

## ROZHODNUTÍ KOMISE

ze dne 19. července 2004,

kterým se prohlašuje, že spojení je slučitelné se společným trhem a Dohodou o EHP

(Případ č. COMP/M.3333 – SONY/BMG)

(oznámeno pod číslem dokumentu K(2004) 2815)

(Pouze anglické znění je závazné)

(Text s významem pro EHP)

(2005/188/ES)

Dne 19. července 2004 Komise přijala rozhodnutí v případě spojení podle nařízení Rady (EHS) č. 4064/89 ze dne 21. prosince 1989 o kontrole spojování podniků<sup>(1)</sup> a zejména podle čl. 8 odst. 2 tohoto nařízení. Nedůvěrná verze plného znění rozhodnutí je k dispozici v závazných jazycích jednotlivých případů a v pracovních jazycích Komise na internetových stránkách Generálního ředitelství pro hospodářskou soutěž na adrese: [http://europa.eu.int/comm/competition/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html)

- (1) Dne 9. ledna 2004 Komise obdržela oznámení podle článku 4 nařízení Rady (EHS) č. 4064/89 (dále jen „nařízení o spojování“) o transakci, ve které společnost Bertelsmann AG (dále jen „Bertelsmann“) a společnost Sony Corporation of America, která patří do skupiny Sony (dále jen „Sony“) spojují svoji činnost v oblasti globálních hudebních nahrávek (s výjimkou aktivit společnosti Sony v Japonsku) do společného podniku. Tento společný podnik bude provozován pod názvem Sony BMG a jeho náplní bude objevování a rozvoj nových umělců (tak zvané A&R<sup>(2)</sup>) a následný marketing a prodej hudebních nahrávek. Společnost Sony BMG se nezúčastní souvisejících činností jako je vydávání hudby, výroba a distribuce.
- (2) Bertelsmann je mezinárodní mediální společnost s aktivitami po celém světě v oblasti nahrávání a vydávání hudby, televizního a rozhlasového vysílání, vydávání knih a časopisů, tiskových služeb, hudebních a knižních klubů. Společnost Bertelsmann je činná v oblasti hudebních nahrávek prostřednictvím své plně vlastněné dceřinné společnosti Bertelsmann Music Group, „BMG“. Mezi značky nahrávek společnosti BMG patří Arista Records, Jive Records, Zomba a RCA.
- (3) Společnost Sony je globálně činná v oblasti hudebních nahrávek a jejich vydávání, průmyslové a spotřební elektroniky a zábavy. Ve světě hudebních nahrávek působí prostřednictvím společnosti Sony Music Entertainment. Mezi značky společnosti Sony patří Columbia Records Group, Epic Records Group a Sony Classical.
- (4) Poradní výbor pro kontrolu spojování podniků na svém 127. zasedání dne 9. července 2004 vydal kladné stano-

visko k návrhu rozhodnutí, kterým se poskytuje řešení předložené Komisí.

- (5) Úředník pro slyšení ve zprávě ze dne 5. července 2004 vyjádřil názor, že bylo respektováno právo stran na slyšení.

## I. RELEVANTNÍ TRHY

## Hudební nahrávky

- (6) Komise zjistila, že relevantní trh pro hudební nahrávky (včetně „A&R“ a propagace, prodeje a marketingu hudebních nahrávek) je možné dále rozdělit na různé trhy podle žánrů (jako například mezinárodní pop, místní pop, vážná hudba) nebo podle kompilací. Pro účely tohoto případu je nicméně možné ponechat otevřené, zda výše uvedené žánry nebo kategorie tvoří oddělené trhy, protože spojení těchto podniků by nevedlo k vytvoření nebo posílení dominantního postavení podle žádné ze zvažovaných definic trhů.
- (7) Šetření trhu potvrdilo existenci mnoha faktorů (například A&R, tvorba cen, prodej a marketing především probíhají na vnitrostátní úrovni, silná poptávka po místním repertoáru a omezená mezinárodní účast nezávislých nahrávacích společností) pro relevantní geografické trhy pro hudební nahrávky, které jsou považovány za vnitrostátní.

## Hudba on-line

- (8) Na základě svých zjištění během šetření trhu má Komise za to, že hudba on-line není součástí trhu pro fyzické hudební nahrávky, zejména díky rozdílům ve výrobcích a jejich distribuci. Komise určila dva rozdílné trhy pro hudbu on-line: i) velkoobchodní trh s licencemi na hudbu on-line a ii) maloobchodní trh pro distribuci hudby on-line.

<sup>(1)</sup> Úř. věst. L 395, 30.12.1989, s. 1. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 1310/97 (Úř. věst. L 180, 9.7.1997, p. 1).

<sup>(2)</sup> A&R = Artist and Repertoire (umělec a repertoár); ekvivalent hudebního průmyslu pro výraz výzkum a vývoj.

(9) Pro účely tohoto případu má Komise za to, že jak velkoobchodní trh s licencemi na hudbu on-line, tak i maloobchodní trh pro distribuci hudby on-line mají vnitrostátní oblast působnosti. Toto se v budoucnosti může změnit v závislosti na dalším přeshraničním vývoji v obchodování s licencemi na on-line hudbu a distribuci hudby.

### Vydávání hudby

(10) Na základě úvah z pohledu poptávky i nabídky Komise zjistila náznaky existence oddělených trhů pro vydávání hudby podle využívání různých kategorií práv (to je mechanická, interpretace, synchronizace, tisk a ostatní práva). Přesná oblast působnosti relevantního trhu může být nicméně ponechána otevřená, protože hodnocení hospodářské soutěže je stejné pro kteroukoli z uvažovaných definic trhu.

(11) Šetření trhu potvrdilo, že geografická oblast působnosti je v zásadě vnitrostátní, i přes některé přeshraniční prvky s ohledem na to, že práva na mechanickou část a interpretaci jsou obecně vybírána na vnitrostátních základech. Pro účely tohoto případu může být přesná oblast působnosti relevantního geografického trhu ponechána otevřená, protože hodnocení hospodářské soutěže je stejné pro kteroukoli z uvažovaných definic trhu.

## II. HODNOCENÍ

### A. Možné posílení společného dominantního postavení na trzích s hudebními nahrávkami

#### Úvod

(12) Šetření Komise neposkytlo dostatečně závažné důvody pro existenci společného dominantního postavení „velké pětky“ (Sony, BMG, Universal, EMI a Warner) na trzích s hudebními nahrávkami.

(13) Na základě precedenčního práva evropských soudů, zejména na základě rozsudku ve věci *Airtours*, je předpokladem pro existenci společného dominantního postavení mezi účastníky trhu toto: i) společné chápání podmínek koordinace; ii) schopnost sledovat, zda jsou tyto podmínky dodržovány; iii) existence odrazujícího mechanismu v případě odchýlení od těchto podmínek a iv) třetí strany (skuteční a potenciální konkurenti, zákazníci) nejsou schopné účinně ohrozit výhody očekávané od koordinace.

(14) Při hodnocení, zda existuje společné dominantní postavení na trhu s hudebními nahrávkami mezi velkou pětkou Komise provedla analýzu, zda je možné stanovit koordinovanou cenovou politiku pětky během posledních tří až čtyř roků v členských státech Evropského hospodářského prostoru.

(15) Pro tento účel Komise prošetřila vývoj velkoobchodních cen velké pětky pro velkoobchodníky a maloobchodníky v každém členském státě v období od roku 1998 do roku 2003. Analýza Komise se zejména soustředila na vývoj průměrných čistých velkoobchodních cen, PPD (vyhlášené ceny pro dealery), hrubé a čisté cenové poměry, fakturační slevy a retrospektivní slevy.

(16) Pro hodnocení možné koordinace velkoobchodních cen pětky Komise provedla analýzu paralelismu vývoje (inflační-upravené) průměrných čistých cen pro nejprodávanějších 100 alb každé ze společností velké pětky v pěti největších členských státech (toto se považuje za reprezentativní vzorek, protože 100 nejprodávanějších alb představuje přibližně 70–80 % příslušného prodeje hudby velké pětky). Zadruhé Komise prověřila, zda bylo možné dosáhnout cenové koordinace pomocí ceníkových cen (PPD) jako opěrných bodů. Za třetí Komise provedla analýzu, zda slevy různých členů pětky byly vyrovnané a dostatečně průhledné, aby umožnily účinné sledování konkurenčního chování.

#### *Francie, Německo, Itálie, Španělsko, Velká Británie*

(17) Komise na základě čistých průměrných cen odhalila určitý paralelismus a relativně podobný vývoj cen velké pětky na pěti největších trzích, kterými jsou Francie, Německo, Itálie, Španělsko a Velká Británie. Tato pozorování nicméně nejsou dostatečná pro přijetí závěru, že v minulosti docházelo ke koordinaci cen.

(18) Z tohoto důvodu Komise dále prošetřila, zda byly další prvky, jmenovitě ceníkové ceny a slevy, vyrovnané a dostatečně průhledné, aby poskytl dostatečný důkaz o koordinaci.

(19) Komise zjistila některé náznaky, že PPD mohly být používány jako opěrný bod pro vyrovnávání ceníkových cen členů velké pětky ve všech velkých členských státech. Co se týče slev, šetření ukázalo, že úroveň slev se v určité míře lišila mezi jednotlivými společnostmi pětky a že některé typy slev nebyly dostatečně průhledné, aby vedly ke stávajícímu tajnému dorozumění.

- (20) Kromě toho Komise provedla analýzu, zda lze trhy s hudebními nahrávkami charakterizovat prvky podporujícími společné dominantní postavení, zejména s ohledem na homogenitu výrobku, průhlednost trhu a mechanismus odplaty.
- (21) Co se týče homogenity výrobku Komise zjistila, že obsah jednotlivých alb je rozlišný, ale také že tvorba cen a marketing jsou do určité míry normalizované. Nesourodost obsahu má nicméně určité dopady na tvorbu cen a snižuje průhlednost na trhu a činí tiché dohody obtížnějšími, protože to vyžaduje sledování na úrovni jednotlivých alb.
- (22) Co se týče průhlednosti, Komise zjistila, že vydávání týdenních žebříčků, stabilita společné zákaznické základny a sledování maloobchodního trhu velké pětky pomocí týdenních zpráv zvyšuje průhlednost trhu a usnadňuje sledování koordinované politiky. Nicméně šetření také ukázalo, že sledování slevových kampaní vyžaduje sledování na úrovni jednotlivých alb, což snižuje průhlednost na trhu a činí tiché dohody obtížnějšími. Na druhou stranu Komise nenašla dostatečné důvody, že velká pětka v minulosti překonala tento nedostatek průhlednosti.
- (23) Co se týče odplaty, Komise prozkoumala, zda může velká pětka nějakým způsobem trestat „podvádějícího“ člena velké pětky, zejména (dočasným) návratem ke konkurenčnímu chování nebo vyřazením odchylní se společnosti z kompilace společných podniků a opatření. Nicméně, Komise neshledala dostatečné důkazy, že takovýto mechanismus odplaty byl v minulosti aplikován nebo používán jako hrozba.

*Nizozemí, Švédsko, Irsko, Rakousko, Belgie, Dánsko, Finsko, Norsko, Portugalsko, Řecko*

- (24) V menších členských státech Komise rovněž zjistila značnou míru paralelismu mezi PPD velké pětky, které by v zásadě mohly být použity jako opěrné body velké pětky pro vyrovnání cen. Nicméně, šetření odhalilo také v menších členských státech některé rozdíly v úrovni slev a nedostatek průhlednosti s ohledem na některé slevy.
- (25) Úvahy Komise co se týče homogenity výrobku, průhlednosti trhu a možnosti odplaty, jak jsou specifikovány výše pro velké členské státy, platí také pro menší členské státy.

#### Závěr

- (26) Komise má za to, že neshledala dostatečný důkaz pro existenci společného dominantního postavení pěti největších hudebních společností na trzích s hudebními nahrávkami v žádném členském státě Evropského hospodářského prostoru.

#### **B. Možné vytvoření společného dominantního postavení na trzích s hudebními nahrávkami**

- (27) Komise také zvážila, zda by spojení vedla k vytvoření společného dominantního postavení velkých hudebních společností v jakémkoli členském státě Evropského hospodářského prostoru. Nicméně, ve světle výše uvedených poznámek, zejména co se týče průhlednosti trhu, různorodosti obsahu výrobku a možnosti odplaty má Komise za to, že dopad snížení počtu velkých hudebních společností z pěti na čtyři po provedení spojení by nebyl dostatečně velký, aby vedl k vytvoření společného dominantního postavení velkých hudebních společností na trzích s hudebními nahrávkami.

#### **C. Možné vytvoření samostatného dominantního postavení na trzích s hudebními nahrávkami**

- (28) Třetí strany vyjádřily obavu, že společný podnik by dosáhl samostatného dominantního postavení na trzích s hudebními nahrávkami, v důsledku vertikálního vztahu společného podniku k mediálním zájmům společnosti Bertelsmann. Byl vznesen argument, že společnost Bertelsmann by mohla využít svého postavení v televizních a rozhlasových stanicích k omezování konkurentů a upřednostňování společnosti Sony BMG, zejména poskytováním preferenčních sazeb nebo zacházení nebo omezováním konkurentů v propagaci jejich umělců prostřednictvím těchto kanálů.

- (29) Komise došla k závěru, že není pravděpodobné, že by společný podnik dosáhl samostatného dominantního postavení na trzích s hudebními nahrávkami v Německu, Holandsku, Belgii, Lucembursku a ve Francii, kde je společnost Bertelsmann činná v televizní společnosti RTL TV a rozhlasových stanicích. Výhody vyplývající z vertikální integrace v mediální skupině Bertelsmann (např. prostřednictvím soutěže Pop Idol, která podle průmyslových odborníků již překonala svůj vrchol) jsou již obsažené v podílu BMG na trhu v roce 2003. Na základě těchto podílů na trhu navrhovaný společný podnik nedosahuje úrovně samostatného dominantního postavení. Kromě toho Komise neshledala žádné důkazy, že toto by byla zisková strategie pro společnost Bertelsmann, kdyby omezovala své konkurenty v přístupu na své televizní kanály a rozhlasové stanice.

#### D. Možné dominantní postavení na velkoobchodním trhu s licencemi na hudbu on-line

- (30) Komise poznamenává, že trh pro legální hudbu on-line je nyní v plenkách, protože většina internetových stránek pro hudbu on-line teprve nedávno zahájila svoji činnost v Evropském hospodářském prostoru. Z tohoto důvodu je obtížné s konečnou platností stanovit závěr o tržním postavení velkých hudebních společností, zejména v souvislosti s mezinárodními trhy. Kromě toho se zdá, že informace o písních, které jsou v současné době stahovány nebo využívány neposkytují jasný obraz o postavení různých účastníků trhu a k dispozici nejsou žádné veřejné průmyslové údaje. Nicméně na základě informací, které Komise obdržela, je možné dojít k závěru, že postavení velkých hudebních společností na trhu s velkoobchodními licencemi na hudbu on-line se zdá být ve velké míře podobné jejich postavení na trzích s hudebními nahrávkami.
- (31) S ohledem na vznikající stav těchto trhů a rozdíly v tvorbě cen a podmínek současných dohod Komise došla k závěru, že nebyly shledány dostatečné důkazy pro existenci dominantního postavení velkých společností na vnitrostátních trzích s licencemi na hudbu on-line, ani že by spojení podniků vedlo k vytvoření společného dominantního postavení na těchto trzích.

#### E. Možné samostatné dominantní postavení na trzích pro distribuci hudby on-line

- (32) Třetí strany vyjádřily obavy, že v důsledku této transakce by společnost Sony mohla získat samostatné dominantní postavení na vnitrostátních trzích pro distribuci hudby on-line prostřednictvím její služby pro stahování hudby Sony Connect. Bylo namítáno, že společnost Sony by mohla využít kontrolu společného podniku k omezení konkurentů na downstreamovém trhu pro distribuci hudby on-line, zejména odmítáním přístupu pro konkurenční on-line platformy do knihovny společného podniku nebo zavedením diskriminujícího chování proti jejím konkurentům, např. prostřednictvím pravidel používání, doby vydávání nových písní a formátu hudby.
- (33) Komise má za to, že služba Sony Connect je teprve ve fázi svého zrodu v Evropě po té, co byla zahájena ve

Spojených státech v květnu 2004. Z tohoto důvodu dosud nemá žádný podíl na trhu. Kromě toho také ostatní hráči již získali určité postavení na tomto trhu (např. OD2) a další hráči nedávno na trh vstoupili nebo ohlásili, že tak brzy učiní. Navíc omezením konkurentů by navrhovanému společnému podniku Sony BMG unikaly značné výnosy z prodeje licencí za hudbu prodávanou konkurenty a proto Komise pochybuje, že by takováto strategie byla zisková.

#### F. Možné přesahující dopady na vydávání hudby

- (34) Třetí strany vyjádřily obavy, že vytvoření společného podniku by mělo vliv na konkurenční chování stran na úzce souvisejících trzích s vydáváním hudby.
- (35) Komise má za to, že jakákoli koordinace se může uskutečnit pouze v poměrně omezeném rozsahu, protože správa autorských práv je prováděna především spolky pro vybírání poplatků (alespoň pro důležitá mechanická a interpretační práva). Spolky pro vybírání poplatků na základě běžných právních předpisů poskytují licence podle nediskriminujících podmínek a dohadují autorské honoráře s vydavateli, autory a skladateli. Narozdíl od obav některých třetích stran má Komise za to, že spojení podniků by nevedlo k obcházení spolků pro vybírání poplatků velkými hudebními společnostmi, protože pro takovouto strategii neexistují dostatečné konkrétní důkazy.

### III. ZÁVĚR

- (36) Rozhodnutí uvádí závěr, že navrhované spojení podniků nevytváří nebo neposiluje samostatné nebo společné dominantní postavení na vnitrostátních trzích s hudebními nahrávkami, licencemi pro hudbu on-line nebo pro distribuci hudby on-line, v jehož důsledku by byla významně narušena účinná hospodářská soutěž na společném trhu nebo na jeho podstatné části. Rozhodnutí dále obsahuje závěr, že transakce jako taková nemá za cíl ani za důsledek koordinaci konkurenčního chování mateřských společností společného podniku, společností Sony a Bertelsmann, na trzích s vydáváním hudby. Proto rozhodnutí prohlašuje, že spojení je slučitelné se společným trhem a s Dohodou o EHP, v souladu s čl. 2 odst. 2, čl. 2 odst. 4 a čl. 8 odst. 2 nařízení o spojování a článkem 57 Dohody o EHP.