NN 17/2022 (7.2.2022.), Rješenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja klasa: UP/I-034-03/20-01/019, urbroj: 580-10/76-2022-148 od 30. prosinca 2021.

AGENCIJA ZA ZAŠTITU TRŽIŠNOG NATJECANJA

178

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja na temelju članka 30. točke 2., članka 31. i članka 58. stavka 1. točke 1. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (»Narodne novine«, br. 79/09, 80/13 i 41/21), u upravnom postupku utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja sklapanjem zabranjenog sporazuma, pokrenutom po službenoj dužnosti protiv poduzetnika Spinnaker distribucija d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Slavonska avenija 24/6, zastupanog po opunomoćeniku I. M., odvjetniku iz Z., na temelju odluke Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja u sastavu: dr. sc. Mirta Kapural, dipl.iur., predsjednica Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja, Vesna Patrlj, dipl. iur., zamjenica predsjednice Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja, mr. sc. Ljiljana Pavlic i Denis Matić, dipl. iur., članovi Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja, sa sjednice 47/2021., održane 30. prosinca 2021., donosi

RJEŠENJE

I. Utvrđuje se da je poduzetnik Spinnaker distribucija d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Slavonska avenija 24/6, narušio tržišno natjecanje na mjerodavnom tržištu distribucije akcijskih sportskih *point of view* kamera na teritoriju Republike Hrvatske sklapanjem tipskog Ugovora o selektivnoj distribuciji na vrijeme trajanja od 1. travnja 2018. do 31. ožujka 2019. sa 10 (deset) ovlaštenih trgovaca na malo: […], […], […], […], […], […], […], […], […] i […], koji je zabranjeni sporazum u smislu članka 8. stavka 1. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (»Narodne novine«, br. 79/09, 80/13 i 41/21), jer je navedeni Ugovor o selektivnoj distribuciji sadržavao odredbe koje predstavljaju teško ograničenje tržišnog natjecanja s obzirom na cilj (ograničavanje međusobne opskrbe između distributera unutar sustava selektivne distribucije), u smislu članka 9. stavka 1. točke d) Uredbe o skupnom izuzeću vertikalnih sporazuma između poduzetnika (»Narodne novine«, broj 37/11), koje glase:

a) odredba članka 5. točke a):

»[…]«

b) odredba članka 6. točke b):

»[…]«

II. Zabranjuje se poduzetniku Spinnaker distribucija d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Slavonska avenija 24/6, svako daljnje postupanje opisano u točki I. izreke ovog rješenja, kako u odnosu na trgovce na malo navedene u točki I. izreke ovog rješenja tako i u odnosu na sve ostale ovlaštene trgovce na malo proizvoda robne marke GoPro.

III. Odredbe iz točke I. izreke ovog rješenja koje predstavljaju zabranjeni sporazum u smislu članka 8. stavka 1., *ex lege* su ništetne u smislu članka 8. stavka 4. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (»Narodne novine«, br. 79/09, 80/13 i 41/21).

IV. Poduzetniku Spinnaker distribucija d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Slavonska avenija.

Rok izvršenja: 15 (petnaest) dana od dana pravomoćnosti ovog rješenja, uračunavajući u iznos novčane kazne i zakonske zatezne kamate od dana pravomoćnosti rješenja do dana plaćanja.

V. Ovo rješenje bit će objavljeno u »Narodnim novinama« i na internetskoj stranici Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja.

Obrazloženje

1. Pokretanje postupka

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu: AZTN) je zaključkom klasa: UP/I 034-03/20-01/019, urbroj: 580-10/76-2020-002, od 17. rujna 2020., po službenoj dužnosti, pokrenula postupak protiv poduzetnika Spinnaker distribucija d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu, Slavonska avenija 24/6 (dalje u tekstu: Spinnaker i/ili stranka), kao ekskluzivnog uvoznika i distributera kamera za aktivne sportove te dodatne opreme robne marke GoPro®, vezano uz njegove poslovne odnose s poduzetnicima na mjerodavnom tržištu distribucije akcijskih sportskih *point of view* kamera na teritoriju Republike

Hrvatske, zbog postojanja indicija da je u razdoblju od 2016. godine nadalje sklopio zabranjeni sporazum u smislu članka 8. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (»Narodne novine«, br. 79/09, 80/13 i 41/21; dalje u tekstu: ZZTN) i/ili zlouporabio vladajući položaj na mjerodavnom tržištu u smislu članka 13. ZZTN-a.

Cilj predmetnog postupka bio je utvrditi je li Spinnaker ograničio svoje kupce/distributere u slobodnom određivanju prodajne cijene tih proizvoda na način da kroz preporučenu cijenu određuje cijenu po kojoj će ovlašteni distributeri prodavati njegove proizvode tj. je li riječ o fiksnim prodajnim cijenama na čije pridržavanje navedeni dobavljač obvezuje svoje distributere, kao i utvrditi ograničava li rečeni poduzetnik međusobnu opskrbu između distributera unutar sustava selektivne distribucije, što bi moglo predstavljati povredu članka 8. ZZTN-a. Također, u postupku je bilo potrebno utvrditi uskraćuje li Spinnaker, kao poduzetnik u vladajućem položaju, koristeći diskreciju odlučivanja o izboru poslovnog partnera, podnositelju inicijative i/ili drugim zainteresiranim poduzetnicima pristup distribucijskoj mreži proizvoda, što bi moglo predstavljati odbijanje suradnje i povredu članka 13. ZZTN-a.

Povod za pokretanje predmetnog postupka bila je inicijativu poduzetnika Sultan d.o.o., sa sjedištem Zagrebu, Dugi dol 46 (dalje u tekstu: Sultan i/ili podnositelj inicijative) u smislu članka 37. ZZTN-a, koju je AZTN zaprimio 30. srpnja 2020. Pritom valja naglasiti kako je AZTN došao do spoznaje da je nad podnositeljem inicijative rješenjem Trgovačkog suda u Zagrebu br. St-186/20-25 od 9. ožujka 2021. otvoren i zatvoren stečaj, te je naloženo njegovo brisanje iz sudskog registra, a koje rješenje je postalo pravomoćno 15. travnja 2021. Pravomoćnim okončanjem stečajnog postupka podnositelj inicijative prestao je postojati te je rješenjem Trgovačkog suda u Zagrebu br. Tt-21/51495-1 od 15. studenog 2021. upisano brisanje rečenog poduzetnika iz sudskog registra. Stoga se, unatoč aktivnim radnjama od strane dotadašnjih opunomoćenika Sultana, a budući da AZTN ne raspolaže ovlaštenjem stečajnog upravitelja kao isključivog zakonskog zastupnika poduzetnika u stečaju, očitovanja podnositelja inicijative zaprimljena u AZTN-u nakon 9. ožujka 2021. nisu uzela u razmatranje.

1.1. Nenajavljena pretraga

Sukladno članku 42. stavku 1. ZZTN-a, AZTN je na temelju naloga Visokog upravnog suda Republike Hrvatske pod poslovnim brojem: UrII-218/20-2, od 7. listopada 2020., dana 14. i 15. listopada 2020. proveo nenajavljenu pretragu poslovnih prostorija poduzetnika Spinnaker, a kojom prilikom je istome uručen zaključak o pokretanju postupka od 17. rujna 2020., kao i, po provedenoj pretrazi, zapisnik o provođenju nenajavljene pretrage zajedno s 9 (devet) priloga koji čine sastavni dio tog zapisnika.

2. Stranka u postupku

Spinnaker distribucija d.o.o. za usluge, sa sjedištem u Zagrebu, Slavonska avenija 24/6, upisan je u registar Trgovačkog suda u Zagrebu pod matičnim brojem subjekta upisa: 081020308.

Osnovan je 2. ožujka 2016., a registriran u sudskom registru nadležnog suda 15. ožujka 2016. Jedini osnivač i imatelj 100 posto udjela u temeljnom kapitalu jest društvo Spinnaker NT distribucija d.o.o., sa sjedištem u Sloveniji, Ljubljana, Letališka cesta 29 B. Krajnje je matično društvo Comtrade Group B.V., registrirano u Nizozemskoj. Društvo zastupa pojedinačno i samostalno Velibor Vukosav, direktor. Stranka nema registrirane podružnice u Republici Hrvatskoj.

Spinnaker je registriran za obavljanje niza djelatnosti, pri čemu je u financijskom izvješću za 2019. godinu za tog poduzetnika naznačeno kako, prema NKD-u, obavlja trgovinu na veliko elektroničkim i telekomunikacijskim dijelovima i opremom.

3. Primijenjeni propisi i poredbena praksa

AZTN je u provedbi predmetnog upravnog postupka primijenio odredbe ZZTN-a, Uredbe o skupnom izuzeću vertikalnih sporazuma između poduzetnika (»Narodne novine«, br. 37/11.; dalje u tekstu: Uredba o vertikalnim sporazumima), Uredbe o načinu utvrđivanja mjerodavnog tržišta (»Narodne novine«, br. 9/11; dalje u tekstu: Uredba o mjerodavnom tržištu) te Uredbe o sporazumima male vrijednosti (»Narodne novine«, br. 9/11; dalje u tekstu: Uredba o sporazumima male vrijednosti).

AZTN je prilikom izricanja novčanih kazni strankama i određivanja njihove visine primijenio odredbe Uredbe o kriterijima za izricanje upravno-kaznene mjere (»Narodne novine«, br. 129/10. i 23/15., dalje u tekstu: Uredba o kriterijima za izricanje upravno-kaznene mjere) zamijenivši riječi »upravno-kaznena mjera« u određenom broju i padežu s riječima »novčana kazna«.

U dijelu kojim se uređuju pitanja provedbe postupka pred AZTN-om koji nije propisan odredbama ZZTN-a, kao posebnog zakona, AZTN je primijenio odredbe zakona kojim se uređuje opći upravni postupak u smislu članka 35. stavka 1. ZZTN-a i članka 3. stavka 1. Zakona o općem upravnom postupku (»Narodne novine«, broj: 47/09; dalje u tekstu: ZUP).

Također, AZTN je u ovom postupku na odgovarajući način primjenjivao kriterije iz pravne stečevine Europske unije (dalje u tekstu: EU), koja služi kao interpretativni instrument za primjenu odredbi ZZTN-a, a osobito u slučaju pravnih praznina ili dvojbi pri tumačenju propisa, u skladu s člankom 1. Ugovora o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji (»Narodne novine – Međunarodni ugovori«, br. 2/12), a kako je to propisano člankom 74. ZZTN-a.

Sukladno navedenom, cjelokupna pravna stečevina Europske unije (acquis *communautaire)* koju čini primarno i sekundarno zakonodavstvo Europske unije, ali i sudska praksa, prvenstveno praksa Suda EU, važan je interpretativni instrument za primjenu hrvatskih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja u slučaju pravnih praznina ili dvojbi u tumačenju tih propisa.

Stoga je AZTN, tijekom postupka i prilikom izrade pravne i ekonomske analize u ovom predmetu, izvršio uvid u kriterije iz pravne stečevine EU-a, i to u:

– Uredbu Komisije (EU) br. 330/2010 od 20. travnja 2010. o primjeni članka 101. stavka 3. Ugovora o funkcioniranju Europske Unije na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađena djelovanja (Službeni list L 102, 23. travnja 2010.; dalje u tekstu: Uredba Komisije),

– Obavijest Komisije – Smjernice o vertikalnim ograničenjima (Tekst od važnosti za EGP, Službeni list C 130, 19. svibnja 2010.; dalje u tekstu: Smjernice o vertikalnim ograničenjima),

– Priopćenje Komisije – Obavijest – Smjernice za primjenu članka 81. stavka 3. Ugovora (Službeni list C 101, 27. travnja 2004.; dalje u tekstu: Priopćenje Komisije).

Svi navedeni dokumenti dostupni su na mrežnim stranicama https://eur-lex.europa.eu/.

U skladu s navedenim, AZTN je izvršio uvid i u primjere iz pravne stečevine EU-a, i to u sljedeće presude Suda Europske unije i Općeg suda:

• Presuda Suda EU od 1. veljače 1978. u predmetu Miller International Schallplatten GmbH protiv Komisije Europskih zajednica, C-19/77, ECLI:EU:C:1978:19, paragrafi 6. i 7. (dalje u tekstu: Miller);

• Presuda Suda EU od 11. srpnja 1989. u predmetu SC Belasco i ostali protiv Komisije Europskih zajednica, C-246/86, ECLI:EU:C:1989:301, paragraf 41. (dalje u tekstu: Belasco);

• Presuda Suda EU od 23. travnja 1991., u predmetu Klaus Höfner and Fritz Elser protiv Macrotron GmbH, C-41/90, ECLI:EU:C:1991:161, paragraf 21.(dalje u tekstu: Höfner);

• Presuda Općeg suda od 10. ožujka 1992. u spojenim predmetima Societa Italiana Vetro SpA, Fabbrica Pisana SpA i PPG Vernante Pennitalia SpA protiv Komisije Europskih zajednica, T-68/89, T-77/89 i T-78/89, ECLI:EU:T:1992:38, paragraf 357. (dalje u tekstu: SIV);

• Presuda Općeg suda od 7. srpnja 1994. u predmetu Dunlop Slazenger protiv Komisije, T-43/92, EU:T:1994:79, paragraf 52. (dalje u tekstu: Dunlop Slazenger)

• Presuda Suda EU od 26. studenog 1998. u predmetu Oscar Bronner GmbH & Co. KG protiv Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag GmbH & co. KG, Mediaprint Zeitungsvertriebsgesellschaft mbH & Co. KG,C-7/97, ECLI.EU:C:1998:569, paragrafi 24., 25., 32., 33., 37., 38., 41. (dalje u tekstu: Oscar Bronner);

• Presuda Suda EU od 8. srpnja 1999. u predmetu Komisija Europskih zajednica protiv Anic Partecipazioni SpA, C-49/92 P, ECLI:EU:C:1999:356, paragraf 131. – 133. (dalje u tekstu: Anic);

• Presuda Suda EU od 11. rujna 2014. u predmetu Groupement des cartes bancaires (CB) protiv Europske komisije, C-67/13 P, ECLI:EU:C:2014:2204, paragrafi 48. – 51. (dalje u tekstu: Groupement des cartes bancaires);

• Presuda Suda EU od 11. rujna 2014. u predmetu CB protiv Komisije, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, paragraf 49. (dalje u tekstu: CB);

• Presuda Suda EU od 19. ožujka 2015 u predmetu Dole Food i Dole Fresh Fruit Europe protiv Komisije, C-286/13 P, EU:C:2015:184, paragraf 113. (dalje u tekstu: Dole Food).

Navedene su presude dostupne na mrežnim stranicama http://eur-lex.europa.eu i http://curia.europa.eu.

Također, izvršen je uvid u odluku Europske komisije u predmetu COMP/37.975 PO/Yamaha od 16. srpnja 2003., paragraf 129. (dalje u tekstu: Yamaha). Predmetna odluka dostupna je na mrežnoj stranici http://ec.europa.eu/competition.

U konkretnom slučaju nije riječ o posebno reguliranoj djelatnosti, budući da mjerodavno tržište distribucije akcijskih sportskih POV kamera u Republici Hrvatskoj nije uređeno posebnim zakonima.

4. Mjerodavno tržište

Sukladno odredbi članka 7. ZZTN-a, mjerodavno tržište određuje se kao tržište određene robe i/ili usluga koje su predmet obavljanja djelatnosti poduzetnika na određenom zemljopisnom području.

Sukladno članku 3. stavku 2. Uredbe o mjerodavnom tržištu, svrha utvrđivanja mjerodavnog tržišta određivanje je robe i/ili usluga s kojima se poduzetnici tržišno natječu te zemljopisnog područja na kojem se natječu.

Mjerodavno tržište, sukladno odredbi članka 4. stavka 1. Uredbe o mjerodavnom tržištu, utvrđuje se na način da se utvrdi njegova proizvodna dimenzija (mjerodavno tržište u proizvodnom smislu) i zemljopisna dimenzija (mjerodavno tržište u zemljopisnom smislu).

4.1. Mjerodavno tržište u proizvodnom smislu

Sukladno članku 5. Uredbe o mjerodavnom tržištu, mjerodavno tržište u proizvodnom smislu obuhvaća sve proizvode za koje potrošači smatraju da su međusobno zamjenjivi s obzirom na njihove bitne značajke, cijenu ili način uporabe, odnosno navike potrošača.

U konkretnom predmetu AZTN je promatrao dvije razine međusobno povezanih tržišta, i to:

a) Uzlazno tržište distribucije akcijskih sportskih kamera iz prvog plana (eng. *point of view;* dalje u tekstu: tržište distribucije akcijskih sportskih kamera), i

b) Silazno tržište maloprodaje šireg spektra informacijske tehnologije i elektroničke opreme, uređaja, sportske opreme i dodataka (dalje u tekstu: tržište maloprodaje IT i elektroničke opreme).

Pojam akcijske sportske kamere iz prvog plana označava digitalne kamere koje se koriste za snimanje primarno raznih sportskih, a zatim i rekreativnih aktivnosti na otvorenom. Predmetne kamere su primarno namijenjene sportašima i avanturistima koji žele snimiti svoje aktivnosti, te su dizajnirane upravo za takve aktivnosti, zbog čega moraju ispunjavati neke osnovne zahtjeve. Dakle, osnovna svrha takvih kamera je da korisnik snimi sve aktivnosti u kojima osobno sudjeluje (skijanje, vožnja bicikla, motocikla, surfanje i slično) iz vlastite perspektive, tj. iz prvog plana (point *of view),* s tim da može snimati i sebe (tzv. *selfie)* tijekom određene aktivnosti.

Dakle, razvidno je da takve kamere ne smiju biti prevelike niti preteške kako bi se mogle montirati na spomenuti način. Naime, predmetne kamere se moraju moći montirati direktno na korisnika (na glavu, na prsa i slično) ili na prijevozno sredstvo koje koristi prilikom takve aktivnosti (npr. bicikl, automobil, motor itd.). Iz tog razloga su akcijske sportske kamere male i lagane, te su jednostavne za montažu, za što koriste razne dodatke dizajnirane za takve kamere koji osiguravaju kvalitetnu i sigurnu montažu.

Interakcija korisnika s akcijskim sportskim kamerama prilikom uporabe mora biti minimalna, jer je korisnik tijekom sportskih aktivnosti u pravilu u pokretu cijelo vrijeme, pri čemu mu pozornost ne može biti usmjerena na upravljanje samom kamerom tijekom tih aktivnosti. Nastavno, akcijske sportske kamere, s obzirom da se koriste u pokretu i raznim vremenskim uvjetima, moraju biti otporne na vlagu, vodu, udarce i slično, te se moraju moći koristiti i ispod vode, za ronilačke aktivnosti.

No najvažnije značajke akcijskih sportskih kamera su stabilizacija slike tijekom snimanja i broj snimljenih sličica u sekundi (eng. *frame rate per second ili fps;* dalje u tekstu: fps). Stabilnost slike, odnosno videa tijekom snimanja je bitna iz razloga što je korisnik akcijske sportske kamere u kontinuiranom pokretu te je stoga važno da snimljena slika bude stabilna. Na taj se način izbjegava dobivanje videa koji se prilikom pregleda konstantno »trese« zbog kretanja korisnika kamere. Primjerice, jedna od značajki kojom se najnovija GoPro Hero 9 kamera ističe je vrhunska tehnologija stabilizacije slike, tzv. Hypersmooth 3.0 (https://www.mall.hr/sportske-kamere/gopro-hero-9-black-sportska-kamera). Korisnicima akcijskih sportskih kamera je neophodno da im je snimka određene aktivnosti stabilna prilikom kasnijeg pregledavanja, objavljivanja ili za druge svrhe, u suprotnom bi mogli koristiti bilo koji uređaj za snimanje videa.

Druga najvažnija značajka akcijskih sportskih kamera je broj snimljenih sličica u sekundi, tzv fps. Naime, korisnici koji žele snimiti neke sportske aktivnosti u kojima sudjeluju su u pravilu u brzom kretanju (vožnja bicikla, skijanje, skok s padobranom i slično). Visoki fps omogućava da se snimanjem neke aktivnosti snimi što više slika u sekundi kako bi se omogućilo naknadno pregledavanjem usporene snimke. Što je veći fps video reprodukcija će biti glađa. U suštini, kako bi se uopće snimile scene brze akcije, čemu primarno i služe akcijske sportske kamere, poželjno je imati što veći fps, odnosno broj sličica u sekundi. Najnovija GoPro Hero 9 kamera primjerice omogućava snimanje i do 240 fps (https://gopro.com/en/us/shop/hero9-black/tech-specs?pid=CHDHX-901-master), tj. sličica po sekundi što je zaista veliki broj fps.

Poduzetnik Spinnaker u svom odgovoru na Zaključak o pokretanju postupka od 16. prosinca 2020., u bitnome, navodi kako bi AZTN u uzlaznom mjerodavnom tržištu trebao uključiti i kompaktne fotoaparate te pametne mobilne uređaje. Vezano uz navedeno, AZTN je od poduzetnika koji djeluju na silaznom mjerodavnom tržištu između ostalog zatražio i očitovanje o tome koji proizvodi, sukladno njihovom mišljenju i iskustvu, po svojim bitnim karakteristikama mogu predstavljati supstitute akcijskim sportskim kamerama iz perspektive krajnjeg potrošača. U tu svrhu AZTN je zatražio očitovanje od ukupno 24 poduzetnika ([…], […]).

Sedam (7) poduzetnika navodi kako nemaju nikakvih saznanja o mogućim supstitutima, sedam (7) poduzetnika smatra kako ne postoje supstituti za akcijske sportske kamere radi njihovih specifičnih obilježja, devet (9) poduzetnika smatra kako su pametni mobilni telefoni, u pravilu moderniji, supstitut akcijskim sportskim kamerama. Jedan od njih, […], smatra kako su to samo pametni mobilni telefoni s kvalitetnom stabilizacijom slike. I konačno, samo jedan poduzetnik smatra kako su, uz pametne mobilne telefone, i kompaktni fotoaparati supstitut akcijskim sportskim kamerama.

Prilikom analize zamjenjivosti ostalih proizvoda s akcijskim sportskim kamera, istu je potrebno razmatrati iz perspektive krajnjeg korisnika čija je osnovna namjena kupnja kamere primarno za snimanje, te fotografiranje sportskih i rekreativnih aktivnosti, a koja će im naknadno omogućiti kasnije objavljivanje videa/fotografija, te prijenos uživo, što je u današnje digitalno doba *blogera, youtubera* i *influencera* bitna značajka. Preciznije, potrebno je analizirati koji su potencijalni supstituti akcijskim sportskim kamerama iz perspektive krajnjeg korisnika, uzevši u obzir njihove bitne značajke.

Naime, Spinnaker u odgovoru na Zaključak o pokretanju postupka citira dvije analize, *History and evolution of action cameras* (dalje u tekstu: History analiza) i *Ride the Wave Series 12 Going Pro: Gopro Case Study* (dostupna na https://www.planmarketsell.com/ride-the wave-series-12/; dalje u tekstu: Ride the Wave analiza), koje se odnose na akcijske sportske kamere, te između ostalog smatra kako je tržište akcijskih sportskih kamera za sportaše umjetno kreirana niša.

Čak i da je zaista riječ o umjetno kreiranom tržištu, ne znači kako tržište akcijskih kamera ne postoji. Naime, i iz predmetnih analiza, pa i samog naslova History analize proizlazi kako akcijske kamere nisu izmišljen već upravo stvaran i od korisnika globalno prepoznat proizvod, različit od drugih vrsta kamera. Navedeno je razvidno i iz History analize, gdje je između ostalog navedeno, cit.: *»Danas tržište akcijskih kamera cvjeta. Postoje stotine marki koje se natječu....GoPro je još uvijek vodeći u industriji, ali veliki igrači, Sony i Polaroid, također su ušli u natjecateljsku utrku.«* Dakle neosporno je kako postoji zasebno tržište akcijskih sportskih kamera prepoznato kako od potrošača tako i od proizvođača, gdje je GoPro i dalje tržišni lider i najprepoznatljiviji *brand.*

Analizirajući mrežne stranice poduzetnika u Hrvatskoj koji djeluju na silaznom tržištu (poput poduzetnika Links, Sancta domenica, Instar informatika, Harvey Norman) razvidno je kako u izborniku proizvoda koje nude imaju zasebnu kategoriju proizvoda pod nazivom »akcijske kamere« ili »sportske kamere«, gdje se upravo prodaju akcijske sportske kamere kako ih promatra AZTN. Naravno, to ne znači kako drugi uređaji ne mogu po svojim bitnim značajkama biti supstitut akcijskim sportskim kamerama, ali jasno ukazuje da postoji tržište akcijskih sportskih kamera.

Što se tiče Ride the Wave analize primarno treba istaknuti kako je predmetna analiza evolucije GoPro kamere rađena iz perspektive *surfera,* te je naglasak navedene analize, iz perspektive autora, na širenju tržišta GoPro proizvoda iz tzv. sportske niše tržišta, što i je primarno tržište i namjena GoPro i drugih akcijskih kamera, na tržište »običnih« korisnika za svakodnevne aktivnosti. Ponovno treba naglasiti kako ni navedena analiza ne negira postojanje posebne ponude i potražnje akcijskih sportskih kamera. Akcijske sportske kamere su prepoznate kao takve i primarna namjena im zaista i jest snimanje sportskih i rekreativnih aktivnosti zbog čega trebaju posjedovati određene, prethodno navedene karakteristike.

U prilog navedenome govori i istraživanje KBV Research (dostupno na https://www.kbvresearch.com/action-camera-market/) koji navodi Spinnaker u odgovoru na zaključak o pokretanju postupka od 16. prosinca 2020.., gdje je između ostalog navedeno i sljedeće, cit.:

»Akcijska kamera je prjenosnija od point and shoot modela ili DSLR. Mogu se postaviti bilo gdje, od kontrolne ploče do podvodne, a također se mogu koristiti za snimanje video zapisa i fotografija visoke kvalitete. Mnoge akcijske kamere sposobne su snimati visokokvalitetne 4k videozapise bez ikakvih poteškoća. Također mogu snimiti izvrsne fotografije, zbog svojih velikih senzora, koje se mogu trenutno prenijeti na pametni telefon putem WiFi-ja. Akcijske kamere sve se više koriste za snimanje radnji i avantura surfanja, skateboardinga, skijanja, penjanja, padobranstva, biciklističkih utrka, biciklizma i drugih sportova, čime se podupire rast sportskog segmenta.«

Dakle, iz navedenog sažetka istraživanja KBV Research razvidno je, ne samo kako postoji zasebno tržište akcijskih sportskih kamera, već i kako se očekuje rast predmetnog tržišta u nadolazećem razdoblju (sa oko 3 milijarde USD vrijednosti prodaje akcijskih sportskih kamera u 2019. godini na oko 8,9 milijardi USD u 2025. godini). Iz istraživanja KBV Research proizlazi kako je glavni uzrok predviđenog rasta predmetnog tržišta povećana upotreba akcijskih sportskih kamera u snimanju aktivnih sportova i aktivnosti, jer akcijske sportske kamere lakše podnose teže klimatske uvjete tijekom aktivnosti poput penjanja, bicikliranja, *snowboardinga, trekkinga* i skijanja. I kao što istraživanje KBV Research zaključuje, akcijske sportske kamere se u sve većoj mjeri koriste radi snimanja akcije i avantura tijekom surfanja, *skateboardinga,* skijanja, penjanja, ronjenja, utrkivanja biciklima i drugih sportova, potičući time rast sportskog segmenta.

Uzevši sve navedeno u obzir trebalo bi biti nesporno kako je tržište akcijskih sportskih kamera stvarno, a ne umjetno kreirano tržište, te tržište koje je prepoznato od strane potrošača i što je još važnije od strane proizvođača, te čiji se daljnji rast i značajan utjecaj u sportskom i rekreativnom segmentu može i nadalje očekivati.