

The logo for Wiersholm, featuring the name in a stylized, handwritten script.

MELDING OM
FORETAKSSAMMENSLUTNING

**Fremantle Nordic Holdings Limited erverv av enekontroll
NENT Studios Holding AB**

Oslo, 12. august 2021

Ansvarlig advokat: Håkon Cosma Størdal

INNHold

A.	INFORMASJON OM PARTENE	1
B.	INFORMASJON OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	2
1	FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART	2
2	BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN	6
3	BAKGRUNNEN FOR FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN – STRATEGISK OG ØKONOMISK RASJONALE	7
4	MARKED OG MARKEDSAVGRENSNING	8
5	KONKURRANSEMESSIG VURDERING	16
6	NÆRMERE OM MARKEDSFORHOLDENE I DET BERØRTE MARKEDET	26
7	EFFEKTIVITETSGEVINSTER	30
8.	KONFIDENSIALITET	30

A. INFORMASJON OM PARTENE

Melder Fremantle
Hovedvirksomhet: Produksjon og distribusjon av audiovisuelt innhold
Kontaktperson (inkl. stilling): Daniela Molluso, SVP, Head of Legal, Corporate Transactions
Telefon: + 44 20 769 151 79
E-post: N/A

Representant Advokatfirmaet Wiersholm AS,
advokat Håkon Cosma Størdal og
advokatfullmektig Elisabeth Torkildsen
Postboks 1400 Vika, 0115 Oslo
Telefon: 210 210 00
hcst@wierholm.no / elit@wierholm.no

Målselskapet NENT Studios Holding AB
Hovedvirksomhet: Produksjon og distribusjon av audiovisuelt innhold
Kontaktperson (inkl. stilling): Morten Mogensen, CEO NENT Studios Holding AB
Telefon: +45 26 16 02 88
E-post: N/A

Representant Erik Söderlind (advokat)
Telefon: [+46 8 459 12 42](tel:+4684591242) (Erik Söderlind)
E-post: erik.soderlind@kastelladvokatbyra.se

B. INFORMASJON OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

1 FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART

1.1 Om foretakssammenslutningen

- (1) Denne meldingen inngis på vegne av Fremantle Nordic Holdings Limited ("Fremantle") vedrørende selskapets planlagte erverv av enekontroll i NENT Studios Holding AB ("NENT") (i fellesskap "Partene"), heretter omtalt som "Transaksjonen".
- (2) Transaksjonen meldes til norske og svenske konkurransemyndigheter.
- (3) I henhold til Sale and Purchase Agreement signert 2. juli 2021 ("**Avtalen**"), skal Nordic Entertainment Group Sweden Holding AB ("**Selger**") overføre alle utestående aksjer i NENT, herunder dets direkte og indirekte datterselskaper, til Fremantle Nordic Holdings Limited ("**Kjøper**").

Vedlegg 1: Sale and Purchase Agreement signert 2. juli 2021

- (4) Transaksjonen skal først gjennomføres når vilkårene for gjennomføring angitt i punkt 6 i Avtalen er oppfylt, dvs. når godkjenninger fra norske og svenske konkurransemyndigheter er mottatt.
- (5) Partene venter at gjennomføring vil skje kort tid etter at vilkårene for gjennomføring angitt i Avtalens punkt 6 er oppfylt.
- (6) Etter at Transaksjonen er gjennomført, vil Fremantle gjennom Kjøper eie 100 % av aksjene i NENT. Transaksjonen innebærer dermed at Fremantle erverver enekontroll over NENT.

1.2 Opplysninger om omsetning

(a) Samlet global omsetning

	Global omsetning (MNOK) ¹
Fremantle ²	
NENT	
Totalt	

(b) Omsetning i Norge

	Omsetning i Norge (MNOK) ³
Fremantle ⁴	
NENT	
Total	

¹ Kursen som er brukt for omregning fra EUR til NOK, er 1/10,7228, basert på ECBs årlige gjennomsnittskurs for 2020.

² Omfatter også RTL Groups og Bertelsmanns omsetning.

³ Kursen som er brukt for omregning fra EUR til NOK, er 1/10,7228, basert på ECBs årlige gjennomsnittskurs for 2020.

⁴ Omfatter også RTL Groups og Bertelsmanns omsetning. Bare NOK [REDACTED] stammer fra produksjon og distribusjon av AV-innhold i Norge.

1.3 Transaksjonsverdi

(7) Kjøpesummen er ca. [REDACTED]. Se punkt 5.1 i Avtalen.

2 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN

2.1 Fremantle

- (8) Fremantle er en del av det UK-baserte konsernet Fremantle Group, som driver produksjon og distribusjon av innhold. Konsernet har virksomhet i 28 land. Konsernets hovedvirksomhet er produksjon av audiovisuelt ("**AV**") innhold. I Norge er Fremantles virksomhet først og fremst produksjon av ikke-manusbasert AV-innhold, særlig "shiny floor", dvs. lette underholdningsprogrammer spilt inn eller sendt fra gulvet i et TV-studio.
- (9) Fremantle er et indirekte heleid datterselskap av det Luxembourg-baserte konsernet RTL Group S.A ("**RTL Group**"), som driver virksomhet innen kringkasting, strømming, produksjon og distribusjon av innhold, digitale videonettverk samt annonseteknikk (ad-tech) for digital videoreklame. Fjernsynsporteføljen inneholder en europeisk kringkaster i flere EU-land, men ikke noe norsk kringkastingsselskap.
- (10) RTL Groups årsrapport er tilgjengelig på [rtlgroup_annualreport2020.pdf](#) (besøkt 9. juli 2021).
- (11) RTL Group er majoritetseid (~75 %) av Bertelsmann Capital Holding GmbH ("**Bertelsmann**"). Bertelsmann er et selskap innenfor media, tjenester og utdanning med virksomhet i rundt 50 land. RTL Groups aksje (~24%) er også børsnotert og omsettes på børsene i Frankfurt og Luxembourg.

Vedlegg 2: Årsrapport og årsregnskap for 2020 for RTL Group

2.2 NENT

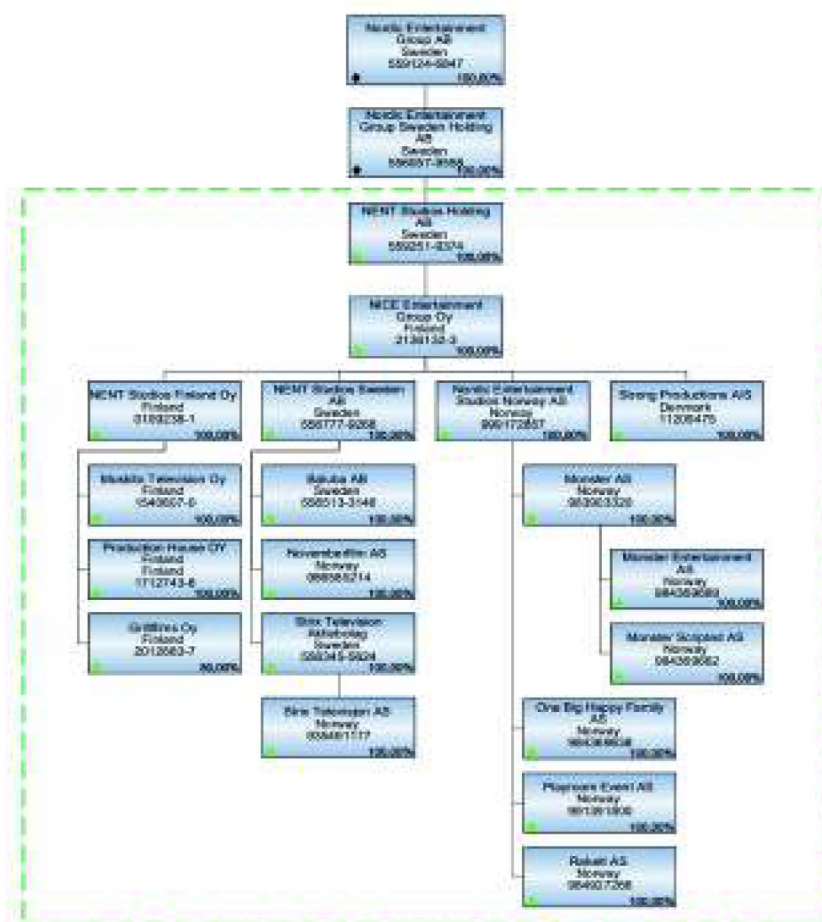
- (12) NENT driver produksjon og distribusjon av AV-innhold via 19 selskaper i Danmark, Finland, Norge og Sverige. NENT er aktiv innen produksjon og distribusjon av både manusbasert og ikke-manusbasert AV-innhold. NENT leverer også noen begrensede event-tjenester. I Norge driver NENT sin virksomhet gjennom datterselskaper, dvs. Monster Scripted AS, Monster Entertainment AS, Novemberfilm AS, Rakett AS og Strix Televisjon AS. NENTs produksjon er primært reality-programmer og dokusåpe/faktaunderholdning.
- (13) Før Transaksjonen er NENT et heleid datterselskap av Nordic Entertainment Group AB ("**Nordic Entertainment Group**"). Nordic Entertainment Group er et mediekonsern som tilbyr digital underholdning. Konsernet har sitt hovedkontor i Stockholm og har vært notert på Nasdaq Stockholm siden 28. mars 2019. Nordic Entertainment Group tilbyr TV-distribusjonstjenester og TV-kanaler i Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige og er aktiv på alle nivåer i AV-verdikjeden.
- (14) De ti største aksjonærene i Nordic Entertainment Group er Norges Bank (8,2 %), Swedbank Robur Funds (7,7 %), Nordea Funds (7,3 %), Schroders (4,8 %), Handelsbanken Funds (4,7 %), Marathon Asset Management LLP (3,1 %), Lannebo Funds (2,9 %), Capital Group (2,9 %), Vanguard (2,7 %) og Skandia Life Insurance (2,2 %).⁵
- (15) Nordic Entertainment Groups års- og bærekraftsrapport for 2020 er tilgjengelig på <https://www.nentgroup.com/sites/default/files/pr/202104074991-1.pdf> (besøkt 9. juli 2021).

⁵

For nærmere informasjon se <https://www.nentgroup.com/investors/share>.

- (16) Figur 1 nedenfor viser struktur og eierskap i NENT. Målselskapet i Transaksjonen er representert ved de enhetene som er innenfor de grønne stiplede linjene.

Figur 1 - NENTs struktur og eierskap



- (17) Det er ikke identifisert noen transaksjoner de siste tre årene fra foretak som er aktive i de berørte markedene.

Vedlegg 3: Årsrapport og årsregnskap for 2020 for Nordic Entertainment Group

3 BAKGRUNNEN FOR FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN – STRATEGISK OG ØKONOMISK RASJONALE

- (18) [Redacted text]

- (19) [Redacted text]

(20)

4 MARKED OG MARKEDSAVGRENSNING

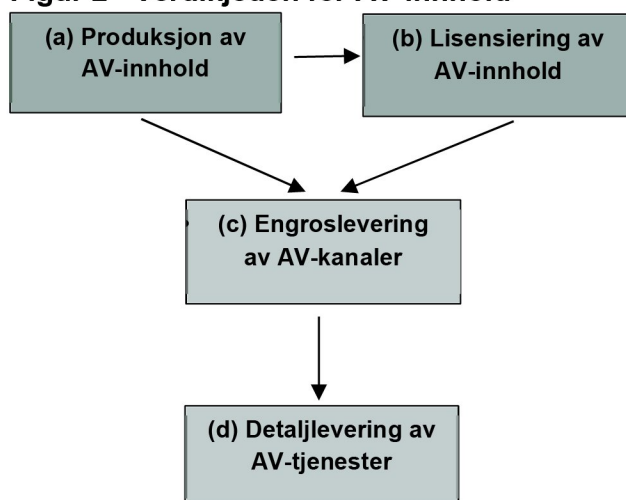
4.1 Innledning

- (21) I det følgende gis det først en kort oversikt over AV-bransjen (punkt 4.1), etterfulgt av en nærmere redegjørelse for Partenes virksomhet på dette området (punkt 4.2). Deretter vil de relevante produktmarkedene defineres (punkt 4.3).

4.2 Bransjeoversikt

- (22) Saken gjelder produksjon og lisensiering av AV-innhold, som omfatter alle typer AV-programmer, herunder filmer, sport, serier, show, live events, dokumentarer osv. som sendes via TV eller andre innretninger som støtter et TV-lignende format (f.eks. mobiltelefoner og nettbrett). AV-produksjonsselskaper utvikler og produserer slikt innhold, og kan også lisensiere allerede eksisterende AV-innhold eller -rettigheter (hylleware).
- (23) De forskjellige trinnene i verdikjeden for AV-innhold kan identifiseres og inndeles som følger:
- (a) **Produksjon av AV-innhold**, dvs. at kringkastere og strømme- og kanaloperatører kjøper inn AV-innhold på "bestilling"/skreddersømbasis;
 - (b) **Lisensiering av senderrettigheter til AV-innhold**, dvs. at kringkastere og strømme- og kanaloperatører erverver senderrettigheter eller rettigheter til konsept fra innholdsprodusenter til eksisterende AV-innhold;
 - (c) **Engroslevering av AV-kanaler**; og
 - (d) **Detaljlevering av AV-tjenester til slutt kunder.**
- (24) Oversikten nedenfor viser verdikjeden for AV-innhold

Figur 2 - Verdikjeden for AV-innhold



- (25) Det første trinnet – produksjon av AV-innhold – gjelder AV-produksjonsselskaper som produserer innhold enten (i) for internt bruk hvis de er vertikalt integrert ("captive" AV-

produksjon); eller (ii) for levering til tredjepartskunder ("non-captive" AV-produksjon). Verdikjedetrinnet produksjon av AV-innhold gjelder typisk produksjon av nytt TV-innhold for tredjeparter ("non-captive"). Dette markedet har to sider:

- (a) På tilbudssiden finner vi selskapene som produserer AV-innhold; og
 - (b) På etterspørselssiden finner vi: (i) AV-kanalleverandører/kringkastere som innarbeider AV-innholdet i lineære AV-kanaler; og (ii) innholdsplattformoperatører som så videreselger AV-innholdet til sluttbrukerne på ikke-lineær basis (dvs. betal-per-visning (pay-per-view – "**PPV**") eller betal-per-video (video-on-demand – "**VOD**"), som omfatter ikke-tradisjonelle plattformer som Over-The-Top ("**OTT**"). Tredjepartskunder er derfor typisk kringkastere eller ikke-tradisjonelle plattformer, dvs. OTT-plattformer som bestiller AV-innhold fra AV-produksjonsselskaper.
- (26) Når det gjelder immaterielle rettigheter knyttet til AV-innholdet, vil det variere i hvilken grad produksjonsselskapet – og ikke kjøperen av AV-innholdet – beholder eierskapet til disse rettighetene. Dette vil være basert på en rekke faktorer, blant annet kringkastingstype, kommersielle forhandlinger mellom partene etc.
- (27) Trinn to – lisensiering av AV-innhold – gjelder lisensiering av senderrettigheter knyttet til allerede eksisterende AV-innhold til tredjeparter, dvs. tidligere produsert AV-innhold som rettighetshaveren så gjør tilgjengelig som "hyllevare" ("forhåndsprodusert" AV-innhold). Rettighetene kan gjelde innhold som virksomheten selv har produsert og/eller innhold som er produsert av og innhentet fra tredjeparter (f.eks. viderelisensiering). Som i markedet for produksjon av AV-innhold er rettighetshaverne på tilbudssiden mens kundene på etterspørselssiden er typisk tredjeparter, slik som kringkastere og innholdsplattformoperatører.
- (28) Trinn tre – engroslevering av kanaler – omfatter lisensiering av rettigheter til kringkastingskanaler (og tilknyttede VOD-tjenester) fra kanalleverandører, som så sendes til sluttbrukerne via forskjellig infrastruktur for distribusjon (f.eks. kabel, satellitt, internett), enten gratis eller på betalingsbasis.
- (29) Trinn fire – detaljlevering av AV-tjenester – foretas av AV-distributører og -aggregatorer som "pakker" lisensierte AV-kanaler og gjør TV-kanaler eller AV-innhold tilgjengelig for sluttbrukerne/seerne. Dette omfatter både (pakker av) lineære tradisjonelle TV-kanaler og ikke-lineære innholdstjenester som OTT, VOD, SVOD, transaksjons-VOD ("**TVOD**") og PPV.
- (30) Transaksjonen gjelder de to første trinnene i verdikjeden for AV-relatert innhold, siden Partenes virksomhet hovedsakelig omfatter produksjon av AV-innhold og distribusjon/lisensiering av rettigheter til AV-innhold, og ikke nedstrømsdelene av verdikjeden. Analysen nedenfor vil derfor fokusere på produksjon av AV-innhold og lisensiering av senderrettigheter vedrørende forhåndsprodusert AV-innhold.
- (31) Kringkastere og distributører som kjøper inn AV-innhold til sine TV-kanaler eller TV-tjenester kan vanligvis velge mellom forskjellige innkjøpsmodeller, som grovt kan kategoriseres som følger:
- (a) Innhenting av skreddersydd AV-innhold ved:
 - (i) kjøp av AV-innhold fra et produksjonsselskap ("non-captive" produksjon); eller
 - (ii) selv å produsere innholdet ved å benytte sine interne fasiliteter ("captive" produksjon);
 - (b) Erverv av senderrettigheter fra AV-produsenter for forhåndsprodusert AV-innhold ("forhåndsprodusert" eller "hyllevare" AV-innhold).

- (32) Innenfor AV-innholdet kan det skilles mellom innhold som er manusbasert og innhold som ikke er manusbasert. Manusbasert AV-innhold produseres på grunnlag av et eksisterende manus eller en eksisterende story eller rollefigur. Ikke-manusbasert AV-innhold kan f.eks. være gameshow, realityprogrammer og talentkonkurranser.

4.3 Partenes virksomhet

4.3.1 Fremantle

- (33) Fremantle Groups innholdsportefølje omfatter ikke-manusbaserte konsepter som "Idol", "Got Talent" og "X Factor"⁶ samt gameshow som bl.a. "Family Feud", "The Price is Right" og "Sale of the Century". Konsernet produserer også manusbasert innhold, herunder "American Gods", "My Brilliant Friend", "Deutschland 83", "Picnic at Hanging Rock" og "The Young Pope".
- (34) I Norge er Fremantles virksomhet først og fremst knyttet til produksjon og distribusjon av ikke-manusbasert AV-innhold. Fremantle konsentrerer seg om visse innholdssjangre, særlig "shiny floor"-produksjoner.
- (35) "Shiny floor"-produksjoner består av lett TV-underholdning som spilles inn i, eller sendes fra, gulvet i et TV-studio, ofte foran et publikum (f.eks. studiobaserte konkurranseprogrammer med kjendisdeltakere, gameshow og talentkonkurranser). Fremantles aktuelle shiny floor-produksjoner i Norge er "Idol" and "Maskorama".
- (36) Fremantle produserer også manusbasert AV-innhold.

Tabell 1 - Fordeling av Fremantles AV-innhold i Norge (regnskapsåret 2020)

Genre	Produksjon (NOK mill.)	Produksjon (antall programmer) ⁷	Lisensiering (NOK mill.)
Shiny floor			
Underholdning			
Faktaunderholdning			
Dating			
Reality			
Manusbasert			
Totalt			

⁶ De to siste med Syco Entertainment.

⁷ Programmer sendt i 2020. Basert på data fra NOTA/The Wit.

4.3.2 NENT

- (37) NENT er aktiv innenfor produksjon og distribusjon av både manusbasert og ikke-manusbasert innhold, med særlig kompetanse innenfor manusbasert historefortelling, dvs. skape, utvikle og produsere drama (serier og filmer), manusbasert komedie og barneprogrammer.
- (38) NENT er i dag et datterselskap av Nordic Entertainment Group. Konsernet Nordic Entertainment Group driver en innholdsproduksjons- og distribusjonsvirksomhet som omfatter 32 selskaper i 17 land. Konsernet Nordic Entertainment Group vil fortsatt drive virksomhet innenfor produksjon og distribusjon av manusbasert AV-innhold etter Transaksjonen.
- (39) I Norge opererer NENT gjennom sine selskaper Monster Scripted, Monster Entertainment, Novemberfilm AS, Rakett AS og Strix Televisjon. Monster Scripted produserer og distribuerer manusbasert innhold som "Livstid", "Bortført", "Furia", "LUKA" og "Pørni". Kjernevirksomheten til de andre selskapene er ikke-manusbasert AV-innhold. Selskapene har laget norske versjoner av internasjonale konsepter som "Married at first sight" og "The Farm" i tillegg til eget AV-innhold som "Norge bak fasaden".
- (40) NENTs virksomhet omfatter både manusbasert og ikke-manusbasert AV-innhold, med fokus på reality (seks titler i 2020), dokusåpe/faktaunderholdning (fem titler i 2020) og manusbasert innhold (fem titler i 2020). Disse tre sjangrene sto for [REDACTED] av NENTs samlede inntekter fra produksjon av AV-innhold i 2020. Den sterke konsentrasjonen om disse sjangrene fremgår også av NENTs planlagte portefølje av AV-innhold, som omfatter [REDACTED] reality-produksjoner, [REDACTED] dokusåpe/faktaunderholdnings-produksjoner og [REDACTED] manusbaserte produksjoner.
- (41) "Reality"-produksjoner er programmer som følger dagliglivet til personer som lever og arbeider i et konstruert miljø. "Farmen", "Sommerhytta", "The Cabin", og "Gogglebox" er noen av NENTs programmer i denne sjangeren.
- (42) "Dokusåpe"-produksjoner omfatter bl.a. programmer som følger alminnelige mennesker eller hendelser i deres miljø på en underholdende måte. Det kan være programmer som episodisk følger menneskene på en arbeidsplass. "Toll Customs", "Insider Max" og "Mystery Marianne" er noen av NENTs titler i denne sjangeren.
- (43) NENTs manusbaserte produksjoner omfatter programmer som "Livstid", "Bortført", "LUKA", "Furia", og "Pørni".

Tabell 2 - Fordeling av NENTs AV-innhold i Norge (regnskapsåret 2020)

Sjanger	Produksjon (NOK mill.)	Produksjon (antall programmer) ⁸	Lisensiering (NOK mill.)
Shiny floor			
Underholdning			
Faktaunderholdning			
Dating			
Reality			
Manusbasert			
Totalt			

4.3.3 Oppsummering

- (44) Partenes virksomheter er i høy grad komplementære. Nærmere spesifisert var situasjonen i 2020 at:
- (a) Nesten ■■■ % av Fremantles inntekter fra ikke-manusbasert AV-innhold kom fra shiny floor-produksjoner og nesten ■■■ % fra dating-produksjoner. NENT på sin side hadde bare én ikke-manusbasert shiny floor-tittel (■■■ % av den samlede inntekten) og én produksjon innenfor dating-segmentet (■■■ % av den samlede inntekten).
 - (b) Mens omlag ■■■ av NENTs salg av ikke-manusbasert AV-innhold kom fra reality-segmentet, hadde Fremantle ingen pågående produksjoner i dette segmentet og inntekter på rundt ■■■ av totalsalget (fra tidligere produksjoner).

4.4 De relevante markedene

4.4.1 Relevante produktmarkeder

- (45) Etter det Partene kjenner til, har Konkurransetilsynet ikke tidligere vurdert produktmarkedene som er relevante for Partenes virksomhet.
- (46) EU-kommisjonen ("**Kommisjonen**") har tidligere vurdert det slik at produksjon og lisensiert AV-innhold, som beskrevet ovenfor, er komplementære, men ikke substituerbare.⁹ Kommisjonen har derfor konkludert med at produksjon av AV-innhold og lisensiering av senderrettigheter til AV-

⁸ Programmer sendt i 2020. Basert på data fra NOTA/The Wit.

⁹ Sak M.9676 *Lov Group/Banjay/ESG*, beslutning 30. juni 2020, avsn. 36; Sak M.7282 *Liberty Global/Discovery/All3Media*, beslutning 16. mai 2014, avsn. 41.

innhold tilhører to separate relevante produktmarkeder.¹⁰ Partene er enige i denne segmenteringen.

(47) Kommisjonen har vurdert disse markedene i en rekke saker, herunder med referanse til det svenske markedet i *Lov Group / Banijay / ESG*.¹¹ Egenskaper vedrørende tilbud og etterspørsel fikk Kommisjonen til å trekke følgende skillelinjer:

- (a) Kommisjonen fant at markedet for produksjon av AV-innhold er begrenset til "non-captive" produksjon (i motsetning til "captive" produksjon, dvs. AV-innhold produsert for "captive" eller intern bruk i produsentens egne kanaler, som ikke tilbys på det kommersielle markedet).¹²
- (b) Hva gjelder type AV-innhold, har Kommisjonen identifisert separate segmenter for (i) filmer, (ii) sport og (iii) annet AV-innhold innenfor markedene for både produksjon av AV-innhold og lisensiering av senderrettigheter.¹³
- (c) Kommisjonen har også foreslått en videre oppdeling av markedet for annet AV-innhold basert på hvorvidt innholdet er manusbasert eller ikke.¹⁴
 - Innenfor undersegmentene manusbasert og ikke-manusbasert har Kommisjonen vurdert en mulig videre undersegmentering i henhold til sjanger (dvs. drama, komedie, dokumentar, reality, talk show, talentkonkurranser, faktaunderholdning osv.).¹⁵ Barneprogrammer ble da vurdert å være et eget marked.¹⁶
 - Innenfor manusbasert innhold ble forskjellige sjangre (drama, barneprogrammer, dokumentar, komedie og annet manusbasert AV-innhold), inkl. programmer for barn, analysert som et samlet produktmarked.¹⁷
- (d) Hva gjelder lisensiering av senderrettigheter til AV-innhold, har Kommisjonen vurdert å segmentere dette markedet etter visningsvindu: (i) SVOD, (ii) TVOD, (iii) PPV, (iv) first pay-TV window; (v) second pay-TV window; og (vi) FTA.¹⁸ Tatt i betraktning Partenes svært begrensede aktiviteter innenfor lisensiering av senderrettigheter anfører Partene at det ikke er nødvendig for Konkurransetilsynet å trekke noen konklusjon i denne forbindelse, siden Transaksjonen ikke vil gi grunn til konkurransemessige betenkeligheter under en slik potensiell markedsdefinisjon.

¹⁰ Sak M.9676 *Lov Group/Banijay/ESG*, beslutning 30. juni 2020, avsn. 32-36; Sak M.7865 *Lov Group Invest/De Agostini/JV*, beslutning 20. januar 2016, avsn. 30; Sak M.7282 *Liberty Global/Discovery/All3Media*, beslutning 16. mai 2014, avsn. 38-41.

¹¹ Sak M.9676 *Lov Group/Banijay/ESG*, beslutning 30. juni 2020.

¹² Sak M.9676 *Lov Group/Banijay/ESG*, beslutning 30. juni 2020, avsn. 37-45; Sak M.7282 *Liberty Global/Discovery/All3Media*, beslutning 16. mai 2014, avsn. 32; Sak M.4353 *Permira/All3Media Group*, beslutning 22. september 2006, avsn. 11; Sak M.1943, *Telefonica/Endemol*, beslutning 11. juli 2000, avsn. 9.

¹³ Sak M.9676 *Lov Group/Banijay/ESG*, beslutning 30. juni 2020, avsn. 46 og 49; Sak M.8354 *Fox/Sky*, beslutning 7. april 2017, avsn. 63; Sak M.7865 *Lov Group Invest/De Agostini/JV*, beslutning 20. januar 2016, avsn. 30 og 37; Sak M.7360 *21st Century Fox/Apollo/JV*, beslutning 9. oktober 2014, avsn. 42; Sak M.7282 *Liberty Global/Discovery/All3Media*, beslutning 16. mai 2014, avsn. 44; Sak M.6880 *Liberty Global/Virgin Media*, beslutning 15. april 2013, avsn. 18-19; og Sak M.6369 *HBO/Ziggo/HBO Netherlands*, beslutning 21. desember 2011, avsn. 18.

¹⁴ *ibid.*

¹⁵ Sak M.9676 *Lov Group/Banijay/ESG*, beslutning 30. juni 2020, avsn. 46; Sak M.7282 *Liberty Global/Discovery/All3Media*, avsn. 45; Sak M.7865 *Lov Group Invest/De Agostini/JV*, avsn. 31.

¹⁶ *ibid.*, avsn. 60.

¹⁷ *ibid.*, avsn. 61.

¹⁸ Sak M.8861 *Comcast/Sky*, beslutning 15. juni 2018, avsn. 35 og 39; Sak M.7282 *Liberty Global/Discovery/All3Media*, avsn. 31-48; Sak M.7194 *Liberty Global/Corelio /W&W/De Vijver Media*, beslutning 24. februar 2015, avsn. 69; Sak M.7000 *Liberty Global/Ziggo*, beslutning 10. oktober 2014, avsn. 38-44; Sak M.6369 *HBO/Ziggo/HBO Nederland*, beslutning 21. desember 2011, avsn. 18.

(48) Ovenstående tatt i betraktning, har Partene analysert Transaksjonen på grunnlag av følgende produktmarkeder:

- Produksjon av ikke-manusbasert AV-innhold;
- Lisensiering av senderrettigheter vedrørende ikke-manusbasert AV-innhold;
- Produksjon av manusbasert AV-innhold; og
- Lisensiering av senderrettigheter vedrørende manusbasert TV-innhold.

4.4.2 Geografisk marked

(49) Kommisjonen har tidligere vurdert at markedet for både produksjon av AV-innhold og lisensiering av rettigheter til AV-innhold er nasjonalt eller bredere.¹⁹

(50) Partene er enige i Kommisjonens konklusjoner og anfører at det relevante geografiske markedet minst er nasjonalt.

¹⁹ Sak M.9676 *Lov Group/Banjay/ESG*, beslutning 30. juni 2020, avsn. 63-66; Sak M.8354 *Fox/Sky*, beslutning 7 April 2017, avsn. 69; Sak M.7282 *Liberty Global/Discovery/All3Media*, beslutning 20. januar 2016, avsn. 51; Sak M.7865 *Lov Group Invest/De Agostini/JV*, beslutning 9. oktober 2014, avsn. 23 og 44; Sak M.7360 *21st Century Fox/Apollo/JV*, beslutning 16. september 2014, avsn. 49.

4.5 Markeder som kan bli berørt av foretakssammenslutningen

(51) Følgende horisontale forhold er identifisert i Norge:

Tabell 3 – Horizontal overlapping

Produkt	Fremantle	NENT
Ikke manusbasert		
Produksjon av AV-innhold	√	√
Lisensierte senderrettigheter for AV-innhold	√	
Manusbasert		
Produksjon av AV-innhold	√	√
Lisensierte senderrettigheter til AV-innhold	√	

(52) Følgende horisontale forhold leder til "berørte" markeder:

Tabell 4 – Horisontale forhold: Partenes andeler i verdi og volum for 2020

	Berørt (Ja / Nei)	Fremantle		NENT		Til sammen	
Verdi (inntekter) / Volum (antall titler)							
		Verdi	Volum	Verdi	Volum	Verdi	Volum
Produksjon av ikke-manusbasert AV-innhold	Ja						
Lisensiering av senderrettigheter til ikke-manusbasert AV-innhold	Nei						
Produksjon av manusbasert AV-innhold ²¹	Nei						
Lisensiering av senderrettigheter til manusbasert AV-innhold	Nei						

²⁰ Partene er ikke synlige på det totale markedet for lisensiering av senderrettigheter til ikke-manusbasert AV-innhold. På grunn av Fremantles svært marginale nærvær og NENTs fravær i dette segmentet, er Partenes samlede markedsandel imidlertid godt under 1%.

²¹ Volum av markedsandeler beregnet på grunnlag av NOTA/The Wit data.

²² Partene er ikke synlige på det totale markedet for lisensiering av senderrettigheter til manusbasert AV-innhold. På grunn av Fremantles svært marginale nærvær og NENTs fravær i dette segmentet, er Partenes samlede markedsandel imidlertid godt under 1%.

(53) Overlappen for manusbasert AV-innhold vil ikke føre til et berørt marked. For fullstendighetens skyld bemerkes at Partenes viktigste konkurrenter er:

- Banijay
- ITV
- Monday
- Seefood
- Concord TV
- Oslo Company
- Maipo Film
- Viafilm

(54) De viktigste kundene for manusbasert AV-innhold er:

- NRK
- TV2
- Discovery
- Netflix
- HBO Nordic

(55) Ingen vertikale forhold er identifisert i Norge. Selv om RTL Group har eierinteresser i TV-kanaler, strømmeplassformer og radiostasjoner, har de ingen slike aktiviteter i Norge.

(56) Som vist i Tabell 3 – Horisontale overlapp – ovenfor, har Fremantle, men ikke NENT, en ubetydelig tilstedeværelse (rundt [REDACTED] i 2020) i Norge hva gjelder lisensiering av senderrettigheter vedrørende ikke-manusbasert AV-innhold.

5 KONKURRANSEMESSIG VURDERING

5.1 Innledning

(57) Transaksjonen vil ikke være et vesentlig hinder for effektiv konkurranse i markedet for produksjon av AV-innhold. Årsakene til dette er følgende:

- (a) Transaksjonen vil ikke føre til vesentlig konsentrasjon i noe marked. Partenes samlede andeler for ikke-manusbasert AV-innhold (volum) vil fortsatt være rundt [REDACTED]%, langt under terskelen for konkurransemessige problemer. Videre vil det i hver kategori fortsatt være flere sterke konkurrenter, noe som vil begrense Partenes innflytelse.
- (b) Partene er ikke hverandres nærmeste konkurrenter, hovedsakelig på grunn av deres ulike og utfyllende porteføljer av AV-innhold. Fremantle har en viktig immateriell eiendom i sine shiny floor talentkonkurranser (f.eks. Idol og Maskorama) og dating-produksjoner (Jakten på kjærligheten), mens NENT fokuserer på sjangrene reality og faktaunderholdning (f.eks. Farmen, spin-offs fra denne og Sommerhuset). Videre satser Fremantle sterkt på sin internasjonale konseptkatalog med særlig fokus på programmer i beste sendetid, mens NENT hovedsakelig satser på konsepter utviklet lokalt. Se punkt 5.2 nedenfor.

- (c) Partene vil fortsatt stå overfor store og sofistikerte kunder som har en betydelig forhandlingsmakt og kan pålegge AV-produsenter strenge budsjettbegrensinger. Partene vil ikke ha mulighet eller økonomiske insentiver til å innføre ugunstige betingelser. Hvis Partens skulle forsøke å gjøre det, ville de bli "straffet" av kringkasterne som da i stedet ville gå til andre produsenter av AV-innhold. I tillegg har kringkastere muligheten til å utvide egenproduksjonen ved å benytte sine interne ressurser dersom produsentene skulle forsøke å innføre ugunstige betingelser. Se punkt 5.3 nedenfor.
- (d) Partene vil fortsatt møte konkurranse fra et stort antall konkurrenter som vil fortsette å utøve et betydelig konkurransepress. Disse inkluderer globale aktører som Banijay, Warner og ITV, som har kataloger med titler med internasjonal suksess; regionale/nasjonale aktører som Monday, The Oslo Company og Seefood; og en lang rekke mindre aktører. Se punkt 5.4 nedenfor.

5.2 Partene er ikke hverandres nærmeste konkurrenter

(58) Siden det ikke er noen sterk rivalisering mellom Partene før Transaksjonen, vil det ikke være noe betydelig merkbart "tap" av konkurransepress mellom dem. Selv om begge Partene produserer ikke-manusbasert AV-innhold, har de ulike posisjoner (se Tabell 5 nedenfor).

- (a) Fremantle satser på shiny floor-programmer og ser [REDACTED] som sin sterkeste konkurrent. [REDACTED]

Disse er studioskonsepter bygget på fagspesifikt talent.

- (b) NENT derimot satser på reality-programmer og faktaprogrammer. Innenfor disse formatene konkurrerer NENT først og fremst med [REDACTED]

Disse konseptene er filmet on location med en skala, kompetanse og talentbase som skiller seg fra "shiny floor".

Tabell 5 – Sammenligning av Partenes portefølje av ikke-manusbasert innhold (inntekter i mill. NOK)

Genre	Fremantle				NENT			
Shiny Floor								
Underholdning								
Reality								
Dating								
Fakta								
Total				<u>100 %</u>				<u>100 %</u>

5.3 Partenes kunder er store og sofistikerte

(59) Partene betjener en liten gruppe store og sofistikerte kunder. Disse er hovedsakelig kringkastere, slik som NRK, TV2, Nordic Entertainment Group og Discovery. Disse fire aktørene

har en samlet markedsandel på over 90 %²³, kjenner markedet ut og inn og kontrollerer alle aspekter av innkjøpsprosessen, fra invitasjon til pitchekonkurranse til vurdering av tilbud og utvelgelse av vinnerne. Kundene sitter i posisjoner der de kan sørge for at produksjonsselskapene tilbyr det de trenger, og at salget foretas på vilkår som er akseptable for dem. På samme måte slår Kommisjonen i sin beslutning i saken *Lov Group / Banijay / ESG* fast at “store kringkastere har stor makt til å øve press på pris og andre forretningsbetingelser”.²⁴

- (60) Resultatet er betydelig forhandlingsmakt, med kunder som kan legge strenge budsjettrestriksjoner på produksjonsselskapene og med svært liten mulighet til å reforhandle økonomiske betingelser, selv i tilfeller der den innledende avtalen i vesentlig grad undervurderer produksjonsselskapets kostnader.
- (61) Kundene har en fordelaktig posisjon under forhandlingene på grunn av den store betydningen hvert enkelt salg har for produksjonsselskapene og disse prosessenes karakter av at “vinneren tar alt”. Produksjonsselskapenes forretningsmodell krever vesentlige investeringer på et tidlig stadium av et (potensielt) salg. Den viktigste utviklingen av et nytt konsept skjer derfor på produksjonsselskapets bekostning, og det er få ideer som til slutt resulterer i et salg. Produksjonsselskaper investerer mye tid og penger i prosjekter som aldri gir noen inntekter. Overskuddet kommer ofte sent i prosessen, noe som innebærer betydelig risiko for produksjonsselskapet.
- (62) Multi-sourcing og bytte mellom produksjonsselskaper er normen og noe fraværet av byttekostnader legger til rette for (se avsnitt (103) og (104) nedenfor for nærmere opplysninger). Kundene sender hver dag programmer fra en rekke produksjonsselskaper.
- (63) Endelig har kringkasterne interne ressurser og mulighet til å utvide sin egen-produksjon. Dette innebærer et ytterligere press på Partene.

5.4 Partene vil fortsatt være under press fra flere store konkurrenter

- (64) Det finnes en rekke effektive konkurrenter på markedet, der mange produksjonsselskaper tilbyr samme type innhold.
- (65) Tabell 6 nedenfor gir en oversikt over det totale antallet ikke-manusbaserte titler hver av Partene har, samt de viktigste aktørene på det norske markedet. Som det fremgår, vil det fortsatt være flere konkurrenter med betydelige markedsandeler etter at Transaksjonen er gjennomført.

Table 6 – Antall ikke-manusbasert titler (sendt i 2020)²⁵

Fremantle	NENT	Partene til sammen	Banijay	Seefood	Monday	ITV	Andre

- (66) Kundene kjøper ikke-manusbasert AV-innhold på grunnlag av en rekke faktorer, både prismessige og andre, herunder talent, immaterielle rettigheter, pris og beste sendetid. Når man tar hensyn til disse parametrene, har andre produksjonsselskaper, herunder Banijay, ITV,

²³ [201216-avsendermangfold_desember_2020_oppdateret.pdf \(medietilsynet.no\)](#)

²⁴ EU-kommisjonens beslutning i M. 9676 *Lov Group / Banijay / ESG*, avsn. 242.

²⁵ Basert på data fra NOTA/MMS.

Warner, Monday og Seefood mer eller mindre samme posisjon som Partene. Banijay, ITV og Warner har for eksempel i likhet med Fremantle alle en omfattende katalog av titler med internasjonal suksess.

(67) De følgende produksjonsselskapene er og vil fortsatt være viktige konkurrenter til Partene:

(a)



(b)



(c)



(d)



(e)



- (68) I tillegg går den store mengden alternativer langt utover hovedkonkurrentene som er angitt ovenfor. Den norske bransjeforeningen Produsentforeningen (del av Virke) har mer enn 120 medlemmer med virksomhet innenfor film-, TV- og spillproduksjon.
- (69) Konkurransestyren til et selskap gjenspeiles ikke nødvendigvis av selskapets størrelse eller totalomsetning. Avhengig av sjanger kan selskaper med relativt lav omsetning likevel være markedsledende. En illustrasjon på dette er Monkberry AS, det norsk/svenske produksjonsselskapet som produserer "Skavlan". Monkberry AS er deleid av Fredrik Skavlan.
- (70) At det er sunn konkurranse i markedet bekreftes også av det faktum at Partene hver gang kringkasterne inviterer til en pitchekonkurranse, møtes med konkurranse fra mange effektive konkurrenter. Disse konkurrentene har både evne og et sterkt insitament til fortsatt hard

konkurranse. Transaksjonen vil på ingen måte redusere rivalenes evner og/eller incentiver til å konkurrere og strebe etter å lykkes.

5.5 Estimat av markedets totale størrelse

- (71) I henhold til Ampere Analysis var det totale produksjonsmarkedet for AV-innhold i Norge i 2020 ~EUR 304 mill. (~NOK 3.2 mrd.). Av dette er ~88 % anslått å være "non-captive" AV-innhold, dvs. ~EUR 267 mill. (~NOK 2.8 mrd.).²⁷ Et konservativt estimat er at [REDACTED] % er knyttet til ikke-manusbasert AV-innhold.²⁸
- (72) Når det gjelder volum, har Partene ingen oversikt som dekker alle produksjonsselskapene innenfor produksjon av ikke-manusbasert AV-innhold i Norge. I henhold til data fra NOTA/The Wit²⁹ omfattet totalmarkedet 94 titler sendt i 2020.

5.6 Opplysninger om salg i verdi og volum samt estimerte markedsandeler

Tabell 7 – Produksjon av ikke-manusbasert AV-innhold: Fremantles salg i Norge i verdi og volum

År	Omsetning (NOK m)	Antall programmer
2020	[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 8 - Produksjon av ikke-manusbasert AV-innhold: NENTs salg i Norge i verdi og volum

År	Omsetning (NOK m)	Antall programmer
2020	[REDACTED]	[REDACTED]

- (73) Partenes estimerte samlede markedsandel i volum er [REDACTED] %.

Tabell 9 - Markedsandeler (verdi) 2020

Selskaper (Norge)	Produksjon av ikke-manusbasert innhold (NOK mill.)	Produksjon av manusbasert innhold (markedsandel %)
Fremantle	[REDACTED]	[REDACTED] %

²⁷ Ved hjelp av programoversiktene til de største TV-kanalene i Norge telte man opp antall unike titler (både nye og returnerende) satt opp i 2020. Det ble så fastslått hvilke av disse titlene som var produsert internt ("captive"), og hvilke som var produsert av eksterne produksjonsselskaper ("non-captive"). På grunnlag av en ratio "captive" / "non-captive" etter titler ble det satt opp estimater for en fordeling "captive" / "non-captive" etter omsetning. Tatt i betraktning at interne produksjoner ofte er lokale produksjoner med generelt lavere produksjonsverdi, ble verdien for "non-captive" produksjon nedvektet.

²⁸ En fordeling mellom manusbasert og ikke-manusbasert innhold for disse konkurrentene var ikke tilgjengelig. Partene har derfor konservativt anslått [REDACTED] % manusbasert og [REDACTED] % ikke-manusbasert. Basert på dataene fra NOTA/The Wit, er mindre enn 25 % av alle titler manusbasert, og denne metoden vil derfor sannsynligvis overvurdere Partenes markedsandeler.

²⁹ The Wit er et sveitsisk selskap som leverer informasjon om TV og digitalt innhold, programmer som sendes og programmer under utvikling til produsenter, kringkastere, distributører og annonsører. Databasen deres dekker mer enn 110 land. Mer informasjon om selskapet finnes her: <https://www.thewit.com/>. NoTa (New On The Air) følger alt originalt utviklet programmer innen underholdning, fiksjon, dokumentarer og barn på TV og digitale plattformer i mer enn 45 land, og har detaljerte opplysninger om disse programmene i databasen sin. Tjenesten tilbys av det franske selskapet Mediametrie. Mer informasjon finnes her: www.glance-mediаметrie.com. Begge tjenestene krever abonnement.

NENT					%
Til sammen					%
Banijay*					%
Oslo Company*					%
ANTI (TV)*					%
Seefood*					%
ITV					%
Monkberry*					%
Plan-B*					%
Monday*					%
Concorde TV*					%
Nexiko*					%
Warner*					%
Andre					%
Totalt		~1700			100 %
MERK: * En fordeling mellom manusbasert og ikke-manusbasert innhold for disse konkurrentene var ikke tilgjengelig. Partene har derfor konservativt anslått ■■■% manusbasert og ■■■% ikke-manusbasert. Det samme gjelder Banijays datterselskaper Mastiff Entertainment, Nordisk Film og Rubicon.					

- (74) Selv om man skulle ta i betraktning omsetningsdata fra publiserte årsrapporter til elleve konkurrenter som er aktive i Norge, ville Partenes samlede markedsandel være ■■■%. Denne metoden overvurderer Partenes andeler, men viser at Transaksjonen ikke vil gi Partene markedsrett, og at det fortsatt vil være mange sterke konkurrenter.

Tabell 10 – Markedsandeler for Partene og hovedkonkurrentene (verdi) 2020

Selskaper (Norge)	Produksjon av ikke-manusbasert innhold (NOK mill.)	Produksjon av ikke-manusbasert innhold (markedsandel %)
Fremantle		%
NENT		%
Til sammen		%
Banijay*		%
Oslo Company*		%
ANTI (TV)*		%

Seefood*		%
Monday*		%
Monkberry*		%
Plan-B*		%
ITV		%
Concorde TV*		%
Nexiko*		%
Warner*		%
Totalt	~1100	100%
MERK: * En fordeling mellom manusbasert og ikke-manusbasert innhold for disse konkurrentene var ikke tilgjengelig. Partene har derfor konservativt anslått % manusbasert og % ikke-manusbasert. Det samme gjelder Banijays datterselskaper Mastiff Entertainment, Nordisk Film og Rubicon.		

- (75) Konklusjonen om at Partene ikke vil oppnå markedsrett, støttes også av andelen basert på viste titler i henhold til data fra NOTA/The Wit, som vist i Tabell 11 – Markedsandeler (volum) 2020.

Tabell 11 – Markedsandeler (volum) 2020³⁰

Selskaper (Norway)	Produksjon av ikke-manusbasert innhold (NOK mill.)	Produksjon av ikke-manusbasert innhold (markedsandel %)
NENT		%
Fremantle		%
Til sammen		%
Banijay		%
Seefood		%
Monday		%
ITV		%
Oslo Company		%
Concorde		%
Nexiko		%

³⁰

Estimat basert på data fra NOTA/The Wit. Selv om disse dataene ikke omfatter alle viste titler, er dette den mest fullstendige datasamlingen som er tilgjengelig, og manglende titler vil gjelde for alle produksjonsselskaper som er aktive i Norge.

Som ovenfor er dette estimatet basert kun på en del av de produksjonsselskapene som er aktive i Norge. Siden Partene ikke har noen oversikt som dekker alle produksjonsselskaper som produserer ikke-manusbasert AV-innhold i Norge, vil denne metoden underestimere det totale antall titler og overestimere Partenes markedsandeler.

Monkberry				%
Warner				%
Andre				%
Totalt				<u>100 %</u>

5.7 Import

- (76) Tatt i betraktning egenskapene til ikke-manusbasert innhold, slik det er definert i beslutningspraksis, er importen av norskspråklig innhold minimal.

5.8 Total kapasitet

- (77) Tatt i betraktning arten av Partenes virksomhet er produksjonskapasitet ikke en viktig faktor. Dette gjelder på alle trinn i AV-verdikjeden, der kapasitetsbegrensninger spiller en meget begrenset rolle.

5.9 Produksjon og distribusjon

- (78) Markedet karakteriseres av et stort volum av pitcher, hovedsakelig på anmodning fra kunder som er på jakt etter nytt innhold (via invitasjon til å melde interesse), men også pitcher som produksjonsselskapene uoppfordret presenterer for kundene. Mange produksjonsselskaper presenterer flere titler for en tilgjengelig "slot", dvs. et avgrenset og definert tidspunkt i en kanal sitt sendeskjema.
- (79) Pitch-prosessene er vanligvis uformelle. En typisk prosess innledes ved at en kringkaster eller en plattform kommer med en invitasjon til forslag, ofte per telefon / e-post, herunder en kort beskrivelse av det innholdet man ser for seg, slot og tidslinje (sesong). Normalt vil flere produksjonsselskaper inngi pitcher – i noen tilfeller presentert personlig, i andre tilfeller gjennom en innledende skriftlig inngivelse som kunden bruker som grunnlag for å velge ut hvilke pitcher som skal presenteres personlig.
- (80) Avhengig av hvor mye prosjektet haster for kunden, kan det være ett eller flere "mellomstadier" konsentrert om en håndfull ideer, der kunden ber om ytterligere kreative innspill og budsjetter, og i noen tilfeller også en "mini-pilot", som produksjonsselskapene søker å levere så raskt og så godt som mulig for å vinne pitchen.
- (81) Kringkastere og plattformer fraråder sterkt at produksjonsselskapene legger frem samme idé/format til mer enn én kunde. I stedet er det vanlig markedspraksis å avvente resultatet fra en pitch før man presenterer den samme ideen til en annen kunde. Ethvert avvik fra denne praksisen vil skade kundeforholdet i et marked der det bare er en håndfull kunder, og føre til at produksjonsselskapet "straffes" ved fremtidige pitcher.
- (82) Hva gjelder tidslinje, kan denne prosessen ta alt fra noen få uker til et år. Hvis programmet er en suksess, blir det vanligvis gjort bestilling for en ny sesong. Vellykkede konsepter kan bli fornyet igjen og igjen i mer enn ti år, men majoriteten sendes i én eller to sesonger.

5.10 Nærmere opplysninger om arten og omfanget av vertikal integrasjon

- (83) Partene har ikke interne kringkastingsmuligheter.

- (84) For fullstendighetens skyld opplyses at NENT, som en del av Nordic Entertainment Group, har produsert noe AV-innhold (manusbasert og ikke-manusbasert) for sending på Nordic Entertainment Groups kanaler.
- (85) Som opplyst ovenfor er Fremantle en del av RTL Group, som har eierinteresser i kringkasting utenfor Norge.

6 NÆRMERE OM MARKEDSFORHOLDENE I DET BERØRTE MARKEDET

6.1 Partenes største uavhengige leverandører

(86) Fremantles fem største leverandører er [REDACTED]

(87) NENTs fem største leverandører er [REDACTED]

6.2 Hvorvidt Partene planlegger å lansere nye produkter i løpet av de tre neste årene

(88) Selskaper som er aktive innen produksjon av ikke-manusbasert AV-innhold, herunder Partene, vil kontinuerlig utvikle og bringe til markedet nye produksjoner for å imøtekomme kundenes stadig endrede etterspørsel.

6.3 Andre faktorer som kan være relevante for vurderingen av forsyningsstrukturen

(89) Det finnes et mangfold av sjangre, slik som dokumentarer, reality, shiny floor, faktaprogrammer, gameshow, barneprogrammer etc. Hver av disse sjangrene krever spesifikk kompetanse, know-how, budsjett og talent. Generelt har Produksjonsselskaper hovedsakelig erfaring innenfor visse sjangre, mens små og mellomstore produksjonsselskaper hovedsakelig konsentrerer seg om en eller to sjangre.

(90) Produksjon av shiny floor-innhold krever for eksempel større kapitalinvesteringer enn produksjon av for eksempel fakta- reality- eller dokumentarinnhold. Produksjonsselskaper innenfor denne sjangeren trenger (i) store studioer (eid eller leid) opprettet ad-hoc for denne typen produksjon, (ii) spesialutstyr for opptak i studio og (iii) topptalenter (på og utenfor skjermen) for å sikre innhold av høy kvalitet. I reality-programmer derimot er deltakerne vanligvis personer uten tidligere AV-eksponering (som mottar betydelig lavere honorarer – eller ingen honorarer i det hele tatt), og de spilles inn på en rekke forskjellige steder (med betydelig innsparing sammenliknet med shiny floor-studioer). Talenter utenfor skjermen vil imidlertid være viktig. Et godt eksempel på dette er naturdokumentarer, som både krever kamerafolk med kompetanse i krevende miljøer og spesialisert kamerautstyr. Som illustrasjon på dette kan nevnes, basert på nylige eksempler for Fremantle, at et "shiny floor"-program hadde en gjennomsnittskostnad per episode på mer enn [REDACTED] mens et "reality"-program hadde en gjennomsnittskostnad per episode på [REDACTED].

6.4 Etterspørselsstruktur

6.4.1 Partenes største kunder

(91) Fremantles største kunder og hver av disse kundenes andel av det totale salget fremgår av vedlegg 4.

Vedlegg 4: Fremantles største kunder

(92) NENTs største kunder og hver av disse kundenes andel av det totale salget fremgår av vedlegg 5.

Vedlegg 5: NENTs største kunder

6.4.2 Utviklingen i markedet for produksjon av AV-innhold i Norge

- (93) Utviklingsfasen for tradisjonelle "lineære" kringkastere er på et modent stadium midt i et skiftende landskap i en bransje som endres av digitalisering. Faktisk har hovedtrenden de siste årene vært økt etterspørsel (fra et lavt nivå) etter AV-innhold fra plattformer som Netflix, HBO, Viaplay og CMore. Denne veksten vil fortsette ettersom store amerikanske studioer og AVOD-plattformer tar sikte på å starte opp eller utvide i Norge (f.eks. Disney+, Amazon Prime, Apple TV).
- (94) Disse plattformene tar i økende grad sikte på å ha ikke bare internasjonale konsepter, men også lokale produksjoner med fortellinger som ligger nærmere seernes egen kultur. Det ventes derfor økende etterspørsel etter nordisk innhold, noe som vil gjøre lokale produksjonsselskaper mindre sårbare for "internasjonalisering" av innholdet. Denne utviklingen har vært raskere i de nordiske landene enn i resten av EØS. Hovedgrunnene til dette er at kabelabonnementer er forholdsvis dyre, noe plattformene har dratt nytte av, samt at kundenes smak endrer seg.
- (95) Dette kan illustreres ved Netflix' kunngjøring om at de åpner produksjonssenter i Sverige i andre halvår 2021 for å øke produksjonen av lokale originale serier (både manusbaserte og ikke-manusbaserte).³¹ Dette sentret vil fokusere på lokale originalproduksjoner over hele Norge samt i Danmark, Finland, Island og Sverige. HBO Max (som vil erstatte HBO Nordic som varemerke) har nylig sendt ut invitasjon til pitchekonkurranse for ikke-manusbasert innhold (særlig reality og fakta / høykvalitetsdokumentarer). Amazon ventes å komme inn på markedet, og Disney+ innhenter pitcher på ad hoc-basis i den hensikt å starte produksjon av lokalt innhold i løpet av 2022 (som vil bli tilgjengelig på plattformen fra og med 2023).
- (96) Det europeiske AV-landskapet er generelt preget av det sterke nærværet til store amerikanske studioer som Walt Disney og Warner Bros., som utvikler, produserer og leverer vesentlige deler av det innholdet som sendes i Europa. Markedsstyrken til disse studioene skyldes delvis at de er vertikalt integrert. Med kontroll over distribusjonen kan disse aktørene bruke betydelige ressurser på produksjon og markedsføring og redusere og/eller spre risikoen over flere AV-produksjoner.
- (97) Når det gjelder innhold, er det økende interesse for nisjeproduksjoner som tar for seg spesifikke temaer. Høykvalitetsdokumentarer har vist seg å være en lukrativ sjanger. Det er også økende etterspørsel etter lettere underholdning (inkl. reality-programmer) fra lokale SVOD-plattformer.

6.4.3 Kundepreferanser

- (98) Kundene kjøper inn ikke-manusbasert AV-innhold på grunnlag av en rekke faktorer, både pris og annet, som vist i Tabell 14 nedenfor. Når disse parametrene tas i betraktning, har andre produksjonsselskaper, herunder Banijay, Monday, Seefood og ITV, en lignende posisjon som Partene.
- (99) Forhandlingene med kundene dreier seg om ideens kreativitet til best mulig pris for kunden. Når de presenterer pitcher, vil produksjonsselskapene derfor forsøke å skvise marginene for å øke vinnersjansene.

³¹

Se pressemelding fra Netflix 28. april 2021: <https://about.netflix.com/en/news/a-new-netflix-home-in-the-nordics>.

Tabell 12 – Hovedparametre ved salg av ikke-manusbasert AV-innhold

	Ikke viktig	Relevant	Svært viktig
Pris			
Immaterielle rettigheter			
Talent (både på lufta og i produksjonsutførelse)			
Innhold i beste sendetid			
Innhold på dagtid			
Innholdsportefølje			

[Kilde: Fremantles syn angitt med "X", og NENTs syn angitt med "✓".]

6.4.4 Produktdifferensiering

- (100) Som forklart ovenfor er det en høy grad av differensiering mellom sjangrene av ikke-manusbasert (og manusbasert) AV-innhold. Partene er stort sett aktive innenfor forskjellige sjangre og er ikke hverandres nærmeste konkurrenter.

6.4.5 Kunder

- (101) Som beskrevet ovenfor i avsnitt (58) til (62) er markedet et "kjøpers marked" med et begrenset antall kjøpere (kringkastingsselskaper og online-plattformer).
- (102) Alle større kringkastingsselskaper i Norge er vertikalt integrert. Selv om noen outsourcer en stor del av produksjonen til andre selskaper i stedet for å produsere innholdet internt, kan de produsere ikke-manusbasert AV-innhold internt, og gjør det.
- (103) Generelt er det slik at jo større kringkasteren er, jo større er kapasiteten til intern produksjon, og de kan derfor fordele produksjonskostnadene over flere programmer. Uansett viser disse dataene at selv om interne produksjoner er utelatt fra det relevante markedet, er intern produksjon ikke bare en kilde til potensiell konkurranse, men innebærer også i stor grad konkurransepress i forbindelse med forhandlingene, siden større kringkastere fortsatt har muligheten til å produsere mer selv hvis de ikke er fornøyd med tilbudet fra produksjonsselskapene. Denne kilden til konkurransepress er særlig effektiv på grunn av det detaljerte innblikket i (og kontrollen over) produksjonsparametre (f.eks. kostnader) som kundene har når det gjelder produksjonene til Partene og deres konkurrenter.

6.4.6 Multi-sourcing og bytte av leverandør

- (104) Det er normalt å benytte seg av flere leverandører, og fraværet av byttekostnader gjør dette enkelt for kunden. Som beskrevet i avsnitt (60) ovenfor ligger risikoen snarere hos produksjonsselskapet.
- (105) Kundene handler hele tiden med flere produksjonsselskaper, og bytte fra et eksisterende til et nytt konsept (herunder bytte av produksjonsselskap) er ansett som "business as usual". Noen programmer blir utdatert, andre fungerer ikke slik man hadde forventet og blir derfor erstattet etter bare én sesong.

6.5 Markedsetablering

- (106) Partene opererer i et miljø i rask utvikling som gjennom teknologiske framskritt har blitt betydelig endret bare i løpet av de siste ti årene. Det er sikkert at det vil komme nye produksjonsselskaper på markedet.
- (107) Et eksempel på en nylig vellykket markedsetablering er The Oslo Company.
- (108) Etablering kan skje ved at nye lokale aktører som er sterkt ettertraktete aktører i programmer, starter sitt eget produksjonsselskap. Et eksempel på dette er Monkberry AS, der Fredrik Skavlan er deleier. Seefood er også et selskap eid av talenter i bransjen, nemlig Aleksander Herresthal, Espen Eckbo og Kristian Ødegård.
- (109) Internasjonale / regionale aktører kan også tenkes å etablere seg. Etableringer fra naboland er relativt vanlig på grunn av markedslikhetene. For eksempel har Nexiko og Monday Group ekspandert raskt i Norge (fra henholdsvis Sverige og Danmark). I Kommisjonens beslutning i *Lov Group / Banijay / ESG* er det også bemerket at *"markedet er konkurransepreget, og fortsatt er det internasjonale aktører som ikke er til stede, men som kan bestemme seg for å gå inn på markedet"*.³²
- (110) Det er også aktører utenfor Norden som er interessert i å komme inn på markedet, siden nordisk kreativitet er godt kjent, og nordiske immaterielle rettigheter er anerkjent verden over. Etableringen av Beta Film, et tysk produksjons- og distribusjonsselskap, i Sverige er et nylig eksempel på dette.

6.6 Faktorer som har betydning for etablering i markedet

- (111) I sin kjerne er AV-innholdsbransjen avhengig av hvor relevant og attraktivt innholdet er. Vellykket nyetablering, dvs. evnen til vellykket salg av AV-innhold, avhenger hovedsakelig av kundene, og i siste instans seerne, og deres smak og preferanser. Dette krever et overbevisende forslag som tilfredsstiller seernes vekslende preferanser.
- (112) Det foreligger ingen hindringer slik som juridiske eller regulatoriske hindringer, hindringer som følge av prosedyrer for produktsertifisering, begrensninger på grunn av eksisterende patenter e.l. som kan hindre nye etableringer.

6.7 Forskning og utvikling

- (113) Produksjonsselskapenes forretningsmodell krever generelt betydelige investeringer på et tidlig stadium i en (potensiell) produksjonsprosess. Den viktigste utviklingen av et nytt konsept skjer for produksjonsselskapets regning, og det er bare noen få av ideene som til slutt resulterer i salg. Som en følge av dette investerer produksjonsselskapene mye tid og penger i prosjekter som aldri gir noen inntekt. Overskuddet kommer ofte sent i prosessen, noe som innebærer en betydelig risiko for produksjonsselskapet.

6.8 Samarbeidsavtaler

- (114) Partene er ikke kjent med noen samarbeidsavtaler i markedet.

6.9 Bransjeorganisasjoner

- (115) Fremantle er medlem av Produsentforeningen (en del av Virke).

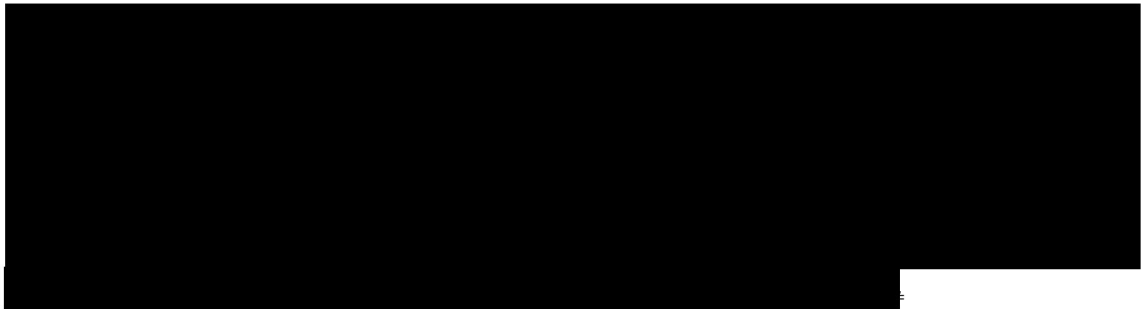
³²

Lov Group / Banijay / ESG, avsn. 241.

7 **EFFEKTIVITETSGEVINSTER**

(116) Partene vil ikke på dette stadiet gå nærmere inn på mulige effektivitetsgevinster, men forbeholder seg retten til å presentere slike argumenter på et senere stadium hvis det anses nødvendig.

(117)



8 **KONFIDENSIALITET**

(118) Denne meldingen med vedlegg inneholder opplysninger som utgjør forretningshemmeligheter og som må behandles konfidensielt. Forretningshemmeligheter er i teksten merket med dobbel understrekning.

(119) En nærmere begrunnelse for hemmelighold er inntatt i Vedlegg 6.

Vedlegg 6: Begrunnelse for hemmelighold

Oslo, 12. august 2021

Elisabeth Torkildsen

Elisabeth Torkildsen
Advokatfullmektig