

## II

(Retsakter hvis offentliggørelse ikke er obligatorisk)

## KOMMISSIONEN

## KOMMISSIONENS BESLUTNING

af 3. marts 1999

om en procedure efter EF-traktatens artikel 85

(IV/36.237 - TPS)

(meddelt under nummer K(1999) 387)

(Kun den franske udgave er autentisk)

(1999/242/EF)

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE  
FÆLLESSKABER HAR —

ud fra følgende betragtninger:

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det  
Europæiske Fællesskab,

## I. SAGSFREMSTILLING

under henvisning til Rådets forordning nr. 17 af 6. februar  
1962, første forordning om anvendelse af bestemmelserne  
i traktatens artikel 85 og 86<sup>(1)</sup>, senest ændret ved akten  
vedrørende Østrigs, Finlands og Sveriges tiltrædelse,  
særlig artikel 2, 6 og 8,

A. *Indledning*

under henvisning til den begæring om negativattest og  
anmeldelse med henblik på fritagelse, der blev indgivet af  
Télévision Française 1, France Télévision Entreprises,  
France Télécom, la Compagnie Luxembourgeoise de  
Télédiffusion, Métropole Télévision og Lyonnaise des  
Eaux den 18. oktober 1996, jf. artikel 2 og 4 i Rådets  
forordning nr. 17, i forbindelse med aftalerne om opret-  
telse af selskabet Télévision par satellite,

- (1) Transaktionen førte i første omgang til kontakt  
med Kommissionen i sommeren 1996 med  
henblik på en anmeldelse i henhold til Rådets  
forordning (EØF) nr. 4064/89 af 21. december  
1989, om kontrol med virksomhedssammenslut-  
ninger<sup>(2)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr.  
1310/97<sup>(3)</sup>. Da Kommissionen imidlertid havde  
underrettet parterne om, at Télévision par satellite  
(TPS) ikke var et joint venture i betydningen af et  
selskab, der kontrolleres af to eller flere andre virk-  
somheder i forening, anmeldte parterne den 18.  
oktober 1996 transaktionen til Kommissionen og  
anmodede om en negativattest, subsidiært en fritage  
i medfør af forordning nr. 17.

under henvisning til indholdet af anmodningen og den  
meddelelse, der blev offentliggjort i henhold til artikel 19,  
stk. 3, i forordning nr. 17<sup>(2)</sup>,

- (2) Aftalerne om oprettelsen af selskabet TPS blev  
anmeldt til Kommissionen af de allerede nævnte  
parter, dvs. Télévision Française (TF1), France Télé-  
vision Entreprises, la Compagnie Luxembourgeoise  
de Télédiffusion (CLT), Métropole Télévision (M6),  
France Télécom og Lyonnaise des Eaux, der

efter høring af Det Rådgivende Udvalg for Kartel- og  
Monopolspørgsmål, og

<sup>(1)</sup> EFT L 13 af 21.2.1962, s. 204/62.

<sup>(2)</sup> EFT C 65 af 28.2.1998, s. 5.

<sup>(3)</sup> EFT L 395 af 30.12.1989, s. 1. Berigtigelse i EFT L 257 af  
21.9.1990, s. 13.

<sup>(4)</sup> EFT L 180 af 9.7.1997, s. 1.

nu kalder sig Suez Lyonnaise des Eaux. TPS blev oprettet som et interessentskab efter fransk lov. Selskabets formål er at etablere og drive en digital platform for markedsføring af tv-programmer og -tjenester via satellit mod betaling i Frankrig. Selskabets formålsparagraf giver desuden mulighed for at udvide aktiviteterne til de fransktalende områder i andre europæiske lande.

- (3) Den 13. marts 1998 anmeldte parterne en ændring af fordelingen af anparter, der opstod efter anmeldelsen af aftalerne. CLT havde trukket sig ud af TPS og solgt sine anparter til M6 Numérique og Lyonnaise Satellite, der nu ejer hver 25 % af TPS' kapital.

På anmeldelsestidspunktet var anparterne i TPS fordelt således:

— TF1 Développement:	25 %
— France Télévision Entreprises:	25 %
— M6 Numérique:	20 %
— Société pour le Numérique Francophone (CLT):	20 %
— Lyonnaise Satellite:	10 %

Efter at Société pour le Numérique Francophone har trukket sig ud, er anparterne i TPS fordelt således:

— TF1 Développement:	25 %
— France Télévision Entreprises:	25 %
— M6 Numérique:	25 %
— Lyonnaise Satellite:	25 %

TF1 Développement ejes 100 % af TF 1. Kapitalen i France Télévision Entreprises er fordelt mellem France Télécom (66 %) og France Télévision (34 %), som de offentlige kanaler France 2 og France 3 ejer 50 % af hver. M6 Numérique og Lyonnaise Satellite er helejede datterselskaber af henholdsvis M6 og Suez Lyonnaise des Eaux.

- (4) Den 27. juli 1998 anmeldte parterne et tillæg til TPS-aftalerne om ophævelse af klausulen om, at de kabel-tv-operatører, der er anpartshavere i TPS, skulle forpligte sig til at koordinere deres udbud med udbudet fra den digitale platform. Anvendelsesområdet for konkurrenceklausulen blev efter anmodning fra Kommissionen afgrænset af to tillæg af 17. september 1998, og en bestemmelse om eventuel eksklusiv distribution af kanalerne

»Arte« og »La Cinquième« blev ophævet ved endnu et tillæg af 17. september 1998.

## B. Parterne

### 1. TF1

- (5) Télévision Française 1 (TF1) driver Frankrigs førende jordbaserede æterbårne tv-kanal. Selskabets sendetilladelse blev fornyet i 1996. TF1 distribueres desuden via kabel i den fransktalende del af Belgien og i Luxembourg.
- (6) Bouygues-koncernen, der hovedsagelig driver virksomhed i byggesektoren og sektoren for ejendoms-handel, har med en aktieandel på 39 % den faktiske kontrol med TF1.
- (7) TF1's hovedaktivitet er distribution af ukodede tv-programmer af generel karakter. TF1 beskæftiger sig desuden gennem sine datterselskaber med forvaltning og udbud af reklamer, tv- og filmproduktion, handel med ophavsret til film og tv, distribution af to temakanaler samt redigering og distribution af afledte produkter og tjenester.
- (8) I 1996 havde Bouygues-koncernen en omsætning på verdensplan på 11 180,5 mio. ECU, mens TF1 i samme periode omsatte for 1 475,8 mio. ECU.

### 2. France Télévision

- (9) France Télévision omfatter de to aktieselskaber France 2 og France 3, hvis kapital ejes 100 % af den franske stat, og som driver Frankrigs næst- og tredjestørste jordbaserede æterbårne tv-stationer på grundlag af lovfæstede licensbetingelser og bestemmelser om forsyningspligt, der afgrænser deres aktiviteter. France 2 og France 3 sendes ukodet og finansieres dels af en licens, der opkræves af alle husstande med et tv-apparat, dels af reklamer.
- (10) France 2 og France 3 sender en generel programflade til hele Frankrig samt for France 3's vedkommende regionale og lokale programmer. De to kanaler distribueres desuden via kabel i Belgien og Luxembourg.
- (11) Ud over udsendelsen af deres generelle programflade beskæftiger de to kanaler sig gennem datterselskaber og kapitalinteresser med følgende medieaktiviteter: reklame, tv- og filmproduktion, handel med film- og tv-rettigheder, distribution af temakanaler af kulturel og uddannelsesmæssig karakter og redigering og distribution af afledte produkter og tjenester.

- (12) I 1996 havde France 2 en omsætning på 760,3 mio. ECU, mens France 3 omsatte for 784,7 mio. ECU.

### 3. France Télécom

- (13) France Télécom er det etablerede franske teleselskab. Selskabet blev delvis privatiseret i 1997, og 25 % af kapitalen ejes nu af offentligheden, institutionelle investorer og de ansatte. France Télécom beskæftiger sig med telefoni (fast og mobil taletelefoni), offentlige net, terminaler (telefoner, faxmaskiner og omstillingsborde) og kabelnet og udbyder desuden tele- og multimedietjenester.
- (14) France Télécom ejer Viaccess-teknikken til adgangsstyring, som benyttes af TPS og den konkurrerende platform AB-Sat.
- (15) I sektoren for distribution af kabel-tv driver France Télécoms datterselskab France Télécom Câble et net med over 1,2 mio. tilslutninger og en markedspenetration på 23 %<sup>(5)</sup>. Hvad abonnenter angår, repræsenterer France Télécom Câble ca. 29,5 % af sektoren.
- (16) France Télécom-koncernen havde i 1996 en omsætning på 23 049,13 mio. ECU.

### 4. M6

- (17) Métropole Télévision (M6) er et selskab efter fransk ret, der den 26. februar 1987 fik tilladelse til at drive en landsdækkende jordbaseret tv-kanal. Selskabets hovedaktionærer er CLT og Suez Lyonnaise des Eaux. Tilladelsen blev forlænget i 1996 med ikrafttræden den 1. marts 1997.
- (18) M6 arbejder desuden i forskellige mediesektorer, idet selskabet driver et reklamebureau, producerer film og tv-programmer, handler med ophavsret til tv-programmer og film, driver temakanaler, udgiver cd'er, blade og videoer og beskæftiger sig med tele-shopping.
- (19) I 1996 havde M6 en omsætning på 315,93 mio. ECU.

### 5. Suez Lyonnaise des Eaux

- (20) Kapitalen i Suez Lyonnaise des Eaux var i oktober 1997 fordelt mellem Electrafina (GBL) (10 %), Crédit Agricole (7,6 %), AXA-UAP (6,2 %), CDC (4,5 %), Saint-Gobain (4 %), Cogema (3 %), de

ansatte (1,1 %), mens resten (63,6 %) ejes af offentligheden.

- (21) Suez Lyonnaise des Eaux beskæftiger sig med vandforsyning, renovation, energi, offentlige arbejder, infrastruktur og finansielle tjenesteydelser. Selskabet har desuden interesser i kommunikationssektoren, hovedsagelig gennem M6, hvis kapital det ejer 34,45 % af, samt gennem datterselskabet Lyonnaise Communications, der driver et fransk kabelnet med over 1,5 mio. tilslutninger og en markedspenetration på 18,8 %. Hvad abonnenter angår, repræsenterer Lyonnaise Communications ca. 26 % af sektoren i Frankrig.
- (22) I 1996 var omsætningen i Suez Lyonnaise des Eaux ifølge det foreløbige regnskab (fusionen fandt sted den 19. juni 1997) på 26 394,52 mio. ECU.

## C. De relevante markeder

### 1. Produktmarkederne

- (23) Den anmeldte transaktion vedrører især markedet for betalings-tv, hvor TPS driver virksomhed. Eftersom TPS redigerer nogle af de temakanaler, der indgår i selskabets udbud, er selskabet samtidig aktivt på markedet for opkøb af senderrettigheder, samt markederne for markedsføring og udnyttelse af temakanaler.
- (24) Samtidig bør markedet for tekniske tjenester i forbindelse med betalings-tv inddrages i det omfang, TPS' formålsparagraf omfatter udvikling, markedsføring, køb og salg af alle adgangsstyrings-systemer samt forvaltning og markedsføring af abonnementsystemer.

#### 1.1. Markedet for betalings-tv

- (25) Som det fremgår af Kommissionens beslutning 94/922/EF<sup>(6)</sup> og Kommissionens beslutning af 7. oktober 1996 (Bertelsmann/CLT<sup>(7)</sup>) og Kommissionens beslutning af 99/153/EF (Bertelsmann/Kirch/Premiere<sup>(8)</sup>) er markedet for betalings-tv et andet end markedet for frit tilgængelige kanaler, hvad enten de finansieres helt eller delvis af reklamer. Når det drejer sig om frit tilgængelige kanaler, opstår det forretningsmæssige forhold mellem tv-selskabet og annoncøren, hvorimod der i forbindelse med betalings-tv er tale om et forretningsmæssigt forhold mellem tv-selskabet og seeren som abonnent. Derfor er konkurrencevilkårene forskellige for disse to former for tv. I forbindelse med frit tilgængeligt fjernsyn er parametrene seertal og annoncepriser, mens de vigtigste forhold

<sup>(6)</sup> EFT L 364 af 31.12.1994, s. 1, betragtning 32 og 33; Sag IV/M.779; Bertelsmann/CLT af 7. oktober 1996; Sag IV/M.993, Bertelsmann/Kirch/Premiere af 27. maj 1998.

<sup>(7)</sup> EFT C 364 af 4.12.1996, s. 3.

<sup>(8)</sup> EFT L 53 af 27.2.1999, s. 1.

<sup>(5)</sup> Antallet af abonnenter i forhold til tilslutninger.

for betalings-tv er en programflade, som skal kunne tiltrække bestemte målgrupper, og hvis hovedelementer er transmission af nye spillefilm og sport samt abonnementsprisen. Betalings-tv er desuden kendetegnet ved, at man skal have en dekoder for at kunne modtage programmerne, at markedsføringen foregår enten via et net af distributører eller ved direkte marketing (f.eks. telefonsalg); at der kræves administrativ forvaltning af abonnementerne, og at operatøren har adgang til et adgangsstyringssystem.

(26) Markedet for betalings-tv kan ikke opdeles i et analogt og et digitalt segment, hvilket Kommissionen allerede har påpeget<sup>(9)</sup>. Digitalt betalings-tv er blot en teknologisk udvikling af analogt betalings-tv. Selv om de to teknikker i øjeblikket eksisterer side om side med hensyn til satellit- og kabel-tv i Frankrig, må man forvente, at den analoge teknik i fremtiden vil blive fortrængt af den digitale. CanalSatellite Analogiques situation illustrerer dette forhold meget godt. En del af selskabets abonnenter var gået over til digitalt betalings-tv, og man besluttede derfor at indstille aktiviteterne i forbindelse med selskabets analoge pakke i oktober 1998, hvilket var lidt over to et halvt år efter lanceringen af den digitale pakke. Uanset om der benyttes analog eller digital teknik til udsendelse af betalings-tv, er der tale om de samme kendetegn: et adgangsstyringssystem er påkrævet og markedsføringen, abonnentforvaltningen og programudvalget er de samme<sup>(10)</sup>.

(27) Betalings-tv kan transmitteres til modtagere i Frankrig via sendere på landjorden, via satellit eller via kabel.

<sup>(9)</sup> Se fodnote 8.

<sup>(10)</sup> En sammenligning af priserne i 1996 viser, at prisen på et abonnement på Canal+'s analoge jordbaserede trådløse kanal (175 FRF) lå tæt på prisen på et abonnement på CanalSatellite Numérique (digitalt) (98 FRF for basisabonnementet + 55 FRF for filmpakken + 30 FRF for musikpakken).

(28) Traditionelt er Canal+'s betalings-tv blevet udsendt via sendere på landjorden. I øjeblikket er det stadig Canal+'s jordbaserede trådløse kanal, der har langt det største antal abonnenter (ca. 3,5 mio. i september 1998), men den kan også modtages via satellit eller kabel. Ligesom betalings-tv via kabel eller satellit indeholder udbuddet af jordbaserede trådløse kanaler målrettede udsendelser som film og sport, der markedsføres via et distributionsnet og kræver en modtager forbundet med et adgangsstyringssystem, og der er desuden behov for et system til forvaltning af abonnenter.

(29) På kabel-tv-området — både analogt og digitalt — består abonnementerne på temakanaler ligesom for satellit-tv's vedkommende af pakker, der er opdelt i en grundpakke og en række valgmuligheder. Kabel-tv-operatørerne markedsfører størstedelen af de kanaler, der indgår i satellitudbuddet, og man genfinder derfor i deres udbud en blanding af de kanaler, der udsendes af CanalSatellite, TPS<sup>(11)</sup> og AB-Sat samt Canal+, hvorved indholdet minder om satellitudbuddet. Det skal i øvrigt bemærkes, at alle satellitkanalerne fører samme prispolitik i hele Frankrig, og at de ikke skelner mellem områder med og uden kabel-tv.

(30) Kabel-tv er ikke særlig udbredt i Frankrig. Den kommercielle penetration i sektoren for betalings-tv er på lidt over 22 % (antal abonnenter i forhold til antallet af tv-stik, der kunne tilsluttes), når man ikke medregner antenneforeninger, der kun nedtager de almene frit tilgængelige kanaler, og den samlede penetration (antal abonnenter i forhold til antallet af husstande med fjernsyn) er på ca. 10 %. Der, hvor der findes kabel-tv, hvor forbrugerne altså kan vælge mellem kabel- og

<sup>(11)</sup> Det skal dog bemærkes, at NumériCâble, som kontrolleres af Canal+, ikke udsender TPS' filmkanaler.

satellit-tv, hvilket vil sige i større byer, er satellit-tv normalt underlagt en række begrænsninger (regler om fælleseje og kommunale regler) af mulighederne for at installere paraboler, hvorved kabel-tv favoriseres. Disse forhold er dog ikke tilstrækkelig grund til at skelne mellem et eventuelt marked for kabel-tv og markedet for satellit-tv. At penetrationen af satellit-tv i reglen er svag eller meget svag i områder med kabel-tv, synes at bevise, at betalings-tv via kabel erstatter betalings-tv via satellit, når der er mulighed for at modtage kabel-tv, idet forbrugerne foretrækker den bekvemme kabeltilslutning i stedet for de formaliteter, der normalt er forbundet med at skulle installere en parabolantenne. Man kan altså konkludere, at markedet for betalings-tv i Frankrig i øjeblikket omfatter tre former for distribution, nemlig jordbaseret æterbåren distribution, distribution via satellit og distribution via kabel.

- (31) Ifølge oplysninger fra Conseil supérieur de l'audiovisuel français udgjorde de tre satellitkanaler (CanalSatellite, TPS og AB-Sat) i juni 1998 15 % af alle franske abonnenter, mens 28 % kunne se kabel-tv og 57 % Canal+ som jordbaseret æterbåren kanal.

#### 1.2. *Markedet for tekniske tjenesteydelser i forbindelse med betalings-tv*

- (32) For at kunne udbyde betalings-tv skal man råde over en særlig teknisk infrastruktur, der gør det muligt at kode udsendelserne og give betalende seere mulighed for at afkode dem. Det er derfor nødvendigt at installere en dekoder hos hver abonnent. Når det drejer sig om digitalt betalings-tv, vil dekoderen normalt kunne demodulere signalet fra satellitten eller kabel-tv-operatøren, dekomprimere det digitale signal, demultipleksere de forskellige kanaler, afkode det krypterede signal, styre adgangsstyringssystemet og fungere som brugergrænseflade for betalingskort.
- (33) Betalings-tv-operatøren skal således have adgang til et adgangsstyrings-system, der gør det muligt at transmittere kodede data med oplysninger om de udsendelser, abonnementet omfatter, og om, hvilke abonnenter, der har ret til at modtage udsendelserne, ud over tv-signalerne. Systemet omfatter normalt også et chipkort, som abonnenten får udleveret, og som gør det muligt at afkode adgangsstyringsdata og videresende dem til dekoderen.

#### 1.3. *Markedet for indkøb af senderrettigheder (især til film og sport)*

- (34) Det er almindelig anerkendt, at film og sport er de to vigtigste produkter, betalings-tv kan tilbyde.

Rettighederne er nødvendige for at sammensætte en programflade, der er tilstrækkelig attraktiv til at overbevise kommende abonnenter om at betale for at modtage tv-kanaler. De er altså lokkemad for betalings-tv. I denne sag er det ikke nødvendigt at tage stilling til, om der er tale om særskilte markeder for senderrettigheder til film og sport.

- (35) Filmrettigheder kan opdeles i rettigheder til frit tilgængeligt tv, til »betalings-tv«, til »pay-per-view«, til »near-video-on-demand« og til »video-on-demand«<sup>(12)</sup>. Efter de gældende regler for de franske medier kan rettigheder til udsendelse af en film ukodet tidligst udnyttes 36 måneder efter dens biografpremiere, mens rettigheder til betalings-tv kan udnyttes 12 måneder efter. Fristerne er dog kortere, når der er tale om koproduktion. Rettigheder for betalings-tv via satellit eller kabel kan være opdelt i første og andet vindue. Det er et fænomen, der er lanceret af studierne i Hollywood, og som endnu ikke er udviklet blandt franske producenter/distributører. Det skal også bemærkes, at der ikke skelnes mellem udnyttelse af rettighederne i analog eller digital kvalitet.

- (36) Sportsrettigheder kan ligeledes opdeles i rettigheder til ukodet udsendelse, til betalings-tv og til »pay-per-view«.

#### 1.4. *Markedet for markedsføring og udnyttelse af temakanaler*

- (37) Temakanalerne er uundværlige for sammensætningen af udbudet af betalings-tv. Selv om der også sendes nogle almene franske og udenlandske kanaler via kabel og satellit, må man konstatere, at de ikke udgør en specifik programkategori for betalings-tv.

<sup>(12)</sup> Ved *betalings-tv* forstås krypteret transmission uanset transmissionsform af tv-programmer mod betaling af et abonnement, der giver adgang til en række programmer eller en kanal. *Pay-per-view* giver adgang til individuelle krypterede programmer mod betalingen for udsendelsen på et tidspunkt, som fastsættes af operatøren. *Near-video-on-demand* består af en *pay-per-view*-tjeneste, der er tilgængelig på forskellige kanaler (multiplex). Endelig giver *video-on-demand* forbrugeren adgang til et program mod betaling for udsendelsen på et tidspunkt, forbrugeren selv vælger.

(38) Markedet undergår i øjeblikket en kraftig ekspansion som følge af indførelsen af digital teknologi, der ved hjælp af kompression gør det muligt at udsende et langt højere antal kanaler og tjenester end den analoge teknologi.

(39) Markedet bestod oprindeligt af nogle kanaler, der blev redigeret med henblik på fransk kabel-tv, men omfatter nu over 140 temakanaler, såvel franske som europæiske og ikke-europæiske, der udsendes via satellit eller kabel.

## 2. Det relevante geografiske marked

(40) I øjeblikket markedsføres TPS' udbud kun i Frankrig. Det er dog ikke udelukket, at markedsføringen vil blive udvidet til at omfatte de øvrige fransktalende lande i Europa, således som de anmeldte aftaler åbner mulighed for. I den foreliggende sag er det således ikke nødvendigt at tage stilling til, om det geografiske marked skal defineres som det franske marked eller markedet for den fransktalende del af Europa.

(41) Det samme gælder markedet for tekniske tjenester i forbindelse med betalings-tv, som Kommissionen allerede har anerkendt som værende nært forbundet med udbudet af betalings-tv<sup>(13)</sup>.

(42) Hvad angår markedet for markedsføring af temakanaler, skal det bemærkes, at selv om der markedsføres udenlandske kanaler i Frankrig, forhandles og organiseres deres indlemmelse i satellit- og kabel-tv-pakker på et grundlag, der højst er nationalt.

(43) Hvad angår det geografiske marked for opkøb af senderrettigheder, kan opkøbet ganske vist ske på verdensplan, og nogle operatører sikrer sig rettigheder for mere end et territorium ad gangen, men man må samtidig konstatere, at opkøb af senderrettigheder stadig hovedsagelig foregår på nationalt eller eventuelt sprogligt plan. Ved Kommissionens beslutning 89/536/EØF<sup>(14)</sup> konstaterede denne således, at filmrettigheder generelt overdrages for en bestemt sprogudgave og et bestemt område. I denne sag er det ikke nødvendigt at afgøre, om markedet for opkøb af senderrettigheder skal afgrænses som det franske marked eller markedet for den fransktalende del af Europa.

<sup>(13)</sup> Se fodnote 6 og 8.

<sup>(14)</sup> EFT L 284 af 3.10.1989, s. 36.

## 3. Markedsstrukturen

### 3.1. Markedet for betalings-tv

(44) Den ældste konkurrent på det franske marked for betalings-tv er Canal+. Denne betalingskanal blev lanceret i 1984 og sender hovedsagelig analogt jordbaseret æterbåret tv, men kan også modtages i en digital multiplekseret udgave (Canal+ blå, gul og grøn) via satellit og analogt og digitalt via kabel. Canal+ har i øjeblikket i alt ca. 4,3 mio. abonnenter. Programfladen for en sådan »premium«-kanal er præget af eksklusive filmpremierer og sport af bedste kvalitet. Canal+ har et meget veletableret image i Frankrig og har samlet en stor mængde knowhow om forvaltning af betalings-tv gennem sin store erfaring på området.

(45) Canal+-koncernen driver desuden virksomhed på området for distribution af kabel-tv, idet selskabet kontrollerer kabelnettet NumeriCâble, der udgør ca. 21 % af kabel-tv-sektoren i Frankrig.

(46) I 1992 lancerede CanalSatellite, som Canal+ ejer 70 % af, en pakke af analoge betalingskanaler via satellit. CanalSatellite Numérique lancerede sine digitale tjenester i 1996. Ved udgangen af 1997 havde CanalSatellite Analogique stadig ca. 100 000 abonnenter, mens CanalSatellite Numérique allerede havde hvervet 650 000. CanalSatellite Analogique besluttede at indstille sine aktiviteter i oktober 1998. CanalSatellite Numérique havde ved udgangen af juni 1998 900 000 abonnenter og regnede med at nå over 1 mio. i efteråret 1998.

(47) Med hensyn til abonnenter udgjorde Canal+-koncernen, herunder »premium«-kanalen Canal+, CanalSatellite og kabelnettet NumeriCâble, ultimo juni 1998 ca. 70 % af det franske marked for betalings-tv.

(48) Canal+-koncernen driver desuden virksomhed på flere andre landes markeder for betalings-tv, nemlig i Spanien, Italien, de nordiske lande, den fransktalende del af Belgien, Flandern, Nederlandene, Polen og Afrika. I de fleste af disse lande har koncernen lanceret eller planlægger at lancere digitale platforme ved siden af »premium«-kanalerne. Koncernen havde ultimo juni 1998 10,3 mio. abonnenter i Europa<sup>(15)</sup>.

<sup>(15)</sup> *Satellifax* af 24. juli 1998.

(49) I april 1996 lancerede AB-koncernen, der især beskæftiger sig med programproduktion og distribution af tv-rettighe­der, en anden pakke på det franske marked, der bestod af omkring 20 satellit-betalingskanaler, som koncernen havde samlet. Ultimo juni 1998 havde denne pakke hvervet 100 000 abonnenter. I marts 1997 indgik AB-Sat en såkaldt Simulcrypt-aftale med CanalSatellite, der gør det muligt for abonnenter på de to pakker at modtage begge operatørers kanaler med samme digitale dekoder og samme kort. AB-Sat og Canal-Satellite undertegnede desuden en aftale om, at nogle af AB-Sats kanaler, blandt andet sportskanalen, skulle udsendes af CanalSatellite. Man indgik endvidere en aftale med TPS i juli 1998 om at lade en af AB-Sats kanaler indgå i TPS' grundpakke med mulighed for at vælge yderligere fem kanaler.

(50) TPS havde selv 457 000 abonnenter ultimo juli 1998 og regner med at nå op på 600 000 inden årets udgang.

(51) På markedet for betalings-tv er de vigtigste kabel-tv-operatører, der deltager i den franske rege­rings PlanCâble fra 1982, France Télécom og Lyon­naise Câble, der begge har interesser i TPS, samt NumeriCâble, der kontrolleres af Canal+. Af disse tre operatører havde France Télécom ultimo januar 1998 442 000 abonnenter (6,22 % af markedet for betalings-tv), mens Lyonnaise Communications havde 439 212 (6,18 % af markedet for betalings-tv), og NumeriCâble havde 357 210 abonnenter (5,1 %) <sup>(16)</sup>. Tilsammen udgør de tre operatører ca. 80 % af sektoren for kabel-tv. De resterende 20 % omfatter en række mindre operatører.

### 3.2. *Markedet for tekniske tjenester i forbindelse med betalings-tv*

(52) I henhold til de anmeldte aftaler kan TPS udvikle og markedsføre adgangsstyringssystemer og abon­nementssystemer. Foreløbig har TPS dog valgt adgangsstyringssystemet Viaccess, der er omfattet af

<sup>(16)</sup> Avica, januar 1998. Tallene omfatter kun de abonnenter, der har indgået en individuel aftale med kabeloperatører og udelukker dermed abonnenter på »antennetjenester«. Disse tjenester udsender kun frit tilgængelige kanaler og tilbyder ikke betalings-tv i ordets egentlige forstand, idet der ikke er tale om et direkte forhold mellem abonnenten og kabelopera­tøren, eftersom udgifterne til tjenesten faktureres sammen med ejendommens fællesudgifter.

en licensaftale med France Télécom. Desuden vare­tager TPS selv forvaltningen af sine abonnenter.

(53) France Télécom er aktiv på dette marked både som udvikler og ejer af adgangsstyringssystemet Viaccess (den digitale udgave af Eurocrypt-systemet). Selskabet konkurrerer her med Canal+ -koncernen, som ejer adgangsstyringssystemet Mediaguard og har udviklet den digitale dekoder Mediasat.

(54) Viaccess-systemet benyttes desuden af AB-Sat, som har indgået en licensaftale med France Télécom, og af kabeloperatøren Lyonnaise Communications.

### 3.3. *Markedet for opkøb af tv-rettighe­der, bl.a. til film og sport*

(55) TPS-konventionen omhandler etablering af filmka­naler og en *pay-per-view*-tjeneste samt de tilhø­rende redigeringsselskaber <sup>(17)</sup>. I øjeblikket redi­gerer TPS' helejede datterselskab TPS Cinéma tre filmkanaler og en børnekanal, der næsten udeluk­kende sender tegnefilm. *Pay-per-view*-tjenesterne, der består af film og sportsbegivenheder, redigeres af selskabet Multivision, som TPS ejer 78 % af, mens resten ejes af France Télécom og Suez Lyon­naise des Eaux.

(56) Gennem sine to datterselskaber, der redigerer kanaler og tjenester, opererer TPS altså på markedet for opkøb af tv-rettighe­der, især med hensyn til film og sport.

(57) TPS har indgået aftaler med fem store amerikanske studier om filmrettighe­der med henblik på køb af *betalings-tv* — og *pay-per-view* — rettigheder. I tre tilfælde har selskabet dog købt rettigheder som »andet *betalings-tv*-vindue« (dvs. efter udsendelse på Canal+). TPS har desuden rettigheder til *pay-per-view* transmission fra tennisturneringen Roland-Garros, Champions' League i fodbold og visse kampe i den franske pokalturnering i fodbold.

<sup>(17)</sup> Traditionelt opkøber et selskab, der redigerer temakanaler, senderrettigheder, hvorefter det fastlægger programmerne og forvalter og markedsfører de redigerede kanaler.

(58) TPS' vigtigste konkurrenter på dette felt, især med hensyn til opkøb af film, er Canal+ og de temakanaler, Canal+ har interesser i, især igennem selskabet Multithématiques. Canal+-koncernen står særlig stærkt på dette marked. Som »premium«-kanal, hvis image hovedsagelig er opbygget omkring premierer på kvalitetsfilm, har Canal+ indgået kontrakter med fem af de syv største studier i Hollywood samt med Polygram om eksklusive rettigheder til premierer på *betalings-tv*. Canal+ skulle have rettigheder til ca. 87 % af Hollywoods produktion beregnet efter billetindtægter i Frankrig<sup>(18)</sup>. Det skal desuden bemærkes, at den pris, Canal+ med sine 4,3 mio. abonnenter betaler, er den laveste, nogen opkøber af rettigheder til *betalings-tv* har kunnet forhandle sig til med distributørerne.

(59) Endvidere ejer Canal+-koncernen filmkataloget UGC DA/Canal+ DA, der indeholder 4 800 film, samt andre former for fiktion og tegne- og dokumentarfilm.

(60) På sportsområdet har Canal+-koncernen eksklusive rettigheder til krypteret transmission og *pay-per-view* af kampe fra det franske fodboldmesterskab og fodboldmesterskaberne i visse andre europæiske lande. Canal+ har desuden eksklusive rettigheder til krypteret transmission og *pay-per-view* af formel 1. Hvad angår andre sportsgrene er Canal+'s eksklusive rettigheder undertiden begrænsede (rettighederne deles med frit tilgængelige kanaler).

(61) Selv om AB-koncernens hovedaktivitet er programproduktion og distribution af tv-rettigheder, og selskabet besidder et katalog med over 30 000 programtimer<sup>(19)</sup>, er AB-Sat ligeledes aktiv på markedet for opkøb af senderrettigheder til fiktion og sport.

(62) De almene kanaler er desuden aktive på dette marked både med hensyn til opkøb af sportsrettigheder til deres ukodede transmissioner og opkøb af film fra kataloger eller nye film, især i forbindelse med koproduktioner af franske spillefilm. De almene kanaler er især travlt beskæftigede med

bestillinger på tv-produktioner (serier, tv-film, tegnefilm og tv-programmer)<sup>(20)</sup>.

(63) Af de 163 nye franske film, der blev produceret i 1997, producerede de almene kanaler 73 som koproduktioner, og Canal+ havde på forhånd opkøbt rettighederne til *betalings-tv* for 134 af disse film<sup>(21)</sup>, mens TPS havde købt rettighederne til fire<sup>(22)</sup>.

(64) TPS' anpartshavere er ligeledes repræsenteret på dette marked, idet de redigerer temakanaler.

### 3.4. Markedet for markedsføring og udnyttelse af temakanaler

(65) Markedet for markedsføring og udnyttelse af temakanaler er i kraftig udvikling, især efter de digitale platformes opståen.

(66) De etablerede kanaler, de såkaldte kabel-tv-kanaler, havde de vigtigste betalings-tv-operatører som deres aktionærer. Det drejede sig om Canal+ og de tre største kabel-tv-operatører, Lyonnaise des Eaux, som ændrede navn til Suez Lyonnaise des Eaux, Générale des Eaux og i mindre udstrækning France Télécom. De fleste tv-selskaber, der udsendte frit tilgængelige kanaler, havde også mere beskedne interesser i temakanalerne.

(67) Efter at satellitplatformene er dukket op, har alle aktørerne på markedet for betalings-tv fået andele i de temakanaler, der udsendes på dette marked.

(68) Fordelingen af de vigtigste aktørers kapitalinteresser på dette marked er ret homogen. Canal+-koncernen er dog en vigtig aktør, fordi den har interesser i de ældste kanaler og samtidig har den største penetration på kabelområdet samt det største antal abonnenter<sup>(23)</sup>.

<sup>(18)</sup> Konkurrencerådets udtalelse nr. 98-A-14 af 31. august 1998 om Compagnie Générale des Eaux' fusion med/overtagelse af selskabet Havas, *Bulletin officiel de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes* 7. oktober 1998.

<sup>(19)</sup> Præsentation af AB-koncernen, september 1997.

<sup>(20)</sup> I henhold til de franske regler skal de almene kanaler bruge mindst 15 % af deres omsætning på køb af originalt fransk-sprogede tv-udsendelser og mindst 3 % af deres omsætning på udvikling af produktion af fransksprogede og europæiske spillefilm.

<sup>(21)</sup> Canal+ er forpligtet til at bruge 9 % af sin omsætning på opkøb af oprindeligt fransksprogede spillefilm.

<sup>(22)</sup> *CNC Info* nr. 268 — april 1998.

<sup>(23)</sup> Rapport fra CSA, »Le télévision à péage par satellite« (betalings-tv via satellit), august 1997.

- (69) Der findes desuden en række udenlandske selskaber på markedet, nemlig amerikanske kanaler som CNN, ABC, NBC og i den senere tid nogle arabisksprogede kanaler, der markedsføres af TPS og nogle kabelnet. Studierne i Hollywood (Disney, Fox, Paramount, Universal) leverer også temakanaler, som i reglen indgår i forhandlingerne og undertiden påtvinges som pakker med filmrettighederne.

#### D. Transaktionen — De anmeldte aftaler

- (70) Der er anmeldt fire aftaler. De grundlæggende principper for driften af TPS er fastlagt i konventionen af 11. og 18. april 1996, som blev konkretiseret og struktureret i anpartshaveraftalen af 19. juni 1996 samt i vedtægterne for selskaberne TPS og TPS Gestion (TPSG), der blev undertegnet samme dato.
- (71) Aftalerne og nedenstående kontraktlige bestemmelser gælder i ti år.

#### 1. Administrationen af TPS

- (72) Forvaltningen af TPS overdrages til et andet selskab, TPSG, hvis ejerforhold er de samme som TPS'.
- (73) TPSG ledes af en bestyrelse bestående af 12 medlemmer, hvoraf tre udpeges af TF1, tre af France Télévision Entreprises og seks af M6 Numérique og Lyonnaise Satellite. Bestyrelsen skal på forhånd godkende alle beslutninger om blandt andet ændringer af TPS' og TPSG's aktiviteter, væsentlige ændringer af TPS' udviklings- og driftsplan, vedtagelse af det årlige drifts- og investeringsbudget, den generelle politik for sammensætning af det digitale udbud, prispolitikken osv. Bestyrelsen træffer afgørelse ved simpelt flertal om alle spørgsmål, der vedrører TPS' kommercielle aktiviteter, og formandens stemme tæller ikke dobbelt i tilfælde af stemmelighed.
- (74) Man må således konkludere af disse bestemmelser, at TPS' anpartshavere ikke udøver fælles kontrol over selskabets forretningspolitik.
- (75) Hvis en af parterne afhænder anpart i TPS eller TPSG, er de oprindelige partnere favoriseret af en forkøbsordning.

#### 2. Formålet med TPS-aftalerne

- (76) I henhold til de anmeldte aftaler er det TPS' formål at udtænke, udvikle og udsende et udbud af programmer og tjenester til fransktalende seere i Europa mod betaling. Dette udbud vil blive udsendt digitalt via satellit og vil kunne modtages direkte eller gennem kabelnet. Selskabets formålsparagraf omfatter alle transaktioner, der kan indgå i denne aktivitet, herunder:
- køb, salg, markedsføring, annoncering og distribution af tv-programmer og tv-tjenester
  - erhvervelse, leje og tilrådighedsstillelse af de tekniske tjenester, der er påkrævede for at etablere og give adgang til det digitale udbud
  - udvikling, markedsføring, køb og salg af enhver form for adgangsstyringssystemer samt forvaltning og markedsføring af abonnementsystemer
  - forhandling om aftaler om redigering, samredigering og produktion af tv-programmer og tjenester til TPS.

#### 3. Kontraktlige bestemmelser

- 3.1. *Konkurrenceklausul (tillæg til artikel 11 i konventionen af 11. og 18. april 1996 og artikel 5.3 i anpartshaveraftalen af 19. juni 1996: »Eksklusivitet«)*
- (77) Undtagen når der er tale om forhold, der var indledt inden indgåelsen af aftalerne, eller når det drejer sig om at sælge nye nationale programmer og tjenester, som ikke er omfattet af en aftale med TPS, forpligter parterne sig til, så længe de er anpartshavere i TPS, ikke direkte eller indirekte på nogen måde at have interesser i selskaber, der udsender og markedsfører eller har til formål at udsende og markedsføre et udbud af digitale programmer og tv-tjenester mod betaling via satellit til fransktalende husstande i Europa.
- 3.2. *Klausul om TPS' programmer og tjenester (artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996: »Udbuddet af digitale programmer og tjenester«)*
- (78) 3.2.1. For at forsyne TPS med de nødvendige programmer forpligter parterne sig til at give TPS fortrinsret til deres egne programmer og tjenester

eller dem, som de i praksis har rådet over i redigeringselskabet, eller dem, som dette selskab kan producere. TPS har desuden forkøbsret på de bedste vilkår, konkurrenterne kan tilbyde, på alle programmer og tjenester, som TPS' anpartshavere tilbyder tredjemand. Hvis TPS accepterer dem, enten eksklusivt eller ikke-eksklusivt, skal selskabet anvende finansielle og kontraktlige bestemmelser, der mindst svarer til dem, der ville gælde for programmerne og tjenesterne andetsteds.

(79) Ved overtagelse af disse kanaler og tjenester afgør TPS frit efter eget skøn, om selskabet skal acceptere eller afvise at lade disse programmer og tjenester indgå i selskabets digitale udbud, enten eksklusivt eller ikke-eksklusivt, idet det er aftalt, at parterne bekræfter deres målsætning om at kunne råde eksklusivt over programmerne og tjenesterne i TPS' digitale udbud.

(80) Da de almene kanaler behandles særskilt og udtømmende nedenfor, vedrører disse bestemmelser kun de temakanaler og tv-tjenester, der kontrolleres af TPS' anpartshavere.

(81) 3.2.2. En særlig bestemmelse om de almene kanaler (TF1, France 2, France 3 og M6) siger allerede, at de skal distribueres eksklusivt af TPS, der påtager sig de tekniske omkostninger i forbindelse med transport og distribution af kanalerne, men ikke betaler for dem. Oprindeligt indeholdt kontrakten også en mulighed for eksklusiv distribution af kanalerne Arte og La Cinquième. Denne bestemmelse har parterne fjernet.

(82) Hvis en af de almene kanaler på grund af en ekstern lovgivningsmæssig begrænsning ikke længere kan distribueres eksklusivt af TPS, skal den pågældende kanal selv dække satellit- og transportomkostningerne.

3.3. *Klausul om kabel-tv (artikel 5 i konventionen af 11. og 18. april 1996: »Koordination med udbuddet af kabel-tv«)*

(83) Denne klausul, hvori kabeloperatørerne blandt TPS' anpartshavere forpligtede sig til at give fortrinsret til programmer og tjenester fra TPS' udbud på deres net, hvilket især gjaldt pay-per-view-tjenester, og til at rådføre sig med hinanden

om koordinering af dette udbud med kabeludbuddet af programmer og tjenester, har parterne fjernet efter anmodning fra Kommissionen. Et tillæg til konventionen af 11. og 18. april 1996 blev anmeldt til Kommissionen den 27. juli 1998.

#### E. Bemærkninger fra tredjemand

(84) Efter offentliggørelsen af meddelelsen i henhold til artikel 19, stk. 3, i forordning nr. 17 har en række interesserede tredjemænd fremsat deres bemærkninger. De fleste bemærkninger vedrører kabel-tv-klausulen. De interesserede tredjemænd insisterer på, at denne klausul vil gøre de uafhængige kanaler mere sårbare. Da kabel-tv-sektoren i Frankrig er af beskeden størrelse, og de to kabel-tv-operatører, der har anpart i TPS, tilsammen repræsenterer 56 % af denne sektor, vil en begrænsning af de uafhængige kanalers adgang til deres net bringe deres rentabilitet i alvorlig fare.

(85) Som nævnt har TPS-aftalens parter ophævet klausulen om kabel-tv, hvilket blev anmeldt til Kommissionen den 27. juli 1998 i et tillæg til kontrakten, der siger, at ophævelsen trådte i kraft den 2. april 1998.

(86) Nogle tredjemænd har desuden kommenteret den forkøbsret, anpartshaverne giver TPS til deres programmer og tjenester. Da ordet »programmer« kan fortolkes bredt, skulle denne klausul i praksis give TPS forkøbsret ikke blot til de nationale kanaler (beskrevet i en særskilt bestemmelse) og til temakanalerne og de interaktive tjenester, som parterne redigerer og udbyder, men også til alle de senderrettigheder, som TPS' anpartshavere har. Forkøbsretten til senderrettighederne skulle bevirke en markant fortrængning af redigerende selskaber, der redigerer temakanaler, og som ikke har forbindelse til TPS.

(87) Kommissionen mener, at denne klausul skal fortolkes indskrænkende og kun gælde kanaler og tv-tjenester, der redigeres og udnyttes af TPS' anpartshavere. Anpartshavernes senderrettigheder er dermed ikke omfattet af særlige præferentielle rettigheder til fordel for TPS. Denne fortolkning er bekræftet af aftalens parter ved brev af 9. oktober 1998.

- (88) Hvad angår bestemmelsen om TPS' eksklusive distribution af de almene kanaler, har interesserede tredjemænd understreget, at deres tilstedeværelse i TPS' udbud er udtryk for en betydelig konkurrencemæssig fordel. Ifølge en undersøgelse foretaget af Audicabsat-Médiamétrie i januar 1998 tiltrækker disse kanaler traditionelt størstedelen af de franske seere, nemlig 90 % af det samlede antal, når alle transmissionsformer betragtes under et, og 75,1 % af kabel-tv-seerne. Desuden gør de middelmådige modtageforhold for de jordbaserede æterbårne kanaler for mange husstande (de anslås undertiden til over 8 millioner) muligheden for at modtage disse kanaler i digital kvalitet særligt tillokkende for seerne. I områder med dårlige modtageforhold ville der derfor være en alvorlig risiko for at udelukke konkurrencen til fordel for TPS.
- (89) Endelig har tredjemand udtalt, at TPS' ejerforhold kunne skabe konkurrencemæssige problemer. I denne forbindelse skal det bemærkes, at projektet kun kunne gennemføres takket være tilstedeværelsen af alle TPS' anpartshavere, som ikke blot ydede det påkrævede finansielle bidrag til de investeringer, der skulle til for at oprette TPS og påtog sig de deraf følgende tab, men også leverede et maksimum af erfaring og knowhow, som er af afgørende betydning for at komme ordentligt ind på markedet.
- (90) Kommissionen har studeret disse bemærkninger, som bekræfter de kommentarer, den havde modtaget tidligere. Problemerne var allerede blevet drøftet med parterne, og Kommissionen havde taget hensyn til dem ved sin undersøgelse af de anmeldte aftaler. Med undtagelse af den klausul om kabel-tv, som parterne har ophævet, har bemærkningerne således ikke fået Kommissionen til at ændre sin grundlæggende holdning til de anmeldte aftaler, som den fremgår af ovennævnte meddelelse, og er gengivet nedenfor.

## II. RETLIG VURDERING

### A. *Anvendelse af artikel 85, stk. 1, på oprettelsen af TPS*

- (91) Ved TPS-aftalen opretter parterne et selskab, som ikke er underlagt sine anpartshaveres fælles kontrol. Aftalen om oprettelse af et selskab er imidlertid ikke i sig selv en begrænsning af konkurrencen efter artikel 85, stk. 1.
- (92) Efter at have modtaget bemærkninger fra tredjemand, der gav udtryk for bekymring for risikoen for samordnet praksis mellem anpartshaverne i TPS, især tv-selskaberne, foretog Kommissionen imidlertid en undersøgelse af virkningerne af oprettelsen af TPS på de forskellige berørte produktmarkeder og konkluderede, at der ikke var risiko for samordning mellem TPS' forskellige anpartshavere.
- (93) De tv-selskaber, der har andele i TPS, er kun repræsenteret på markedet for betalings-tv gennem TPS. Deres hovedaktivitet befinder sig på markedet for frit tilgængeligt tv, hvor de fortsat konkurrerer meget intenst efter oprettelsen af TPS. De to kabel-tv-operatører, der deltager i TPS-aftalen, kan heller ikke betragtes som egentlige konkurrenter på markedet for betalings-tv, idet de driver virksomhed i andre geografiske områder, og overlappningen mellem betalings-tv via kabel og satellit som overfor nævnt er meget begrænset i Frankrig.
- (94) På markedet for tekniske tjenester i forbindelse med betalings-tv konkurrerer France Télécom i øjeblikket ikke med nogen anden anpartshaver i TPS.
- (95) På markedet for opkøb af senderrettigheder, især til film og sport, hvor de frit tilgængelige tv-stationer, der er anpartshavere i TPS, er meget aktive med hensyn til opkøb af rettigheder til almen udsendelse, er der begrænset risiko for samordnet praksis, så længe frit tilgængeligt tv — og den stærke konkurrence det skaber — udgør størstedelen af deres aktiviteter<sup>(24)</sup>. TPS' anpartshavere sikrer sig desuden rettigheder til *betalings-tv*, fordi de redigerer temakanaler. Det skal dog bemærkes, at ingen af dem direkte redigerer eller kontrollerer filmkanaler, og for så vidt angår sportskanaler er det kun TF1, der sammen med Canal+ har interesser i kanalen Eurosport.

<sup>(24)</sup> Tredjemand havde over for Kommissionen givet udtryk for bekymring over eventuel samordnet praksis mellem de tv-selskaber, der er anpartshavere i TPS, med hensyn til opkøb af senderrettigheder og havde henvist til TCM-sagen. Selskabet TCM blev oprettet af nogle af de tv-selskaber, der er anpartshavere i TPS (TF1, M6 og CLT, der senere trak sig ud) i forbindelse med en global aftale med Paramount-studierne. Denne aftale, der var af afgørende betydning for oprettelsen af filmkanaler og dermed for lanceringen af TPS, omfattede ikke blot køb af rettigheder til *betalings-tv* og *pay-per-view*, men også til frit tilgængeligt tv, som TCM som er behandlet i en særskilt procedure, havde sikret sig, mens anpartshaverne dækkede omkostningerne. Aftalen om oprettelse af TCM, fik Kommissionen til at fremsende en administrativ skrivelse, hvori den udtalte, at der efter dens opfattelse ikke var tale om at begrænse konkurrencen, eftersom TCM's aktiviteter begrænsede sig til at indgå aftaler, der var påkrævede, for at TPS kunne fungere, og fordi parterne havde forpligtet sig til at bringe alle rettigheder til fri udsendelse tilbage på markedet og videresælge dem på markedsvilkår og uden diskrimination.

(96) På markedet for markedsføring af temakanaler er der ganske vist tale om en vis konkurrence mellem TPS' anpartshavere og TPS selv, idet de alle har større eller mindre interesser i temakanaler. På satellitområdet er risikoen for samordnet praksis imidlertid udelukket i kraft af klausulen om TPS' fortrinsret til anpartshavernes temakanaler. Med hensyn til markedsføring af temakanaler via kabel er en samordning mellem TPS' anpartshavere vanskelig at forestille sig, især med hensyn til priser, på grund af forskellene mellem de forskellige kanalers kommercielle værdi. Nogle af dem er langt ældre og mere populære og har dermed en langt højere kommerciel værdi end kanaler, der er oprettet for nylig, og som endnu ikke er særlig kendte. Prisforskellene går fra et gennemsnit på 6 FRF pr. måned pr. abonnent til 2 FRF alt efter hvilken kanal, der er tale om, mens prisen på filmkanaler kan gå helt op til 20 FRF.

**B. Anvendelse af artikel 85, stk. 1, på de kontraktlige bestemmelser**

(97) Følgende klausuler undersøges nedenfor:

- 1) Konkurrenceklausulen (artikel 11 i konventionen af 11. og 18. april 1996 og artikel 5.3 i anpartshaveraftalen, som ændret ved de to tillæg af 17. september 1998).
- 2) Klausulen om, at TPS skal have fortrinsret til programmer og tjenester, der redigeres og udnyttes af anpartshaverne (artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996).
- 3) Bestemmelsen i artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996 om eksklusiv distribution af de almene kanaler via TPS' udbud.

**1. Konkurrenceklausulen, som er beskrevet i de to tillæg af 17. september 1998, kan betragtes som en begrænsning, der er accessorisk til oprettelsen af TPS i den periode, der må anslås påkrævet for at lancere virksomheden.**

(98) TPS er valgt af anpartshaverne som et redskab, der kan give dem adgang til markedet for betalings-tv i Frankrig. Ved lanceringen af TPS tvivlede mange på, at selskabet ville få succes. De omfattende investeringer, der var påkrævede, vanskeligheden ved at etablere sig på et marked, der er domineret af en

erfaren operatør med et betydeligt kundeunderlag, problemer med at få adgang til kvalitetsprogrammer, stor usikkerhed om forbrugernes reaktioner på en forøgelse af udbudet af betalings-tv-tjenester var alt sammen med til at gøre TPS-projektet til et yderst risikabelt foretagende. På denne baggrund er det logisk, at parterne satte alle sejl til ved lanceringen af projektet for at give den nye operatør mulighed for at komme ind på markedet for betalings-tv.

(99) Konkurrenceklausulen kan derfor betragtes som accessorisk til oprettelsen af TPS i den afgørende periode, hvor platformen blev lanceret, og dermed som konkurrencefremmende i denne periode, idet den bidrog til oprettelsen af en ny aktør på markedet for betalings-tv i Frankrig. På baggrund af TPS' oplysninger om de investeringer, der var nødvendige for at lancere platformen, overslagene over de samlede tab, oplysningerne om, hvornår man ville opnå finansiel ligevægt, om antallet af abonnenter, der skulle til for at skabe finansiel ligevægt og om antallet af opsigelser, samt virksomhedens resultater i de første 18 måneder kan lanceringsfasen anslås til tre år. Dermed falder klausulen ikke ind under artikel 85, stk. 1, i de første tre år af dens anvendelse.

**2. Klausulen om programmer og tjenester (konventionens artikel 6) forpligter parterne til at give TPS fortrinsret til alle de temakanaler og tv-tjenester, de udsender, eller som de i praksis har rådet over i redigerings-selskabet. Parterne forpligter sig desuden til at give TPS forkøbsret til alle programmer og tjenester, der tilbydes til tredjemand, på de bedste vilkår, idet TPS skal have mulighed for at overtage disse kanaler og tjenester enten eksklusivt eller ikke-eksklusivt.**

(100) Denne bestemmelse indeholder fire forskellige elementer: en fortrinsret for TPS, der binder moderselskaberne til selskabet; en forkøbsret til fordel for TPS, der ligeledes binder anpartshaverne til selskabet; en forpligtelse for TPS til at give anpartshaverne de bedste vilkår på markedet, hvis de vælger en kanal eller en tv-tjeneste; og endelig en mulighed for TPS for at overtage en kanal eller en tjeneste eksklusivt, hvorved parterne bindes.

(101) Man kan spørge sig selv, om anpartshavernes forpligtelse til i første række at tilbyde TPS deres temakanaler ikke er en bestemmelse, der er accessorisk til oprettelsen af platformen. Ikke desto mindre fører denne forpligtelse, der gælder i ti år, til en begrænsning af udbudet af temakanaler og tv-tjenester. Den pågældende klausul falder derfor ind under anvendelsesområdet for artikel 85, stk. 1.

**3. Bestemmelsen i artikel 6 i konventionen om programmer og tjenester, der vedrører eksklusiv distribution af de almene kanaler — TF1, France 2, France 3 og M6 — via TPS, kræver en særlig analyse**

(102) Denne bestemmelse giver TPS eksklusiv ret til at udsende de almene kanaler (også kaldet æterbårne kanaler) krypteret og i digital kvalitet via satellit, mens kanalerne også udsendes via kabel, hvor de tilbydes som »antennetjeneste«.

(103) Disse kanaler tiltrækker traditionelt størstedelen af seerne i Frankrig, nemlig 90 % af det samlede antal, når alle transmissionsformer betragtes under et, og 75,1 % af kabel-tv-seerne.

(104) Endnu et forhold gør de almene kanaler udsendt i digital kvalitet attraktive, nemlig at der i Frankrig er særlige problemer med hensyn til modtagelse af æterbårne jordbaserede udsendelser. Selv om æterbåret tv er langt den mest udbredte transmissionsform, er kvaliteten undertiden middelmådig og endog mangelfuld i visse dele af Frankrig. Ifølge en undersøgelse foretaget af Médiamétrie af perioden november-december 1997<sup>(25)</sup> lå 9 254 000 husstande af de 22 330 000 husstande, der har tv, i et område med dårlige modtageforhold for de almene kanaler. Tallene er dog kun en rettesnor, fordi de ud over de fire almene kanaler, der udelukkende udsendes af TPS, også omfatter Arte og La Cinquième, som kan ses af 80,6 % af alle husstande, samt den æterbårne udgave af Canal +, som ca. [...] (\*) husstande modtager dårligt.

(105) De almene kanalers betydning for interessen for TPS' udbud er blevet vurderet i forbindelse med undersøgelser foretaget for TPS: [...] af de adspurgte udtalte, at de ville abonnere på grund af de almene kanalers tilstedeværelse.

<sup>(25)</sup> Médiamétrie — Suivi bimestriel de l'initialisation — novembre-décembre 1997.

(\*) Dele af teksten er blevet redigeret for at sikre, at fortrolige oplysninger ikke afsløres; disse dele er anført i firkantet parentes.

(106) Disse kanaler udgør ikke en særskilt programkategori og kan ikke tilbyde et indhold, der er af afgørende betydning for betalings-tv. Dette fremgår af, at de to andre digitale pakker har kunnet lanceres uden de almene kanaler, hvilket for CanalSatellites vedkommende er sket med stor succes. Imidlertid er kanalerne yderst vigtige og særdeles attraktive for seerne, hvilket kun TPS kan drage fordel af.

(107) Selv om de eksklusive rettigheder til distribution af de fire kanaler i aftalens tiårige løbetid er begrænset til den krypterede udgave i digital kvalitet via satellit, er der tale om en begrænsning af konkurrencen, fordi TPS' konkurrenter nægtes adgang til attraktive programmer.

(108) Det må derfor konkluderes, at artikel 85, stk. 1, finder anvendelse på bestemmelserne i artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996.

(109) Det må desuden konstateres, at bestemmelsen om at kanalerne Arte og La Cinquième eventuelt skulle distribueres eksklusivt af TPS, ikke har fundet anvendelse, eftersom TPS har indgået en ikke-eksklusiv aftale med disse kanaler. Parterne ophævede i øvrigt denne bestemmelse ved tillægget af 17. september 1998.

**C. Virkningerne for samhandelen mellem medlemsstaterne**

(110) I henhold til TPS-aftalerne er formålet med platformen at nå ud til alle fransktalende husstande i Europa. Det drejer i første række om Frankrig, men også om Belgien og derefter Luxembourg. Udbuddet omfatter i øvrigt en række kanaler fra andre medlemsstater. TPS-aftalerne vil derfor få mærkbare virkninger for samhandelen mellem medlemsstaterne på markedet for betalings-tv.

(111) Markedet for opkøb af senderrettigheder vil også blive påvirket af oprettelsen af TPS, eftersom selskabet som led i redigeringen af temakanaler skal købe programmer af indehaverne af europæiske rettigheder.

**D. Anvendelse af artikel 85, stk. 3**

(112) Som påvist ovenfor falder bestemmelserne om de programmer og tjenester, der kontrolleres af TPS' anpartshavere, og TPS' eksklusiv distribution af de almene kanaler ind under anvendelsesområdet for EF-traktatens artikel 85, stk. 1.

- (113) Det må derfor undersøges, om disse bestemmelser opfylder betingelserne for anvendelse af artikel 85, stk. 3.

FORBEDRING AF PRODUKTIONEN ELLER FORDELINGEN AF VARERNE OG FORDELENE FOR FORBRUGERNE

**1. Større udbud — Forøget distribution og produktion**

- (114) Ved at favorisere en vellykket lancering af en ny platform på markedet for betalings-tv gør bestemmelserne om fortrinsret for TPS til temakanaler og tv-tjenester, der redigeres eller kontrolleres af anpartshaverne, samt bestemmelserne om eksklusiv distribution af de almene kanaler det muligt for en ny operatør at komme ind på markedet og udvide udbuddet af betalings-tv-tjenester for de franske seere.

- (115) Endvidere indebærer etablering af en ny platform automatisk udvikling af nye temakanaler og nye tjenester. TPS har redigeret fire kanaler, anpartshaverne har skabt fire, og der er indgået aftaler med udenlandske kanaler, navnlig arabisksprogede om udsendelse via platformen. Både med hensyn til produktion af nye kanaler, der medfører køb af rettigheder og produktion af programmer, og med hensyn til distribution får oprettelsen af TPS en klart positiv virkning for forøgelsen af produktionen og fordelingen af varerne.

- (116) Generelt virker indførelsen af konkurrence på markedet for betalings-tv stimulerende for operatører, der søger at udvikle og konstant forbedre deres udvalg af programmer og tjenester.

- (117) Det stigende antal temakanaler fører ligeledes til en større mængde disponibelt indhold på kabelnettet, eftersom de kanaler, der distribueres i satellitpakkerne, generelt også udsendes via kabelnet. Kabeldistributionen forbedres dermed også.

**2. Fordele for forbrugerne**

- (118) Ved at gøre det muligt for en ny operatør at komme ind på markedet, fører de to ovennævnte bestemmelser til en forøgelse af udbuddet og udviklingen af nye tjenester på grundlag af ny teknologi, hvilket kun kan være til fordel for seerne.

- (119) Det er i øvrigt hævet over enhver tvivl, at den meget intense konkurrence mellem denne platform og CanalSatellite/Canal+, der er opstået efter oprettelsen af TPS, ligeledes har været en fordel for forbrugerne. Det første håndgribelige resultat af denne konkurrence er tilbud og økonomisk fordelagtige betingelser for abonnenterne: CanalSatellite Numériques abonnementspris er i forbindelse med et tilbud til førsteårsabonnenter faldet fra 153 FRF i 1996 for basispakken plus filmkanaler og musiktilbuddet til 130 FRF for basispakken plus fire filmkanaler og Disney Channel, hvilket svarer til lanceringsprisen på et abonnement på hele TPS' udbud i samme periode. Eller et abonnement på CanalSattelites basispakke for 50 FRF om måneden i stedet for 98 FRF for alle abonnenter på Canal+'s digitale pakke i efteråret 1997. TPS' lanceringstilbud (fire måneders gratis abonnement) er også blevet fulgt af andre tilbud fra CanalSatellite (f.eks. gratis parabolantenne, som TPS også tilbyder).

- (120) TPS' indtræden på markedet og den konkurrence, det har skabt, har således været en fordel for forbrugerne med hensyn til priser og vilkår.

**3. Absolut nødvendige begrænsninger**

*a) Klausulen om TPS' kanaler og tv-tjenester*

- (121) For at sikre sig et minimum af indhold og nogle temakanaler for at kunne sammensætte et udbud og markedsføre det har TPS måttet benytte sig af kanaler og tjenester, som redigeres og kontrolleres af anpartshaverne. TPS' forskellige anpartshavere har på denne måde tilbudt TPS at lade blandt andet kanaler som LCI, Série Club, Teva og Festival indgå i udbuddet.

- (122) Uden fortrinsret til disse kanaler ville TPS have været nødt til selv at redigere et stort antal kanaler, hvilket ville have forøget de allerede meget høje omkostninger ved at lancere platformen betydeligt. Alternativt ville TPS have været nødt til at vælge andre kanaler. Imidlertid udsendes temakanalerne, som er blandt de bedst etablerede i Frankrig, udelukkende af CanalSatellite, og de er dermed uopnåelige i hvert fald i et vist tidsrum. Selv hvis det havde været teoretisk muligt at overtage de kanaler, der redigeres af AB-Sat, som ejer dem 100 %, ville det ikke have givet nogen mening for to platforme, der samtidig søger at komme ind på markedet og derfor skal skabe sig et varemærkeimage og differentiere deres udbud. Det er derfor

særlig vigtigt for TPS som ny markedsaktør, som skal konkurrere med den største operatør, der allerede er veletableret og kan tilbyde et attraktivt og righoldigt udbud, at få fortrinsret til anpartshaverens temakanaler i lanceringsfasen for at skabe sig en identitet og sikre kontinuiteten i udbuddet i denne periode. For at vurdere, hvor længe TPS bør have denne fortrinsret, har Kommissionen inddraget parternes overslag og oplysninger om f.eks. de påkrævede investeringer for at lancere TPS, overslag over de samlede tab, oplysninger om, hvornår man vil opnå finansiel ligevægt, om antallet af abonnenter, der skal til for at skabe finansiel ligevægt og om antallet af opsigelser, samt om virksomhedens resultater i de første 18 måneder. Disse elementer er vurderet på baggrund af de nuværende markedsvilkår og styrkeforholdet mellem TPS på den ene side og Canal+ og CanalSatellite på den anden, og Kommissionens konklusion er, at den mindsteperode, hvor TPS må have den pågældende fortrinsret, er tre år.

b) *Bestemmelsen om eksklusiv distribution af de fire almene kanaler*

- (123) Som ny markedsaktør, der står over for en operatør, som ved lanceringen af TPS havde 4,2 millioner abonnenter på Canal+ og 350 000 abonnenter på CanalSatellite Analogique, og som lancerede CanalSatellite Numérique i februar 1996, står TPS over for et alvorligt handicap med hensyn til at komme ind på markedet.
- (124) Hvad angår opkøb af filmrettigheder og sportsrettigheder til *pay-per-view*, står TPS også over for en meget stærk Canal+.
- (125) Over for de amerikanske studier står TPS i en langt svagere position end Canal+, som gennem 12 år har været de amerikanske producenters eneste kontakt i Frankrig. Det er lykkedes TPS at indgå en global aftale med to studier og at forhandle om køb af tv-rettigheder for selskabets filmkanaler, hovedsagelig som »andet vindue« efter at filmene har været vist på Canal+. Situationen er endnu mere ulige med hensyn til filmenes værdi (entreindtægter i Frankrig), idet Canal+ i øjeblikket besidder rettigheder, der repræsenterer 85 % af Hollywoods produktion imod TPS' 15 %.
- (126) Det skal også erindres, at omkostningerne for nye markedsaktører er meget høje, fordi prisen på rettigheder til *betalings-tv* er afhængig af antallet af abonnenter, og distributørerne af rettighederne tager hensyn til Canal+'s nuværende 4,3 millioner abonnenter, når referenceprisen for Frankrig skal fastsættes.
- (127) AB-Sat har som producent og distributør af rettigheder adgang til et katalog på over 30 000 programtimer og har desuden indgået partnerskabsaftaler med nogle amerikanske studier. Det skal i denne forbindelse påpeges, at AB-Sat har valgt ikke selv at lancere en platform i direkte konkurrence med CanalSatellite på grundlag af filmpremierer og meget populære sportsudsendelser, men i stedet at skabe et supplerende udbud.
- (128) Med hensyn til sport, især fodbold, som er meget populært i Frankrig, har TPS ifølge en undersøgelse foretaget af Eurostat, senderrettigheder til 132 kampe om året, mens CanalSatellite har senderrettigheder til 242 kampe fra den franske fodboldturnering <sup>(26)</sup>.
- (129) For at kunne sammensætte et attraktivt udbud, der adskiller sig fra konkurrenternes, og løse problemerne med at få adgang til rettigheder til film og sport, har TPS valgt den eksklusive distribution af de almene kanaler som udgangspunkt for sit »globale« udbud.
- (130) Den eksklusive distribution af de almene kanaler er det element, der adskiller pakken fra andre pakker. På grund af problemerne med modtagekvaliteten af jordbaseret æterbåret tv i visse dele af Frankrig bliver der således tale om et produkt med en bred appel i disse områder.
- (131) Uden dette attraktive produkt, kan man ikke forestille sig, at TPS kunne trænge ind på markedet for betalings-tv i Frankrig og blive et reelt alternativ til duoen Canal+/CanalSatellite, især fordi TPS filmudbud omfatter færre eksklusive premierer end Canal+'s, og fordi CanalSatellite har eneret på distribution af de fleste af de ældste og bedst kendte kanaler i Frankrig, som derfor er i stand til at tiltrække det største antal abonnenter. I denne forbindelse skal det bemærkes, at CanalSatellite udsendte og stadig udsender kanaler, hvis ejere også har interesser i TPS (LCI, Eurosport og Paris Première, hvoraf sidstnævnte ikke udsendes af TPS <sup>(27)</sup>).

<sup>(26)</sup> Konkurrencerådets udtalelse nr. 98-A-14 af 31. august 1998 om Compagnie Générale des Eaux' fusion med/overtagelse af selskabet Havas.

<sup>(27)</sup> Paris Première, hvis hovedaktionær er Suez Lyonnaise des Eaux, udsendes udelukkende af CanalSatellite.

(132) Det må derfor konkluderes, at eksklusiv distribution af almene kanaler er et attraktivt produkt og et element, der adskiller TPS' udbud fra de andre selskabers, og at det således er absolut nødvendigt, for at TPS kan komme ind på det franske marked for betalings-tv.

(133) Imidlertid vil nødvendigheden af denne eksklusivitet rent logisk blive mindre med tiden, hvis TPS formår at skaffe sig abonnenter og får erfaring med betalings-tv, der gør det muligt at forbedre udbudet og dermed opfylde seernes forventninger og gøre dem til trofaste kunder, samtidig med at TPS bliver mere kendt. De gode resultater, TPS har opnået i de første 18 måneder, som ligger over de oprindelige prognoser (457 000 abonnenter i juli 1998 mod et oprindeligt overslag på [...] abonnenter ved udgangen af 1998), bekræfter på den ene side effektiviteten af den eksklusive distribution af de fire almene kanaler som adskillende element og attraktivt produkt og på den anden side, at TPS er i stand til at komme ind på markedet tidligere end ventet over for konkurrenter som Canal+ og CanalSatellite, hvor af sidstnævnte også har opnået resultater, der ligger langt over de oprindelige overslag.

(134) Kommissionen finder, at den påtænkte varighed af den eksklusive distribution af de almene kanaler på ti år er overdreven, da TPS skulle have etableret sig inden da. På den anden side er det meget vigtigt for denne nye platforms muligheder for at komme hurtigt ind på markedet og konkurrere effektivt, at den så hurtigt som muligt skaber et kundeunderlag, især i kraft af sit alternative udbud i form af de fire almene kanaler. Selv om det er vanskeligt at forudse den nøjagtige udvikling af markedet og operatørerne, hvilket ses af CanalSatellites og TPS' resultater, der i øjeblikket ligger over overslagene, har Kommissionen støttet sig på en række finansielle og forretningsmæssige oplysninger for at anslå, i hvor lang en periode TPS med rimelighed bør have eneret på de almene kanaler. Med henblik herpå har den blandt andet inddraget de investeringer, der var nødvendige for at lancere TPS, oversigterne over de samlede tab, samt oplysningerne om, hvornår man ville opnå finansiell ligevægt, om

antallet af abonnenter, der skulle til for at skabe finansiell ligevægt og om antallet af opsigelser. Disse elementer er blevet vurderet på baggrund af de nuværende markedsvilkår og det eksisterende styrkeforhold mellem Canal+ og CanalSatellite på den ene side og TPS på den anden. Kommissionen er kommet til den konklusion, at tre år er den minimale periode, hvor TPS har behov for eneret på de fire almene kanaler.

#### 4. Manglende udelukkelse af konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer

(135) TPS-aftalen udelukker langt fra konkurrencen, men styrker den tværtimod. Udviklingen af markedet for betalings-tv er faktisk blevet kraftigt stimuleret, især af den nye intense konkurrence mellem CanalSatellite og TPS, som ikke ville være opstået mellem CanalSatellite og AB-Sat. Som allerede nævnt er AB-Sat på grund af sin programpolitik ikke en direkte konkurrent til Canal+ og CanalSatellite.

(136) Resultaterne på markedet for betalings-tv viser, at konkurrencen langt fra er udelukket. Det er lykkedes Canal+ at hverve yderligere 100 000 abonnenter i løbet af 1997, selv om man skulle tro, at »premium«-kanalen havde toppet. CanalSatellite ligger også langt over prognoserne med 900 000 abonnenter ultimo juni 1998, idet dette resultat først var ventet [...]. Ultimo maj 1998 udgjorde det samlede antal abonnenter på Canal+, CanalSatellite Analogique og Numérique samt kabelnettet Numericable omkring 70 % af alle abonnenter på betalings-tv i Frankrig.

(137) Antallet af abonnenter på kabel-tv stiger også. Numericable havde 358 456 abonnenter i juli 1998 (mod 235 680 i maj 1997), mens France Télécom Câble havde 504 162 abonnenter (mod 258 310 i maj 1997) og Lyonnaise Câble havde 416 665 abonnenter (mod 300 156 i maj 1997)<sup>(28)</sup>. Det er tydeligt, at udviklingen af satellitsektoren har haft en særligt gunstig afsmitning på kabelsektoren. Virkningerne af de store reklamekampagner for satellit-tv skaber især større kendskab til temakanalerne, der også kan fås via kabel.

(138) Der er således ingen grund til at mene, at oprettelsen af TPS skulle kunne udelukke konkurrencen på markedet for betalings-tv eller på markederne for køb af rettigheder eller markedsføring af temakanaler, hvor konkurrencen tværtimod er blevet skærpet fordi en ny aktør er trængt ind på markedet.

<sup>(28)</sup> »Ecran Total« nr. 176 og 232.

*E. Fritagelsens varighed*

- (139) I henhold til artikel 8 i forordning nr. 17 skal en beslutning om anvendelse af traktatens artikel 85, stk. 3, træffes for et bestemt tidsrum. I henhold til forordningens artikel 6 kan det tidspunkt, fra hvilket beslutningen skal have virkning, ikke ligge forud for anmeldelsesdagen.
- (140) Hvad angår klausulen om temakanaler og tv-tjenester i artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996 og bestemmelsen om eksklusiv distribution af de fire almene kanaler via TPS, som også indgår i artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996, bør beslutningen i den foreliggende sag i overensstemmelse med disse artikler have virkning fra anmeldelsesdagen og i henhold til Kommissionens vurdering på grundlag af de elementer, der er nævnt i betragtning 121-134, gælde i en lanceringsfase på tre år. Da TPS begyndte at markedsføre sit udbud medio december 1996, gives fritagelsen til den 15. december 1999 —

VEDTAGET FØLGENDE BESLUTNING:

*Artikel 1*

På grundlag af de foreliggende oplysninger konstaterer Kommissionen, at den ikke har grund til at gribe ind i medfør af EF-traktatens artikel 85, stk. 1, over for oprettelsen af TPS, som er foretaget af TF1, France Télévision Entreprises, M6 og Suez Lyonnaise des Eaux.

*Artikel 2*

Kommissionen har i lanceringsperioden, dvs. indtil den 15. december 1999, ikke grund til at gribe ind i medfør af EF-traktatens artikel 85, stk. 1, over for konkurrenceklausulen i det tillæg, der ændrer artikel 11 i konventionen af 11. og 18. april 1996 og artikel 5.3 i anpartshaveraftalen.

*Artikel 3*

I medfør af EF-traktatens artikel 85, stk. 3, erklæres bestemmelserne i EF-traktatens artikel 85, stk. 1, i tidsrummet fra anmeldelsen indtil 15. december 1999 uanvendelige på klausulen om TPS' temakanaler og tv-tjenester i artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996 samt på bestemmelsen om TPS' eksklusive distribution af de fire almene kanaler, der ligeledes indgår i artikel 6 i konventionen af 11. og 18. april 1996.

*Artikel 4*

Denne beslutning er rettet til:

- 1) Télévision Française 1  
33, rue Vaugelas  
F-75015 Paris
- 2) France 2  
Maison France Télévision  
7, esplanade Henri de France  
F-75907 Paris Cedex 15
- 3) France 3  
Maison France Télévision  
7, esplanade Henri de France  
F-75907 Paris Cedex 15
- 4) France Télécom  
6, place d'Alleray  
F-75105 Paris
- 5) Metropole Télévision  
16, cours Albert 1<sup>er</sup>  
F-75008 Paris
- 6) Suez Lyonnaise des Eaux  
72, avenue de la Liberté  
F-92000 Nanterre

Udfærdiget i Bruxelles, den 3. marts 1999.

*På Kommissionens vegne*

Karel VAN MIERT

*Medlem af Kommissionen*