

**РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ**  
**КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА**

В публикуваната версия на това решение, някои от данните са заличени в съответствие с чл. 55 от ЗЗК, с който не се допуска разгласяването на търговски тайни или други защитени от закон тайни на страните. Заличените данни са отбелязани с (.....)\*

**РЕШЕНИЕ**

**№ 368**

**гр. София, 21.03.2019 г.**

Комисията за защита на конкуренцията в състав:

**ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

Юлия Ненкова

**ЗАМ. - ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

Димитър Кюмюрджиев

**ЧЛЕНОВЕ:**

Анна Янева

Георгица Стоянова

Красимир Витанов

Красимир Зафиров

Пламен Киров

при секретар-протоколист г-н Захари Срънчев, разгледа в закрито заседание на 21.03.2019 г. преписка № КЗК/214/2019 г., докладвана от наблюдаващия проучването член на КЗК – г-н Красимир Витанов.

В Комисията за защита на конкуренцията е образувана преписка № КЗК/214/2019 г., във връзка с постъпило уведомление на основание чл. 38, ал. 1, т. 6 от Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК), за намерението на „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД да придобие едноличен контрол върху „Нова Броудкастинг Груп“ АД по смисъла на чл. 22, ал. 1, т. 2 от ЗЗК.

Към Комисията е отправена молба да направи оценка на сделката и да постанови решение, че настоящата сделка не представлява концентрация; или да постанови, че концентрацията не попада в обхвата на чл. 24 от ЗЗК; или да разреши концентрацията, тъй като тя не води до установяване или засилване на господстващо положение, което значително би попречило на ефективната конкуренция на съответния пазар.

Поискано е също КЗК да постанови незабавно изпълнение на решението си съгласно чл. 66, ал. 2 от ЗЗК.

Чрез съобщение в електронния (публичния) регистър на КЗК всички заинтересовани лица бяха поканени да представят в седемдневен срок становища относно ефекта на концентрацията върху конкуренцията. В указания срок такива не постъпиха в деловодството на Комисията.

Информацията, съдържаща се в уведомлението и приложенията към него обуславят настоящата оценка на нотифицираната сделка:

## **I. Предприятия - участници в сделката**

### **1.1. Дружество, придобиващо контрол**

**“АДВАНС МЕДИА ГРУП” ЕАД (АМГ)**, еднолично акционерно дружество, вписано в Търговския регистър (ТР) при Агенция по вписванията (АВп) с ЕИК 205323543, със седалище и адрес на управление: гр. София 1113, район „Изгрев“, ж.к. „Изток“, ул. „Николай Хайтов“ № 3А.

Регистриран предмет на дейност: Телевизионна дейност, изработване и разпространение на телевизионни програми, изграждане и поддържане на съоръжения за телевизионна дейност, закупуване и разпространение на телевизионни програми, придобиване на права върху телевизионни програми, издателска и продуцентска дейност, всяка друга свързана дейност, както и други стопански дейности, незабранени от законите на Република България.

Вписаният капитал на дружеството е в размер на 50 000 (петдесет хиляди) лева, разпределен в 5 000 броя обикновени налични поименни акции с номинал от 10 (десет) лева всяка една, и се притежава изцяло от “Адванс Медиа Партнърс” АД.

“АДВАНС МЕДИА ГРУП” ЕАД се управлява от Съвет на директорите в състав: Г. Домусчиев, К. Домусчиев, Т. Генова, Н. Василчев, В. Хаджиева.

Дружество се представлява пред трети лица от изпълнителния директор Г. Домусчиев.

### **1.2. Дружество, върху което се придобива контрол**

**„Нова Броудкастинг Груп“ АД (Нова, НБГ)**, акционерно дружество, вписано в ТР при АВп с ЕИК 832093629, със седалище и адрес на управление: гр. София 1592, район „Искър“, бул. „Христофор Колумб“ № 41, ет.6.

Регистриран предмет на дейност: Телевизионна дейност за създаване на телевизионни програми, предназначени за разпространение чрез електронни съобщителни мрежи, ползване на индивидуално определен ограничен ресурс – радиочестотен спектър, телевизионна дейност чрез използване на налични и/или нови електронни съобщителни мрежи за наземно аналогово радиоразпръскване, телевизионна дейност за създаване на програми, предназначени за разпространение чрез електронни съобщителни мрежи за наземно цифрово радиоразпръскване, разпространяване на български и чуждестранни телевизионни програми, осъществяване на медийни услуги по заявка, собственост и контрол на преки или непреки участия в дъщерните дружества на дружеството и участие (пряко или чрез дъщерни дружества) в телевизионни и радио предавания, списания, вестници и разпространение на ДТН телевизия (чрез приемник директно от сателита) в държави на Балканите (наричан накратко "Дейността"), както и всяка друга дейност, незабранена със закон.

Вписаният капитал на дружеството е в размер на 15 272 620 лева, разпределен в 15 272 620 обикновени налични акции с право на глас, с номинална стойност 1 лев, всяка.

„Нова Броудкастинг Груп“ АД се управлява от Съвет на директорите в състав: С. Зурлева, Д. Щосел, Й. Линдемман, Дж. Нигаард-Андерсен, А. Уолкър.

Дружество се представява пред трети лица от изпълнителния директор Д. Щосел. Прокуристи на Дружеството (при условията на съвместна прокура) са Н. Андреев и В. Анкова.

## **II. Предприятия (и лица), контролиращи пряко или косвено участниците в сделката**

### **2.1. Придобиващо контрол предприятие**

**2.1.1.** Пряк едноличен контрол върху „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД упражнява „Аванс Медиа Партньърс“ АД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 205323707, със седалище и адрес на управление: гр. София 1113, район „Изгрев“, ж.к. „Изток“, ул. „Николай Хайтов“ № 3А.

Акционерният капитал на „Аванс Медиа Партньърс“ АД е разпределен между акционерите (.....)\*.

„Аванс Медиа Партньърс“ АД се представява пред трети лица от Изпълнителния директор Г. Домусчиев.

**2.1.2.** „АДВАНС ПРОПЪРТИС“ ООД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 131159471, със седалище и адрес на управление: гр. София 1113, район „Изгрев“, ж.к. „Изток“, ул. „Николай Хайтов“ № 3А. Капиталът на „АДВАНС ПРОПЪРТИС“ ООД е разпределен поравно между съдружниците (.....)\*.

„АДВАНС ПРОПЪРТИС“ ООД се представява пред трети лица от Управителя Г. Домусчиев.

**2.1.3.** Предвид гореизложеното, (.....)\*.

**2.2.** Пряк контрол върху „Нова Броудкастинг Груп“ АД упражнява мажоритарния акционер „Ем Ти Джи Броудкастинг“ АБ, Швеция, което притежава 95% от капитала на дружеството. „Ем Ти Джи Броудкастинг“ АБ (MTG Broadcasting AB) е дружество, вписано в Шведската служба за регистрация на дружествата (Bolagsverket) с регистрационен номер 556353-2687, със седалище и адрес на управление: Бокс 2094, 103 13 Стокхолм, Швеция (Box 2094, 103 13 Stockholm, Sweden).

Съгласно уведомлението „Ем Ти Джи Броудкастинг“ АБ е пряко контролирано от „Модърн Таймс Груп Ем Ти Джи“ АБ (Modern Times Group MTG AB, на кратко „Ем Ти Джи“), шведско публично дружество, акциите на което се търгуват на Стокхолмската фондова борса – НАСДАК Стокхолм АБ (NASDAQ Stockholm AB), вписано в Шведската служба за регистрация на дружествата (Bolagsverket) с регистрационен номер 556309-9158 и посредством дъщерното си дружество Ем Ти Джи Броудкастинг АБ (MTG Broadcasting AB) е мажоритарен акционер в НБГ и упражнява индиректен едноличен контрол върху НБГ.

Останалите 5 % от капитала на НБГ се притежават от „Ийстърн Юропиън Медиа Холдингс“ СА (Eastern European Media Holdings SA), Люксембург, с регистрационен номер В 159867, с адрес: 5-11 Гастон Дидрих авеню, 1420 Люксембург (5-11 avenue Gaston Diderich, 1420 Luxembourg, Grand Duchy of Luxembourg).

## **III. Предприятия с регистрация в България, върху които участниците в сделката упражняват контрол по смисъла на чл. 22, ал. 3 от ЗЗК**

### **3.1. По отношение на придобиващото контрол предприятие**

**3.1.1.** „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД не упражнява контрол върху други дружества.

**3.1.2.** Лицата, контролиращи „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД, контролират пряко/косвено и следните други дружества с регистрация в страната:

*А) Дружества от Групата на Аванс Пропъртис*

*- (.....)\*.*

*Б) Дружества извън Групата на Адванс Пропъртис*

*- (.....)\*.*

### **3.2. По отношение на придобиваното предприятие**

„Нова Броудкастинг Груп“ АД упражнява пряк/косвен, едноличен/ съвместен контрол върху следните дружества:

- „Атика Ева“ АД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 203710235, със седалище и адрес на управление: гр. София 1000, район „Средец“, ул. „Христо Белчев“ № 1, ет. 6. Дружеството се контролира съвместно от Нова (28% от капитала) и „Атика Медия България“ ООД<sup>1</sup> (65 % от капитала);

- „Нет Инфо“ АД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 202632567, със седалище и адрес на управление: гр. София 1592, район Искър, бул. „Христофор Колумб“ № 41, ет. 6. Дружеството е под съвместния контрол на „Нова Броудкастинг Груп“ АД (70%), „Дарик Радио“ АД (27%) и „Уеб Финанс“ ЕООД (3%).<sup>2</sup> „Нет Инфо“ АД упражнява контрол върху следните предприятия:

- „Ви Бокс“ ЕАД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 175323082, със седалище и адрес на управление гр. София 1592, район Искър, бул. „Христофор Колумб“ № 41, ет. 3 (100%),

- „Дарик Нюз“ ЕООД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 175032949, със седалище и адрес на управление: гр. София 1592, район „Искър“, бул. „Христофор Колумб“ № 41, ет. 3 (100%),

- „Имоти Инфо“ ООД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 201246430, със седалище и адрес на управление: гр. София 1504, район Оборище, бул. "Кн. Ал. Дондуков" № 82. Съвместен контрол върху дружеството упражняват „Дарик Нюз“ ЕООД (50 %) и "Резон" ООД<sup>3</sup> (50 %),

- „Файненшъл Маркетплейс“ АД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 204346635, със седалище и адрес на управление гр. София 1756, район Изгрев, ул. „Лъчезар Станчев“ № 3, Литекс тауър, ет. 2. Съвместен контрол върху дружеството упражняват „Нет Инфо“ АД (50%) и „Кредит Гарант БГ“ ООД<sup>4</sup> (50%),

- „Грабо Медия“ АД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 203412406, със седалище и адрес на управление: гр. Пловдив 4000, район Източен, бул. "Източен" № 94, ет. 6. Съвместен контрол върху дружеството упражняват „Нет Инфо“ АД (51 %) и физическите лица: Ср. Ватралов (34,3%), В. Величков (5,39%) и Н. Павлов (9,31%),

- „Проспекто груп“ АД, вписано в ТР при АВп с ЕИК 204255331, със седалище и адрес на управление: гр. София 1700, район Студентски, бул. „Симеоновско шосе“ № 33, ет. 2, ап. 2. Съвместен контрол върху дружеството упражняват „Нет Инфо“ АД (20 %) и физическите лица: О. Попов (78%) и В. Станков (2%).

## **IV. Правна форма и цел на концентрацията**

### **4.1. Правна форма на сделката**

Нотифицираната сделка е насочена към придобиването на едноличен контрол от страна на „Адванс Медиа Груп“ ЕАД върху „Нова Броудкастинг Груп“ АД, посредством закупуването на 100 % от капитала му.

В подкрепа на заявеното намерение е представен Договор за продажба на акционерния капитал на „Нова Броудкастинг Груп“ АД (**Договора**)<sup>5</sup>, който съдържа основните параметри на планираната сделка. Договорът е сключен на (.....)\*между

<sup>1</sup> Вписано в ТР при АВп с ЕИК 130601972.

<sup>2</sup> Към датата на настоящото уведомление Нова е уведомила КЗК за планирано придобиване на едноличен контрол върху „Нет Инфо“ АД (КЗК/239/19.03.2018 г.).

<sup>3</sup> Вписано в ТР при АВп с ЕИК 121184622.

<sup>4</sup> Вписано в ТР при АВп с ЕИК 204346635.

<sup>5</sup> Приложен в цялост с писмо вх. № към КЗК-214/11.03.2019 г.

MTG Broadcasting AB и Eastern European Media Holdings S.A., от една страна като продавачи, "Адванс Медиа Груп" ЕАД, от друга страна като купувач (.....)\*.

Съгласно Договора MTG BROADCASTING AB е собственик на 14 508 989 броя акции, представляващи 95% от капитала на НБГ, а EASTERN EUROPEAN MEDIA HOLDINGS S.A. е собственик на 763 631 броя акции, представляващи 5% от капитала на НБГ.

Страните по Договора са постигнали съгласие „Адванс Медиа Груп“ ЕАД да придобие от MTG Broadcasting AB и от Eastern European Media Holdings S.A. всичките 15 272 620 /петнадесет милиона двеста седемдесет и две хиляди шестстотин и двадесет/ броя обикновени поименни акции с право на глас, които акции представляват 100% от капитала на "Нова Броудкастинг Груп" АД, срещу задължението за заплащане на определена цена.

Със закупуването на всички акции от капитала на НБГ, Купувачът ще придобие и непряк контрол върху дружествата, контролирани пряко/косвено; еднолично/съвместно от НБГ, а именно: „Нет Инфо“ АД, „Атика Ева“ АД, „Проспекто груп“ АД, „Файненшъл Маркетплейс“ АД, „Грабо Медия“ АД, „Дарик Нюз“ ЕООД, „Имоти Инфо“ ООД и „Ви Бокс“ ЕАД.

Приключването на сделката е поставено в зависимост от изпълнението на определени предварителни условия, сред които: (.....)\*.

Предвидено е приключването на сделката да се осъществи след изпълнение на (.....)\*.

Договорът включва клаузи за (.....)\*.

След окончателното приключване на планираната сделка "АДВАНС МЕДИА ГРУП" ЕАД ще придобие пряк едноличен контрол върху „Нова Броудкастинг Груп“ АД съответно непряк контрол върху дружествата: „Нет Инфо“ АД, „Атика Ева“ АД, „Проспекто груп“ АД, „Файненшъл Маркетплейс“ АД, „Грабо Медия“ АД, „Дарик Нюз“ ЕООД, „Имоти Инфо“ ООД и „Ви Бокс“ ЕАД. Видът на придобивания контрол върху дружествата (едноличен или съвместен) ще съвпада с вида на упражнявания понастоящем контрол от НБГ.

#### **4.2 Цел на концентрацията**

Пряката и непосредствена цел на планираната концентрация е навлизането от страна на групата на Придобиващото предприятие на пазара на медийни услуги, производство и разпространение на аудио-визуално съдържание, както и предоставянето на по-добри, конкурентоспособни и достъпни услуги на потребителите/крайните клиенти.

Очакваният положителен ефект от планираната концентрация е свързан със запазването и по-нататъшното утвърждаване и развитие на Придобиваното предприятие на медийния пазар, като от една страна се осигурят по-добри възможности за бъдещото развитие на съответния национален пазар на медийни услуги и повишаване на неговата конкурентоспособност (производство и разпространение на аудио-визуално съдържание), и от друга, се повиши конкурентоспособността на придобиваното предприятие на съответния пазар на медийни услуги.

Крайната цел на групата на придобиващото предприятие е достигане на устойчива печалба от цялостната дейност при цени, съобразени с пазарните условия, голямо разнообразие в предлаганите продукти и услуги и повишаване на тяхното качество.

#### **V. Съответен пазар**

**Определяне на съответните пазари, на които оперират участниците в концентрацията. Пазари, върху които концентрацията ще окаже въздействие.**

За да дефинира съответния продуктов пазар, Комисията се позовава на дейността на участниците в концентрацията и съответните стоки и/или услуги, които те предлагат.

С оглед правомощията на КЗК по смисъла на чл. 3, ал. 2 от Закона за защита на конкуренцията като национален орган на Република България, отговорен за прилагане на Общностното право в областта на конкуренцията в страната, в настоящия случай КЗК ще оцени ефекта на сделката върху конкурентната среда единствено на територията на страната<sup>6</sup>.

### **5.1. Дейности на участниците в концентрацията**

#### **Придобиващо контрол предприятие**

„Аванс Медиа Груп“ ЕАД и неговият собственик „Аванс Медиа Партнърс“ АД са новоучредени дружества, които към датата на уведомлението до КЗК<sup>7</sup> не осъществяват друга стопанска дейност, освен дейностите, свързани с нотифицираната сделка по придобиване на акции от капитала на „Нова Броудкастинг Груп“ АД и необходимото финансиране.

Дружествата от групата на придобиващото контрол предприятие – групата „Аванс Пропъртис“ и предприятията извън нея<sup>8</sup>, осъществяват дейности на територията на страната в следните основни направления:

- производство и продажба на ветеринарно-медицински продукти, хранителни добавки и фармацевтични субстанции, използвани за формулиране на готови лекарствени средства за ветеринарната и хуманна медицина;
- търговско корабоплаване и свързаните с него производствено-технически, спедиторски и посреднически дейности;
- пристанищна дейност - обработка на товари и поща, морско-технически услуги, съпътстващи дейности;
- отдаване под наем и управление на складови, търговски, офис и жилищни площи;
- железопътни превози на товари в страната и чужбина, наемане на локомотивна тяга и вагони за извършване на железопътни превози на товари, поддръжка и ремонт на локомотиви и вагони;
- производство и продажба на електрическа енергия от ко-генерационна централа, проектиране и изграждане на водно-електрически централи;
- проектиране, ремонт и реконструкция на водопроводни мрежи и съоръжения;
- ресторантьорство и експлоатация на заведения за обществено хранене, кетъринг;
- комуникационни и софтуерни услуги, консултации в областта на комуникационните и софтуерни услуги;
- научно-изследователска и развойна дейност в областта на биотехнологиите и хранителните технологии;
- търсене, проучване и добив на подземни богатства; извършване на геоложки изследвания и геологопроучвателна дейност;
- научна, проектантска, технологична и развойна дейност в областта на двигатели с вътрешно горене;
- производство на машини и/или възли и детайли за тях, търговия с такива продукти в страната и чужбина;
- строителство, управление, отдаване под наем и продажба на недвижими имоти;
- застрахователно и презастрахователно посредничество;

<sup>6</sup> Виж решения на КЗК № 1235/26.10.2017г., № 822/15.10.2015 г.

<sup>7</sup> Уведомлението е входирано в КЗК на 01.03.2019 г.

<sup>8</sup> Под контрола на (....)\*.

- организиране на школи, организиране и администриране на футболни и други състезания; извършване на тренировъчна и спортно-състезателна дейност;
- предоставяне на права за разпространение на спортни събития.

### **Придобивано предприятие**

Придобиваното предприятие „Нова Броудкастинг Груп“ АД е доставчик на аудиовизуални медийни услуги, търговски телевизионен оператор по смисъла на Закона за радиото и телевизията („ЗРТ“).

Реално осъществяваната от „Нова“ дейност включва:

- създаване на телевизионно съдържание за собствена употреба, както и придобиване на права за разпространение на телевизионно съдържание;
- разпространение на телевизионно съдържание - „Нова“ създава и разпространява 7 (седем) телевизионни програми с национален обхват: „Нова телевизия“; „Диема“; „Кино Нова“; „Диема Фемели“; „Нова спорт“; „Диема спорт“; „Диема спорт 2“;
- телевизионна реклама – „Нова“ продава достъп до аудиторията си посредством излъчване на рекламни материали на рекламодатели и рекламни агенции в посочените телевизионни програми;
- поддържане на интернет сайтове, предоставящи основно информация за програмите на ТВ-каналите, които оперира, както и възможност за гледане на част от излъчваните предавания в Интернет - <https://nova.bg/>, <https://play.nova.bg/>, <https://diemaxtra.nova.bg/>, <https://play.diemaxtra.bg/>, [www.diema.bg](http://www.diema.bg), <https://kino.nova.bg/>, <https://diemafamily.nova.bg/>. Допълнително, Нова е разработила услугата Play DiemaXtra, която се състои от интернет сайт и мобилно приложение, даващи възможност за линейно гледане на пакета от телевизионните канали Диема Спорт и Диема Спорт 2, както и на отделни спортни събития по избор на потребителите (PPV);
- предоставяне на услуги (.....)\*.

Дружеството „Атика Ева“ АД, контролирано от „Нова Броудкастинг Груп“ АД, е специализирано в издаването на месечните списания: Eva, Playboy, Esquire, Joy, Grazia, OK „Атика Ева“ ООД, чрез които извършва издателска дейност, търговия с печатни произведения, реклама в печатни издания. Дружеството също така администрира интернет сайтове на част от посочените списания, на които самостоятелно продава интернет реклама.

Другите предприятия, контролирани от „Нова Броудкастинг Груп“ АД – чрез „Нет Инфо“ АД, предоставят следните ключови продукти и услуги:

- уеб-базирана електронна поща ([www.abv.bg](http://www.abv.bg)), която позволява на крайните потребители да отворят електронни пощенски кутии и да обменят пощенски съобщения; сайтът [www.abv.bg](http://www.abv.bg) също така позволява на крайните потребители да си съставят адресен указател и да общуват с други потребители във виртуални чат стаи и онлайн форуми;
- електронни директории - платформа за организиране, съхранение и споделяне на файлове онлайн – [www.dox.bg](http://www.dox.bg);
- търсене - в сътрудничество с международния доставчик на тази услуга, Google, компанията предоставя уеб-търсене на основните си страници - [www.abv.bg](http://www.abv.bg) и [www.gbg.bg](http://www.gbg.bg);
- новини и информация - Нет Инфо предоставя цифрови новини и информация чрез новинарския сайт [www.vesti.bg](http://www.vesti.bg), специализирания спортен новинарски сайт - [www.gong.bg](http://www.gong.bg), сайта за прогнозата за времето [www.sinoptik.bg](http://www.sinoptik.bg), сайта за финансова информация [www.pariteni.bg](http://www.pariteni.bg) и сайта, посветен на модерната жена [www.edna.bg](http://www.edna.bg);
- обяви за автомобили - [www.carmarket.bg](http://www.carmarket.bg) дава възможност на потребителите

да публикуват и разглеждат обяви за продажба на автомобили;

- проверка на цени и сравнение на продукти - чрез сайта [www.sravni.bg](http://www.sravni.bg) интернет потребителите могат да сравняват цените на продукти, продавани в различни онлайн магазини.

## **5.2. Съответните пазари, на които оперират участниците в концентрацията. Пазари, върху които сделката ще окаже въздействие.**

Придобиващата контрол група извършва разнообразни дейности на територията на страната, като участва на множество пазари в различни области. Придобиваното предприятие и дружествата под негов контрол оперират на пазари в областта на медиите (телевизионни, печатни и интернет). Известна връзка между техните дейности е налице по отношение на пазара на телевизионно съдържание и по-точно в сегмента придобиване на права за разпространение, на който оперира придобиваното предприятие „Нова Броудкастинг Груп“ АД и дружеството „Футбол Про Медия“ ЕООД от групата на придобиващия контрол „Аванс Медиа Груп“ ЕАД.

„Футбол Про Медия“ ЕООД има сключени договори, както следва:  
(.....)\*

Въз основа на тези договори, (.....)\*.

От гореизложеното може да се направи извод, че дружеството „Футбол Про Медия“ ЕООД извършва дейност, свързана с (.....)\* права за телевизионно разпространение. Групата на „Нова“, също създава и купува телевизионно съдържание.

Следователно, сделката ще окаже въздействие единствено върху пазара на телевизионно съдържание и в частност по отношение на придобиване на права за разпространение ((.....)\*), на който е налице известно припокриване между дейностите на участниците в концентрацията.

## **Пазар на телевизионно съдържание**

### *Продуктова дефиниция*

Телевизионните оператори от целия свят се нуждаят от съдържание (телевизионен продукт) за да съставят своите програми, като самостоятелно развиват някои програми за собствено ползване (programmes for in-house or captive use) - телевизионни програми, продуцирани от телевизионните оператори, които те сами излъчват в последствие и не лицензират на трети лица. Също така, те използват програми от други оператори, както и от независими национални и международни разпространители.

Много оператори разработват свои собствени концепции за програми и се конкурират в този пазар с програмни формати, които са разработени за използването им от трети лица (т.е. за „non-captive” use). Освен операторите, независими разпространители разработват концепции за програми с оглед на това, че: (а) сами ще създават такива програми и след това ще експлоатират правата върху завършената програма, или (б) ще лицензират формата на разработената концепция на трети лица (например продуценти или телевизионни оператори) за продуциране и експлоатация. Други независими разпространители съставят каталози на програми или формати, чрез придобиване правата върху тях и ги предоставят на продуценти и телевизионни оператори. Много разпространители разработват и/или придобиват такива права за излъчване на телевизионни програми, обхващайки различни жанрове.

Програмното съдържание („формати”) обикновено е разработено за национални или местни пазари. Някои от тези програми могат да се разпространяват и на други пазари, чрез лицензирането им от национални оператори, които обикновено излъчват програмата, адаптирайки я по подходящ начин за съответния местен пазар.



В практиката на КЗК<sup>9</sup> и на ЕК<sup>10</sup> пазарът на телевизионно съдържание се разделя на два подпазара:

(i) Производство на съдържание за собствена употреба (captive use) и такова, създавано с цел продажба (non-captive use);

(ii) Дистрибуция (лицензиране) на права за разпространение или придобиване на права за разпространение (аудиовизуално съдържание);

Възприета е и алтернативна дефиниция на двата подпазара, а именно:

(i) Продуциране и експлоатация на права върху телевизионни програми;

(ii) Придобиване и лицензиране на права върху телевизионни програми.

Двете дефиниции не си противоречат, като изразяват основните начини за осигуряване на програмно съдържание.

***Производство на съдържание за собствена употреба и такова, създавано с цел продажба***

По отношение на този подпазар, наречен още „продуциране и експлоатация на права върху телевизионни програми“, следва да се уточни, че продуктовото портфолио може да се разглежда както широко - от гледна точка на телевизионната продукция като цяло, така и тясно, като се отдели съдържанието, предназначено за продажба.

В широк смисъл понятието „производство на телевизионно съдържание“ следва да включва цялото съдържание, произвеждано от телевизионните оператори, т. е. това, което се създава с цел излъчване в рамките на телевизията - създател, и онова, което се продава на пазар, на който телевизионните оператори се конкурират с външните създатели на съдържание - независимите продуценти.

В същото време, оценката на конкуренцията на „пазар на телевизионно съдържание“ предполага съответните продукции да са предмет на пазарно предлагане.

Именно в тази връзка в практиката на Европейската комисия<sup>11</sup> е прието, че доколкото съдържанието, предназначено за вътрешна консумация, не е предмет на продажба, пазарът следва да включва само т. нар. „non-captive“ съдържание, а именно онова, което се произвежда за да бъде предложено за излъчване срещу заплащане.

КЗК разглежда телевизионните оператори и независимите продуценти като участници на пазара на телевизионното съдържание, създавано с цел продажба. Следва да се има предвид, че включването на независимите продуценти на пазара на телевизионно съдържание и съответно в програмната схема на телевизионните оператори, е нормативно закрепено, като Законът за радиото и телевизия залага минимален обем на съдържанието, създадено от независими продуценти. Външните продуценти имат гарантиран от ЗРТ минимум в програмата на телевизиите, който не може да се замести с придобиването на други права за разпространение.

***Дистрибуция (лицензиране) на права за разпространение или придобиване на права за разпространение (аудиовизуално съдържание)***

Разпространителите се конкурират да придобият правата върху телевизионни програми, независимо дали за излъчването на филми, събития или други програми, като съставят библиотеки от съдържание, което може да бъде лицензирано. Телевизионните права могат да бъдат лицензирани или под формата на програмен формат, по отношение на който продуцирането подлежи на уреждане, или под формата на завършени програми, които са били продуцирани от трети лица и за които лицензодателят е закупил правото за разпространение за дадена територия.

Следва да се има предвид, че въведеното от ЕК разграничение на подпазар на производство на съдържание и такъв на лицензиране на права се дължи в голяма степен

<sup>9</sup> Решения на КЗК № 717/28.06.2018 г.; № 385/08.04.2010 г.; № 769/23.07.2009 г.

<sup>10</sup> Case № COMP/M.7360 - 21st CENTURY FOX/ APOLLO/ JV; Case № COMP/M.7282 - Liberty Global / Discovery / All3Media; COMP/M.5121 – NewsCorp / Premiere; Case № COMP/M.4353 – Permira /All3Media Group.

<sup>11</sup> Case № COMP/M.7360 - 21st CENTURY FOX/ APOLLO/ JV; Case № COMP/M.7282 - Liberty Global / Discovery / All3Media; COMP/M.5121 – NewsCorp / Premiere; Case № COMP/M.4353 – Permira /All3Media Group.

на съществуването на самостоятелни пазари на free-to-air и pay-TV в рамките на пазара на телевизионно разпространение. С оглед разликата в предоставяното съдържание, Европейската комисия приема, че лицензирането на права за двата вида оператори формира самостоятелни продуктови пазари.

В практиката си КЗК<sup>12</sup> е установила, че голяма част от каналите, разпространявани от българските сателитни и кабелни оператори не отговарят на понятието pay-TV, разглеждано в практиката на ЕК. (.....)\*. В тази връзка следва да се отбележи, че ефирните и останалите телевизионни оператори се конкурират за един и същи тип съдържание, като всички форми на съдържание се излъчват както от ефирните, така и от платените телевизионни оператори (в смисъл на разпространяването по неефирен път) без съществени разлики.

Предвид спецификата на телевизионната индустрия в България, разграничението между пазар на телевизионното съдържание, създавано с цел продажба, и пазар на предоставяне на права за разпространение, няма значението, залегнало в практиката на ЕК при оценката на съдържание, предназначено за pay – TV.

Доколкото телевизионната програма е сбор от собствено съдържание, придобито съдържание и придобити права за разпространение, може да се направи извод, че разпространяването на телевизионно съдържание от страна на телевизионните оператори може да изразява едновременно им присъствие и на двата подпазара - този на продуктите, създавани с цел продажба и този на лицензирането на права за разпространение. Съществува силна взаимовръзка между продукта на двата подпазара както по отношение на възможностите на телевизионните оператори да запълват програмната си схема, така и по отношение на гарантираното място на външните продуценти на пазара на телевизионно съдържание, като в определени случаи закупуването на телевизионно съдържание обединява характеристиките на двата подпазара.

Според уведомятеля, (.....)\*.

#### **Географска дефиниция**

В практиката на КЗК<sup>13</sup> географският обхват на пазара на телевизионно съдържание се определя като национален, като аргументите са свързани с характеристиките на аудиторията (потребности, национални особености), сключването на договори по отношение на определена територия, както и езиковите условия на държавата на придобиване.

В практиката си ЕК<sup>14</sup> застъпва тезата, че от основно значение за обхвата на пазара е езикът на съдържанието, като пазарът може да се дефинира като национален или по-широк с обхват в рамките на хомогенна в езиково отношение територия.

Предвид гореизложеното, за целите на настоящата оценка, географският обхват на пазара на телевизионното съдържание следва да бъде определен **най-малкото като национален**<sup>15</sup>.

#### **Бариери за навлизане на пазара**

В практиката на КЗК по оценка на пазара на телевизионно съдържание Комисията прави извод за лесно преодолими бариери за навлизане. Тя се позовава на характеристиките на продукта „телевизионно съдържание“ и изискванията на ЗРТ, като счита пазара за достъпен – без непреодолими бариери за навлизане на нови участници или осъществяване на дейност от страна на вече действащите производители на съдържание.

<sup>12</sup> Решение на КЗК № 717/28.06.2018 г.

<sup>13</sup> Решения на КЗК № 385/08.04.2010 г.; № 769/23.07.2009 г.

<sup>14</sup> Case № COMP/M.7360 - 21st CENTURY FOX/ APOLLO/ JV; Case № COMP/M.7282 - Liberty Global / Discovery / All3Media; COMP/M.5121 – NewsCorp / Premiere; Case № COMP/M.4353 – Permira /All3Media Group.

<sup>15</sup> Решение на КЗК № 717/28.06.2018 г.

### ***Пазарно положение на участниците в концентрацията***

Участници на пазара на телевизионно съдържание са телевизионните оператори и независимите продуценти, които създават телевизионно съдържание, с цел продажба (т. нар. „non-captive“ съдържание).

В практиката си КЗК<sup>16</sup> е установила, че най-големите радио- и телевизионни групи на практика не участват на пазара на „non-captive“ съдържание, доколкото не произвеждат продукция, предназначена за продажба. Уведомителят посочва, че групата на „Нова“ произвежда съдържание за собствена употреба и не предлага такова за продажба.

Тъй като групата на „Нова“ участва на пазара на съдържание в качеството на купувач на права за излъчване на определени предавания/събития/филми/първенства, наричани общо телевизионни права или телевизионно съдържание, което включва в създадените от нея телевизионни програми, а „Футбол Про Медия“ ЕООД от групата на купувача по сделката (.....)\* права за разпространение на телевизионно съдържание, следва да се анализира присъствието на двамата участника в сделката на подпазара на дистрибуция (лицензиране) и придобиване на права за разпространение на телевизионно съдържание.

В досегашната си практика КЗК<sup>17</sup> е отчела трудностите при установяване на действителното положение на участниците на пазара на съдържание поради строгата конфиденциалност на лицензионните договори.

Във връзка с производството по концентрация<sup>18</sup>, въз основа на получената информация от запитаните в хода на проучването телевизионни оператори и независими продуценти, КЗК е установила, че липсва каквато и да било оценка за обема на пазара на телевизионното съдържание. Една от възможните причини, според БНТ е, че този пазар на практика е неограничен, тъй като телевизионно съдържание се създава непрекъснато в цял свят и се търгува свободно от всички заинтересовани страни.

Според уведомителя по настоящото производство, няма пазарни проучвания за обема на пазара на телевизионна съдържание. Като възможна причина той посочва факта, че част от телевизионните права се придобиват от големи международни доставчици. Според него, както е установила и КЗК<sup>19</sup> в своята практика, сред най-големите доставчици на съдържание за телевизионния пазар в България са големите американски студия като: Warner Bros, 20<sup>th</sup> Century Fox, Sony Pictures, CBS Paramount Pictures, ABC Studios и много други. Водещи в маркетинга на спортни права са SPORTFIVE, TWI, AMI, Tennis Properties Ltd, All England Lawn Tennis Club и NBA Entertainment. Световните и национални информационни агенции също предоставят съдържание за новинарските емисии.

Голяма част от съдържанието като цяло се доставя от едни и същи доставчици - международно признати продуценти, производители на филми, доставчици на формати и т.н. Важна особеност на пазара е това, че доставчиците предоставят временен ексклузивитет за времето на разрешените излъчвания на всеки лизингополучател, така, че всъщност не е възможно да се конкурират, излъчвайки едни и същи програми по едно и също време.

Според уведомителя, използването на възможни показатели като данни за гледаемост (рейтинг и аудиторен дял), са неприложими по отношение на пазара на телевизионно съдържание и не дават адекватно отражение на действителното пазарно

<sup>16</sup> Решение на КЗК № 385/08.04.2010 г.

<sup>17</sup> Решение на КЗК № 385/08.04.2010 г.

<sup>18</sup> Решение на КЗК № 385/08.04.2010 г.

<sup>19</sup> Решение на КЗК № 769/23.07.2009 г.

положение на телевизионния оператор като купувач на телевизионно съдържание, тъй като делът и качеството на придобитото телевизионно съдържание зависи пряко от вложените финансови ресурси. В тази връзка може да се посочи, че и други телевизионни оператори - конкуренти на „Нова“, също инвестират в качествено и скъпо съдържание и съответно се конкурират наравно с дружеството при придобиването на съдържание, но не всички успяват да реализират същия рейтинг (който е следствие от множество фактори, включително създадена във времето лоялност на аудиторията). Използването на показателя „брутен рекламен бюджет“ също е несъотносимо, тъй като нетните бюджети на рекламните агенции са действителните приходи, които получава телевизионния оператор за инвестираните от рекламодателите средства в телевизионна реклама. При всички случаи показателя „рекламен бюджет“, според него, е измерител на пазара на телевизионна реклама.

При оценката на ефекта от сделката върху пазара на телевизионно съдържание, следва да се има предвид, че независимо от факта, че участниците в нея оперират в един и същи сегмент, сделката няма да доведе до увеличаване (натрупване) на пазарни дялове, тъй като те не са преки конкуренти, а са във вертикални отношения - единия от тях оперира в качеството на (.....)\* (дружество от групата на придобиващия контрол), а другия – на купувач (придобиваната група) на права.

В тази връзка, е необходимо да се изследва доколко концентрацията между участник на пазара, който (.....)\* права за разпространение и телевизионен оператор, който купува същите, е в състояние да окаже влияние върху конкурентната среда в сегмента дистрибуция и придобиване на права за разпространение на аудиовизуално съдържание.

Следва да се има предвид, че „Футбол Про Медиа“ ЕООД (.....)\*. Съществуват достатъчно на брой доставчици на телевизионно съдържание - притежатели на права за заснемане, излъчване и разпространение на спортни събития (тук се включват всички спортни събития, които се излъчват в България, а не само тези, които се провеждат в страната), които са в състояние да окажат конкурентен натиск.

По данни на уведоителя, най-големите доставчици на спортно съдържание на „Нова Броудкастинг Груп“ АД през изминалите години, които могат да се разглеждат като конкуренти на „Футбол Про Медиа“ ЕООД са:

(.....)\*

Допълнително, по данни на уведоителя, базиращи се на публична информация, най-популярните и гледани спортни първенства в страната и телевизионния оператор, който към момента притежава или в миналото е разполагал с права за излъчването им, са следните:

Таблица 1

| <i>Телевизионен оператор</i>          | <i>Спортни събития</i>                           |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Българска национална телевизия</b> | Световни първенства по футбол                    |
|                                       | Европейски първенства по футбол                  |
|                                       | Квалификации за Световни и Европейски първенства |
|                                       | УЕФА Лига Европа                                 |
|                                       | Летни Олимпийски игри                            |
|                                       | Зимни Олимпийски игри                            |

|                                |                                             |
|--------------------------------|---------------------------------------------|
|                                |                                             |
|                                | Българска националната баскетболна лига     |
|                                | Турнир за Купата на България по баскетбол   |
|                                | Световно първенство по волейбол             |
|                                | Световна купа по ски-алпийски дисциплини    |
| <b>„БТВ Медиа Груп“ ЕАД</b>    | УЕФА Шампионска лига                        |
|                                | УЕФА Лига Европа                            |
|                                | Испанска Купа по футбол (Купата на Краля)   |
|                                | Серия А – Италия                            |
|                                | Италианска волейболна лига                  |
| <b>„А1 България“ ЕАД</b>       | УЕФА Шампионска лига                        |
|                                | Италианска Серия А                          |
|                                | Испанска Ла Лига                            |
|                                | Холандска Първа Футболна Дивизия            |
|                                | АТП Мастърс Турнири                         |
|                                | АТП 500 турнири                             |
|                                | АТП 250 турнири                             |
|                                | Шампионат за свободни боеве                 |
|                                | Световни боксови серии                      |
|                                | Евролига по баскетбол                       |
|                                | Диамантена лига по лека атлетика            |
|                                | Световно първенство по волейбол за жени     |
| <b>Евроспорт САС (Франция)</b> | Германска Бундеслига                        |
|                                | Турнири по тенис от Големия шлем            |
|                                | Ски алпийски дисциплини (множество турнири) |
|                                | Турнири по колоездене                       |
|                                | Турнири по снукър                           |
| <b>„Спортал.БГ“ АД</b>         | Трета лига (български футбол)               |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

Данните показват, че (.....)\*.

От гореизложеното е видно, че телевизионните оператори в България купуват права за разпространение на редица значими спортни събития от множество други доставчици.

Също така (.....)\*.

От друга страна, както е установила и КЗК<sup>20</sup> в практиката си, всяка една от съществуващите телевизионни групи на пазара е абсолютно независима при договарянето на съдържание, поради, на практика почти неограничения брой търговци на съдържание.

Следователно, може да се направи извод, че „Футбол Про Медиа“ ЕООД не е в състояние (.....)\*, да окаже влияние върху подпазара на дистрибуция и придобиване на права за разпространение на аудиовизуално съдържание. Допълнително, „Нова“, както и нейните конкуренти, закупуват спортно съдържание от много други доставчици. По повод (.....)\*.

#### **VI. Сума от общите обороти на предприятията-участници в концентрацията**

Сумата от общите обороти, реализирани през 2017 г. на територията на Република България от обичайна дейност на участниците в концентрацията, изчислена в съответствие с чл. 25 от ЗЗК, е в размер на (.....)\* **евро или (.....)\* лева**, в това число:

- групата, към която принадлежи придобиващото контрол предприятие „Аванс Медиа Груп“ ЕАД<sup>21</sup> общо в размер на (.....)\* **евро или (.....)\* лева**;

- групата на придобиваното предприятие „Нова Броудкастинг Груп“ АД – (.....)\* **евро или (.....)\* лева**.

По повод преценката за евентуално наличие на „общностно измерение“ на сделката по смисъла на Регламент на Съвета № 139/2004, предвид размера на реализираните от участниците в концентрацията обороти, КЗК установи, че не са удовлетворени хипотезите на чл. 1 от Регламента за наличие на „общностно измерение“, което запазва собствената ѝ компетентност.

#### **Правни изводи**

##### **По чл.22 от ЗЗК**

Съгласно чл. 22, ал. 1, т. 2 от ЗЗК концентрация между предприятия е налице при настъпване на трайна промяна в контрола при сливане или вливане на две или повече независими предприятия, или когато едно или няколко лица, упражняващи вече контрол върху най-малко едно предприятие, придобият чрез покупка на ценни книжа, дялове или имущество, чрез договор или по друг начин пряк или косвен контрол върху други предприятия или части от тях.

По смисъла на чл. 22, ал. 3 от ЗЗК „контролът“ представлява възможност за упражняване на решаващо влияние върху едно предприятие чрез определяне на неговото търговско поведение. За целта носителят на контрола трябва да има възможност да приема или да блокира приемането на решенията, възприемани като стратегически за политиката на една компания, а именно – да определя ръководството на дружеството, бюджета, стопанския план и инвестициите.

В своята практика Комисията приема, че в хипотезите, при които е налице промяна в лицата, упражняващи решаващо влияние върху пазарното поведение на едно

<sup>20</sup> Решение на КЗК № 385/08.04.2010 г.

<sup>21</sup> Предприятията от групата Аванс Пропъртис и дружествата извън нея – (.....)\*.

предприятие, същото води до промяна в структурата на предприятието, а оттам и в структурата на пазара и представлява концентрация между предприятия.

В разглеждания казус се установи, че към датата на нотификацията придобиваното предприятие „Нова Броудкастинг Груп“ АД е под едноличния контрол на „Ем Ти Джи Броудкастинг“ АБ, Швеция. В резултат на планираната сделка капиталът на предприятието – цел ще бъде изцяло придобит пряко от „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД, което принадлежи към икономическа група, различна от настоящия собственик. Следователно ще настъпи трайна промяна в лицето, което занапред ще осъществява пряк контрол върху Придобиваното предприятие и ще определя неговото търговско поведение. Предвид обстоятелството, че „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД е прекият купувач по сделката, (.....)\*.

В конкурентното право се приема, че закупуването на целия капитал на едно предприятие от купувач, от който до момента придобиваният се явява изцяло независим, е една от най-чистите форми на промяна в упражнявания контрол, която води до концентрация.

С оглед гореизложеното Комисията приема, че нотифицираната операция, по силата на която „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД ще придобие пряк едноличен контрол върху „Нова Броудкастинг Груп“ АД, съответно непряк контрол върху нейните дъщерни дружества: „Нет Инфо“ АД, „Атика Ева“ АД, „Проспекто груп“ АД, „Файненшъл Маркетплейс“ АД, „Грабо Медия“ АД, „Дарик Нюз“ ЕООД, „Имоти Инфо“ ООД и „Ви Бокс“ ЕАД, води до осъществяване на концентрация между предприятия, по смисъла на чл. 22, ал. 1, т. 2 от ЗЗК.

#### **По чл. 24 от ЗЗК**

Съгласно чл. 24, ал. 1 от ЗЗК, предприятията са задължени да уведомят предварително Комисията за намерението си да осъществяват концентрация, когато сумата от общите обороти на всички предприятия-участници в концентрацията на територията на страната за предходната финансова година надхвърля 25 млн. лв. Законът въвежда допълнително кумулативно изискване с два алтернативни критерия, а именно оборотът на всяко едно от поне две от предприятията – участници в концентрацията, или оборотът на предприятието-цел, на територията на Република България през предходната финансова година да надхвърля 3 млн. лв.

Както бе установено по-горе, посочените кумулативни критерии в случая са изпълнени и за Уведомителя е възникнало задължение за предварително уведомяване на КЗК, което задължение е изпълнено.

#### **По чл. 26 от ЗЗК**

Съгласно разпоредбата на чл. 26, ал. 1 от ЗЗК Комисията разрешава концентрацията, ако тя не води до установяване или засилване на господстващо положение, което значително би попречило на ефективната конкуренция на съответния пазар.

При оценка на нотифицирана сделка Комисията взема предвид редица обстоятелства, сред които положението на предприятията на съответния пазар преди и след концентрацията, тяхната икономическа и финансова сила, достъпа до снабдяването и до пазарите на съответните стоки и услуги, юридически или други препятствия за навлизане на нови участници на пазарите.

От представените и анализирани данни Комисията установи, че е налице известно припокриване между дейностите на участниците в концентрацията на *пазара на телевизионно съдържание*. Групата на „Нова“ участва на пазара на телевизионно съдържание в качеството на купувач на телевизионни права/ телевизионно съдържание, което включва в създадените от нея телевизионни програми. От своя страна „Футбол Про Медия“ ЕООД, което е от групата на купувача, (.....)\* права за разпространение на

телевизионно съдържание. Следователно потенциалният ефект от сделката ще се прояви конкретно на подпазара на дистрибуция (лицензиране) и придобиване на права за разпространение на телевизионно съдържание.

Предвид горното, КЗК отчита факта, че участниците в сделката не са преки конкуренти на съответния пазар и техните отношения са по вертикала, определящо се от качеството, в което оперира всеки от тях, а именно: „Футбол Про Медия“ ЕООД се явява (.....)\* на права, а предприятието – цел е купувач на телевизионни права.

По своето естество правата за излъчване на спортни събития са ексклузивни и е обичайна търговска практика да се притежават от едно предприятие за определен период от време и за определена територия. В разглеждания случай (.....)\*.

Изхождайки от анализирания данни, Комисията приема, че на съответния пазар оперират значителен брой търговци на съдържание, от които телевизионните оператори в България купуват правата за разпространение на спортни събития. Наличието на голям брой конкуренти, включително утвърдени на пазара чуждестранни имена, води до извода, че те ще са в състояние да оказват ефективен конкурентен натиск на новата икономическа група и същата няма да е независима от тях в своето търговско поведение.

Допълнително, с оглед изискванията на ЗРТ и характеристиките на продукта „телевизионно съдържание“, КЗК намира, че пазарът на телевизионно съдържание се отличава с преодолими бариери и е достъпен за навлизане на нови участници.

В своя анализ Комисията взема под внимание и обстоятелството, че (.....)\*.

Предвид изложеното и доколкото предприятията –участници в концентрацията, оперират на различни нива на пазара на телевизионно съдържание, Комисията намира, че нотифицираната сделка няма да промени значително пазарното положение на НБГ на съответния пазар, респективно няма потенциал да увреди конкурентната среда на него.

Въз основа на извършената оценка може да се заключи, че планираната концентрация не води до създаване или засилване на господстващо положение, което значително да ограничи или възпрепятства ефективната конкуренция на анализирания съответен пазар. Следователно, нотифицираната сделка не би могла да породи антиконкурентни ефекти и следва да бъде безусловно разрешена при условията на чл. 26, ал. 1 от ЗЗК.

*По отношение на клаузите (.....)\*, включени в Договора за продажба на акционерния капитал на „Нова Броудкастинг Груп“ АД.*

Комисията приема изложените аргументи на Уведомителя, че клаузите за (.....)\* отговарят на критериите, заложи в Известието на Европейската комисия относно ограниченията, пряко свързани и необходими за концентрациите („Известието“), защото са пряко свързани и необходими за осъществяване на концентрацията, доколкото осигуряват на Купувача прехвърлянето на пълната стойност на придобиваните активи - материални активи и нематериални активи (като изградена положителна репутация на Нова, както и съответното ноу-хау). (.....)\*. Наред с това продължителността на ангажиментите ((.....)\*) попада в сроковете, приети от ЕК за оправдани (съгласно т. 20 от Известието) от Известието.

#### **По чл. 66, ал. 2 от ЗЗК**

В уведомлението е отправено искане за постановяване на незабавно изпълнение на решението на КЗК, с което се разрешава концентрацията между предприятия. Доколкото искането е направено от надлежно легитимирана страна (уведомителя) във формата, предписана в закона, и се отнася до посочен в чл. 66, ал. 2 ЗЗК акт (решение по чл. 82, ал. 3, т. 2 от ЗЗК), Комисията счита, че то следва да бъде уважено.



Въз основа на направения анализ и на основание чл. 60, ал. 1, т. 14, във връзка с чл. 82, ал. 3, т. 2, чл. 26, ал. 1, чл. 22, ал. 1, т. 2 и чл. 66, ал. 2 от ЗЗК, Комисията за защита на конкуренцията

### **РЕШИ:**

1. РАЗРЕШАВА концентрацията между предприятия, която ще се осъществи чрез придобиване на пряк едноличен контрол от страна на „АДВАНС МЕДИА ГРУП“ ЕАД (ЕИК 205323543) върху „Нова Броудкастинг Груп“ АД (ЕИК 832093629).

2. Постановява незабавно изпълнение на решението по т. 1.

За издаване на разрешението по чл. 26 от ЗЗК, на основание чл. 1, т. 4 от Тарифата за таксите, които се събират от Комисията за защита на конкуренцията по ЗЗК, ЗОП и ЗК, следва да се заплати такса в размер на (.....)\* лева.

На основание чл. 64, ал. 1 от ЗЗК решението може да бъде обжалвано относно неговата законосъобразност пред Административния съд – София област от страните и от всяко трето лице, което има правен интерес, в 14-дневен срок, който започва да тече от съобщаването му по реда на Административнопроцесуалния кодекс, а за третите лица - от публикуването му в електронния регистър на Комисията.

### **ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

.....  
Юлия Ненкова

### **ЗАМ. - ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

.....  
Димитър Кюмюрджиев

### **ЧЛЕНОВЕ:**

.....  
Анна Янева

.....  
Георгица Стоянова

.....  
Красимир Витанов

.....  
Красимир Зафиров

.....  
Пламен Киров