ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 3ης Μαΐου 2005

με την οποία πράξη συγκέντρωσης κηρύσσεται συμβιβάσιμη με την κοινή αγορά και τη λειτουργία της συμφωνίας για τον ευρωπαϊκό οικονομικό χώρο

(Υπόθεση COMP/M.3178 — Bertelsmann/Springer/JV)

[κοινοποιηθείσα υπό τον αριθμό E(2005) 1368]

(Το κείμενο στην αγγλική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό)

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2006/171/ΕΚ)

Στις 3 Μαΐου 2005, η Επιτροπή εξέδωσε απόφαση σχετικά με συγκέντρωση στο πλαίσιο του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004, της 20ής Ιανουαρίου 2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων επιχειρήσεων [1], και ιδίως το άρθρο 8 παράγραφος 1. Μία μη εμπιστευτική έκδοση του πλήρους κειμένου της απόφασης στη γλώσσα του πρωτοτύπου της υπόθεσης και στις γλώσσες εργασίας της Επιτροπής βρίσκεται στον δικτυακό τόπο της ΓΔ Ανταγωνισμού στην ακόλουθη διεύθυνση: http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

(1) Στις 4 Νοεμβρίου 2004, η Επιτροπή έλαβε κοινοποίηση βάσει του άρθρου 4 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου (κανονισμός για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων) προτεινόμενης συγκέντρωσης με την οποία οι γερμανικές επιχειρήσεις Bertelsmann AG («Bertelsmann»), η υπό τον αποκλειστικό έλεγχό της θυγατρική της Gruner+Jahr AG & Co. KG («G+J»), και η Axel Springer AG («Springer»), αποκτούν κοινό έλεγχο της γερμανικής επιχείρησης NewCo («NewCo») με την αγορά μετοχών νεοσύστατης εταιρίας που αποτελεί κοινή επιχείρηση. Η Bertelsmann (και η G+J) και η Springer αναφέρονται από κοινού ως «τα μέρη».

(2) Στις 29 Νοεμβρίου 2004, η αρμόδια γερμανική αρχή για τον ανταγωνισμό, η Bundeskartellamt, ενημέρωσε την Επιτροπή ότι η προτεινόμενη συγκέντρωση είναι πιθανόν να επηρεάσει ουσιωδώς τον ανταγωνισμό, είτε στη γερμανική αγορά για την εκτύπωση με βαθυτυπία, είτε, εναλλακτικά στη γερμανική αγορά εντύπων, ιδίως των περιοδικών.

(3) Με απόφαση της 23ης Δεκεμβρίου 2004, η Επιτροπή θεώρησε ότι η κοινοποιηθείσα πράξη δημιουργούσε σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη συμβιβασιμότητά της με την κοινή αγορά και τη λειτουργία της συμφωνίας για τον ΕΟΧ. Συνεπώς, η Επιτροπή κίνησε τις διαδικασίες για την υπόθεση αυτή βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο γ) του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων και αποφάσισε ότι, βάσει του άρθρου 9 παράγραφος 3 στοιχείο α) του ίδιου κανονισμού, θα ασχοληθεί με τις πτυχές που υπογράμμισε η αρμόδια γερμανική αρχή για τον ανταγωνισμό.

(4) Η Bertelsmann αποτελεί μία διεθνή εταιρεία ΜΜΕ. Οι εκτυπωτικές της δραστηριότητες συγκεντρώνονται στη θυγατρική της Arvato AG («Arvato»), που ελέγχει την επιχείρηση εκτύπωσης με βαθυτυπία maul-belser στη Νυρεμβέργη, την επιχείρηση εκτύπωσης με κυλινδροχαλκογραφία Mohn Media στο Guetersloh και διάφορους άλλους τυπογράφους στην Ευρώπη, όπως την επιχείρηση εκτύπωσης με βαθυτυπία Eurogravure SpA στην Ιταλία και Eurohueco SA στην Ισπανία. Επιπλέον, η Arvato σχεδιάζει να δημιουργήσει μία νέα εγκατάσταση εκτύπωσης με βαθυτυπία στο Λίβερπουλ (ΗΒ) εντός των δύο επόμενων ετών. Ακόμη, η εκτυπωτική επιχείρηση G+J, που ελέγχεται αποκλειστικά από την Bertelsmann που δραστηριοποιείται στην έκδοση, εκτύπωση και διανομή εφημερίδων και περιοδικών, έχει δύο εγκαταστάσεις εκτύπωσης με βαθυτυπία στη Γερμανία, στο Itzehoe (κοντά στο Αμβούργο) και τη Δρέσδη.

(5) Η Springer δραστηριοποιείται στην έκδοση, εκτύπωση και διανομή εφημερίδων και περιοδικών, και κατέχει μετοχές σε ραδιοτηλεοπτικούς φορείς. Η Springer λειτουργεί δύο εγκαταστάσεις εκτύπωσης με βαθυτυπία στη Γερμανία, στο Ahrensburg, (κοντά στο Αμβούργο) και το Darmstadt. Λειτουργεί επίσης τρεις εγκαταστάσεις εκτύπωσης με κυλινδροχαλκογραφία που εκτυπώνουν αποκλειστικά εφημερίδες.

(6) Η συγκέντρωση συνίσταται στην εισφορά στη NewCo από την Arvato, την G+J και τη Springer πέντε γερμανικών εγκαταστάσεων εκτύπωσης με βαθυτυπία και της σχεδιαζόμενης εγκατάστασης με βαθυτυπία της Arvato στο Ηνωμένο Βασίλειο. Μετά την πράξη, η Bertelsmann και η G+J θα κατέχουν η κάθε μία 37,45 % της NewCo και η Springer θα κατέχει το υπόλοιπο 25,1 %, με δικαίωμα βέτο για τις στρατηγικές αποφάσεις. Η NewCo αποτελεί μία κοινή επιχείρηση και ελέγχεται από κοινού από την Bertelsmann και την Springer.

(7) Η συμβουλευτική επιτροπή για τις συγκεντρώσεις, στην 131η συνεδρίασή της 22ας Απριλίου 2005, ενέκρινε κατά πλειοψηφία την πρόταση της Επιτροπής για την έγκριση της πράξης [2].

(8) Ο σύμβουλος ακροάσεων, στην έκθεσή του, της 27ης Απριλίου 2005, είχε την άποψη ότι τηρήθηκε το δικαίωμα των μερών για ακρόαση [3].

[1] ΕΕ L 24 της 29.1.2004, σ. 1.

[2] ΕΕ C 52 της 2.3.2006, σ. 2.

[3] ΕΕ C 52 της 2.3.2006, σ. 3.

I. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Σχετικές αγορές προϊόντων

(9) Σε ότι αφορά τις σχετικές αγορές προϊόντων, οι έρευνες αγοράς της Επιτροπής επικεντρώθηκαν στο αν και σε ποιο βαθμό η βαθυτυπία και η κυλινδροχαλκογραφία αποτελούν υποκαταστάσιμες τεχνικές και αν οι διάφορες εκτυπωτικές εφαρμογές, δηλαδή τα περιοδικά, οι κατάλογοι και οι διαφημίσεις αποτελούν διαφορετικές αγορές προϊόντων.

(10) Η έρευνα αγοράς έδειξε ότι η εκτύπωση με βαθυτυπία δεν μπορεί γενικά να υποκατασταθεί από την εκτύπωση με κυλινδροχαλκογραφία. Η εκτύπωση με βαθυτυπία χρησιμοποιείται κυρίως για εντολές εκτύπωσης μεγάλου όγκου, δηλαδή εντολές με μεγάλο αριθμό αντιγράφων και σελίδων ενώ η χρήση της μεθόδου κυλινδροχαλκογραφίας περιορίζεται σε μικρότερους όγκους. Το κόστος της διαδικασίας εκτύπωσης διαφέρει σημαντικά για την κυλινδροχαλκογραφία και τη βαθυτυπία ανάλογα με τον όγκο μιας εντολής εκτύπωσης. Ενώ οι εκτυπωτές βαθυτυπίας χαρακτηρίζονται από συγκριτικά υψηλότερο σταθερό κόστος, έχουν μεγαλύτερη παραγωγική ικανότητα και υψηλότερες επιδόσεις και συνεπώς μπορούν να επεξεργαστούν μεγαλύτερο αριθμό σελίδων ταχύτερα και με καλύτερη σχέση κόστους/αποτελεσματικότητας. Οι εκτυπωτές κυλινδροχαλκογραφίας είναι, πιο περιορισμένοι ως προς τον αριθμό σελίδων που μπορούν να εκτυπώσουν σε ένα κύκλο (κατ'ανώτατο όριο 72 σελίδες έναντι 192 σελίδων με τη βαθυτυπία). Η έρευνα αγοράς επιβεβαίωσε ότι η εκτύπωση με κυλινδροχαλκογραφία δεν αποτελεί ανταγωνιστικό περιορισμό για την εκτύπωση με βαθυτυπία περιοδικών με περισσότερες από 64 σελίδες και πάνω από 360 000 αντίτυπα καθώς και για καταλόγους και διαφημίσεις με περισσότερες από 64 σελίδες και πάνω από 450 000 αντίτυπα.

(11) Μία πρέσα βαθυτυπίας μπορεί να εκτυπώσει περιοδικά, διαφημίσεις και καταλόγους. Ωστόσο, υπάρχει, τουλάχιστον για τα περιοδικά, χωριστή αγορά προϊόντος. Τα περιοδικά είναι συνήθως περισσότερα ευαίσθητα ως προς το χρόνο εκτύπωσης από τις διαφημίσεις και τους καταλόγους λόγω της τοπικότητας του περιεχομένου τους και των συγκεκριμένων προθεσμιών για την εκτύπωση των διαφημίσεων. Επιπλέον, η εκτύπωση περιοδικών συνδέεται με υψηλότερες απαιτήσεις ως προς τη διαδικασία «τελειώματος», ειδικότερα για την εισαγωγή ενθέτων και δειγμάτων προϊόντων. Τα σχετικά μηχανήματα είναι εγκατεστημένα στις περισσότερες περιπτώσεις στις εγκαταστάσεις εκτύπωσης ή κοντά ώστε να επιτρέπεται η έγκαιρη ολοκλήρωση του περιοδικού ενώ η ολοκλήρωση καταλόγων, για παράδειγμα, συχνά πραγματοποιείται από τρίτα μέρη. Ακόμη, το σύστημα διανομής των περιοδικών διαφέρει σημαντικά από την διανομή καταλόγων και διαφημίσεων, και η διαδικασία εκτύπωσης πρέπει συνεπώς να προσαρμοστεί στις συγκεκριμένες απαιτήσεις των περιοδικών. Σε ότι αφορά τους καταλόγους και τις διαφημίσεις, παραμένει ανοικτό αν αποτελούν ενιαία ή χωριστή αγορά προϊόντων αφού δεν προκύπτουν φόβοι για τον ανταγωνισμό βάσει οποιασδήποτε οροθέτησης της αγοράς.

Σχετικές γεωγραφικές αγορές

(12) Τουλάχιστον για τη Γερμανία, πρέπει να γίνει δεκτή η ύπαρξη εθνικής γεωγραφικής αγοράς για την εκτύπωση περιοδικών. Για το υπόλοιπο του ΕΟΧ, η γεωγραφική αγορά για την εκτύπωση περιοδικών μπορεί να μείνει ανοικτή αφού ακόμη και με βάση τον στενότερο ορισμό της αγοράς (εθνικές αγορές) δεν εγείρονται φόβοι για τον ανταγωνισμό.

(13) Τα γερμανικά περιοδικά εκτυπώνονται σχεδόν αποκλειστικά στη Γερμανία. Ένας λόγος είναι η ευαισθησία στον χρόνο των περιοδικών και ο κίνδυνος καθυστερήσεων στην παράδοση που αυξάνεται ανάλογα με την απόσταση μεταξύ της εγκατάστασης εκτύπωσης και του χώρου διανομής. Επιπλέον, πολλοί ξένοι εκτυπωτές αντιμετωπίζουν ορισμένες δυσκολίες προκειμένου να προμηθεύσουν γερμανούς εκδότες. Το γερμανικό σύστημα διανομής περιοδικών είναι συγκριτικά πολύπλοκο λόγω της αποκεντρωμένης διάρθρωσής του (αντίθετα με το γαλλικό, για παράδειγμα, όπου το κέντρο διανομής είναι το Παρίσι). Επιπλέον, οι εκδότες χωρίζουν τη Γερμανία σε διάφορες λεγόμενες «περιοχές Nielsen» με διαφορετική σύνθεση των ομάδων-στόχων για τη διαφήμιση. Η διαδικασία εκτύπωσης πρέπει να προσαρμοστεί ανάλογα, γεγονός που προκαλεί δυσκολίες για πολλούς εκτυπωτές εγκατεστημένους εκτός της Γερμανίας.

(14) Σε ότι αφορά τους καταλόγους, η έρευνα αγοράς έδειξε ότι οι εντολές εκτύπωσης κατανέμονται μεταξύ περισσότερων εκτυπωτών ώστε να διασφαλιστεί η παραγωγή και η έγκαιρη παράδοση των απαιτούμενων υψηλών όγκων. Επιβεβαιώθηκε γενικά ότι όχι μόνο πελάτες καταλόγων σε άλλες χώρες εισάγουν εκτυπωτικές υπηρεσίες, κυρίως από τη Γερμανία, αλλά ότι και γερμανοί πελάτες αντιμετωπίζουν τους ξένους εκτυπωτές ως βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις. Η σχετική γεωγραφική αγορά για τους καταλόγους μπορεί να ορισθεί ως η Γερμανία συν τις γειτονικές χώρες (Γαλλία, Βέλγιο, Κάτω Χώρες, Λουξεμβούργο, Ελβετία, Αυστρία, Τσεχική Δημοκρατία, Πολωνία, Δανία) καθώς και Ιταλία και Σλοβακία, που καλύπτουν όλους τους μεγάλους ξένους εκτυπωτές στην περιοχή όπως η Quebecor, η RotoSmeets, η Mondadori, η Ilte, η Rotocalcografica και η Ringier.

(15) Η εκτύπωση διαφημίσεων για γερμανούς πελάτες πραγματοποιείται σε μεγάλο βαθμό στη Γερμανία. Ωστόσο, παρά το μικρότερο ποσοστό εισαγωγών για την εκτύπωση διαφημίσεων σε σχέση με την εκτύπωση καταλόγων, οι γερμανοί πελάτες μπορούν εύκολα να απευθυνθούν σε αξιόπιστους ξένους τυπογράφους. Η εκτύπωση διαφημίσεων δεν δημιουργεί ιδιαίτερες δυσκολίες σε σύγκριση με αυτές της αγοράς εκτύπωσης περιοδικών, όπως ειδικά τελειώματα ή ειδικούς όρους διανομής. Επιπλέον, οι διαφημίσεις δεν είναι συνήθως τόσο ευαίσθητες στο χρόνο όσο τα περιοδικά. Δεδομένου ότι οι περισσότεροι εκδότες βασικών καταλόγων δημοσιεύουν και διαφημίσεις, είναι εύκολο να χρησιμοποιήσουν ήδη υπάρχοντες δεσμούς με ξένους τυπογράφους και για εντολές εκτύπωσης διαφημίσεων. Για το λόγο αυτό, το γεωγραφικό εύρος της αγοράς για εκτύπωση διαφημίσεων με βαθυτυπία μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι το ίδιο με αυτό των καταλόγων, δηλαδή περιλαμβάνει τη Γερμανία, τις γειτονικές χώρες, και την Ιταλία και τη Σλοβακία.

Για το υπόλοιπο του ΕΟΧ, η γεωγραφική αγορά για την εκτύπωση καταλόγων και/ή διαφημίσεων μπορεί να παραμείνει ανοικτή δεδομένου ότι ακόμη και βάσει του στενότερου ορισμού της γεωγραφικής αγοράς (εθνικές αγορές) δεν εγείρονται φόβοι για τον ανταγωνισμό.

II. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

(16) Η προτεινόμενη κοινή επιχείρηση θα δραστηριοποιηθεί στις αγορές εκτύπωσης με βαθυτυπία περιοδικών, καταλόγων και διαφημίσεων σε ορισμένες από τις χώρες που ανήκουν στον ΕΟΧ. Οι σοβαρότερες επιπτώσεις της προτεινόμενης συγκέντρωσης (λόγω του τόπου εγκατάστασης των πέντε υπαρχόντων τυπογραφείων που θα συνέλθουν στην κοινή επιχείρηση — θα γίνουν αισθητές στη Γερμανία.

1. Αγορά για την εκτύπωση με βαθυτυπία καταλόγων και διαφημίσεων

(17) Η Επιτροπή συμπέρανε ότι στην αγορά για την εκτύπωση με βαθυτυπία καταλόγων και διαφημίσεων, τα μερίδια αγοράς της NewCo θα ανέλθουν σε [20-25] % (*) σε μία αγορά που περιλαμβάνει τη Γερμανία, τις γειτονικές χώρες, και την Ιταλία και τη Σλοβακία σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των μερών βάσει των όγκων για το 2003. Με βάση τις χωριστές αγορές για καταλόγους και διαφημίσεις, η προτεινόμενη κοινή επιχείρηση θα έχει μερίδιο της τάξης του [15-20] % (*) στην αγορά εκτύπωσης καταλόγων και [20-25] % (*) στην αγορά για την εκτύπωση διαφημίσεων. Για τις δραστηριότητες εκτύπωσης με βαθυτυπία της Bertelsmann που παραμένουν εκτός της κοινής επιχείρησης, πρέπει να προστεθεί ένα συμπληρωματικό [0-5] % (*) σε κάθε ένα από αυτά τα μερίδια αγοράς. Στις χωριστές αγορές καθώς και στην συνδυασμένη αγορά καταλόγων και διαφημίσεων, η Schlott και η Quebecor ακολουθούν σε μικρή απόσταση με μερίδια αγοράς μεταξύ [10-15] % (*) και [10-15] % (*) και η TSB με περίπου [10-15] % (*). Σε μια τέτοια αγορά, δεν προκύπτουν συνεπώς φόβοι για τον ανταγωνισμό ούτε για τη συνδυασμένη αγορά εκτύπωσης καταλόγων και διαφημίσεων ούτε για τις χωριστές αγορές για την εκτύπωση καταλόγων και διαφημίσεων. Σε όλες τις άλλες πιθανές γεωγραφικές αγορές στον ΕΟΧ, τα μερίδια αγοράς της κοινής επιχείρησης δεν δημιουργούν ανησυχίες για τον ανταγωνισμό ([1]).

2. Αγορά για την εκτύπωση περιοδικών με βαθυτυπία

(18) Το μερίδιο αγοράς της κοινής επιχείρησης στη γερμανική αγορά για εκτύπωση περιοδικών με κυλινδροχαλκογραφία θα είναι γύρω στα [0-50] % (*). Άλλοι παρόντες είναι η TSB και η Schlott με περίπου [20-25] % (*) η κάθε μία και η Burda με μερίδιο αγοράς [0-5] % (*). Οι εισαγωγές αντιπροσωπεύουν [0-5] % (*), που σε σημαντικό ποσοστό παρέχονται από τις εκτυπωτικές εγκαταστάσεις της Burda στο Vieux-Thann/Γαλλία και τη Bratislava/Σλοβακία. Εκτός από τις εισαγωγές αυτές μόνο ένα γερμανικό περιοδικό εκτυπώνεται στο εξωτερικό από τον ολλανδό τυπογράφο RotoSmeets. Σε άλλες επηρεαζόμενες εθνικές αγορές στον ΕΟΧ, τα μερίδια αγοράς της κοινής επιχείρησης δεν προκαλούν ανησυχίες ως προς τον ανταγωνισμό. Συνεπώς, η Επιτροπή ανέλυσε μόνο τη γερμανική αγορά.

(19) Στη γερμανική αγορά εκτύπωσης περιοδικών με κυλινδροχαλκογραφία, οι πελάτες (εκδότες) θα μπορούσαν να επηρεαστούν αρνητικά αν η NewCo μπορούσε να αυξήσει τις τιμές και οι πελάτες δεν ήταν σε θέση να αντιμετωπίσουν τις εν λόγω αυξήσεις προσφεύγοντας σε άλλους τυπογράφους λόγω έλλειψης διαθέσιμης παραγωγικής ικανότητας. Ο όγκος που παρέχουν τα μέρη στην αγορά ανέρχεται σε [150-200 kt] (*) ([100-150 kt] (*) για την Bertelsmann· [45-50 kt] (*) για την Springer) το 2003 και περαιτέρω [10-15 kt] (*) της εν λόγω ποσότητας που έχει στο μεταξύ δεσμευθεί λόγω της εξαγοράς τυπογραφείων από τα μέρη. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, ο όγκος που παρέχεται από τα μέρη στην αγορά ανέρχεται σε [100-150 kt] (*).

(20) Η Επιτροπή ανέλυσε αν: 1. οι ανταγωνιστές διαθέτουν επαρκή πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα για να αντικαταστήσουν τις πωλήσεις αυτές σε σημαντικό βαθμό· 2. οι ανταγωνιστές μπορούν να διαθέσουν τέτοια παραγωγική ικανότητα μεταφέροντας την παραγωγική τους ικανότητα στην εκτύπωση περιοδικών· 3. οι προγραμματιζόμενες επεκτάσεις της παραγωγικής ικανότητας θα οδηγήσουν σε πρόσθετη παραγωγική ικανότητα, και 4. οι δυνητικοί ανταγωνιστές μπορούν να συνεισφέρουν στην διάθεση περαιτέρω παραγωγικής ικανότητας για την εκτύπωση περιοδικών στην περίπτωση αύξησης των τιμών.

(21) *Τρέχουσα πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα:* Η χρήση της παραγωγικής ικανότητας ήταν ιδιαίτερα υψηλή στη βιομηχανία αυτή πρόσφατα. Βάσει προσεκτικής προσέγγισης της μέγιστης χρήσης της παραγωγικής ικανότητας κατά 95 % και τα στοιχεία που υποβλήθηκαν για το 2003, φαίνεται ασφαλές να υπολογισθεί ότι η πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα για την εκτύπωση περιοδικών από τους γερμανούς ανταγωνιστές ανέρχεται σε 17 kt.

(22) *Δυνατότητα μεταφοράς παραγωγικής ικανότητας:* Οι τυπογράφοι με κυλινδροχαλκογραφία μπορούν να μεταφέρουν την παραγωγική τους ικανότητα από την εκτύπωση καταλόγων και διαφημίσεων στην εκτύπωση περιοδικών μόνο σε περιορισμένο βαθμό. Αυτό οφείλεται κυρίως στις διαφορές στην περιοδικότητα, το χρόνο εκτύπωσης και τον όγκο των διάφορων προϊόντων εκτύπωσης. Τα περιοδικά τυπώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα (εβδομαδιαία, δεκαπενθήμερα ή μηνιαία). Λόγω της μακροπρόθεσμης και περιοδικής έκδοσής τους, αποτελούν το «βασικό προϊόν» για τις εκτυπωτικές εγκαταστάσεις που απασχολεί τις πρέσες ολόκληρο το χρόνο. Αντίθετα, οι κατάλογοι για τις εταιρίες ταχυδρομικών παραγγελιών ή για τουριστικούς πράκτορες τυπώνονται μόνο δύο φορές το χρόνο με πολύ υψηλούς όγκους (τόσο σε αριθμό αντιτύπων όσο και σε σελίδες) και μεγαλύτερους χρόνους εκτύπωσης (έως πολλές εβδομάδες). Συνήθως τυπώνονται το Μάιο/Ιούνιο και τον Οκτώβριο έως το Δεκέμβριο και αποτελούν «ένα προϊόν αιχμής» για τις πρέσες. Η τρίτη κατηγορία προϊόντων εκτύπωσης, οι διαφημίσεις, χρησιμοποιούνται κυρίως για να συμπληρώσουν την παραγωγική ικανότητα μεταξύ της εποχής εκτύπωσης των καταλόγων και των ημερών της εβδομάδας κατά τις οποίες τυπώνονται λιγότερα περιοδικά. Λόγω των συγκεκριμένων χρονικών χαρακτηριστικών, η πλειονότητα των εκτυπωτικών εταιριών, αναφέρει ότι δεν είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί απεριόριστη μεταφορά παραγωγικής ικανότητας από τους καταλόγους/διαφημίσεις στα περιοδικά.

(*) Τμήματα του παρόντος κειμένου έχουν αναθεωρηθεί προκειμένου να διασφαλισθεί ότι δεν περιλαμβάνει εμπιστευτικές πληροφορίες· τα τμήματα αυτά περιλαμβάνονται σε αγκύλες και επισημαίνονται με αστερίσκο.

([1]) Ακόμη και σε μία υποθετική εθνική γερμανική αγορά για καταλόγους και/ή διαφημίσεις, η κοινή επιχείρηση θα έχει μερίδιο αγοράς μεταξύ 22 % και 35 % που θα είναι μικρότερο από εκείνο του ηγέτη στις αγορές αυτές, της Schlott.

(23) Έτσι, ανταγωνιστές που απάντησαν στην έρευνα αγοράς της Επιτροπής ανέφεραν ποσοστά μεταφοράς παραγωγικής ικανότητας από την εκτύπωση διαφημίσεων και καταλόγων σε περιοδικά ως [15-20] % (*) της συνολικής παραγωγικής τους ικανότητας. Ένας γερμανός τυπογράφος δεν παρέθεσε στοιχεία· στο πλαίσιο μιας προσεκτικής προσέγγισης και σύμφωνα και με άλλα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς, η Επιτροπή θεώρησε ότι ο εν λόγω τυπογράφος, που έχει συγκριτικά χαμηλό μερίδιο αγοράς στην εκτύπωση περιοδικών, θα μπορούσε να διαθέσει ακόμα [10-15] % (*) της παραγωγικότητάς τους στην εκτύπωση περιοδικών. Στη βάση αυτή, οι τρεις γερμανοί τυπογράφοι θα μπορούσαν να διαθέσουν μαζί περίπου 130 kt για εκτύπωση περιοδικών που θα ισοδυναμούσαν σε πολύ μεγάλο μερίδιο ολόκληρης της παραγωγικής ικανότητας που χρησιμοποιείται από τα μέρη για την εκτύπωση περιοδικών τρίτων μερών ([150-200 kt] (*) το 2003). Συνήθως, η εκτύπωση περιοδικών είναι περισσότερο επικερδής τόσο από την εκτύπωση διαφημίσεων όσο και από την εκτύπωση ενός μείγματος διαφημίσεων και καταλόγων. Άρα, οι ανταγωνιστές όχι μόνο θα είχαν τη δυνατότητα αλλά και κίνητρα για να μεταφέρουν την παραγωγική τους ικανότητα στην εκτύπωση περιοδικών.

(24) *Σχεδιαζόμενες αυξήσεις της παραγωγικής ικανότητας:* οι τρεις κυριότεροι ανταγωνιστές των μερών στη Γερμανία, η Schlott, η TSB και η Burda, σχεδιάζουν να αυξήσουν την καθαρή παραγωγική τους ικανότητα κατά τουλάχιστον πενήντα κιλοτόνους στη διάρκεια των δύο έως τριών επόμενων ετών. Επιπλέον, θα μπορούσαν να αυξήσουν περαιτέρω την παραγωγική τους ικανότητα, τουλάχιστον σε προσωρινή βάση, καθυστερώντας το σχεδιαζόμενο σταδιακό κλείσιμο παλαιότερων αλλά ακόμα λειτουργικών εκτυπωτικών εγκαταστάσεων.

(25) *Δυνητικός ανταγωνισμός:* Η πιθανότητα αύξησης των τιμών στη γερμανική αγορά για την εκτύπωση περιοδικών περιορίζεται ακόμη περισσότερο από την παρουσία πολλών αξιόπιστων δυνητικών ανταγωνιστών, ειδικότερα της RotoSmeets (Κάτω Χώρες), της Quebecor (Γαλλία), της Mondadori (Ιταλία), και σε μικρότερο βαθμό της Ringier (Ελβετία) που διαθέτουν εκτυπωτικές εγκαταστάσεις σχετικά κοντά στα γερμανικά σύνορα. Συνεπώς, οι εν λόγω τυπογράφοι θα μπορούσαν να ανταποκριθούν σύντομα στην εκτύπωση περιοδικών τουλάχιστον χρησιμοποιώντας τις εγκαταστάσεις που βρίσκονται κοντύτερα στα γερμανικά σύνορα. Οι διαφορές στο σύστημα διανομής και τις μεθόδους «τελειώματος» θα απαιτούσαν ορισμένες προσαρμογές για τους ξένους τυπογράφους και στενή συνεργασία με τους γερμανούς πελάτες. Το παράδειγμα της RotoSmeets, που προς το παρόν είναι ο μόνος ξένος τυπογράφος που τυπώνει γερμανικό περιοδικό δείχνει ότι η εν λόγω διαδικασία προσαρμογής είναι εφικτή. Η RotoSmeets, η Quebecor και η Mondadori διαθέτουν τουλάχιστον 32 kt ελεύθερης παραγωγικής ικανότητας που θα μπορούσαν να διαθέσουν αμέσως στους γερμανούς εκδότες περιοδικών. Πρόσθετη παραγωγική ικανότητα μπορεί να αναζητηθεί σύντομα βάσει της σχεδιαζόμενης αύξησης της παραγωγικής ικανότητας και αλλαγών στην παραγωγική διαδικασία.

(26) Περαιτέρω αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, εκτός από τις πτυχές που αφορούν την παραγωγική ικανότητα θα μπορούσαν να προκύψουν θεωρητικά από την κατάργηση ενός ανταγωνιστή μέσω της συγκέντρωσης. Η συγκέντρωση θα εξαλείψει την Springer ως ανεξάρτητο ανταγωνιστή. Ωστόσο, ακόμη και αν λάβουμε υπόψη μόνο τους γερμανούς εκτυπωτές κυλινδροχαλκογραφίας, οι πελάτες μπορούν ακόμη να απευθυνθούν σε τρεις άλλους σημαντικούς τυπογράφους, τη Schlott, τη TSB και τη Burda με μεγάλη εγκατεστημένη παραγωγική ικανότητα. Επιπλέον, μπορούν να εισέλθουν στην αγορά αξιόπιστοι δυνητικοί ανταγωνιστές.

(27) Βάσει των παραπάνω υπολογισμών, οι τρεις περισσότερο σημαντικοί γερμανοί ανταγωνιστές, δηλαδή η Schlott, η TSB και η Burda, θα μπορούσαν να προσφέρουν κατά προσέγγιση επιπλέον 197 kt (17 kt πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα, 130 kt από μεταβολές στη παραγωγική διαδικασία, 50 kt καθαρή αύξηση της παραγωγικής ικανότητας) για την εκτύπωση περιοδικών απαντώντας σε πιθανή αύξηση των τιμών για την εκτύπωση γερμανικών περιοδικών ενώ το μερίδιο αγοράς των μερών ανέρχεται σε [100-150 kt] (*). Ακόμα, η RotoSmeets, η Quebecor και η Mondadori μπορούν να θεωρηθούν αξιόπιστοι δυνητικοί ανταγωνιστές στους οποίους θα μπορούσαν να στραφούν οι γερμανοί εκδότες περιοδικών αν η κοινή επιχείρηση αύξανε τις τιμές.

3. **Συντονισμός στην αγορά για την έκδοση περιοδικών**

(28) Η Επιτροπή αξιολόγησε επίσης βάσει του άρθρου 2 παράγραφος 4 του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων αν η δημιουργία της κοινής επιχείρησης οδηγεί στο συντονισμό της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς της Bertelsmann (περιλαμβανομένης της G+J) και της Springer στην αγορά για την έκδοση περιοδικών. Ενόψει των συγκριτικά χαμηλών ποσοστών του κόστους εκτύπωσης ως προς το συνολικό κόστος του περιοδικού και της εξέχουσας σημασίας της δραστηριότητας έκδοσης περιοδικών των μερών σε σύγκριση με τις δραστηριότητες εκτύπωσης με κυλινδροχαλκογραφία, η Επιτροπή συμπέρανε ότι δεν είναι πιθανός ο συντονισμός στην έκδοση περιοδικών.

III. **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

(29) Για τους παραπάνω λόγους, η Επιτροπή συμπέρανε ότι η προτεινόμενη συγκέντρωση δεν παρεμποδίζει ουσιωδώς τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στην κοινή αγορά ή σε σημαντικό τμήμα της, ιδιαίτερα λόγω της δημιουργίας ή της ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης, και ότι δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό βάσει του άρθρου 2 παράγραφος 4 του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων και του άρθρου 81 της συνθήκης. Συνεπώς, η συγκέντρωση κηρύσσεται συμβιβάσιμη με την κοινή αγορά βάσει του άρθρου 8 παράγραφος 1 του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων και με τη συμφωνία για τον ΕΟΧ βάσει του άρθρου 57.