

ROZHODNUTÍ KOMISE**ze dne 3. května 2005,****kterým se spojení označuje za slučitelné se společným trhem a fungováním Dohody o EHP****(Věc COMP/M.3178 – Bertelsmann/Springer/JV)**

(oznámeno pod číslem K(2005) 1368)

(Pouze anglické znění je závazné)**(Text s významem pro EHP)**

(2006/171/ES)

Komise dne 3. května 2005 přijala rozhodnutí ohledně spojení podle nařízení Rady (EHS) č. 139/2004 ze dne 20. ledna 2004 o kontrole spojování podniků ⁽¹⁾, a zejména čl. 8 odst. 1 uvedeného nařízení. Nedůvěrné znění celého rozhodnutí je k dispozici v úředním jazyce případu a v pracovních jazycích Komise na internetových stránkách generálního ředitelství pro hospodářskou soutěž na adrese: http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

- (1) Komise dne 4. listopadu 2004 obdržela oznámení podle článku 4 nařízení Rady (ES) č. 139/2004 („nařízení o spojování“) o navrhovaném spojení, kterým by německé podniky Bertelsmann AG („Bertelsmann“), jeho samostatně řízená dceřiná společnost Gruner+Jahr AG & Co. KG („G+J“) a Axel Springer AG („Springer“) získaly koupí akcií v nově vytvořené společnosti představující společný podnik společnou kontrolu nad německým podnikem NewCo („NewCo“). Podniky Bertelsmann (a G+J) a Springer jsou společně nazývány „strany“.
- (2) Německý orgán pro hospodářskou soutěž (Bundeskartellamt) dne 29. listopadu 2004 informoval Komisi o hrozbě, že navrhované spojení významně ovlivní hospodářskou soutěž, a to buď na německém trhu pro rotační hlubotisk, nebo případně na německém trhu pro tiskové produkty s omezenou dobou aktuálnosti, převážně časopisy.
- (3) Komise na základě rozhodnutí ze dne 23. prosince 2004 zjistila, že oznámená operace vyvolává vážné pochybnosti o slučitelnosti se společným trhem a s Dohodou o EHP. Proto Komise v této věci zahájila řízení podle čl. 6 odst. 1 písm. c) nařízení o spojování a rozhodla, že by se sama měla podle čl. 9 odst. 3 písm. a) nařízení o spojování zabývat otázkami vznesenými německým orgánem pro hospodářskou soutěž.
- (4) Bertelsmann je mezinárodní mediální společnost. Svou tiskářskou činnost soustřeďuje ve své dceřiné společnosti Arvato AG („Arvato“), která kontroluje německou tiskárnu na rotační hlubokotisk maul-belser v Norimberku, ofsetovou tiskárnu Mohn Media v Gueterslohu a různé další tiskárny v Evropě, jako například tiskárny na rotační hlubotisk Eurogravure S.p.A. v Itálii a Eurohucio S.A. ve Španělsku. Arvato také zamýšlí zahájit během následujících dvou let provoz nového tiskářského zařízení na rotační hlubotisk v Liverpoolu (Spojené království). Kromě toho má tiskářská pobočka G+J výhradně kontrolovaná společností Bertelsmann, která podniká ve vydavatelství, tisku a distribuci novin a časopisů, v Německu dvě rotační hlubotisková tiskářská zařízení, jež se nachází v Itzehoe (poblíž Hamburku) a v Drážďanech.
- (5) Společnost Springer je činná ve vydavatelství, tisku a distribuci novin a časopisů a vlastní akcie poskytovatelů televizního a rozhlasového vysílání. Springer v Německu provozuje dvě rotační hlubotisková zařízení, a to v Ahrensburgu (poblíž Hamburku) a v Darmstadtu. Provozuje také tři ofsetová tiskářská zařízení, jež se zabývají výhradně tiskem novin.
- (6) Spojení spočívá v tom, že společnosti NewCo bude dáno k dispozici pět německých rotačních hlubokotiskových zařízení společností Arvato, G+J a Springer a plánované rotační hlubokotiskové zařízení společnosti Arvato ve Spojeném království. Po této transakci se společnost Bertelsmann a G+J stanou držiteli 37,45 % podílu v NewCo a společnost Springer bude držitelem zbývajících 25,1 % s právem veta u strategických rozhodnutí. NewCo představuje plně funkční společný podnik a je kontrolován společně podniky Bertelsmann a Springer.
- (7) Poradní výbor pro spojování podniků na svém 131. zasedání dne 22. dubna 2005 podpořil většinou hlasů návrh Komise vydat schvalovací rozhodnutí ⁽²⁾.
- (8) Úředník pro slyšení dospěl ve zprávě ze dne 27. dubna 2005 k závěru, že právo stran na slyšení bylo dodrženo ⁽³⁾.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 24, 29.1.2004, s. 1.

⁽²⁾ Úř. věst. C 52, 2.3.2006, s. 2.

⁽³⁾ Úř. věst. C 52, 2.3.2006, s. 3.

I. RELEVANTNÍ TRHY

Relevantní trhy výrobku

- (9) Pokud jde o relevantní trhy výrobku, zaměřilo se šetření na trhu prováděné Komisí na otázku, zda a do jaké míry jsou rotační hlubotisk a ofsetový tisk vzájemně zaměnitelné techniky a zdali různé tiskařské aplikace, tedy časopisy, katalogy a reklamy, představují samostatné trhy výrobku.
- (10) Z šetření na trhu vyplynulo, že rotační hlubotisk obecně nemůže být nahrazen ofsetovým tiskem. Rotační hlubotisk je používán převážně u tisku velkých nákladů, tedy u zakázek s velkým počtem výtisků a stran, zatímco ofsetová metoda je vyhrazena především pro nižší náklady. Cena tisku se u ofsetového tisku a rotačního hlubotisku výrazně liší a je dána tiskovým nákladem. Zatímco pro rotační hlubotisk jsou charakteristické relativně vyšší fixní náklady, má vyšší kapacitu a vyšší výkonnost a může tedy hospodárněji a rychleji zpracovávat vysoký počet stran. Ofsetový tisk je kromě toho omezenější, pokud jde o počet různých stran, které mohou být vytištěny v jedné várce (maximálně 72 stran, kdežto u hlubotisku 192 stran). Šetření na trhu potvrdilo, že ofsetový tisk není pro rotační hlubotisk časopisů o více než 64 stranách a více než 360 000 výtiscích a u katalogů a reklam o více než 64 stranách a více než 450 000 výtiscích konkurenční překážkou.
- (11) Rotačním hlubotiskem mohou být tištěny časopisy, reklamy a katalogy. Avšak přinejmenším u časopisů existuje samostatný trh výrobků. Časopisy jsou obecně časově omezenější než reklamy nebo katalogy, a to díky aktuálnosti svého obsahu a pozdním termínům pro vkládání reklam. Kromě toho je tisk časopisů spojen s vyššími požadavky, pokud jde o jejich konečnou úpravu, zvláště u letáků a vložených vzorků výrobků. Příslušné dokončovací stroje jsou ve většině případů instalovány v místě nebo poblíž místa tisku, což umožňuje včasné dokončení časopisů, zatímco konečná úprava například katalogů je častěji prováděna třetími stranami. Kromě toho se systém distribuce časopisů výrazně liší od distribuce katalogů a reklam, proces tisku se tedy musí těmto zvláštním požadavkům časopisů přizpůsobit. Pokud jde o katalogy a reklamy, otázka, zda představují jednotný trh výrobku nebo trhy samostatné, může zůstat otevřena, neboť u žádného z těchto vymezení trhu nevznikají obavy z narušení hospodářské soutěže.

Relevantní zeměpisné trhy

- (12) Přinejmenším u Německa se musí uvažovat s tím, že existuje vnitrostátní zeměpisný trh pro tisk časopisů.

U zbytku EHP může zeměpisný trh pro tisk časopisů zůstat otevřený, neboť i při nejužším vymezení trhu (vnitrostátních trzích) nevznikají obavy z narušení hospodářské soutěže.

- (13) Německé časopisy se téměř výhradně tisknou v Německu. Jedním z důvodů je potřeba časové aktuálnosti časopisů, neboť riziko zpožděného dodání narůstá se vzdáleností mezi místem tisku a distribuční oblastí. Kromě toho se mnoho zahraničních tiskařských společností v současné době potýká u dodávek pro německé vydavatele s problémy. Německý systém distribuce časopisů je poměrně složitý, a to díky své decentralizované struktuře (narozdíl od například francouzského systému, ve kterém je Paříž centralizovaným distribučním uzlem). Vydavatelé také mají Německo rozdělené do oblastí zvaných „Nielsen-areas“, které u reklam vykazují různé složení cílových skupin. Přiměřeně tomu musí být upraven samotný tisk, což je pro mnoho tiskařských společností se sídlem mimo Německo obtížné.
- (14) U katalogů šetření trhu ukázalo, že tiskové zakázky jsou pravidelně rozdělovány mezi několik tiskáren, aby tím byla zajištěna bezpečnost dodávky a včasné dodání požadovaných vysokých nákladů. Bylo všestranně potvrzeno, že nejen že zahraniční zákazníci v oblasti katalogů dovážejí tiskařské služby (převážně z Německa), ale že i němečtí zákazníci považují zahraniční tiskárny za možné alternativy. Relevantní zeměpisný trh pro katalogy může být vymezen jako Německo a sousední země (Francie, Belgie, Nizozemsko, Lucembursko, Švýcarsko, Rakousko, Česká republika, Polsko, Dánsko), jakož i Itálie a Slovensko, což pokryje velké zahraniční tiskárny v této oblasti, jako jsou Quebecor, RotoSmeets, Mondadori, Ilte, Rotocalcografica a Ringier.
- (15) Tisk reklam pro německé zákazníky probíhá ve velké míře v Německu. Avšak navzdory nižšímu podílu tisku reklam v zahraničí ve srovnání s tiskem katalogů se němečtí zákazníci mohou bez problémů obrátit na důvěryhodné zahraniční tiskárny. Tisk reklam nezpůsobuje žádné zvláštní problémy ve srovnání s problémy, které řeší trh s tiskem časopisů, jako jsou například zvláštní konečná úprava či zvláštní distribuční podmínky. Kromě toho časová aktuálnost u reklam není tak významná jako u časopisů. Protože většina vydavatelů hlavních katalogů vydává i reklamy, bylo by pro ně také snadné využít stávajících vazeb na zahraniční tiskárny i u zakázek na tisk reklam. Z tohoto důvodu mohou být za zeměpisný rozsah trhu pro rotační hlubotisk reklam považovány stejné země jako v případě katalogů, tedy Německo, jeho sousední země a Itálie se Slovenskem.

U zbytku EHP může zeměpisný trh pro tisk katalogů a/nebo reklam zůstat otevřený, neboť i při nejužším vymezení zeměpisného trhu (vnitrostátních tržích) nevznikají obavy z narušení hospodářské soutěže.

II. HODNOCENÍ

- (16) Navrhovaný společný podnik bude činný na trzích pro rotační hlubotisk časopisů, katalogů a reklam v řadě zemí náležících k EHP. Nejzávažnější důsledky navrhovaného spojení – díky umístění uvedených pěti stávajících tiskařských zařízení, jež se mají na společném podniku podílet – budou pociťovány v Německu.

1. Trh pro rotační hlubotisk katalogů a reklam

- (17) Komise zjistila, že na trhu pro rotační hlubotisk katalogů a reklam by podíl společnosti NewCo na trhu zahrnujícím Německo, jeho sousední země a Itálii se Slovenskem dosáhl [20–25] % (*), a to na základě odhadů stran vyplývajících z objemů roku 2003. Na základě toho, že trh pro katalogy a reklamu je oddělený, bude mít navrhovaný společný podnik podíl [15–20] % (*) na trhu pro tisk katalogů a [20–25] % (*) na trhu pro tisk reklam. U rotačních hlubotiskových aktivit společnosti Bertelsmann mimo společný podnik bude muset být ke každému z těchto podílů na trhu připočteno dalších [0–5] % (*). Na samostatných trzích a rovněž na sloučených trzích pro katalogy a reklamy by v těsném závěsu následovaly společnosti Schlott a Quebecor s podílem na trhu ve výši mezi [10–15] % (*) a [10–15] % (*) a TSB s přibližně [10–15] % (*). Na takovém trhu tudíž nevznikají obavy z narušení hospodářské soutěže ani na sloučeném trhu pro tisk katalogů a reklam, ani na oddělených trzích pro tisk katalogů a reklam. Kromě toho na žádném jiném možném zeměpisném trhu EHP podíly na trhu uvedeného společného podniku nevzbuzují obavy z narušení hospodářské soutěže⁽¹⁾.

2. Trh pro rotační hlubotisk časopisů

- (18) Společný podnik bude mít na německém velkoobchodním trhu pro rotační hlubotisk časopisů podíl kolem [0–50] % (*). Dalšími hráči jsou společnosti TSB a Schlott, každá s přibližně [20–25] % (*), a Burda s podílem [0–5] % (*). Tisk v zahraničí představuje [0–5] % (*), které se ve velmi významné míře týkají dodávek tiskařských zařízení společnosti Burda ve Vieux-Thann ve Francii a v Bratislavě na Slovensku. Kromě těchto zahraničních dodávek je pouze jeden německý časopis tištěn v zahraničí, a to holandskou tiskárnou RotoSmeets. Na ostatních vnitrostátních trzích v EHP, jichž se tato problematika týká, podíly uvedeného společného podniku na trhu nevzbuzují obavy z narušení hospodářské soutěže. Proto Komise analyzovala pouze německý trh.

(*) Části tohoto textu byly upraveny, aby bylo zajištěno, že nedojde k úniku důvěrných informací; tyto části jsou uvedeny v hranatých závorkách a označeny hvězdičkou.

(1) Dokonce i na hypotetickém vnitrostátním německém trhu pro katalogy a/nebo reklamy by společný podnik dosáhl podílu na trhu ve výši mezi 22 % a 35 %, který by ale byl nižší než u společnosti Schlott, jež je na těchto trzích vedoucí společností.

- (19) Na německém trhu pro rotační hlubotisk časopisů mohou být zákazníci (vydavatelé) poškozeni v případě, že by společnost NewCo byla schopna zvýšit ceny a zákazníci by nebyli schopni z důvodu nedostatečné kapacity na tyto vyšší ceny reagovat přechodem k jiné tiskárně. Objem dodávaný uvedenými stranami na velkoobchodní trh dosáhl v roce 2003 v případě společnosti Bertelsmann [150–200 kt] (*) ([100–150 kt] (*)); v případě společnosti Springer [45–50 kt] (*); dalších [10–15 kt] (*) z tohoto množství se mezitím stalo nedobrovolnými, a to z důvodu, že uvedené strany ovládly nakladatelství. Když toto vezmeme v úvahu, dosahuje objem dodávaný stranami na velkoobchodní trh [100–150 kt] (*).

- (20) Komise analyzovala, zdali: 1. konkurenti mají v současné době volnou kapacitu, jež by mohla tento prodej ve významné míře nahradit; 2. by konkurenti mohli takovou kapacitu vytvořit, pokud by svou kapacitu přesunuli na tisk časopisů; 3. plánovaná rozšíření kapacity poskytnou další kapacitu; a 4. zdali by případní konkurenti mohli v případě nárůstu cen přispět k vytváření dalších kapacit v oblasti tisku časopisů.

- (21) *Současná volná kapacita:* Využití kapacity bylo v posledních letech v tomto odvětví poměrně vysoké. Na základě pečlivého přístupu k maximálnímu využití kapacity ve výši 95 % a na základě údajů předložených za rok 2003 se zdá, že se v oblasti tisku časopisů u německých konkurentů může počítat s volnou kapacitou ve výši 17 kt.

- (22) *Kapacita získaná přesunem:* Tiskárny na rotační hlubotisk mohou v omezené míře přesunout svou kapacitu z tisku katalogů a reklam na tisk časopisů. To vyplývá především z rozdílů v periodicitě, délce tisku a objemu různých tiskových produktů. Časopisy jsou tištěny periodicky (v týdenních, čtrnáctidenních nebo měsíčních intervalech). Vzhledem k tomu, že jsou periodicky vydávány po dlouhé období, představují pro tiskařská zařízení takzvané „základní zatížení“, které tiskárny vytíží během celého roku. Oproti tomu katalogy pro zásilkové společnosti nebo cestovní kanceláře obvykle vycházejí jen dvakrát do roka a ve velkých nákladech (co do počtu výtisků i počtu stran) a je u nich možná delší doba tisku (až několik týdnů). Většinou jsou tištěny v květnu a červnu a v období od října do prosince a pro tiskárny představují „nejvyšší zatížení“. Třetí kategorie tiskových produktů, reklamy, je v podstatě využívána k zaplnění tiskové kapacity v období mezi sezónami pro tisk katalogů a ve dnech, kdy je tištěno méně časopisů. Díky těmto časovým parametrům většina tiskařských společností uvedla, že by neomezený přechod od tisku katalogů a reklam k tisku časopisů nebyl možný.

- (23) Výsledkem je, že konkurenti, kteří na šetření na trhu prováděné Komisí reagovali a udali konkrétní údaje, uvedli, že jejich možnosti ohledně přechodu z tisku reklam a katalogů na tisk časopisů představují maximálně [15–20] % (*) jejich celkové kapacity. Jedna německá tiskárna neuvedla žádný údaj; Komise opatrně a v souladu s ostatními výsledky získanými z šetření na trhu odhadla, že by tato tiskárna, jež má v současné době poměrně nízký podíl tisku časopisů, mohla dalších [10–15] % (*) své tiskové kapacity vymezit na tisk časopisů. Z toho plyne, že by tři německé tiskárny mohly společně poskytnout přibližně 130 kt na tisk časopisů, což by v roce 2003 představovalo velmi velký podíl z celkové kapacity využívané uvedenými stranami pro tisk časopisů jiných stran ([150–200 kt] (*)). Tisk časopisů je obecně ziskovější než tisk reklam nebo tisk reklam a katalogů. Konkurenti by tedy měli nejen možnost, ale i důvod, proč svou kapacitu přesunout na tisk časopisů.
- (24) *Plánovaná rozšíření kapacit:* Největší konkurenti uvedených stran v Německu, společnosti Schlott, TSB a Burda, zamýšlí během příštích dvou nebo tří let zvýšit svou čistou kapacitu o nejméně 50 kt. Kromě toho by byly alespoň dočasně schopny zvýšit svou čistou kapacitu odložením plánovaného postupného vyřazování z provozu starších, ale stále funkčních tiskařských strojů.
- (25) *Případná konkurence:* Pravděpodobnost nárůstů cen na německém trhu pro tisk časopisů je dále omezena přítomností několika důvěryhodných případných konkurentů, zvláště společností RotoSmeets (Nizozemsko), Quebecor (Francie), Mondadori (Itálie) a v menší míře společnosti Ringier (Švýcarsko), jež mají tiskárny relativně blízko u německých hranic. Tyto tiskárny by tedy byly schopny splnit časové nároky při tisku časopisů přinejmenším při využití těch tiskáren, jež jsou nejbližší německým hranicím. Rozdíly v distribučních systémech a v metodách provádění konečných úprav by si u zahraničních tiskáren vyžádaly určité úpravy a úzkou spolupráci s německými klienty. Příklad společnosti Roto Smeets, která je v současnosti jedinou zahraniční tiskárnou, jež tiskne německé časopisy, dokazuje, že takové přizpůsobení je možné. Společnosti RotoSmeets, Quebecor a Mondadori mají v současné době přinejmenším 32 kt volné kapacity, kterou by bez průtahů mohly poskytnut vydavatelům německých časopisů. V krátké době by mohla být poskytnuta ještě další kapacita, která by vyplynula z plánovaných rozšíření kapacit a přesunů v typech tištěných materiálů.
- (26) Kromě kapacity konkurentů by další poškození hospodářské soutěže mohlo teoreticky hrozit v důsledku odstranění konkurence z důvodu spojení. Spojení odstraní společnost Springer jakožto nezávislého konkurenta. Pokud jsou však posuzovány pouze německé rotační hlubotiskové tiskárny, zákazníci se stále ještě mohou obrátit na tři významné hráče, společnosti Schlott, TSB a Burda, které mají velkou instalovanou kapacitu. Kromě toho mohou na trh vstoupit výše zmínění věrohodní případní konkurenti.
- (27) Na základě dříve uvedených výpočtů by tři nejdůležitější německí konkurenti, a to společnosti Schlott, TSB a Burda, byly v případě zvýšení cen u tisku německých časopisů schopny nabídnout dalších 197 kt (17 kt z volné kapacity, 130 kt z přesunu kapacity, 50 kt z rozšíření čisté kapacity) pro tisk časopisů. Objem uvedených stran na velkoobchodním trhu se přitom rovná [100–150 kt] (*). Mimoto mohou být společnosti RotoSmeets, Quebecor a Mondadori považovány za důvěryhodné případné konkurenty, na něž by se německí zákazníci z oblasti produkce časopisů mohli obrátit, pokud by uvedený společný podnik přistoupil ke zvyšování cen.

3. Koordinace na trhu pro vydávání časopisů

- (28) Komise rovněž na základě čl. 2 odst. 4 nařízení o spojování hodnotila, zdali by vytvoření společného podniku vedlo ke koordinaci soutěžního chování společnosti Bertelsmann (včetně G+J) a soutěžního chování společnosti Springer na druhotném trhu pro tisk časopisů. Komise došla k závěru, že vzhledem k tomu, že tiskové náklady činí jen malou část z celkových nákladů na vydání časopisu, a vzhledem k tomu, jak důležité je pro uvedené strany podnikání v oblasti vydávání časopisů, není koordinace v oblasti vydávání časopisů pravděpodobná.

III. ZÁVĚR

- (29) Komise z výše uvedených důvodů došla k závěru, že navrhované spojení závažným způsobem nenarušuje účinnou hospodářskou soutěž na společném trhu nebo na jeho podstatné části, zejména v důsledku vytvoření nebo posílení dominantního postavení, a že neomezuje hospodářskou soutěž ve smyslu čl. 2 odst. 4 nařízení o spojování a článku 81 Smlouvy. Uvedené spojení tedy bude prohlášeno za slučitelné se společným trhem podle čl. 8 odst. 1 nařízení o spojování a za slučitelné s dohodou o EHP podle článku 57 této dohody.