjenu dokaza neophodno prikupiti dodatne podatke i izvršiti dodatne analize.

Imajući u vidu gore navedeno, Konkurencijsko vijeće je ocijenilo da je rok za donošenje konačnog rješenja po Zaključku o pokretanju postupka koji se odnosi na utvrđivanje zlouporabe vladajućeg položaja iz članka 10. stavak(2) točka a), c) i d) Zakona, potrebno produžiti za dodatnih 3 (tri) mjeseca u smislu članka 41. stavak (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, Podnositelji zahtjeva su Konkurencijskom vijeću dostavili dodatno izjašnjenje na Odgovor gospodarskog 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 Podnositelji 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 Podnositelje zahtjeva i ostale učesnike na tržištu i zlouporabu vladajućeg položaja od strane gospodarskog subjekta „Audience Measurement“,
- Da je Protivna strana nastavila sa kršenjem Zakona o konkurenciji,

- Da su pojedini Podnositelji 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 zlouporabljajući svoju poziciju jedinog pružatelja usluge,
- Da je kao primjer zlouporabe od strane Protivne strane činjenica da u ponuđenim uvjetima i nacrtima ugovora za 2016. godinu niti jedna od nezakonitih odredbi nije uklonjena, izuzev što je Protivna strana kupcima usluge konačno dozvolila pravo na povijesne podatke, odnosno da koriste uslugu koju su i platili pa je jasno da ranije navedeni argumenti Protivne strane kako nisu postojali „tehnički uvjeti“ za isporuku povijesnih podataka apsolutno nezasnovani,
- Da je jedina namjera Protivne strane bila da se onemogući kontinuitet pružanja usluge od strane gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ i sa jedne strane nemogućnost konkurenata da konkurišu u takvim uvjetima 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 povijesne podatke,
- Da Protivna strana i dalje izričito onemogućava Podnositeljima 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 Podnositeljima 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 kupnja TV mjerenja određenih TV stanica pa prema tome (ne) poštivanje ugovora od bilo koga ne može uvjetovati isporuku kupljene usluge drugom klijentu i ugovornoj strani,
- Da ono što je Podnositelju zahtjeva najveći problem jeste činjenica da je Protivna strana, zlouporabljajući svoju poziciju na tržištu, samoinicijativno i bez ikakvog racionalnog i komercijalnog obrazloženja podigla cijenu svoje usluge za gotovo 100% ne obrazlažući Podnositeljima 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 gospodarskom 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 izravno ili neizravno nametanje nelojalnih kupovnih i prodajnih cijena kojima se ograničava konkurencija i tržište, a pojedini Podnositelji zahtjeva kao što je „Fabrika“ su uslijed ovakvog cjenovnog pritiska morali odustati od kupovine TV mjerenja i ugasiti cijele odjele unutar svojih kuća usljed 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 kvalitete mjerenja i pritiske koji se tim putem vrše na druge sudionike na tržištu,

- Da zlouporaba prava konkurencije proizilazi iz prije svega unilateralnog nametanja uslova, primjene različitih i neobjektivnih cjenovnih politika prema sudionicima na tržištu, uskraćivanje ugovorenih usluga i drugih oblika diskriminacije od strane vladajućeg učesnika na tržištu,
- Da je notorna činjenica da je gospodarski subjekt „Hayat“ kao dio Programa Plus (a od 2016. godine i kao ugovorna strana ) i TV stanica čije se mjerenje gledanosti vrši od strane gospodarskog 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 kvaliteti 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 članka 39. Zakona, zakazalo usmenu raspravu za dan 10.02.2016. godine (poziv upućen dana 18.01.2016. godine punomoćniku Podnositeljima 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 razdoblju od 18.02.2016. do 22.02.2016. godine.

S obzirom na činjenicu da 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 vlastitih saznanja, dostupnih podataka i dokumentacije, u skladu sa člankom 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. stavak (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 Podnositelju 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ direktor Damir Avdić, te zakonski zastupnik gospodarskog subjekta „Fabrika“ direktor Senad Zaimović (Zapisnik sa druge usmene rasprave, akt broj: 04-26-2-027-92-II/15 od 03.03.2016. godine.

Podnositelj 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 cjenik, 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“,
- da trenutačno 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 gospodarski subjekt „Audience Measurement“,
- da je za 2014. godinu odgovorno lice gospodarskog 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 uvjete, 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 izračunavanja cijene za 2015. godinu,
- Da postoji e-mail u dokazima kojim je klijentima – agencijama ponuđeno da 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 gospodarski 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 RTVFBIIH-a je određen na (..) \*\*KM, te iako su planirani za njih veću cijenu to nije bilo ostvarivo zbog njihovih nabavki,
- Da je RTVFBIIH 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 RTVFBIIH,
- Da je cijena za televizije promjenjiva i da zavisi od dinamičkog share-a,
- Da je u ugovoru za 2016. godinu jasno piše u članku 10. stavak (2) da klijent nije vlasnik podataka koje isporučuje Protivna strana,
- Da onaj ko želi da koristi povijesne 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 Podnosioca 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 to razdoblje, ali ostalima se daju podaci o tom klijentu, iako tako ne piše u ugovoru.

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

- Da je podatke nemoguće arhivirati, jer se radi o beskonačno mnogo tablica, 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 razdoblja, bez obzira što bi se na tržištu pojavio novi provajder, bez povijesnih 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 strana 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 tablici:

**Tablica 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	(..)**
	<b>UKUPNO:</b>	(..)**

Izvor: Podaci Protivne strane

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

**Tablica 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	(..)**

<b>10.</b>	<b>Communis</b>	(..)**
	<b>UKUPNO:</b>	(..)**

Izvor: Podaci Protivne strane

Cijene u 2015. godini za komercijalne TV stanice su određene na osnovu dinamičkog SHR (DSHR), koji pokazuje udjel domaćih komercijalnih TV stanica kada se izbace 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 dokumentaciju.

Pregled iznosa fakturiranih za plaćanje u 2015. godini za komercijalne TV je stanice prikazan u tablici:

**Tablica 3.**

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

Izvor: Podaci Protivne strane

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

**Tablica 4.**

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

Izvor: Podaci Protivne strane

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

Novi klijenti gospodarskog 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 uvjete 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 različita od ostalih ugovora (u skladu sa provedenim pregovaračkim postupkom bez objave obavještenja o nabavci Usluge istraživanja gledanosti TV stanica u BiH metodom peoplemetra / 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 cjenik, te su agencije raspoređene po cjeniku gdje se uzima u obzir varijabilni EQ-GRP, koji sistem cjenika 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 regulira će omogućiti da agencije koje npr. izgube klijenta mogu da nastave rad te će gospodarski subjekt „Audience Measurement“ toj agenciji fakturirati 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 (siječanj i veljača), 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 imate zaključen ugovor o mjerenju TV gledanosti u navedenim godinama, vlasničku strukturu gospodarskog subjekta „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, Vasileos Konstantinou 9, Agios Andreas, 1105 Nikozija, Kipar, druge povezane gospodarske 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, cjenik 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 gospodarskog subjekta „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, podaci o povezanim gospodarskim 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ i privrednog subjekta „Nielsen“, sa rokom za dostavu od tri dana od dana prijema zahtjeva Konkurencijskog vijeća.

U vezi sa navedenim, gospodarski 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 gospodarski 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 gospodarski subjekt „Audience Measurement“ nije postupio po nalogu Konkurencijskog vijeća, te da do dana donošenja ovog rješenja nije dostavio izvod iz sudskog registra za gospodarski subjekt „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“, podatke o povezanim gospodarskim subjektima društva „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“ i vlasničkoj strukturi navedenog gospodarskog 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 Podnositelji zahtjeva navode sljedeće:

- Da je razlog za obraćanje eskalacija odnosa između Protivne strane i gospodarskog subjekta „Direct Media“ kao jednog od Podnositelja zahtjeva i nanošenje nesagledive štete istom,
- Da je gospodarski 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 gospodarskim 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 gospodarski 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 uvjetuje 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 gospodarski 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 zakluče 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 gospodarskom 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 onemogućući dalje poslovanje agencije „Direct Media“,
- Da ovakva samovolja i zlouporaba položaja u situaciji apsolutne dominacije Protivne strane koja jedina gospodarskom subjektu „Direct Media“ može pružiti uslugu mjerenja jasno ukazuje da upornim i sinhronizovanim aktivnostima Protivna strana nastoji da istom onemogućući 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 koju trpi gospodarski subjekt „Direct Media“,
- Da ni do 11.03.2016. godine kada je Podnositelj zahtjeva dostavio ponovljeni Zahtjev za donošenje privremenog zaključka „Direct Media“ nije dobila ugovor od Protivne strane, uprkos činjenici da su gospodarska 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 cjenikom 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 gospodarski subjekti „Publicis“ i „Fabrika“ ispoštovali sve uvjete 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 cijenilo 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 vijeće 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 članka 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 članka 28. stav (1) Zakona, ali isti nije sadržavao dodatne informacije i dokumentaciju iz stavka (2) istog članka, i isti nije bio dovoljan za donošenje Zaključka o pokretanju postupka tj. za utvrđivanje postojanja osnovane sumnje da je gospodarski subjekt „Audience Measurement“ zloupotrijebio svoj vladajući 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 članka 28. Zakona, te je zatražilo dopunu istog koju je Podnosilac zahtjeva bio dužan dostavi u roku od 15 (petnaest) dana u smislu odredbi članka 31. stavka (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 Odostavili 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 članka 28. stavak (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 člankom 27. stavak (3) Zakona može podnijeti svako pravno ili fizičko lice koje za to ima pravni ili ekonomski interes, gospodarske komore, udruženja poslodavaca i preduzetnika, udruženja potrošača i organi izvršne vlasti u Bosni i Hercegovini.

U vezi s prigovorom Protivne strane da gospodarski subjekt „Hayat“ d.o.o. Sarajevo nikada nije bio, niti je u ugovornom odnosu sa gospodarskim subjektom „Audience Measurement“, utvrđeno je da gospodarski subjekt „Hayat“ kao dio Programa Plus (a od 2016. godine i kao ugovorna strana ) i TV stanica čije se mjerenje gledanosti vrši od strane gospodarskog 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 kvaliteti tih mjerenja, te se navedeni prigovor smatra u cjelosti neosnovan.

## **7. Prikupljanje podataka od trećih lica**

Tokom postupka radi utvrđivanja svih mjerodavnih činjenica, u smislu odredbi članka 35. stavak (1) točka a) i c) Zakona , Konkurencijsko vijeće je prikupljalo podatke i dokumentaciju i od trećih lica koja nisu stranke u postupku.

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 zaključe 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 člankom 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 gospodarskih subjekata na određenom geografskom području.

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

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

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

Relevantno zemljopisno tržište predmetnog postupka je Bosna i Hercegovina, budući da gospodarski 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. Vladajući položaj**

Članak 9. stavak (2) Zakona, propisuje da se pretpostavlja, da jedan gospodarski subjekt ima vladajući položaj na tržištu roba i /ili usluga, ako na relevantnom tržištu Bosne i Hercegovine ima tržišni udjel veći od 40,0%, a stavak (3) istog članka, propisuje da se pretpostavlja da dva ili tri gospodarska subjekta imaju vladajući položaj, ukoliko je njihov zajednički tržišni udjel veći od 60,0%.

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

Europska komisija u svom aktu „Uputa o provedbenim prioritetima Komisije u primjeni članka 82. Ugovora o EZ-u na postupanje gospodarskih društava u vladajućem položaju“ koja za posljedicu mogu imati zlouporabu u smislu isključivanja konkurenata sa tržišta, cijeni da u svakom konkretnom slučaju treba sagledati uvjete 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 gospodarski 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 razdoblju 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 gospodarski 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 gospodarskog 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 gospodarskog 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 gospodarski subjekt „Audience Measurement“ od strane Instituta za mjeriteljstvo, trenutno jedini ovlašteni laboratorij za verifikaciju uređaja za mjerenja TV gledanosti (peoplemetara) u Bosni i Hercegovini, te da je sam verifikovao svoje uređaje, bez obzira na činjenicu da laboratorij mora biti neutralan 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 gospodarski subjekt „Audience Measurement“ jedini gospodarski subjekt koji pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini i kao takav u skladu sa člankom 9. Zakona ima tržišni udio od 100% na relevantnom tržištu mjerenja TV gledanosti.

## **10. Utvrđivanje činjeničnog stanja**

Konkurencijsko vijeće je u postupku zlouporabe vladajućeg položaja iz članka 10. Zakona, na neosporan način utvrdilo sljedeće činjenice:

- Da su Podnositelji 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 gospodarski subjekt koji pruža uslugu mjerenja TV gledanosti u Bosni i Hercegovini i kao takvo u skladu sa člankom 9. Zakona o konkurenciji (u daljem tekstu: Zakon) ima tržišni udjel od 100% na relevantnom tržištu mjerenja gledanosti TV programa,
- Da je Protivna strana imenovana od strane Instituta za mjeriteljstvo Bosne i Hercegovine, kao jedini laboratorij ovlašten za ispitivanje i verifikaciju mjerila, u konkretnom slučaju, peoplemetara,
- Da su dana 26.12.2014. godine Podnositelji zahtjeva zaprimili ponudu za zaključivanje ugovora o pružanju usluga mjerenja gledanosti TV za 2015. godinu, te su obaviješteni da će u slučaju nepotpisivanja ugovora prestatu isporučivati kako dnevne rezultate mjerenja od 01.01.2015. godine, tako i one koji se odnose na prethodno razdoblje odnosno za 2014. godinu tzv. povijesne podatke,

- Da je člankom 6. stavak (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*“ (povijesni podaci),
- Da Podnositelji zahtjeva i danas imaju pristup povijesnim podacima o mjerenju TV gledanosti koje je prikupljao i mjerio gospodarski subjekt „Mareco Index“ d.o.o. Sarajevo, koji je vršio mjerenje gledanosti u 2010, 2011. i 2012. godini,
- Da su povijesni 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 Podnositelje 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 gospodarski subjekt „Audience Measurement“ u 2016. godini omogućio pristup povijesnim podacima klijentima,
- Da je Protivna strana svim svojim klijentima zaprijetila da će gospodarski subjekt „Nielsen“ obavijestiti klijente Podnositelja zahtjeva koji od njih koriste, a koji ne koriste podatke Protivne strane, ali da tu prijetnju nije provela,
- Da su dnevna izvješća 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 člankom 1. ugovora o mjerenju TV gledanosti u 2014. i 2015. godini gospodarski 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 gospodarski subjekt u skladu sa člankom 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 člankom 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 članka, 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 po sadržaju razlikuje do ostalih tipskih ugovora koje je Protivna strana zaključila sa drugim televizija i agencijama, uključujući i preostala dva javna emitera BHRT,
- Da je člankom 4. stavak (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 izvješća 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 članka (4) stavak (1) ugovora pojašnjava da će RTVFBiH izvješća 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 članku 11. stavak (2) ugovora, određeno da su svi podaci i programski alati koje Klijent dobije na korištenje od gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ vlasništvo Protivne strane,
- Da su se cijene u 2014. godini dogovarale i ugovarale sa klijentima, odnosno nije postojao nikakav kriterij niti cjenik, 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 - Tablica 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 ( Tablica 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 uvjete i niže cijene, dok gospodarski subjekt RTVFBiH pored niže cijene ima i potpuno drugačiju formu ugovora, u odnosu na sve ostale Klijente,
- Da u članku 10. stavak (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:

Članak 10. stavak (2) točke a), c), i d) Zakona propisuje da je zabranjena zlouporaba vladajućeg položaja i to a) izravnim ili neizravnim nametanjem nelojalnih kupovnih i prodajnih cijena ili drugih trgovinskih uvjeta kojima se ograničava konkurencija; c) primjenom različitih uvjeta za istu ili sličnu vrstu poslova s ostalim stranama, čime ih dovode u neravnopravan i nepovoljan konkurentski položaj; d) zaključivanjem sporazuma kojima se uvjetuje da druga stranka prihvati dodatne obaveze koje po svojoj naravi ili prema trgovinskom običaju nemaju veze s predmetom takvog sporazuma.

Gospodarski 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 laboratorij radi isključivo i samo pod rukovodstvom voditelja laboratorije, odvojeno od bilo kakvog uticaja menadžmenta gospodarskog subjekta „Audience Measurement“,

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

Da gospodarski subjekt „Audience Measurement“ u 2014. godini i 2015. godini nije imao definisan Cjenik za pružanje usluga mjerenja TV gledanosti za svoje klijente, dok je 2016. godini imao djelimično formiran Cjenik, 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ sa klijentima u 2014. i 2015. godini, zaključivali proizvoljno bez jasno utvrđenih kriterija i Cjenika, odnosno cijene za istu vrstu usluge koju je pružao gospodarski subjekt „Audience Measurement“ razlikovale su se i između pojedinih agencija, televizija i javnih emitera, te se i sam tip ugovora razlikovao za pojedine klijente.

Konkurencijsko vijeće je uvidom u tekst ugovora o mjerenju TV gledanosti koji su zaključeni od strane gospodarskog subjekta „Audience Measurement“ sa klijentima u 2014. i 2015. godini, utvrdilo da je Protivna strana pojedinim televizijama 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 gospodarski subjekt „Audience Measurement“ u 2014. godini bez jasno utvrđenog kriterija i cjenika, odredio da sve televizije treba da plate jednake iznose od (..)\*\*KM bez PDV-a, ali je i pored navedenog, Podnositelj

zahtjeva davao određene popuste odnosno niže cijene pojedinim televizijama, odnosno javnim emiterima (RTVFBiH, BHTV i RTRS) u odnosu na druge televizije, (Tablica 1 i Tablica 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 kriterija 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 fiksnoj iznosu, međutim u odnosu na navedeno, Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da se Protivna strana, nije pridržavala istog, na način da je pojedinim agencijama u ugovoru davala popuste u odnosu na druge klijente, odnosno pojedine agencije nisu plaćale utvrđeni fiksni iznos, i to agencija „Publicis“ imala je popust od (..)%, a agencije „Aquarius“, „Mita“ i „Advans“ popust od (..)0% (Tablica 2.), bez jasno utvrđenog kriterija, 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 gospodarski 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 gospodarskog 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 emitere sklapali ugovore u okviru svog predloženog budžeta.

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

*Imajući u vidu navedeno, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u točki 1. izreke Rješenja.*

Konkurencijsko vijeće je utvrdilo, da je člankom 3. tipskih ugovora o mjeranju TV gledanosti određeno da će gospodarski 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 dnevna izvješća 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 članak 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 zlouporabiti i bez znanja dostaviti toj televiziji.

Konkurencijsko vijeće to ne može uzeti kao opravdan razlog, jer je očito iz članka 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 nezamjenljiv alat u procesu ostvarenja prihoda od marketinga što priznaje i sama Protivna strana u svom Odgovoru na Zahtjev i Zaključak.

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

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

Iako Protivna strana tvrdi da Podnositelji 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 Podnositelji zahtjeva i drugi klijenti Protivne strane rade samo vezano za konkretan upit, vezano za konkretne kategorije gledalaca i za konkretno vremensko razdoblje, te kada bi znali za koju vrstu usluge / proizvoda i za koju ciljnu grupu treba da rade planiranje i analizu onda bi i mogli vaditi takve tabele u excel format, ali i dalje samo u razdoblju važenja ugovora sa Protivnom stranom.

Podnositelji 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 povijesnim podacima svim klijentima, jer je obezbijedila za to tehničke uvjete koje ranije nije imala.

Na ovaj način, Protivna strana je uvjetovala 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 točki 2. izreke Rješenja.*

Konkurencijsko vijeće u cilju otklanjanja negativnih posljedica zlorababe vladajućeg položaja Protivne strane zabranjuje gospodarskom subjektu „Audience Measurement“ svako buduće postupanje utvrđeno u točkama 1. i 2. izreke predmetnog Rješenja, kao i svako drugo postupanje na relevantnom tržištu koje bi gospodarske subjekte ili fizička lica, dovelo u neravnopravan položaj na relevantnom tržištu u smislu članka 11. stavak (1) točka b) Zakona.

*Imajući u vidu navedeno, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u točki 3. i 4. izreke Rješenja.*

Podnositelj zahtjeva na kome je teret dokazivanja u skladu sa člankom 36. Zakona, nije uspio dokazati da je Protivna strana svojim klijentima nametala nelojalne cijene ili neke druge trgovačke uvjete kojima se ograničava konkurencija u smislu članka 10. stavak (2) točka a) Zakona.

*Imajući u vidu navedeno, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u točki 9. izreke Rješenja.*

## **12. Novčana kazna**

U smislu članka 48. stavak (1) točka b) Zakona, novčanom kaznom u iznosu najviše do 10,0% vrijednosti ukupnog godišnjeg prihoda gospodarskog subjekta, iz godine koja je prethodila godini u kojoj je nastupila povreda zakona, kaznit će se gospodarski subjekt, ako zlorababi vladajući položaj na način opisan odredbama članka 10. ovog Zakona.

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

Polazeći od neoporno utvrđene činjenice da je Protivna strana zlorababila vladajući položaj u smislu članka 10. stavak (1) točke c) i d) Zakona, Konkurencijsko vijeće je gospodarskom subjektu „Audience Measurement“ izreklo novčanu kaznu u iznosu od 30.000,00 KM (tridesethiljadakonvertibilnihmaraka) KM, što predstavlja (..)\*\*% od ukupnog prihoda gospodarskog 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 članka 52. Zakona.

*Slijedom navedenog, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u točki 5. i 7. izreke.*

U skladu sa člankom 49. stavak (1) točka a) Zakona, Konkurencijsko vijeće može izreći gospodarskim subjektima novčane kazne koje ne prelaze 1,0% (jedan) ukupnog prihoda gospodarskog subjekta u prethodnoj godini poslovanja, ako ne postupe po zahtjevu u smislu članka 33. i 35. Zakona, dostavljajući netočne ili pogrešne informacije ili ne osiguraju potrebne informacije u okviru datog roka.

U skladu sa stavkom (2) istog članka Zakona, Konkurencijsko vijeće može izreći i odgovornim licima gospodarskih subjekata iz stavka (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 gospodarskom subjektu „Audience Measurement“ da dostavi izvod iz sudskog registra za gospodarski subjekt „NMAM MEDIA AUDIENCE MEASUREMENT LIMITED“ koji je 100,0% vlasnik Protivne strane i podatke o vlasničkoj strukturi navedenog gospodarskog subjekta i to aktom broj: 04-26-2-027-87-II/15 dana 10.02.2016. 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 gospodarskim subjektom „Nielsen“.

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

*Slijedom navedenog, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u točkama 6. i 7. izreke.*

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**

Člankom 105. stavak (1) Zakona o upravnom postupku je propisano da u pravilu svaka stranka snosi svoje troškove postupka (koji uključuju i troškove za pravno zastupanje), a člankom 105. stavak (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 članka 105. stavak (3) Zakona o upravnom postupku troškovi za pravno zastupanje nadoknađuju se samo u slučajevima kad je takvo zastupanje bilo nužno i opravdano.

Podnositelji 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 Podnositelja 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 Podnositelji zahtjeva imaju pravo na naknadu troškova za administrativnu taksu na Zahtjev u iznosu od 1.000,00 KM, a u skladu sa člankom 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 22.02.106. 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 člankom 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 gospodarskog subjekta „Audience Measurement“, Konkurencijsko vijeće je odlučilo kao u točki 8. izreke ovog Rješenja.*

#### **14. Administrativna pristojba**

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

#### **15. Pouka o pravnom lijeku**

Protiv ovog Rješenja nije dopušten priziv.

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**