



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Þriðjudagur, 6. Febrúar, 2007

Ákvörðun nr. 5/2007

## Áskriftarskilmálar sjónvarpsstöðvarinnar Sýnar vegna heimsmeistarakeppninnar í knattspyrnu 2006

### I

#### Málsatvik

Með bréfi, dagsettu 26. maí 2006, óskaði Stefán Geir Þórisson hrl. eftir því við Samkeppniseftirlitið að könnuð yrðu tilboð sjónvarpsstöðvarinnar Sýnar að áskrift í tengslum við heimsmeistarakeppnina í knattspyrnu 2006. Óskaði hann sérstaklega eftir könnun á því hvort gjaldtaka Sýnar væri óhófleg og hvort í tilboðum Sýnar fælust ólögmætir söluskilmálar. Var þess jafnframt óskað að beitt yrði refsingum.

Taldi Stefán Geir í erindi sínu að sá markaður sem um ræddi væri markaðurinn fyrir beinar útsendingar á Íslandi frá heimsmeistarakeppninni í knattspyrnu 2006. Kemur fram í erindinu að líklegt megi telja að áskriftargjald sem var þrefalt á við hefðbundið áskriftargjald hljóti að teljast óhóflega hátt. Jafnframt taldi Stefán Geir í erindinu að tilboð um lægra verð gegn bindingu til lengri tíma fæli í sér ólögmæta söluskilmála þar sem í reynd væri um það að ræða að kaup á ólíkri vöru væru gerð að skilyrði fyrir kaupum á áskrift að heimsmeistarakeppninni í knattspyrnu 2006.

Sýn hafði á boðstólum nokkra áskriftarkosti í tengslum við heimsmeistarakeppnina. Meðal annars var boðið upp á mánaðaráskrift fyrir 13.900 krónur og áskrift til þriggja mánaða fyrir 4.966 krónur á mánuði.

### II

#### Málsmeðferð

#### 1.

Samkeppniseftirlitið sendi erindi Stefáns Geirs Þórissonar til umsagnar Sýnar þann 6. júní 2006. Svar barst frá Sýn að morgni 9. júní. Í bréfinu hafnaði Sýn því að nokkuð væri óeðlilegt við áskriftartilboð félagsins tengd heimsmeistarakeppninni í knattspyrnu. Vísaði félagið meðal annars til mikils kostnaðar vegna sjónvarpsútsendinga heimsmeistarakeppninnar í knattspyrnu auk kostnaðar sem fólgin væri í öflun nýrra viðskiptavina. Hvað varðar



efnisatriði erindis Stefáns Geirs Þórissonar taldi Sýn að ekki væri um sérstakan samkeppnismarkað að ræða fyrir heimsmeistarakeppnir. Þá taldi Sýn að kostnaðarforsendur réttlættu verðlagningu félagsins og að engin skylda hvíldi á félaginu til þess að bjóða upp á áskrift í einn mánuð. Sýn taldi heimilt að bjóða upp á áskrift til margra mánaða í senn enda væri það tíðkanlegt og um eðliskyldar vörur að ræða.

## 2.

Var bréf Sýnar frá 9. júní 2006 sent Stefáni Geir Þórisssyni til umsagnar samdægurs. Barst svarbréf hans Samkeppniseftirlitinu þann 22. júní 2006. Ítrekaði Stefán Geir í bréfinu þá skoðun sína að markaðurinn fyrir mikla íþróttaviðburði væri sérstakur markaður og vísaði m.a. til ákvörðunar samkeppnisráðs nr. 12/2005 *Samruni Og fjarskipta hf., 365 ljósvakamiðla ehf. og 365 prentmiðla ehf.* máli sínu til stuðning. Þá taldi Stefán Geir víst að Sýn hefði ekki greitt verulegar fjárhæðir fyrir sýningarrétt á heimsmeistarakeppninni í knattspyrnu auk þess sem hann taldi auglýsingatekjur stöðvarinnar vera verulegar meðan á keppninni stæði.

Þann 26. júní sendi Samkeppniseftirlitið bréf til Sýnar. Í bréfinu var þess farið á leit að Sýn svaraði neðangreindum spurningum auk þess sem Sýn var gefinn kostur á að koma að frekari athugasemdum vegna erindis Stefáns Geir og athugasemda hans frá 22. júní. Spurningarnar voru eftirfarandi:

- 1. Hverjar eru forsendur uppsetts verðs Sýnar á heimsmeistarakeppninni í knattspyrnu sé aðeins keypt áskrift fyrir júnímánuð? Í því sambandi er sérstaklega óskað eftir því að þér gerið grein fyrir efniskaupakostnaði og auknum auglýsingatekjum og kostun ásamt öðrum kostnaði og tekjum.*
- 2. Hvaða áskriftartilboð stóðu neytendum til boða áður en tilboð vegna heimsmeistarakeppninnar komu til? Í því sambandi er rétt að gera grein fyrir hvort greiða hafi þurft tengikostnað eða gjald fyrir móttökubúnað ásamt því að skýra frá lágmarksbinditíma ef einhver hefur verið og öðru þess háttar.*
- 3. Á hvaða forsendum teljið þér heimilt að lokað sé fyrir endurvarp þeirra erlendu sjónvarpsrása hér á landi sem sýna heimsmeistarakeppnina í knattspyrnu?*

Fór Sýn þess á leit að fá frest til þess að gera grein fyrir ofangreindum atriðum. Var hann veittur og bærust athugasemdir Sýnar því 21. ágúst 2006. Stefán Geir Þórisson gerði engar efnislegar athugasemdir við bréf Sýnar. Samkeppniseftirlitið sendi hins vegar Sýn beiðni um nákvæmari kostnaðarupplýsingar þann 8. september. Barst svar Sýnar þann 25. sama mánaðar.



### III. Niðurstaða

Í máli þessu þarf að meta hvort Sýn hafi með tilteknum aðgerðum brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga. Samkvæmt 11. gr. laganna er misnotkun eins eða fleiri fyrirtækja á markaðsráðandi stöðu bönnuð. Til þess að hegðun fyrirtækis geti fallið undir 11. gr. samkeppnislaga verður fyrirtækið eðli málsins samkvæmt að vera markaðsráðandi. Í því skyni að meta hvort fyrirtæki er markaðsráðandi þarf að skilgreina viðkomandi markað og kanna stöðu einstakra fyrirtækja á honum.

#### 1.

##### Skilgreining markaðarins

Samkvæmt 4. gr. samkeppnislaga er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiða til þess að skoða verður viðkomandi markaði út frá að minnsta kosti tveimur sjónarhornum. Annars vegar vöru- eða þjónustumarkaðnum og hins vegar landfræðilega markaðnum. Hafa ber þó í huga að markaðsskilgreiningar í samkeppnisrétti geta ekki verið nákvæmar og eru aðeins notaðar til viðmiðunar, sbr. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 17-18/2003 *Icelandair hf. og Iceland Express ehf. gegn Samkeppnisráði*.

##### 1.1 Vörumarkaðurinn

Með viðkomandi vöru- eða þjónustumarkaði er átt við markað fyrir allar vörur og þjónustu sem neytendur líta á sem staðkvæmdarvörur eða staðkvæmdarþjónustu í skilningi 4. gr. samkeppnislaga. Staðgönguvara eða –þjónusta er vara eða þjónusta sem að fullu eða verulegu leyti getur komið í stað annarrar vöru eða þjónustu.

##### *Sjónarmið málsaðila*

Kvartandi telur markaðinn í málinu vera markað fyrir sölu áskriftarsjónvarps sem sýndi hér á landi beinar útsendingar frá heimsmeistarakeppninni í knattspyrnu 2006 (HM). Er vísað til ákvörðunar samkeppnisráðs nr. 12/2005 *Samruni Og fjarskipta hf., 365 ljósvakamiðla ehf. og 365 prentmiðla ehf.* málinu til stuðnings.

Að mati Sýnar er erindið byggt á misskilningi. Í evrópskum samkeppnisrétti hafi því aldrei verið slegið föstu að til sé sérstakur markaður fyrir íþróttaviðburði eins og þann sem rætt sé um í máli þessu. Staðreyndin sé sú að þó dagskrá Sýnar hafi að mestu verið undirlögð af útsendingum frá leikjum frá HM meðan keppnin stóð yfir hafi talsvert verið um annað efni á stöðinni, enda sé Sýn sjónvarpsstöð sem sýni flestar tegundir íþróttar. Með öllu sé óskiljanlegt ef skilgreina eigi sérmarkað innan einnar sjónvarpsstöðvar og viðbúið sé að slíkt myndi enda í öngstræti. Box væri þá sérmarkaður, félagsliðakeppnir í knattspyrnu, landsleikur o.s.frv.

##### *Mat Samkeppniseftirlitsins*

Í máli þessu er m.a. deilt um hvort sýningar frá HM hafi verið á sérstökum markaði og hvernig skilgreina beri markaði málsins.



Fjallað hefur verið um sjónvarpsmarkaðinn í ýmsum ákvörðunum Samkeppniseftirlitsins. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 22/2006 *Samruni Dagsbrúnar hf. og Senu ehf.* var sjónvarpsmarkaðnum skipt í tvo hluta. Annars vegar í markað fyrir áskriftarsjónvarp og hins vegar markað fyrir sjónvarp í opinni dagskrá. Í sömu ákvörðun kemur einnig fram að markaðnum fyrir innkaup á sjónvarpsefni hafi í ákvörðunum framkvæmdastjórnar EB verið skipt í ýmsa undirmarkaði sem tengjast nefndri tvískiptingu sjónvarpsmarkaðarins. Að minnsta kosti þrjú undirmarkaðir eru taldir vera á efniskaupamarkaði fyrir sjónvarpsefni. Um er að ræða markað fyrir kaup á íþróttæfni, kvikmyndir og efni sem framleitt er sérstaklega fyrir sjónvarp. Er jafnframt tekið fram að framkvæmdastjórn EB hefur talið að markaðurinn fyrir kaup á íþróttæfni sé sjálfstæður markaður en undirmarkaður hans sé m.a. markaðurinn fyrir kaup á stærri íþróttaviðburðum, svo sem HM og ensku úrvalsdeildinni í knattspyrnu.

Að mati Samkeppniseftirlitsins má ráða af framangreindu að starfsemi Sýnar nær til a.m.k. tveggja markaða sem mögulegt er að skilgreina sem markaði málsins. Þannig má skilgreina markaðinn sem áskriftarsjónvarp eins og gert var í nefndri ákvörðun í máli Dagsbrúnar hf. og Senu ehf. Á þeim markaði er Sýn ásamt Stöð-2 sem er einnig í eigu 365 miðla í mjög sterkri stöðu, sbr. síðar. Einnig er hugsanlegt miðað við fyrirliggjandi fordæmi úr EB rétti að skilgreina markaðinn með þrengri hætti sem markaðinn fyrir útsendingar frá HM 2006. Í þessu máli er þó ekki þörf fyrir að skilgreina markaðinn með nákvæmum hætti þar sem Sýn er í ráðandi stöðu á báðum mörkuðum sem skilgreindir hafa verið, annars vegar með Stöð 2 og hins vegar ein og sér með einkarétti að HM.

## **1.2 Landfræðilegi markaðurinn**

Til landfræðilegs markaðar telst það svæði þar sem hlutaðeigandi fyrirtæki eru viðriðin framboð og eftirspurn eftir viðkomandi vöru eða þjónustu, þar sem samkeppnisskilyrði eru nægilega lík og unnt er að greina frá nærliggjandi svæðum, einkum vegna þess að samkeppnisskilyrði eru greinilega frábrugðin þeim svæðum.

Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 12/2005 *Samruni Og fjarskipta hf., 365 ljósvakamiðla ehf. og 365 prentmiðla ehf.* var talið að landfræðilegur markaður þeirra fjölmiðla sem þar komu við sögu væri landið allt. Að mati Samkeppniseftirlitsins á sama markaðsskilgreining við í þessu máli.

## **2.**

### **Staða Sýnar og 365 á markaðnum**

Sýn er nú áskriftarstöð í eigu 365 miðla en það félag á jafnframt áskriftarstöðina Stöð 2. Þrátt fyrir að breytingar hafi orðið á skipulagi dóttur- og móðurfélaga Sýnar eru tengsl Sýnar við Stöð 2 enn hin sömu og við upphaf máls.

Samkvæmt ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 22/2006 *Samruni Dagsbrúnar hf. og Senu ehf.* er Sýn ásamt Stöð 2 markaðsráðandi á markaðnum fyrir



áskriftarsjónvarp með [85-90%]<sup>1</sup> markaðshlutdeild. Þá blasir við að Sýn er í markaðsráðandi stöðu á markaði fyrir HM þar sem félagið er með einkarétt frá sýningum frá þeirri keppni.

### 3.

#### Misnotkun á markaðsráðandi stöðu

Á fyrirtækjum í markaðsráðandi stöðu hvílir rík skylda til þess að grípa ekki til neinna aðgerða sem raskað geta með óeðlilegum hætti þeirri samkeppni sem ríkir á markaðnum eða misbeita með öðrum hætti stöðu sinni sbr. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála nr. 17-18/2003.

Í 11. gr. samkeppnislaga er tilgreind ferns konar tilvik sem almennt myndu teljast misnotkun á markaðsráðandi stöðu. Í ákvæðinu eru ekki talin með tæmandi hætti þau tilvik sem undir það falla. Í máli þessu reynir fyrst og fremst á a) og d) lið 2. mgr. 11. gr. sem hér fara á eftir:

*„Misnotkun ... getur m.a. falist í því að:*

*a. beint eða óbeint sé krafist ósanngjarns kaup- eða söluverðs eða aðrir ósanngjarnir viðskiptaskilmálar settir,*

*...*

*d. sett sé það skilyrði fyrir samningagerð að hinir viðsejendurnir taki á sig viðbótarskuldbindingar sem tengjast ekki efni samninganna, hvorki í eðli sínu né samkvæmt viðskiptavenju. “*

Ekki er skilyrði fyrir beitingu 11. gr. samkeppnislaga að misnotkun hafi haft tiltekin áhrif á viðkomandi markað, sbr. t.d, úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála nr. 4/2006.

#### 3.1 Óhófleg verðlagning (e. excessive pricing)

Misnotkun skv. 11. gr. samkeppnislaga getur falist í því að markaðsráðandi fyrirtæki krefjist óhóflegs kaup- eða söluverðs eða krefjist annarra ósanngjarnra viðskiptaskilmála. Dómstóll EB hefur skilgreint óhóflega verðlagningu með þeim hætti að verð sé óhóflegt þegar það er úr tengslum við raunvirði (e. economic value) þess söluvarnings sem í hlut á.<sup>2</sup> Við mat á því hvort verð sé óhóflegt hefur m.a. verið notast við samanburð á samskonar söluvöru milli keppinauta, samanburð milli landssvæða og horft til verðþróunar umræddrar vöru yfir ákveðið tímabil.

Í erindi því sem barst Samkeppniseftirlitinu var talið að um óhóflega verðlagningu væri að ræða þar sem Sýn verðlagði eins mánaðar áskrift á meðan HM stóð yfir á 13.900 krónur þar sem hefðbundið mánaðargjald í áskrift var 4.290 krónur. Var þessu sjónarmiði hafnað af Sýn meðal annars á grundvelli þess að kostnaður félagsins væri hlutfallslega mun meiri þennan eina mánuð ársins en aðra mánuði. Þá benti félagið einnig á að nokkur kostnaður félli til við að tengja nýja áskrifendur við kerfi sitt.

<sup>1</sup> Nákvæm markaðshlutdeild felld út vegna trúnaðar

<sup>2</sup> Sjá nánar mál nr. 27/76 *United brands gegn framkvæmdastjórninni* [1978] ECR 250.



Vegna hins sérstaka eðlis HM er erfitt að beita samanburði við aðrar vörur eða öðrum slíkum sjónarmiðum við mat á því hvað teljist vera eðlilegt verð. Við mat á því hvort verðlagning Sýnar hafi verið óhófleg er því nauðsynlegt að líta til kostnaðar félagsins.

Samkeppniseftirlitið hefur óskað eftir ýmsum gögnum aðlútandi kostnaði Sýnar. Gögnin benda til þess að kostnaður Sýnar þann mánuð sem HM stóð yfir bæði vegna kaupa á sjónvarpsrétti HM sem og starfsmannahalds og annarra þátta hafi verið verulega hærrí en kostnaður í hefðbundnum mánuði. Reiknast svo til að kostnaður vegna HM mánaðarins hafi verið a.m.k. þrefalt meiri en aðra mánuði ársins. Í því ljósi getur Samkeppniseftirlitið fallist á að rök hafi verið fyrir því að áskrifendur sem einungis keyptu áskrift vegna HM hafi verið látnir greiða herra verð en fastir áskrifendur stöðvarinnar.

Þá ber einnig að líta til þess að einungis nýir viðskiptavinir sem óskuðu aðeins eftir mánaðaráskrift greiddu hið háa gjald en aðrir áskrifendur greiddu hefðbundið mánaðargjald. Ekki verður framhjá því litið að kostnaður geti falist í tengingu nýrra áskrifenda. Þá er ekki óeðlilegt að þeir sem kaupa áskrift til lengri tíma njóti þess að einhverju leyti í hagstæðari kjörum. Samkvæmt upplýsingum Samkeppniseftirlitsins getur kostnaður við tengingu nýrra viðskiptavina verið yfir 10.000 krónur vegna búnaðar á borð við Digital myndlykil og örbylgjuloftnet. Kostnaður tækjanna leggst við annan kostnað sem til fellur vegna áskrifanda en líkt og áður sagði er verulegur kostnaður tengdur útsendingum á HM.

Að framangreindu virtu fær Samkeppniseftirlitið ekki séð að um óhóflega verðlagningu hafi verið að ræða.

### 3.2 Ólögmet samtvinnum

Lagt er bann við svokallaðri vöðlun eða samtvinnum í d-lið 11. gr. samkeppnislaga. Hegðunin felur það í sér að kaup á tiltekinni vöru eða þjónustu geti ekki átt sér stað nema kaup á annarri vöru eða þjónustu eigi sér jafnframt stað sem að öllu jöfnu tengist ekki sölu á fyrrnefndu vörunni eða þjónustunni. Slík hegðun kann að vera skaðleg ef markaðsráðandi fyrirtæki eða aðili sem er í einokunarstöðu við sölu á tiltekinni vöru eða þjónustu á í hlut. Þannig getur samtvinnum viðskipta t.d. haft skaðleg áhrif á hagsmuni neytenda vegna þess að hún kann að leiða til þess að valkostum þeirra fækkar þar eð þeir geta ekki keypt tiltekna þjónustu eða vöru nema þeir jafnframt kaupi aðra þjónustu eða vöru. Jafnframt getur samtvinnum með beinum hætti dregið úr samkeppni á tilteknum markaði.<sup>3</sup> Samtvinnum viðskipta getur einnig átt sér stað með verðlagningu þannig að stuðlað sé að því

<sup>3</sup> Sjá t.d. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 21/2005 *Erindi Og fjarskipta hf. vegna misnotkunar Landssíma Íslands hf. á markaðsráðandi stöðu við kynningu og markaðssetningu á tilboði fyrirtækisins undir heitinu „Allt saman hjá Símanum“*. Í málinu var um það að ræða að veittur var nokkur afsláttur ef vörur af mismunandi mörkuðum voru keyptar saman. Kaupin voru eigi að síður ekki skylda auk þess sem samkeppnisaðilinn (og kærandinn) gat boðið sömu þjónustu. Komist var að þeirri niðurstöðu að Landssíminn hefði brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga með hliðsjón af heilðrænu mati á háttsemi Landssímans.



að neytendur kaupi tvær vörur saman sökum þess hvernig verðlagningu varanna er háttað.

Reglu sambærilega 11. gr. samkeppnislaga má einnig finna í 54. gr. EES-samningsins og 82. gr. Rómarsáttmálans. Því er mögulegt að hafa hliðsjón af reglum Evrópuréttar hvað varðar misnotkun á markaðsráðandi stöðu. Framkvæmdastjórn EB hefur lagt til grundvallar auk þess sem markaðsráðandi staða þarf að vera fyrir hendi, að vörurnar sem seldur eru saman séu ólíkar, að kaupendum sé gert skylt að kaupa vörur saman og að háttsemin sé til þess fallin að hafa skaðleg áhrif á samkeppni.<sup>4</sup>

Við mat á því hvort um ólögmeða samtvinnun sé að ræða er m.a. litið til þess hvort um ólíka vörur sé að ræða út frá sjónarhóli neytenda. Hér skiptir til dæmis máli hvort neytendur myndu kaupa vörurnar hverja í sínu lagi væri það mögulegt, eðli varanna og hvernig þær eru seldar og/eða notaðar. Með slíku mati má komast að niðurstöðu um hversu skyldar vörurnar eru og þannig ákvarða hvort um ólögmeða samtvinnun sé að ræða.

Í því máli sem hérna er til umfjöllunar var neytanda mögulegt að velja á milli þess að gerast áskrifandi að Sýn í þann mánuð sem HM stóð yfir fyrir 13.900 krónur eða gerast áskrifandi til þriggja mánaða fyrir 4.966 krónur. Meint samtvinnun fólst því ekki í því að neytanda væri gert skylt að kaupa óskylda vöru með áskrift að Sýn heldur væru skilmálar kaupanna með þeim hætti að neytanda væri í raun gert að kaupa tvo aukamánuði í áskrift með þeim mánuði sem HM í knattspyrnu stóð yfir. Telur kvartandi að í skilmálum Sýnar hafi falist viðbótarskuldbinding af því tagi sem 11. gr. samkeppnislaga bannar.

Ekki verður talið að ýmist hátt verð eða hófleg binding hafi almennt skaðleg áhrif á samkeppni þegar áskrift er seld nýjum viðskiptavinum áskriftarsjónvarps enda fellur til nokkur kostnaður, t.d. vegna móttökubúnaðar í því tilviki sem hér um ræðir, við það að stofnað sé til nýrra viðskipta. Tilboð sem fela í sér bindingu þekkjast einnig á öðrum mörkuðum svo sem fjarskiptamarkaði. Önnur tilboð stóðu til boða þeim viðskiptavinum 365 sem þegar voru áskrifendur að öðrum sjónvarpsrásum sem félagið rekur en þeir viðskiptavinir réðu þegar yfir viðeigandi móttökubúnaði.

Þá er við mat á því hvort HM áskriftartilboð Sýnar fól í sér samtvinnun rétt að hafa nokkra hliðsjón af því hvernig tilboðið horfði við neytendum og hvort neytendur hafi valið aðra áskriftarleiðina umfram hina. Miðað við þær tölur sem Samkeppniseftirlitið hefur undir höndum varðandi fjölda áskrifenda og breytingar í áskriftarfjölda verður ekki ráðið að tilboð Sýnar hafi haft veruleg áhrif á hvaða kost neytendur völdu en engin skýr hneigð virðist hafa verið til þess að velja eitt áskriftartilboð umfram annað. Þannig virðist áskriftartilboðið ekki hafa verið til þess fallið að hafa þau áhrif að neytendur hafi frekar valið að gerast áskrifendur í þrjá mánuði en einn. Af þessu má ráða að bindiáhrif tilboðsins virðast hafa verið

<sup>4</sup> Sbr. t.d. mál nr. COMP/C-3/37.792 Microsoft.



takmörkuð. Hérna ber einnig að horfa til þess að loforð um viðskipti til lengri tíma eru ekki óalgeng á sambærilegum mörkuðum.

Með hliðsjón af þeim sjónarmiðum sem að framan eru rakin verður ekki talið að um ólögmeta samtvinnun hafi verið að ræða í HM tilboði Sýnar.

**Ákvörðunarorð:**

**„Ekki eru efni til að hafast frekar að í máli þessu.“**

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson