

Édition de langue française

Législation

Sommaire

I Actes dont la publication est une condition de leur applicabilité

- Règlement (CE) n° 997/96 de la Commission, du 4 juin 1996, relatif au transport pour la fourniture gratuite au Turkménistan de farine de blé tendre 1
- * Règlement (CE) n° 998/96 de la Commission, du 4 juin 1996, relatif à l'instauration d'un régime de surveillance des importations de cerises acides fraîches originaires des républiques de Bosnie-Herzégovine, de Croatie, de Slovénie et de l'ancienne république yougoslave de Macédoine 6
- * Règlement (CE) n° 999/96 de la Commission, du 4 juin 1996, modifiant le règlement (CEE) n° 3886/92 établissant les modalités d'application relatives aux régimes de primes prévus dans le secteur de la viande bovine en ce qui concerne l'application de la prime de transformation 8
- * Règlement (CE) n° 1000/96 de la Commission, du 4 juin 1996, modifiant le règlement (CEE) n° 1538/91 portant modalités d'application du règlement (CEE) n° 1906/90 du Conseil en ce qui concerne certaines normes de commercialisation pour la viande de volaille 9
- * Règlement (CE) n° 1001/96 de la Commission, du 4 juin 1996, modifiant le règlement (CE) n° 1487/95 établissant le bilan d'approvisionnement des îles Canaries en produits du secteur de la viande de porc, et déterminant les aides pour les produits provenant de la Communauté 10
- Règlement (CE) n° 1002/96 de la Commission, du 4 juin 1996, établissant des valeurs forfaitaires à l'importation pour la détermination du prix d'entrée de certains fruits et légumes 12
- Règlement (CE) n° 1003/96 de la Commission, du 4 juin 1996, déterminant dans quelle mesure les demandes de certificats d'exportation dans le secteur de la viande de volaille peuvent être acceptées 14
- Règlement (CE) n° 1004/96 de la Commission, du 4 juin 1996, modifiant les droits à l'importation dans le secteur des céréales 15

Règlement (CE) n° 1005/96 de la Commission, du 4 juin 1996, modifiant les prix représentatifs et les droits additionnels à l'importation pour certains produits du secteur du sucre	18
* Règlement (CE) n° 1006/96 du Conseil, du 3 juin 1996, instituant un droit antidumping définitif sur les importations de charbons activés en poudre originaires de la république populaire de Chine	20

II *Actes dont la publication n'est pas une condition de leur applicabilité*

Commission

96/346/CE:

* Décision de la Commission, du 20 septembre 1995, relative à une procédure au titre du règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil (IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol)	32
---	----

I

(Actes dont la publication est une condition de leur applicabilité)

RÈGLEMENT (CE) N° 997/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

relatif au transport pour la fourniture gratuite au Turkménistan de farine de blé tendre

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CE) n° 1975/95 du Conseil, du 4 août 1995, relatif à des actions de fourniture gratuite de produits agricoles destinés aux populations de la Géorgie, de l'Arménie, de l'Azerbaïdjan, du Kirghizstan, du Tadjikistan et du Turkménistan⁽¹⁾, modifié par le règlement (CE) n° 686/96⁽²⁾, et notamment son article 4,

considérant que le règlement (CE) n° 2009/95 de la Commission⁽³⁾, modifié par le règlement (CE) n° 723/96⁽⁴⁾, a établi les dispositions applicables pour la fourniture de produits agricoles prévue par le règlement (CE) n° 1975/95; qu'il est opportun d'ouvrir une adjudication pour la fourniture de 9 000 tonnes de farine de blé tendre à destination du Turkménistan;

considérant que, compte tenu des difficultés actuelles de cette république et des problèmes spécifiques d'acheminement de l'aide dans cette région, il convient d'organiser la fourniture du produit mentionné ci-dessus dans un lot;

considérant que les mesures prévues au présent règlement sont conformes à l'avis du comité de gestion des céréales,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

1. Il est procédé à une adjudication portant sur les frais de fourniture de 9 000 tonnes (poids net) de farine de blé tendre comme indiqué à l'annexe I, selon les modalités prévues au règlement (CE) n° 2009/95, et notamment à son article 2 paragraphe 1 point b). L'appel à la concurrence comporte un lot.

2. Les frais portent sur la prise en charge au stade prévu au paragraphe 3 et le transport par des moyens

appropriés jusqu'aux lieux de destination et dans les délais visés à l'annexe I.

3. La farine sera tenue à disposition, franco à bord, arrimée sur bateau ou sur wagon, pour l'embarquement, pendant une période maximale de dix jours à partir des dates indiquées, de la manière suivante.

Lot

- 3 000 tonnes net tenues à disposition à partir du 1^{er} juillet 1996,
- 3 000 tonnes net tenues à disposition à partir du 4 juillet 1996,
- 3 000 tonnes net tenues à disposition à partir du 10 juillet 1996.

Après l'expiration des dix jours, à partir des dates susmentionnées, l'adjudicataire est tenu de rembourser à la Commission les frais qu'elle aura supportés à couverture de tout frais (stationnement, assurance, gardiennage, garantie, etc.) prévus à l'article 6 paragraphe 1 point e) 4 du règlement (CE) n° 2009/95.

La quantité totale peut varier de 20 % au maximum, en plus ou en moins, par rapport aux tonnages susmentionnés. La quantité précise sera communiquée à l'adjudicataire en même temps que la notification de l'attribution de la fourniture.

Le stade de livraison (franco à bord bateau ou wagon) et le lieu de prise en charge seront disponibles sur demande aux services de la Commission, le 17 juin 1996 [téléphone: (32 2) 295 12 81 ou 296 29 36; télécopieur: (32 2) 296 64 46].

Article 2

1. Conformément à l'article 4 du règlement (CE) n° 2009/95, les offres sont à présenter à l'adresse suivante:

Commission des Communautés européennes
FEOGA, section «garantie»
Division VI/G/2
Bureau 10/5 ou 10/8
Rue de la Loi 130
B-1049 Bruxelles.

⁽¹⁾ JO n° L 191 du 12. 8. 1995, p. 2.

⁽²⁾ JO n° L 97 du 18. 4. 1996, p. 1.

⁽³⁾ JO n° L 196 du 19. 8. 1995, p. 4.

⁽⁴⁾ JO n° L 100 du 23. 4. 1996, p. 9.

Le délai pour la présentation des offres expire le 19 juin 1996 à 12.00 heures (heure de Bruxelles).

Dans le cas de non-acceptation des offres le 19 juin, un deuxième délai pour la présentation des offres expire le 28 juin 1996 à 12.00 heures (heure de Bruxelles).

Dans ce cas, toutes les dates à l'article 1^{er} et à l'annexe I sont à reporter de dix jours.

2. L'offre porte sur la fourniture de la totalité des quantités du lot visées à l'article 1^{er} paragraphe 3.

Dans le cas d'un transport par voie ferroviaire, le soumissionnaire devra remettre une lettre de garantie émanant des autorités ferroviaires du premier pays d'entrée dans la Communauté des États indépendants certifiant la mise à disposition des moyens de transport ainsi que des wagons nécessaires à une bonne exécution. L'article 12 paragraphe 2 du règlement (CE) n° 2009/95 s'applique aussi en cas de non-paiement aux autorités de chemins de fer des différentes républiques de la Communauté des États indépendants traversées.

3. La garantie d'adjudication visée à l'article 6 paragraphe 1 point f) du règlement (CE) n° 2009/95 est fixée à 25 écus par tonne de farine.

4. La garantie visée à l'article 8 paragraphe 2 du règlement (CE) n° 2009/95 est fixée à 380 écus par tonne de farine.

Article 3

Le certificat de prise en charge visé à l'article 10 paragraphe 1 point a) deuxième tiret du règlement (CE) n° 2009/95 est à établir aux lieux et par les autorités visés à l'annexe II, sur la base du modèle à l'annexe IV.

Article 4

Pour le paiement prévu à l'article 13 du règlement (CE) n° 2009/95, l'organisme désigné pour le contrôle délivre un certificat attestant l'enlèvement total des quantités pour chaque destination, dès l'accomplissement de cette opération, contresigné par le fabricant de la farine ou son mandataire, conformément au modèle repris à l'annexe III.

Article 5

Le présent règlement entre en vigueur le troisième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

*ANNEXE I***Lot**

TURKMÉNISTAN: 9 000 tonnes net de farine de blé tendre

Stade de livraison

Point de frontière à désigner par le soumissionnaire (marchandise non déchargée)

Date finale de livraison au point de frontière

- 3 000 tonnes le 14 août 1996,
- 3 000 tonnes le 19 août 1996,
- 3 000 tonnes le 23 août 1996.

*ANNEXE II***Lieux de prise en charge au Turkménistan**

1. Point de frontière à désigner par le soumissionnaire — stade marchandise non déchargée.

Toutefois, pour les wagons dont les scellés apposés par les soins de la Commission ne seraient pas intacts aux points de frontière désignés, le certificat de prise en charge ne peut être émis qu'après déchargement et contrôle quantitatif et qualitatif de la marchandise à effectuer à la première gare à l'intérieur du pays où le déchargement est possible.

2. Autorité habilitée à délivrer le certificat de prise en charge:

Association for Bread Production of Turkmenistan
(Turkmenchleboproduct)
Ashkabad
Kemine Str. 102
Mr Nuriev, Chairman
Tél.: 7 3632 25 15 28
Télécopieur: 7 3632 25 58 79

ANNEXE III

Règlement (CE) n° 997/96

CERTIFICAT ATTESTANT L'ENLÈVEMENT

Je soussigné,
(nom/prénom/fonction)

agissant pour le compte de
certifie avoir pris en charge les marchandises indiquées ci-dessous:

Produit:		
Conditionnement:		
Quantité totale en tonnes (net): (brut):		
Nombre	de sacs:	
	de «Big Bags»:	
Lieu et date de prise en charge:		
Nom du bateau:		
Nom et adresse de la firme chargée du transport:		

Nom et adresse de la société de surveillance:

.....
.....

Nom et signature de son représentant sur place:

.....
.....

Observations ou réserves:

.....
.....
.....
.....

Signature et cachet
du transformateur

.....

ANNEXE IV

Règlement (CE) n° 997/96

Train n°

CERTIFICAT DE PRISE EN CHARGE À L'ARRIVÉE DES WAGONS AU PAYS DE DESTINATION

Je soussigné,

(nom/prénom/fonction)

agissant pour le compte de

certifie avoir pris en charge les marchandises indiquées ci-dessous:

Type de produit:

Lieu et date de prise en charge:

Numéro des wagons	Numéro des plombs	Quantité (Poids net)	Nombre de colis	Date de passage à la frontière	Quantités ⁽¹⁾ , signature et remarques
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

⁽¹⁾ À remplir pour les wagons qui ont dû faire l'objet de contrôles en y inscrivant le poids constaté.

Nom et adresse de la société de transport:

Nom et adresse de la société de surveillance:

Observations et réserves:

.....

Représentant de la société de surveillance
Nom, signature et cachet

Nom, signature et cachet du bénéficiaire

.....

.....

.....

.....

RÈGLEMENT (CE) N° 998/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

relatif à l'instauration d'un régime de surveillance des importations de cerises acides fraîches originaires des républiques de Bosnie-Herzégovine, de Croatie, de Slovénie et de l'ancienne république yougoslave de Macédoine

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CE) n° 3355/94 du Conseil, du 22 décembre 1994, relatif au régime applicable aux importations dans la Communauté de produits originaires des républiques de Bosnie-Herzégovine, de Croatie, de Slovénie et de l'ancienne république yougoslave de Macédoine⁽¹⁾, modifié par le règlement (CE) n° 3032/95⁽²⁾, et notamment son article 9,

considérant que le règlement (CE) n° 3355/94 prévoit l'octroi de concessions tarifaires pour les cerises acides fraîches originaires des républiques citées ci-dessus dans la limite d'un plafond annuel de 3 000 tonnes;

considérant que, en vue d'assurer la bonne application de ces dispositions, il y a lieu de soumettre les importations de cerises acides fraîches originaires des républiques de Bosnie-Herzégovine, de Croatie, de Slovénie et de l'ancienne république yougoslave de Macédoine à un régime de certificats d'importation; qu'il convient d'établir les modalités particulières de ce régime;

considérant qu'il y a lieu de déroger au règlement (CEE) n° 3719/88 de la Commission, du 16 novembre 1988, portant modalités communes d'application du régime des certificats d'importation, d'exportation et de préfixation pour les produits agricoles⁽³⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 2137/95⁽⁴⁾, afin d'éviter le dépassement de la quantité fixée dans le règlement (CE) n° 3355/94;

considérant que les certificats d'importation sont délivrés sur la base du code NC le plus détaillé; que la nomenclature combinée contient sept codes selon les périodes d'importation des cerises acides; qu'il est opportun dès lors de prévoir la délivrance des certificats d'importation pour les sept codes NC concernés; que, d'autre part, la durée de validité du certificat prend en compte les délais d'acheminement du produit vers la Communauté;

considérant que, afin d'assurer le bon fonctionnement de ce régime, il convient de prévoir une communication hebdomadaire par les États membres des quantités relatives aux certificats non utilisés ou utilisés partiellement,

Article premier

1. Les importations dans la Communauté de cerises acides fraîches relevant des codes NC 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 et 0809 20 71 et originaires des républiques de Bosnie-Herzégovine, de Croatie, de Slovénie et de l'ancienne république yougoslave de Macédoine sont soumises à la présentation d'un certificat d'importation délivré par les États membres concernés à tout intéressé qui en fait la demande, quel que soit le lieu de son établissement dans la Communauté.

2. La délivrance du certificat d'importation est subordonnée à la constitution d'une garantie qui assure que l'importation aura lieu pendant la durée de validité du certificat.

Article 2

1. Les dispositions du règlement (CEE) n° 3719/88 sont applicables aux certificats d'importation pour les cerises acides fraîches originaires des républiques visées à l'article 1^{er} sous réserve des dispositions spécifiques du présent règlement.

Par dérogation à l'article 8 paragraphe 4 dudit règlement, les dispositions relatives à la tolérance en plus ne sont pas applicables.

2. La demande de certificat et le certificat d'importation doivent comporter, dans la case 16, les codes NC 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 et 0809 20 71.

3. Le montant de la garantie est fixé à 0,72 écu par 100 kilogrammes net.

4. Les certificats d'importation sont valables pendant vingt jours à partir de leur date de délivrance effective.

Sauf cas de force majeure, la garantie reste acquise en tout ou en partie si l'opération n'est pas réalisée ou n'est réalisée que partiellement dans ce délai.

(¹) JO n° L 353 du 31. 12. 1994, p. 1.

(²) JO n° L 316 du 30. 12. 1995, p. 4.

(³) JO n° L 331 du 2. 12. 1988, p. 1.

(⁴) JO n° L 214 du 8. 9. 1995, p. 21.

Article 3

1. La demande de certificat et le certificat d'importation proprement dit doivent indiquer à la case 8 comme pays d'origine du produit toute république d'origine concernée. Le certificat d'importation n'est valable que pour les produits originaires des républiques ainsi désignées.

2. Les certificats d'importation sont délivrés le cinquième jour ouvrable suivant le jour du dépôt de la demande pour autant que des mesures ne soient pas prises pendant ce délai.

Article 4

Les États membres communiquent à la Commission:

1) les quantités de cerises acides fraîches prévues dans les certificats d'importation demandés.

Cette communication est opérée selon la périodicité suivante:

— chaque mercredi pour les demandes déposées le lundi et le mardi,

— chaque vendredi pour les demandes déposées le mercredi et le jeudi,

— chaque lundi pour les demandes déposées le vendredi de la semaine précédente;

2) les quantités prévues dans les certificats d'importation non utilisées ou utilisées partiellement, correspondant à la différence entre les quantités imputées au dos des certificats et les quantités pour lesquelles ces derniers ont été délivrés.

Cette communication est opérée chaque semaine le mercredi, pour les données reçues la semaine précédente;

3) si aucune demande de certificat d'importation n'a été déposée au cours d'une des périodes citées au point 1 ou s'il n'y a pas de quantités non utilisées au sens du point 2, l'État membre en cause en informe la Commission aux jours indiqués dans le présent article.

Article 5

Le présent règlement entre en vigueur le huitième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Il est applicable jusqu'au 31 décembre 1996.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

RÈGLEMENT (CE) N° 999/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

modifiant le règlement (CEE) n° 3886/92 établissant les modalités d'application relatives aux régimes de primes prévus dans le secteur de la viande bovine en ce qui concerne l'application de la prime de transformation

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CEE) n° 805/68 du Conseil, du 27 juin 1968, portant organisation commune des marchés dans le secteur de la viande bovine ⁽¹⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 894/96 ⁽²⁾, et notamment son article 4i paragraphe 4,considérant que la mise en application de la prime de transformation instaurée par l'article 4i du règlement (CEE) n° 805/68, effectuée dans le cadre du règlement (CEE) n° 3886/92 de la Commission ⁽³⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1850/95 ⁽⁴⁾, peut conduire à des iniquités en ce qui concerne les sanctions applicables lorsque le nombre d'animaux demandés ne correspond pas au nombre d'animaux éligibles présents à la transformation; que, dès lors, il convient de modifier l'article 49 du règlement (CEE) n° 3886/92;

considérant que, afin d'éviter des conséquences économiques aux opérateurs concernés, il y a lieu de rendre applicable la mesure à partir de la mise en application effective de la prime de transformation;

considérant que les mesures prévues au présent règlement sont conformes à l'avis du comité de gestion de la viande bovine,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

À l'article 49 du règlement (CEE) n° 3886/92, le paragraphe 3 est remplacé par le texte suivant.

«3. Lorsqu'il est constaté que les animaux présents à la transformation ne correspondent pas à ceux visés au paragraphe 1, la prime est octroyée pour le nombre des animaux présents qui sont éligibles, diminué du nombre des animaux présents qui ne sont pas éligibles.»

*Article 2*Le présent règlement entre en vigueur le troisième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Il est applicable à partir du 20 avril 1996.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission⁽¹⁾ JO n° L 148 du 28. 6. 1968, p. 24.⁽²⁾ JO n° L 125 du 23. 5. 1996, p. 1.⁽³⁾ JO n° L 391 du 31. 12. 1992, p. 20.⁽⁴⁾ JO n° L 177 du 28. 7. 1995, p. 45.

RÈGLEMENT (CE) N° 1000/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

modifiant le règlement (CEE) n° 1538/91 portant modalités d'application du règlement (CEE) n° 1906/90 du Conseil en ce qui concerne certaines normes de commercialisation pour la viande de volaille

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,
vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CEE) n° 1906/90 du Conseil, du 26 juin 1990, établissant des normes de commercialisation pour les volailles⁽¹⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 3204/93⁽²⁾, et notamment son article 9,

considérant que le règlement (CEE) n° 1538/91 de la Commission⁽³⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 205/96⁽⁴⁾, a fixé les modalités d'application des normes de commercialisation pour la viande de volaille;

considérant que, à la lumière de l'expérience acquise, il convient de modifier la définition relative au chapon ainsi que les critères y relatifs figurant à l'annexe IV du règlement (CEE) n° 1538/91;

considérant que les mesures prévues au présent règlement sont conformes à l'avis du comité de gestion de la viande de volaille et des œufs,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

Le règlement (CEE) n° 1538/91 est modifié comme suit.

1) À l'article 1^{er} point 1 a), le troisième tiret est remplacé par le texte suivant:

← chapons: poulets mâles castrés chirurgicalement avant d'avoir atteint la maturité sexuelle et abattus à un âge minimal de 140 jours; après chaponnage, les chapons doivent avoir eu une période d'engraissement d'au moins 77 jours,».

2) L'annexe IV est modifiée comme suit:

— au point c) deuxième tiret, le deuxième tiret est remplacé par le texte suivant:

← 2 m² par canard ou par chapon,»

— au point d) dernier tiret, le deuxième tiret est remplacé par le texte suivant:

← 4 semaines pour les chapons,».

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le septième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

⁽¹⁾ JO n° L 173 du 6. 7. 1990, p. 1.

⁽²⁾ JO n° L 289 du 24. 11. 1993, p. 3.

⁽³⁾ JO n° L 143 du 7. 6. 1991, p. 11.

⁽⁴⁾ JO n° L 27 du 3. 2. 1996, p. 6.

RÈGLEMENT (CE) N° 1001/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

modifiant le règlement (CE) n° 1487/95 établissant le bilan d'approvisionnement des îles Canaries en produits du secteur de la viande de porc, et déterminant les aides pour les produits provenant de la Communauté

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,
vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CEE) n° 1601/92 du Conseil, du 15 juin 1992, relatif à des mesures spécifiques concernant certains produits agricoles en faveur des îles Canaries ⁽¹⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 2537/95 de la Commission ⁽²⁾, et notamment son article 4 paragraphe 4,

considérant que les montants des aides à la fourniture des îles Canaries en produits du secteur de la viande de porc ont été fixés par le règlement (CE) n° 1487/95 de la Commission ⁽³⁾, modifié par le règlement (CE) n° 2951/95 ⁽⁴⁾;

considérant que, afin de développer le potentiel de production de l'archipel et pour satisfaire l'augmentation de la demande locale, il y a lieu d'augmenter le nombre des reproducteurs de race pure;

considérant que les mesures prévues au présent règlement sont conformes à l'avis du comité de gestion de la viande de porc,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

L'annexe III du règlement (CE) n° 1487/95 est remplacée par l'annexe du présent règlement.

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le jour de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

⁽¹⁾ JO n° L 173 du 27. 6. 1992, p. 13.

⁽²⁾ JO n° L 260 du 31. 10. 1995, p. 10.

⁽³⁾ JO n° L 145 du 29. 6. 1995, p. 63.

⁽⁴⁾ JO n° L 308 du 21. 12. 1995, p. 41.

ANNEXE

ANNEXE III

Fourniture dans les îles Canaries de reproducteurs de race pure de l'espèce porcine originaires de la Communauté pour la période du 1^{er} juillet 1995 au 30 juin 1996

Code NC	Désignation des marchandises	Nombre d'animaux à fournir	Aide (en écus par tête)
0103 10 00	Reproducteurs de race pure de l'espèce porcine (1):		
	— animaux mâles	160	483
	— animaux femelles	4 000	423

(1) L'admission dans cette sous-position est subordonnée aux conditions prévues par les dispositions communautaires édictées en la matière.

RÈGLEMENT (CE) N° 1002/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

établissant des valeurs forfaitaires à l'importation pour la détermination du prix d'entrée de certains fruits et légumes

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,
vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CE) n° 3223/94 de la Commission, du 21 décembre 1994, portant modalités d'application du régime à l'importation des fruits et légumes ⁽¹⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 2933/95 ⁽²⁾, et notamment son article 4 paragraphe 1,

vu le règlement (CEE) n° 3813/92 du Conseil, du 28 décembre 1992, relatif à l'unité de compte et aux taux de conversion à appliquer dans le cadre de la politique agricole commune ⁽³⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 150/95 ⁽⁴⁾, et notamment son article 3 paragraphe 3,

considérant que le règlement (CE) n° 3223/94 prévoit, en application des résultats des négociations commerciales multilatérales du cycle d'Uruguay, les critères pour la fixation par la Commission des valeurs forfaitaires à l'impor-

tation des pays tiers, pour les produits et les périodes qu'il précise dans son annexe;

considérant que, en application des critères susvisés, les valeurs forfaitaires à l'importation doivent être fixées aux niveaux repris à l'annexe du présent règlement,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

Les valeurs forfaitaires à l'importation visées à l'article 4 du règlement (CE) n° 3223/94 sont fixées comme indiqué dans le tableau figurant en annexe.

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le 5 juin 1996.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

⁽¹⁾ JO n° L 337 du 24. 12. 1994, p. 66.

⁽²⁾ JO n° L 307 du 20. 12. 1995, p. 21.

⁽³⁾ JO n° L 387 du 31. 12. 1992, p. 1.

⁽⁴⁾ JO n° L 22 du 31. 1. 1995, p. 1.

ANNEXE

du règlement de la Commission, du 4 juin 1996, établissant les valeurs forfaitaires à l'importation pour la détermination du prix d'entrée de certains fruits et légumes

<i>(en écus par 100 kg)</i>			<i>(en écus par 100 kg)</i>			
Code NC	Code des pays tiers (!)	Valeur forfaitaire à l'importation	Code NC	Code des pays tiers (!)	Valeur forfaitaire à l'importation	
0702 00 35	052	84,7	0808 10 61, 0808 10 63, 0808 10 69	528	61,7	
	060	80,2		600	84,0	
	064	59,6		624	103,9	
	066	41,7		999	83,7	
	068	62,3		039	109,5	
	204	46,7		052	64,0	
	208	44,0		064	78,6	
	212	97,5		284	72,1	
	624	95,8		388	73,5	
	999	68,1		400	72,3	
	ex 0707 00 25	052		82,7	404	63,6
		053		156,2	416	72,7
		060		61,0	508	72,2
066		53,8	512	65,8		
068		69,1	524	65,9		
204		144,3	528	65,9		
624		87,1	624	86,5		
999		93,5	728	107,3		
0709 10 20	220	317,0	800	78,0		
	999	317,0	804	99,7		
0709 90 77	052	55,2	999	78,0		
	204	77,5	0809 10 20	052	64,6	
	412	54,2	061	51,3		
	624	151,9	064	105,3		
	999	84,7	999	73,7		
0805 30 30	052	132,2	0809 20 49	052	144,3	
	204	88,8	061	182,0		
	220	74,0	064	254,1		
	388	79,5	068	262,6		
	400	74,3	400	291,5		
	512	54,8	600	94,9		
	520	66,5	624	363,9		
	524	100,8	676	166,2		
			999	219,9		

(!) Nomenclature des pays fixée par le règlement (CE) n° 68/96 de la Commission (JO n° L 14 du 19. 1. 1996, p. 16). Le code «999» représente «autres origines».

RÈGLEMENT (CE) N° 1003/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

déterminant dans quelle mesure les demandes de certificats d'exportation dans le secteur de la viande de volaille peuvent être acceptées

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,
vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CE) n° 1372/95 de la Commission, du 16 juin 1995, portant modalités d'application du régime des certificats d'exportation dans le secteur de la viande de volaille ⁽¹⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 180/96 ⁽²⁾, et notamment son article 3 paragraphe 4,

considérant que le règlement (CE) n° 1372/95 prévoit des mesures particulières lorsque les demandes de certificats d'exportation concernent des quantités et/ou des dépenses qui dépassent ou risquent de dépasser les quantités d'écoulement normal compte tenu des limites visées à l'article 8 paragraphe 11 du règlement (CEE) n° 2777/75 du Conseil ⁽³⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 2916/95 de la Commission ⁽⁴⁾, et/ou les dépenses y afférentes pendant la période considérée;

considérant que le marché de certains produits du secteur de la viande de volaille est caractérisé par des incertitudes; que la modification imminente des restitutions applicables à ces produits a entraîné la demande des certificats d'exportations à des fins spéculatives; que la délivrance

des certificats pour les quantités demandées du 27 au 31 mai 1996 risque de conduire à un dépassement de celles correspondant à l'écoulement normal des produits concernés; qu'il y a lieu de rejeter les demandes pour lesquelles les certificats d'exportation n'ont pas encore été accordés pour les produits concernés et de fixer les coefficients d'acceptation à appliquer à certaines quantités demandées,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

En ce qui concerne les demandes de certificats d'exportation déposées en vertu du règlement (CE) n° 1372/95 dans le secteur de la viande de volaille il n'est pas donné suite aux demandes qui se trouvent en instance et dont la délivrance aurait dû intervenir à partir du 5 juin 1996 pour la catégorie 1 visée à l'annexe I dudit règlement.

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le 5 juin 1996.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

⁽¹⁾ JO n° L 133 du 17. 6. 1995, p. 26.

⁽²⁾ JO n° L 25 du 1. 2. 1996, p. 27.

⁽³⁾ JO n° L 282 du 1. 11. 1975, p. 77.

⁽⁴⁾ JO n° L 305 du 19. 12. 1995, p. 49.

RÈGLEMENT (CE) N° 1004/96 DE LA COMMISSION
du 4 juin 1996
modifiant les droits à l'importation dans le secteur des céréales

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,
vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CEE) n° 1766/92 du Conseil, du 30 juin 1992, portant organisation commune des marchés dans le secteur des céréales⁽¹⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 923/96⁽²⁾,

vu le règlement (CE) n° 1502/95 de la Commission, du 29 juin 1995, portant modalités d'application pour la campagne 1995/1996 du règlement (CEE) n° 1766/92 du Conseil en ce qui concerne les droits à l'importation dans le secteur des céréales⁽³⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 346/96⁽⁴⁾, et notamment son article 2 paragraphe 1,

considérant que les droits à l'importation dans le secteur des céréales ont été fixés par le règlement (CE) n° 966/96 de la Commission⁽⁵⁾;

considérant que l'article 2 paragraphe 1 du règlement (CE) n° 966/96 prévoit que, si au cours de la période de

leur application, la moyenne des droits à l'importation calculée s'écarte de 5 écus par tonne du droit fixé, un ajustement correspondant intervient; que ledit écart a eu lieu; qu'il est donc nécessaire d'ajuster les droits à l'importation fixés dans le règlement (CE) n° 966/96,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

Les annexes I et II du règlement (CE) n° 966/96, sont remplacées par les annexes I et II du présent règlement.

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le 5 juin 1996.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

⁽¹⁾ JO n° L 181 du 1. 7. 1992, p. 21.

⁽²⁾ JO n° L 126 du 24. 5. 1996, p. 37.

⁽³⁾ JO n° L 147 du 30. 6. 1995, p. 13.

⁽⁴⁾ JO n° L 49 du 28. 2. 1996, p. 5.

⁽⁵⁾ JO n° L 131 du 1. 6. 1996, p. 3.

ANNEXE I

Droits à l'importation des produits repris à l'article 10 paragraphe 2 du règlement (CEE)
n° 1766/92

Code NC	Désignation des marchandises	Droit à l'importation par voie terrestre, fluviale ou maritime en provenance de ports méditerranéens, de la mer Noire ou de la mer Baltique (en écu/t)	Droit à l'importation par voie maritime en provenance d'autres ports (2) (en écu/t)
1001 10 00	Froment (blé) dur (1)	0,00	0,00
1001 90 91	Froment (blé) tendre, de semence:	0,00	0,00
1001 90 99	Froment (blé) tendre de haute qualité, autre que de semence (3)	0,00	0,00
	de qualité moyenne	0,00	0,00
	de qualité basse	16,64	6,64
1002 00 00	Seigle	49,98	39,98
1003 00 10	Orge, de semence	49,98	39,98
1003 00 90	Orge, autre que de semence (3)	49,98	39,98
1005 10 90	Maïs de semence autre qu'hybride	28,89	18,89
1005 90 00	Maïs, autre que de semence (3)	28,89	18,89
1007 00 90	Sorgho à grains autre qu'hybride d'ensemencement	49,98	39,98

(1) Pour le blé dur ne remplissant pas la qualité minimale visée à l'annexe I du règlement (CE) n° 1502/95, le droit applicable est celui fixé pour le froment (blé) tendre de qualité basse.

(2) Pour les marchandises arrivant dans la Communauté par l'océan Atlantique [article 2 paragraphe 4 du règlement (CE) n° 1502/95], l'importateur peut bénéficier d'une diminution des droits de:

— 3 écus par tonne, si le port de déchargement se trouve en mer Méditerranée, ou de

— 2 écus par tonne, si le port de déchargement se trouve en Irlande, au Royaume-Uni, au Danemark, en Suède, en Finlande ou sur la côte atlantique de la Péninsule ibérique.

(3) L'importateur peut bénéficier d'une réduction forfaitaire de 14 ou 8 écus par tonne lorsque les conditions établies à l'article 2 paragraphe 5 du règlement (CE) n° 1502/95 sont remplies.

ANNEXE II

Éléments de calcul des droits (période du 22. 5. 1996 au 3. 6. 1996):

1. Moyennes sur la période des deux semaines précédant le jour de la fixation:

Cotations boursières	Minneapolis	Kansas-City	Chicago	Chicago	Mid-America	Mid-America
Produits (% protéines à 12 % humidité)	HRS2. 14 %	HRW2. 11 %	SRW2	YC3	HAD2	US barley 2
Cotation (écus par tonne)	183,69	186,12	159,97	154,76	202,59 (!)	138,14 (!)
Prime sur le Golfe (écus par tonne)	—	21,37	20,68	13,41	—	—
Prime sur Grands Lacs (écus par tonne)	25,75	—	—	—	—	—

(!) Fob Duluth.

2. Frets/frais: Golfe du Mexique-Rotterdam: 11,56 écus par tonne. Grands Lacs-Rotterdam: 20,73 écus par tonne.

3. Subventions [article 4 paragraphe 2 troisième alinéa du règlement (CE) n° 1502/95: 0,00 écu par tonne].

RÈGLEMENT (CE) N° 1005/96 DE LA COMMISSION

du 4 juin 1996

modifiant les prix représentatifs et les droits additionnels à l'importation pour certains produits du secteur du sucre

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES, vu le traité instituant la Communauté européenne, vu le règlement (CEE) n° 1785/81 du Conseil, du 30 juin 1981, portant organisation commune des marchés dans le secteur du sucre ⁽¹⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1101/95 ⁽²⁾,

vu le règlement (CE) n° 1423/95 de la Commission, du 23 juin 1995, établissant les modalités d'application pour l'importation des produits du secteur du sucre autres que les mélasses ⁽³⁾, modifié par le règlement (CE) n° 2528/95 ⁽⁴⁾, et notamment son article 1^{er} paragraphe 2 deuxième alinéa et son article 3 paragraphe 1,

considérant que les montants des prix représentatifs et des droits additionnels applicables à l'importation de sucre blanc, de sucre brut et de certains sirops ont été fixés par le règlement (CE) n° 1568/95 de la Commission ⁽⁵⁾, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 987/96 ⁽⁶⁾;

considérant que l'application des règles et modalités de fixation rappelées dans le règlement (CE) n° 1423/95 aux données dont la Commission a connaissance conduit à modifier lesdits montants actuellement en vigueur conformément à l'annexe du présent règlement,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

Les prix représentatifs et les droits additionnels applicables à l'importation des produits visés à l'article 1^{er} du règlement (CE) n° 1423/95 sont fixés comme indiqué en annexe.

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le 5 juin 1996.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 4 juin 1996.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission

⁽¹⁾ JO n° L 177 du 1. 7. 1981, p. 4.

⁽²⁾ JO n° L 110 du 17. 5. 1995, p. 1.

⁽³⁾ JO n° L 141 du 24. 6. 1995, p. 16.

⁽⁴⁾ JO n° L 258 du 28. 10. 1995, p. 50.

⁽⁵⁾ JO n° L 150 du 1. 7. 1995, p. 36.

⁽⁶⁾ JO n° L 131 du 1. 6. 1996, p. 57.

ANNEXE

du règlement de la Commission, du 4 juin 1996, modifiant les prix représentatifs et les montants des droits additionnels applicables à l'importation du sucre blanc, du sucre brut et des produits du code NC 1702 90 99

(en écus)

Code NC	Montant du prix représentatif par 100 kg net du produit en cause	Montant du droit additionnel par 100 kg net du produit en cause
1701 11 10 ⁽¹⁾	23,96	4,32
1701 11 90 ⁽¹⁾	23,96	9,55
1701 12 10 ⁽¹⁾	23,96	4,13
1701 12 90 ⁽¹⁾	23,96	9,12
1701 91 00 ⁽²⁾	31,39	9,54
1701 99 10 ⁽²⁾	31,39	5,02
1701 99 90 ⁽²⁾	31,39	5,02
1702 90 99 ⁽³⁾	0,31	0,34

⁽¹⁾ Fixation pour la qualité type telle que définie à l'article 1^{er} du règlement (CEE) n° 431/68 du Conseil (JO n° L 89 du 10. 4. 1968, p. 3) modifié.

⁽²⁾ Fixation pour la qualité type telle que définie à l'article 1^{er} du règlement (CEE) n° 793/72 du Conseil (JO n° L 94 du 21. 4. 1972, p. 1).

⁽³⁾ Fixation par 1 % de teneur en saccharose.

RÈGLEMENT (CE) N° 1006/96 DU CONSEIL

du 3 juin 1996

instituant un droit antidumping définitif sur les importations de charbons activés en poudre originaires de la république populaire de Chine

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CE) n° 384/96 du Conseil, du 22 décembre 1995, relatif à la défense contre les importations qui font l'objet d'un dumping de la part de pays non membres de la Communauté européenne ⁽¹⁾, et notamment son article 23,vu le règlement (CEE) n° 2423/88 du Conseil, du 11 juillet 1988, relatif à la défense contre les importations qui font l'objet d'un dumping ou de subventions de la part de pays non membres de la Communauté économique européenne ⁽²⁾, et notamment son article 12,

vu la proposition de la Commission présentée après consultations au sein du comité consultatif,

considérant ce qui suit:

A. MESURES PROVISOIRES

- (1) Par le règlement (CE) n° 1984/95 ⁽³⁾, ci-après dénommé «règlement provisoire», la Commission a institué un droit antidumping provisoire sur les importations dans la Communauté de charbons activés en poudre originaires de la république populaire de Chine et relevant du code NC ex 3802 10 00.

Par le règlement (CE) n° 2736/95 ⁽⁴⁾, le Conseil a prorogé ce droit pour une période de deux mois.

- (2) À la suite de l'institution du droit antidumping provisoire, un exportateur chinois, les plaignants et d'autres parties intéressées ont présenté des observations écrites afin de faire connaître leur point de vue sur les conclusions provisoires. La Commission a accordé des auditions sur demande. Neuf importateurs/distributeurs qui appartiennent à la Communauté des sociétés importatrices de charbons activés en Europe (ci-après dénommée «CACIC») ont notamment présenté des observations communes concernant les conclusions de la Commission.
- (3) En outre, après l'institution du droit antidumping provisoire, une société installée aux États-Unis d'Amérique a indiqué à la Commission qu'elle a commencé à exporter des charbons activés en poudre, fabriqués sous une marque privée dans une

entreprise commune située en république populaire de Chine, vers la Communauté en 1994 (c'est-à-dire après la période d'enquête) et a demandé d'être exemptée de tout droit définitif. La société a été avisée qu'une telle dispense ne pouvait être accordée qu'après demande et réalisation d'une enquête de réexamen concernant un nouveau venu conformément aux dispositions de l'article 11 paragraphe 4 du règlement (CE) n° 3283/94. En outre, comme la présente procédure concerne les exportations d'un pays n'ayant pas une économie de marché, la société a été avisée qu'elle devait également prouver aux institutions communautaires que, dans son cas particulier, le traitement individuel devait lui être accordé. Néanmoins, certaines remarques à caractère général émises par la société avaient également été soulevées par d'autres parties intéressées et donc déjà été prises en considération, le cas échéant.

- (4) Comme mentionné au considérant 76 du règlement provisoire, aucun utilisateur public ou industriel de charbons activés en poudre n'avait, à ce stade de l'enquête, présenté des observations à la Commission. À la suite de l'institution des mesures antidumping provisoires, plusieurs de ces utilisateurs ont toutefois fait connaître leur point de vue à la Commission.

En outre, certains importateurs/distributeurs ont indiqué à la Commission qu'elle devait prendre contact avec les «principaux» utilisateurs de charbons activés en poudre afin d'obtenir des informations sur l'évolution de leur consommation pendant les dernières années et connaître également leur avis sur les charbons activés en poudre chinois par rapport au produit fabriqué dans la Communauté. La Commission a approuvé cette demande et a envoyé des questionnaires simples à de nombreux utilisateurs de charbons activés en poudre dans la Communauté. Au total, vingt-deux utilisateurs situés dans six États membres différents ont été contactés par la Commission. Douze d'entre eux seulement ont fourni des observations ou des réponses valables au questionnaire, ce qui représente approximativement 6 % de la consommation communautaire totale. Des détails sur les informations supplémentaires obtenues figurent dans les considérants 62 à 66 du présent règlement.

- (5) La Commission a continué à rechercher et à vérifier toutes les autres informations jugées nécessaires à ses conclusions définitives et a également revu certains calculs effectués dans le règlement provisoire pour établir le dumping, la sous-cotation et le niveau d'élimination du préjudice. Les parties ont été informées de la révision de ces calculs et également des faits et considérations essentiels sur la

⁽¹⁾ JO n° L 56 du 6. 3. 1996, p. 1.

⁽²⁾ JO n° L 209 du 2. 8. 1988, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 522/94 (JO n° L 66 du 10. 3. 1994, p. 10).

⁽³⁾ JO n° L 192 du 15. 8. 1995, p. 14.

⁽⁴⁾ JO n° L 285 du 29. 11. 1995, p. 2.

base desquels il était envisagé de recommander l'institution d'un droit antidumping définitif et la perception définitive des montants garantis par le droit provisoire. Un délai leur a également été accordé pour leur permettre de présenter leurs observations sur les informations communiquées. Leurs observations ont été considérées et, le cas échéant, les conclusions de la Commission ont été modifiées pour en tenir compte.

B. QUESTIONS DE PROCÉDURE SOULEVÉES

- (6) En ce qui concerne l'ouverture proprement dite de la présente enquête, la CACIC a fait valoir que la plainte déposée par le Conseil européen de l'industrie chimique (ci-après dénommé «CEFIC») reposait sur des «faits incomplets», contenait de «fausses affirmations» et omettait «un certain nombre de faits pertinents qui auraient pu empêcher la Commission d'ouvrir la présente enquête». À l'appui de ces arguments, la CACIC a précisé que les plaignants avaient omis les noms et adresses d'importateurs connus d'eux dans plusieurs États membres et que ceux-ci n'avaient donc pas pu participer à l'enquête. La CACIC a également fait valoir que la Commission avait été mise au courant de nombreuses erreurs d'adresses et d'autres inexactitudes dans la plainte mais n'avait pas pris suffisamment de mesures pour étudier la situation dans tous les États membres.

La CACIC a également fait valoir que la Commission n'avait pas accepté de coopérer avec un importateur/distributeur en Suède et que, de ce fait, le règlement provisoire n'abordait pas la situation sur tous les marchés de la Communauté. En conséquence, la CACIC a considéré que le règlement provisoire violait non seulement les droits des importateurs dans les nouveaux États membres mais contenait également des lacunes dans son analyse du marché.

- (7) En ce qui concerne la remarque de la CACIC à propos des importateurs omis dans la plainte, il convient de préciser que lorsque la Commission a été mise au courant de l'existence de ces sociétés au début de la procédure, elle leur a immédiatement adressé des questionnaires demandant des renseignements. La Commission n'est pas à même, au moment de l'ouverture d'une enquête, de connaître tous les importateurs ou exportateurs concernés par la procédure du fait qu'elle s'appuie, au départ, sur les informations fournies dans la plainte. Dans ce cas particulier, la Commission s'est satisfaite de toutes les informations pertinentes en possession du plaignant fournies par celui-ci. En outre, il convient de rappeler qu'un des objectifs de l'avis d'ouverture d'une procédure antidumping publié au *Journal officiel des Communautés européennes* est d'inviter toutes les parties intéressées à se présenter et à participer à la procédure.

En ce qui concerne la remarque de la CACIC à propos des adresses incorrectes de certaines parties intéressées dans la plainte, il convient de noter que la Commission a procédé à un second envoi de questionnaires à ces sociétés lorsqu'elle a été informée des erreurs par l'un des importateurs connus.

Quant à l'allégation selon laquelle la Commission a refusé de coopérer avec un importateur/distributeur suédois, il convient de préciser que cette société s'est manifestée en février 1995 et a été informée que, en raison de l'état d'avancement de l'enquête, il n'était pas possible de lui faire remplir un questionnaire. La société en question a toutefois été avisée que ses commentaires étaient les bienvenus, particulièrement en ce qui concerne l'intérêt de la Communauté. Par la suite, la société n'a repris contact avec la Commission qu'après l'institution des droits provisoires et a effectivement déclaré qu'elle n'avait effectué aucune importation de charbons activés en poudre de la république populaire de Chine au cours de la période d'enquête.

- (8) Compte tenu de ce qui précède, il est considéré que les droits de la défense de toutes les parties intéressées ont été respectés. En ce qui concerne l'allégation selon laquelle l'enquête de la Commission n'a pas abordé tous les marchés et que son analyse est donc lacunaire, elle est abordée au considérant 67 du présent règlement.

C. PRODUIT CONSIDÉRÉ ET PRODUIT SIMILAIRE

- (9) Certaines parties ont réitéré les arguments avancés précédemment, à savoir que les charbons activés en poudre chinois ne devraient pas être considérés comme des produits similaires aux charbons activés en poudre fabriqués dans la Communauté (ou aux charbons activés en poudre produits aux États-Unis d'Amérique, pays analogue). Ces parties ont fait valoir que, en raison des nombreuses catégories différentes de charbons activés en poudre sur le marché, de leurs différentes méthodes de production, des différentes matières premières utilisées et des caractéristiques techniques particulières données au produit fini, la Commission faisait preuve d'une simplification excessive en les traitant tous comme un seul produit similaire.
- (10) Un importateur/distributeur a réitéré son argument selon lequel les charbons activés en poudre chinois de la catégorie «GA» (chimiquement activés au zinc) sont extrêmement efficaces pour le traitement des eaux résiduaires, notamment par rapport aux charbons activés en poudre de la Communauté habituellement utilisés à cette fin. La société a donc à nouveau fait valoir que cette catégorie de charbons activés en poudre chinois ne devrait pas être considérée comme un produit similaire aux catégories produites dans la Communauté. À cet égard,

un utilisateur important a déclaré que la catégorie de charbons activés en poudre chinois qu'il avait achetée auprès de l'importateur/distributeur en question pour le traitement des eaux résiduaires était, en termes économiques, préférable à certaines catégories fabriquées dans la Communauté. En d'autres termes, la catégorie de charbons activés en poudre chinois était de meilleure qualité et à un prix plus compétitif que certaines catégories produites dans la Communauté. Cela ne signifie évidemment pas que la Communauté ne produit aucune catégorie de meilleure qualité. Cela signifie simplement que les catégories de qualité similaire produites dans la Communauté sont plus coûteuses et ne sont donc pas normalement utilisées pour le traitement des eaux résiduaires.

Le même importateur/distributeur a ajouté que cette catégorie «GA» n'était pas non plus un produit similaire étant donné son degré de pureté moindre par rapport aux charbons en poudre de la Communauté activés chimiquement à l'acide phosphorique. Il a donc allégué que cette catégorie n'était pas adaptée aux nombreuses utilisations auxquelles se prêtent les charbons activés en poudre de la Communauté.

- (11) En ce qui concerne les observations précitées, il convient de noter que l'enquête a montré que la catégorie «GA» a été vendue dans la Communauté à de nombreux types d'utilisateurs différents auxquels les producteurs communautaires vendent également leurs catégories de charbons activés en poudre (par exemple, l'industrie alimentaire, l'industrie chimique, ainsi que pour le traitement de l'eau). En outre, le seul exportateur chinois ayant coopéré a lui-même déclaré que sa catégorie «GA» convient à de nombreuses utilisations, notamment dans les industries chimique, pharmaceutique et alimentaire. Cela a également été confirmé par certains importateurs/distributeurs au cours de l'enquête.
- (12) Un autre distributeur a fait valoir que la catégorie «GA» de charbons activés en poudre chinois est très efficace dans la production vinicole et, du fait que la Communauté ne produit pas de charbons en poudre activés au zinc, cette catégorie ne devrait pas être considérée comme un produit similaire. À cet égard, il convient de préciser que même s'il n'existe aucune production communautaire de charbons en poudre activés chimiquement au zinc (considérants 11 à 17 du règlement provisoire), l'enquête a montré que des catégories communautaires équivalentes activées à l'acide phosphorique ont été spécifiquement développées pour l'industrie vinicole. Cela a été indirectement admis par le distributeur lui-même lorsqu'il a fait valoir qu'un droit antidumping élevé sur les charbons activés en poudre chinois le forcerait à retirer ce produit du marché de la Communauté, les deux principaux producteurs communautaires restant alors les seuls concurrents dans ce secteur particulier des ventes de charbons activés en poudre.
- (13) Il a également été allégué qu'il était inadéquat de comparer les charbons en poudre chimiquement

activés produits aux États-Unis d'Amérique et ceux produits en république populaire de Chine, ces deux pays utilisant différents agents chimiques d'activation pour leur production de charbons activés en poudre. À cet égard, il est considéré que bien que les agents d'activation ne soient pas toujours identiques, la méthode de production employée est similaire (considérant 13 du règlement provisoire). En outre, les matières premières utilisées aux États-Unis d'Amérique sont identiques à celles utilisées en république populaire de Chine, ce qui permet d'obtenir des produits finis qui sont suffisamment similaires pour être comparables.

- (14) Il ressort de ce qui précède que même s'il peut y avoir certaines différences entre les catégories de charbons activés en poudre importées de la république populaire de Chine et celles produites dans la Communauté et aux États-Unis d'Amérique, comme indiqué aux considérants 18 et 19 du règlement provisoire, les produits finis restent néanmoins suffisamment similaires en termes de caractéristiques physiques pour les considérer tous comme des produits similaires au sens de l'article 2 paragraphe 12 du règlement (CEE) n° 2423/88. En effet, tous les arguments présentés aux considérants précédents du présent règlement font uniquement référence aux différences potentielles de qualité et, en outre, aucune des parties intéressées n'a fourni d'éléments de preuve montrant que les charbons activés en poudre chinois importés ne concurrencent pas directement les charbons activés en poudre produits dans la Communauté et aux États-Unis d'Amérique. En conséquence, les dispositions des considérants 17, 20 et 21 du règlement provisoire sont confirmées.

D. PRODUCTION DE LA COMMUNAUTÉ

- (15) Aucun nouvel argument n'a été reçu en ce qui concerne le considérant 22 du règlement provisoire dont les conclusions sont par conséquent confirmées.

E. DUMPING

1. Valeur normale — Choix du pays analogue

- (16) Certaines parties intéressées ont remis en cause le choix des États-Unis d'Amérique comme pays analogue dans ce cas particulier. Il a été allégué que les grandes installations modernes aux États-Unis d'Amérique ne pouvaient pas être comparées aux usines de production plus petites et traditionnelles en république populaire de Chine et que les différences de coûts d'investissement et de durée d'amortissement aux États-Unis d'Amérique rendaient «absurde» une telle comparaison.

- (17) L'argument avancé néglige complètement, toutefois, le fait que la république populaire de Chine n'a pas une économie de marché et que les différents facteurs de production y sont directement contrôlés par l'État. Cette intervention de l'État empêche l'établissement de prix intérieurs et de coûts fiables, ce qui explique la nécessité de choisir un pays analogue pour établir la valeur normale. En toutes circonstances, la Commission choisira le pays analogue le plus approprié en tenant compte des circonstances propres à chaque cas et procédera, au besoin, aux ajustements nécessaires. Dans ce cas particulier, pour les raisons précisées au considérant 25 du règlement provisoire, le choix des États-Unis d'Amérique comme pays analogue n'est pas considéré comme déraisonnable.
- (18) En ce qui concerne le choix d'un pays analogue, ces parties ont également émis l'hypothèse que les parties ayant coopéré aux États-Unis d'Amérique et dont les noms n'ont pas été révélés étaient liées aux producteurs communautaires, ce qui ne permettait pas de tirer des conclusions objectives. Bien qu'elle ait été invitée à le faire, la Commission n'est pas en mesure de fournir les noms des producteurs américains ayant coopéré puisque leurs prix de vente intérieurs moyens (et les spécifications techniques des catégories choisies pour la comparaison de la valeur normale) ont été communiqués aux importateurs et à l'exportateur chinois ayant coopéré. Le fait de divulguer leurs noms constituerait également une violation du principe de la confidentialité. Il convient également de rappeler que ces producteurs ont fait l'objet d'une visite de la Commission et que les données fournies ont été soumises à une vérification sur place. En outre, les ventes intérieures qui ont constitué la base de la détermination de la valeur normale ont été rentables, n'ont été destinées qu'à des clients indépendants et ont été représentatives des prix sur le marché intérieur américain. Par conséquent, la question de savoir si ces producteurs américains étaient liés ou non aux producteurs communautaires n'entre pas du tout en ligne de compte.
- (19) Une autre partie intéressée a demandé pourquoi la Malaysia n'avait pas été choisie comme pays analogue au lieu des États-Unis d'Amérique étant donné que le prix malais moyen à l'exportation vers la Communauté était, d'après les chiffres d'Eurostat au cours de la période d'enquête (du 1^{er} janvier au 31 décembre 1993), inférieur au prix chinois moyen à l'exportation au cours de la même période. Cette partie a également proposé que le prix malais moyen à l'exportation vers la Communauté (obtenu grâce à Eurostat) soit utilisé pour établir la valeur normale des charbons en poudre chinois activés à la vapeur. Elle a également fait valoir que, puisque la Malaysia ne produit pas de charbons en poudre activés chimiquement, un prix à l'exportation théorique pour les charbons en poudre malais activés chimiquement devrait être utilisé pour établir la valeur normale des charbons en poudre chinois activés chimiquement.
- (20) Cette proposition, visant à établir la valeur normale en Malaysia sur la base d'un prix à l'exportation moyen obtenu à partir d'Eurostat pour plusieurs catégories différentes inconnues (qui ne sont pas nécessairement toutes des charbons activés en poudre), va à l'encontre de la demande formulée par toutes les autres parties intéressées, à savoir que toutes les comparaisons en matière de dumping et de préjudice soient effectuées sur la base de données se rapportant à des catégories distinctes de charbons activés en poudre comparables et séparées en fonction de la méthode d'activation. En conséquence, cette proposition ne peut être acceptée.
- (21) Une autre raison pour laquelle la Malaysia n'a pas été choisie comme pays analogue dans ce cas particulier figure au considérant 25 du règlement provisoire. Bien que le principal producteur malais de charbons activés en poudre connu de la Commission ait été contacté, il n'a pas répondu à la demande d'informations de la Commission. Il convient également de noter que les informations disponibles indiquent que la Malaysia produit seulement des charbons en poudre activés à la vapeur alors que, à l'instar de la république populaire de Chine, les États-Unis d'Amérique produisent et vendent sur le marché intérieur à la fois des catégories de charbons en poudre activés chimiquement et à la vapeur.
- (22) En conséquence, les conclusions exposées au considérant 26 du règlement provisoire concernant le choix du pays analogue sont confirmées.

2. Valeur normale

- (23) Aux fins des conclusions définitives, la valeur normale a été établie selon les méthodes décrites aux considérants 27 et 28 du règlement provisoire.

3. Prix à l'exportation

- (24) Une demande dûment motivée a été reçue du seul exportateur chinois ayant coopéré concernant l'attribution erronée d'une commission à certaines transactions d'exportation lors de la détermination du prix à l'exportation. Un ajustement a été opéré en conséquence.
- (25) Aucun autre argument n'a été reçu à propos des conclusions des considérants 29 à 32 du règlement provisoire. Par conséquent, ces conclusions sont confirmées.

4. Comparaison

- (26) La Commission a fourni sur demande à toutes les parties intéressées des détails techniques supplémentaires ainsi que des explications sur certaines catégories américaines de charbons activés en poudre utilisées pour la comparaison des produits.

(27) Certaines parties ont fait valoir que les comparaisons entre les prix à l'exportation chinois et les valeurs normales reposent sur des simplifications inadmissibles. Elles ont réitéré leur argument selon lequel il fallait procéder à des analyses dans des laboratoires indépendants pour pouvoir effectuer ce qu'elles considèrent comme une «comparaison équitable» entre les catégories chinoises et américaines de charbons activés en poudre aux fins de la détermination du dumping ainsi qu'entre les catégories produites en Chine et dans la Communauté aux fins de la détermination de la sous-cotation (considérants 35, 46 et 47 du règlement provisoire).

(28) Il convient de noter que l'importateur/distributeur qui a été le premier à proposer des analyses en laboratoires indépendants avait lui-même procédé à des comparaisons entre les catégories de charbons activés en poudre chinoises et celles produites dans la Communauté dans ses observations présentées à la Commission en 1994 et avait même mentionné une catégorie américaine de charbons activés en poudre qu'il considérait comme comparable à la catégorie chinoise. La Commission a en effet utilisé certaines de ces comparaisons lorsque les produits semblaient présenter des caractéristiques commerciales et utilisations de base similaires. Ce n'est qu'en janvier 1995 que cette société a proposé le recours à des analyses en laboratoires indépendants.

À cet égard, il faut rappeler que l'enquête a montré que des catégories différentes de charbons activés en poudre, indépendamment de leur origine, sont largement interchangeables en ce qui concerne leurs applications de base. En effet, comme expliqué aux considérants 14 et 15 du règlement provisoire, des catégories différentes de charbons activés en poudre vendues pour les mêmes applications peuvent présenter certaines différences de caractéristiques techniques précises et il appartient à l'utilisateur de sélectionner la catégorie la plus rentable de charbons activés en poudre pour ses besoins particuliers. Ces différences sont expliquées dans la documentation des producteurs ou des importateurs/distributeurs, qu'ils mettent à la disposition des utilisateurs à titre d'information générale ou qu'ils joignent aux factures de ventes, aux contrats d'achat, etc. La Commission a utilisé cette documentation et les applications de base connues pour procéder à des comparaisons de prix de charbons activés en poudre apparemment similaires évitant ainsi, à la demande de certaines parties intéressées, le recours à des prix moyens globaux pour les charbons activés en poudre. Il a donc été considéré que des analyses détaillées en laboratoires n'apporteraient rien de plus à cet aspect particulier de l'enquête.

(29) La même société a demandé une réunion avec les plaignants et «si possible avec une autorité neutre» afin d'examiner les comparaisons de produits. La possibilité d'une telle réunion étant prévue à l'ar-

ticle 7 paragraphe 6 du règlement (CEE) n° 2423/88, la Commission a informé les plaignants de cette demande. Le CEFIC a toutefois déclaré que, à son avis, une telle réunion n'était pas nécessaire, estimant avoir déjà fourni à la Commission toutes les informations pertinentes et données techniques en sa possession pour pouvoir procéder à des comparaisons valables. Par conséquent, aucune réunion de ce genre n'a été organisée entre les parties directement concernées.

(30) Bien que toutes les parties intéressées, et notamment les importateurs/distributeurs (qui disposent également de connaissances suffisantes sur les charbons activés en poudre chinois, communautaires et même américains) aient été invités à proposer d'autres comparaisons spécifiques justifiées ou même des ajustements pour tenir compte des différences de caractéristiques physiques entre les différentes catégories de charbons activés en poudre, seul un petit nombre d'informations utiles ont été fournies. Ces informations ont toutefois jeté un doute sur la justesse de la comparaison faite par la Commission pour une catégorie chinoise de charbons en poudre activés à la vapeur et la Commission a, en conséquence, modifié la comparaison pour cette catégorie chinoise particulière.

(31) Il est donc confirmé que les comparaisons catégorie par catégorie faites par la Commission sur la base des spécifications techniques commerciales disponibles et des utilisations connues devraient être maintenues.

(32) Il a également été allégué que les prix considérés sur le marché américain afin de calculer la marge de dumping ne correspondaient pas au même stade commercial et que des ajustements devaient être opérés en conséquence. Il a notamment été invoqué qu'un importateur/distributeur de charbons activés en poudre chinois dans la Communauté ne remplit pas la même fonction qu'un distributeur du produit d'origine américaine aux États-Unis d'Amérique et que les coûts de réemballage, de stockage, de financement, de services techniques/de mise au point et de garantie de la qualité sont intégrés dans les prix de vente intérieurs des producteurs américains et non dans le prix à l'exportation chinois. Les parties qui ont soulevé cet aspect particulier n'ont toutefois pas proposé des niveaux spécifiques d'ajustement dans pareil cas.

(33) À titre de remarque générale, il convient de noter que la Commission a établi la valeur normale sur la base des prix intérieurs livrés aux distributeurs américains (c'est-à-dire au même stade commercial que pour les exportations chinoises destinées aux importateurs/distributeurs dans la Communauté). Conformément à l'article 2 paragraphe 10 du règlement (CEE) n° 2423/88, seuls les ajustements visant à prendre en compte les différences qui affectent la comparabilité des prix (par exemple, les frais de vente) peuvent être effectués. À cet égard, comme indiqué au considérant 34 du règlement

provisoire, la Commission a ajusté les prix intérieurs américains utilisés pour les comparaisons afin de tenir compte de l'ensemble des remises, des rabais, des commissions et des coûts d'emballage.

- (34) En ce qui concerne le réemballage, l'enquête a montré que les charbons activés en poudre chinois sont toujours emballés dans des sacs qui sont expédiés vers la Communauté dans des conteneurs pour fret. Certains importateurs/distributeurs communautaires ont toutefois fait valoir que, ces sacs n'étant pas d'une qualité acceptable pour leurs clients, ils doivent les réemballer avant la revente. À cet égard, il convient de noter que, comme indiqué dans le règlement provisoire, la Commission avait déjà ajusté le prix intérieur américain à la baisse pour tenir compte de tous les coûts d'emballage supportés par les producteurs américains, ce qui exclut tout autre ajustement.
- (35) L'argument selon lequel aucun coût de stockage n'est inclus dans les prix à l'exportation chinois mais bien dans les prix américains n'est pas considéré réaliste. En effet, il est jugé inévitable que les prix à l'exportation chinois intègrent également une part des coûts de stockage du fait que le produit doit être stocké jusqu'à ce qu'une quantité économiquement viable justifie son expédition et/ou afin de respecter les délais de livraison stipulés dans les contrats de ventes. Aucune différence ne peut donc être établie pour les coûts de stockage qui sont considérés comme inclus à la fois dans les prix américains et chinois.
- (36) En ce qui concerne les coûts de financement intégrés dans les prix intérieurs américains et non dans les prix à l'exportation chinois, il convient de rappeler que, dans les conditions d'une économie de marché, toutes les sociétés supportent ce type de dépenses indépendamment de leurs fonctions d'importateurs, de distributeurs, de producteurs, de négociants, etc. Cela serait également le cas pour les exportateurs et les producteurs chinois s'ils appartenaient à une économie de marché. Puisque cela n'est pas le cas, cet argument est considéré comme sans objet dans le cadre de la présente procédure. En ce qui concerne les conditions de paiement accordées par les exportateurs chinois pour les exportations vers la Communauté et par les producteurs américains ayant coopéré pour leurs ventes intérieures, elles se sont avérées similaires. Aucun ajustement à cette fin n'est donc nécessaire.
- (37) En ce qui concerne la question des coûts des services techniques/de mise au point et d'assurance de la qualité, l'enquête a montré que bien que les exportateurs chinois garantissent la qualité du produit livré dans leurs contrats de ventes et doivent donc supporter les coûts liés à la garantie de la qualité, ils n'offrent pas à leurs clients d'assistance technique ni de mise au point du produit. Comme les charbons activés en poudre sont un produit axé sur le client (en l'occurrence l'utilisateur), et que les producteurs mettent très souvent au point des qualités spécifiques de produit répondant aux besoins de certains clients, il a été constaté que ces types de dépenses relèvent des coûts de vente

supportés par les producteurs américains même si ceux-ci les enregistrent dans leurs comptes sous la rubrique des coûts de «recherche et de développement». En conséquence, il a été procédé à un ajustement des prix de vente intérieurs de chaque producteur américain afin de tenir compte de ces frais réels d'assistance technique et de mise au point des produits supportés par chaque producteur.

5. Marges de dumping

- (38) À la lumière des conclusions exposées ci-dessus au sujet de la détermination de la valeur normale, du prix à l'exportation et de leur comparaison, l'examen définitif des faits a montré l'existence d'un dumping pour les importations du produit concerné originaire de la république populaire de Chine.
- (39) Compte tenu de la modification de la comparaison pour une catégorie particulière de charbons activés en poudre, de la correction apportée à l'attribution d'une certaine commission et d'un ajustement de la valeur normale opéré pour tenir compte des frais d'assistance technique et de mise au point du produit, la marge moyenne pondérée de dumping, exprimée en pourcentage du prix net franco frontière communautaire, avant dédouanement, s'élève à 69,9 %.

F. PRÉJUDICE

1. Consommation communautaire

- (40) Une partie a fait valoir qu'aux fins de l'examen de l'évolution de la consommation communautaire, la Commission aurait dû prendre en considération non seulement la période allant de 1990 jusqu'à la période d'enquête, mais également les années précédentes, car cela aurait démontré une diminution de la consommation (au lieu de la faible augmentation de 3,3 % qui a été observée au cours de la période allant de 1990 à 1993). Il est allégué que, si l'analyse avait été effectuée sur une plus longue période, les conséquences de la fermeture d'une grande usine de production de charbons activés en poudre, en Allemagne, avant 1990, se seraient traduites par une évolution différente de la consommation communautaire.
- (41) Les institutions communautaires ont pour pratique d'étudier l'évolution de la consommation, des volumes d'importation, des parts de marché, des prix, etc. sur plusieurs années (habituellement quatre ans comprenant la période d'enquête). Cette démarche a été adoptée pour le présent cas, car elle a été jugée appropriée pour donner une image objective de l'évolution de la situation du marché pour l'ensemble des parties concernées. Il convient, toutefois, de souligner que même si la période analysée était prolongée et si la tendance de la consommation s'en trouvait modifiée, l'évolution de la part de marché des producteurs communautaires (soit une tendance à la baisse) et des importations chinoises (soit une tendance à la hausse) resterait la même quoi qu'il en soit.

- (42) Certains importateurs/distributeurs ont également fait valoir que des quantités importantes de charbons activés en poudre ont été expédiées de la république populaire de Chine vers la Communauté, mais n'ont jamais été réellement mises en «libre pratique» (c'est-à-dire placées en entrepôt douanier avant d'être vendues à des pays tiers en dehors de la Communauté). Il a également été allégué que des charbons activés en poudre chinois ont été mis en libre pratique dans la Communauté pour ensuite être réexportés vers des pays tiers. Afin de clarifier la situation, la Commission a demandé aux parties concernées de lui fournir des données et de la documentation spécifiques. Toutefois, ces parties n'ont pas fourni les informations nécessaires qui permettraient à la Commission d'attribuer une année réelle d'importation à ces réexportations de charbons activés en poudre chinois et d'accepter ainsi leurs allégations selon lesquelles la consommation réelle de charbons activés en poudre de la Communauté aurait été moins importante que ne l'a montré l'enquête de la Commission.

2. Volume et part de marché des importations faisant l'objet d'un dumping

- (43) Outre les arguments présentés au considérant précédent du présent règlement, aucune nouvelle allégation n'a été avancée concernant le volume et la part de marché des importations faisant l'objet d'un dumping. Par conséquent, les conclusions exposées aux considérants 37 à 44 du règlement provisoire sont confirmées.

3. Prix des importations faisant l'objet d'un dumping et d'une sous-cotation

- (44) Comme pour les comparaisons effectuées par la Commission afin d'établir le dumping, certaines parties intéressées ont fait valoir qu'aux fins de la détermination de la sous-cotation, les comparaisons entre les catégories de charbons activés en poudre produites dans la Communauté et les catégories de charbons activés en poudre importées de la république populaire de Chine doivent se fonder sur des analyses effectuées dans des laboratoires indépendants.

Il a également été allégué que les spécifications techniques des différentes catégories de charbons activés en poudre utilisées par la Commission pour effectuer la comparaison étaient incomplètes.

Les considérants 46 et 47 du règlement provisoire ainsi que les considérants 27 à 31 du présent règlement expliquent pourquoi les comparaisons effectuées sur la base des spécifications et des utilisations techniques et commerciales disponibles pour les charbons activés en poudre concernés ont été jugées suffisantes aux fins de la présente enquête. La Commission a utilisé les spécifications commerciales et techniques publiées par les producteurs communautaires eux-mêmes ainsi que les spécifications techniques chinoises qui accompagnent généralement les contrats d'achat des importateurs.

- (45) Il convient également de remarquer que, bien que les comparaisons effectuées par la Commission aient été communiquées à toutes les parties intéressées bien avant l'institution des mesures provisoires,

aucune n'a proposé de comparaison alternative ou d'ajustement spécifique en raison de différences de caractéristiques physiques entre les diverses catégories de charbons activés en poudre. Il pouvait être escompté que les importateurs/distributeurs, qui, dans certains cas, vendent également des charbons activés en poudre produits dans la Communauté, possèdent les connaissances nécessaires pour fournir, s'ils le voulaient, les informations susmentionnées.

- (46) Il a été allégué que le prix du marché des charbons activés en poudre chinois vendus dans la Communauté est égal voire supérieur, dans certains cas, au prix pratiqué par les producteurs communautaires. S'il se peut que certaines transactions d'exportation concernant des catégories chinoises de charbons activés en poudre soient effectuées à des prix similaires voire supérieurs à ceux de transactions impliquant certaines catégories de charbons activés en poudre de producteurs communautaires (considérant 48 du règlement provisoire), il ne faut pas oublier que, en règle générale, les prix à l'importation chinois qui font l'objet d'un dumping ont entraîné une sous-cotation sensible des prix pratiqués par les producteurs communautaires.

- (47) En ce qui concerne le niveau réel de sous-cotation constaté, il convient de rappeler que, sur une base de catégorie par catégorie, les prix de vente nets moyens pondérés départ usine pratiqués dans la Communauté par les producteurs communautaires à l'égard des utilisateurs ont été comparés aux prix à l'importation moyens pondérés des catégories chinoises équivalentes ajustés au niveau net dédouané «ex-entrepôt».

Il a, toutefois, été allégué que lorsqu'elle a relevé les prix à l'importation chinois au niveau ex-entrepôt de manière à ce qu'ils soient à un stade commercial comparable aux prix de vente départ usine pratiqués par les producteurs communautaires, la Commission n'a pas pris en considération tous les coûts supportés par les importateurs/distributeurs communautaires et n'a pas utilisé une marge bénéficiaire appropriée. C'est faux puisque, comme cela a été précisé au cours de l'enquête aux parties ayant coopéré, un ajustement de 27 % a été apporté, à cet effet, aux prix caf à l'importation chinois.

- (48) Il convient de souligner que ce pourcentage représente la moyenne pondérée de tous les coûts invoqués par les importateurs ayant coopéré (les droits de douane qui ont été acquittés, le transport, l'entreposage, le réemballage, le financement, la dépréciation, etc.) et d'une marge bénéficiaire raisonnable fondée sur les comptes de pertes et profits des importateurs/distributeurs. Néanmoins, conformément à l'ajustement accordé pour l'établissement de la valeur normale, afin de tenir compte des frais d'assistance technique et de mise au point des produits offerts aux clients, supposés ne pas être repris dans les prix chinois, il a été décidé, aux fins de la détermination définitive de la sous-cotation, de procéder à un ajustement vers le bas des prix de vente de chaque producteur communautaire afin de tenir compte des frais de vente que ces producteurs ont supportés au cours de la période d'enquête.

- (49) Sur cette base, des marges revues de sous-cotation allant jusqu'à 35 % ont été calculées. Toutefois, la

moyenne pondérée de ces marges revues de sous-cotation s'élève à 21 %.

4. Situation de l'industrie communautaire

- (50) Puisque aucun argument nouveau n'a été présenté au sujet de la production, des capacités de production, des stocks, des ventes et de la part de marché, de la rentabilité et de l'emploi (considérants 51 à 59 du règlement provisoire), ces conclusions sont confirmées.

5. Conclusions concernant le préjudice

- (51) Sur la base de ce qui précède et en l'absence d'autres arguments assortis d'éléments de preuve, les conclusions exposées aux considérants 60 et 61 du règlement provisoire selon lesquelles l'industrie communautaire concernée a subi un préjudice important au sens de l'article 4 paragraphe 1 du règlement (CEE) n° 2423/88 sont confirmées.

G. CAUSALITÉ

1. Remarques générales

- (52) Un certain nombre de parties intéressées ont réitéré des allégations faites précédemment au sujet de la cause du préjudice. Ces parties ont fait valoir que la Commission n'a pas suffisamment tenu compte de leurs arguments lorsqu'elle a établi ses conclusions provisoires et révélé les faits et considérations essentiels sur la base desquels elle avait l'intention de proposer des mesures définitives. Comme précisé ci-après, cette affirmation est fautive, puisque les points en question ont été explicitement abordés par la Commission aux considérants 62 à 71 du règlement provisoire.
- (53) Les importateurs ont continué à faire valoir que la demande communautaire de charbons activés en poudre a diminué entre 1990 et la période d'enquête en raison des développements technologiques et de l'utilisation croissante de charbons activés recyclables. La Commission a reconnu, au considérant 70 du règlement provisoire, que la demande de ces produits alternatifs a pu augmenter, mais cela ne signifie pas nécessairement que la demande de charbons activés en poudre a diminué. Comme précisé aux considérants 42, 62 et 70 du règlement provisoire, la demande (c'est-à-dire la consommation communautaire) a effectivement augmenté de 3,3 % entre 1990 et la période d'enquête. Toutefois, le facteur le plus important à prendre en considération est que les ventes des producteurs communautaires ont diminué tandis que les importations (et particulièrement les importations faisant l'objet d'un dumping en provenance de Chine) ont sensiblement augmenté.
- (54) Il a également été allégué que la fermeture, avant 1990, d'une grande usine allemande produisant des charbons activés en poudre (considérant 40 du présent règlement) a entraîné une augmentation des importations chinoises puisque le partenaire commercial de ce producteur a fait valoir qu'il était «obligé» de remplacer le produit communautaire par des charbons activés en poudre chinois, quoique cette société ait également agi en tant que distributeur de charbons activés en poudre produits par d'autres producteurs communautaires ainsi qu'en tant qu'importateur/distributeur de charbons activés en poudre provenant de plusieurs pays tiers. S'il est admis que ce partenaire commercial a dû acheter des charbons activés en poudre ailleurs, cette justification de la hausse des importations de charbons activés en poudre chinois ne change toutefois rien au fait que ces importations ont été effectuées à des prix faisant l'objet d'un dumping qui ont entraîné des sous-cotations sensibles des prix pratiqués par les producteurs communautaires, causant ainsi un préjudice important.
- (55) Faisant référence aux considérants 45 et 56 du règlement provisoire, une partie a fait valoir que les importations de charbons activés en poudre chinois n'ont pas pu porter préjudice à l'industrie communautaire puisque les prix moyens de ces importations ont augmenté de 10,6 % entre 1990 et 1993 et que les prix de vente moyens des charbons activés en poudre produits dans la Communauté ont, en général, eux aussi augmenté au cours de la même période. À cet égard, il convient de rappeler que l'augmentation globale des prix pratiqués par les producteurs communautaires a été de 1,4 % seulement au cours de cette période et que, dans certains cas, les prix des charbons activés en poudre communautaires ont même baissé. Compte tenu de la sous-cotation importante des prix de 21,0 % établie pour 1993, il y a lieu de conclure que la sous-cotation était encore plus élevée en 1990 (quand les importations chinoises ont commencé à pénétrer le marché de la Communauté) et non qu'il n'y a pas de lien de causalité entre les importations chinoises faisant l'objet d'un dumping et le préjudice subi par l'industrie communautaire.
- (56) D'aucuns ont avancé que les difficultés financières des producteurs communautaires n'étaient pas dues aux importations chinoises, mais plutôt aux augmentations sensibles des coûts de production des producteurs communautaires et, dans le cas de l'un d'entre eux, aux coûts particulièrement élevés des matières premières.
- Bien que les producteurs communautaires doivent pouvoir espérer vendre leurs produits à des prix couvrant l'ensemble des coûts sur un marché où la concurrence loyale prévaut, la Commission a réexaminé l'évolution générale des coûts de production des producteurs communautaires ayant coopéré, sur la base des commentaires de plusieurs parties intéressées. Elle en a conclu que, afin de refléter les coûts normalement supportés, il ne fallait pas tenir compte, lors de la détermination du niveau d'élimination du préjudice, de certains frais exceptionnels de matières premières supportés par un producteur communautaire au cours de la période d'enquête. Cette approche est confirmée.
- (57) Certaines parties intéressées ont également continué à faire valoir l'incidence, sur le marché communautaire, des importations à prix apparemment peu élevé de charbons activés en poudre malais. Ces parties n'ont toutefois avancé aucun nouvel argument de poids, aussi est-il estimé que

les motifs présentés aux considérants 67 et 68 du règlement provisoire répondent de manière appropriée aux points déjà soulevés.

- (58) Comme expliqué au considérant 68 du règlement provisoire, la Commission n'a reçu aucun élément prouvant que les exportations en provenance de Malaysia ont fait l'objet d'un dumping au cours de la période d'enquête. Les éléments de preuve concernant les exportations malaises qui feraient l'objet d'un dumping qui ont été présentés à la Commission portaient en fait sur l'année 1994 (soit un an après la période d'enquête) et par conséquent, aucun lien entre un éventuel dumping malais en 1994 et le préjudice subi par l'industrie communautaire au cours de la période d'enquête n'a pu être établi sur la base des éléments de preuve fournis.
- (59) Certaines parties intéressées ont proposé un calcul visant à montrer que même si les producteurs communautaires avaient vendu, au cours de la période d'enquête, des quantités de charbons activés en poudre produits dans la Communauté équivalentes aux importations chinoises, ces producteurs communautaires auraient quand même enregistré des pertes considérables. Ce calcul néglige toutefois le fait que les volumes et valeurs réels des ventes réalisées par les producteurs communautaires au cours de cette période ont, en réalité, été influencés par les importations chinoises à bas prix faisant l'objet d'un dumping et que, pour cette raison, ils ne pouvaient pas constituer la base d'un calcul aussi théorique. Par conséquent, ce calcul est considéré comme faussé et ne peut pas témoigner de la situation financière hypothétique des producteurs communautaires en cas d'absence d'importations chinoises de charbons activés en poudre sur le marché de la Communauté.
- (60) Certaines parties ont également prétendu que les producteurs communautaires vendaient des charbons activés en poudre en dehors de la Communauté à des prix nettement inférieurs à ceux qu'ils pratiquent dans la Communauté et que, par conséquent, le niveau des prix sur le marché communautaire n'expliquait pas à lui seul leur situation «économique» réelle. Comme l'indique le considérant 69 du règlement provisoire, la Commission a constaté que les ventes effectuées en dehors de la Communauté par des producteurs communautaires l'ont été à des niveaux de prix rentables et, donc, à des prix beaucoup plus élevés que ceux des charbons activés en poudre vendus à perte dans la Communauté. En réalité, le prix de vente moyen pondéré de toutes les catégories de charbons activés en poudre vendus en dehors de la Communauté par les producteurs communautaires ayant coopéré a augmenté, passant de 1 792 écus par tonne en 1990 à 1 839 écus par tonne au cours de la période d'enquête. L'allégation, telle qu'elle est avancée, est donc fondée sur des hypothèses inexactes. Néanmoins, l'incidence de la diminution des volumes des ventes réalisées par les producteurs communautaires en dehors de la Communauté est reconnue aux considérants 69 et 71 du règlement provisoire.

2. Conclusions concernant la cause du préjudice

- (61) Sur la base de ce qui précède et en l'absence d'autres arguments valables assortis d'éléments de preuve, les conclusions exposées au considérant 71 du règlement provisoire sont confirmées.

H. INTÉRÊT DE LA COMMUNAUTÉ

- (62) Comme le mentionne le considérant 4 du présent règlement, après l'institution des mesures provisoires, la Commission a contacté vingt-deux sociétés situées dans six États membres différents, dont la plupart ont été présentées par certains importateurs/distributeurs comme des utilisatrices «importantes» de charbons activés en poudre. Douze d'entre elles seulement ont fourni des observations ou des réponses valables au questionnaire, ce qui représente approximativement 6 % de la consommation communautaire totale.
- (63) En ce qui concerne les achats de charbons activés en poudre effectués par ces douze utilisateurs, cinq ont déclaré que leur consommation de charbons activés en poudre était stable, quatre, que leur consommation avait diminué et trois, que leur consommation avait augmenté.
- (64) Parmi les utilisateurs qui ont répondu au questionnaire ou qui ont formulé des observations, sept ont indiqué que les prix des charbons activés en poudre pratiqués par la Communauté et par la République populaire de Chine étaient comparables, mais deux d'entre eux seulement ont donné la dénomination commerciale des catégories qu'ils avaient comparées. L'examen des spécifications des catégories produites dans la Communauté comparées par ces deux utilisateurs a toutefois montré que le produit chinois était techniquement supérieur au produit communautaire et qu'ils n'étaient, par conséquent, pas comparables aux fins de la présente enquête. Deux autres utilisateurs ont également indiqué que les charbons activés en poudre chinois sont beaucoup moins onéreux que les charbons activés en poudre de qualité équivalente produits dans la Communauté. Trois utilisateurs ont indiqué qu'ils avaient choisi les charbons activés en poudre chinois en raison de leur bon rapport qualité/prix. Par ailleurs, un autre utilisateur a déclaré qu'il avait choisi le produit communautaire pour exactement la même raison. Deux autres utilisateurs avaient abandonné les charbons activés en poudre chinois au profit des charbons activés en poudre produits dans la Communauté. En raison de la nature contradictoire des informations reçues de la part des utilisateurs, aucune conclusion décisive ne peut être tirée de ces données.
- (65) En outre, en dépit de ce qui a été demandé, aucune observation assortie d'éléments de preuve n'a été formulée par les utilisateurs au sujet de l'incidence qu'auraient les mesures antidumping appliquées aux charbons activés en poudre chinois sur leurs budgets de fonctionnement. La plupart des utilisateurs, toutefois, ont fait valoir qu'un droit antidumping élevé pourrait exclure les importations chinoises du marché de la Communauté, ce qui pourrait réduire la concurrence.

- (66) À cet égard, il convient de répéter que les mesures de défense commerciale ont pour but d'éliminer l'effet de distorsion des échanges provoqué par le dumping préjudiciable et de rétablir une concurrence effective. Par conséquent, aucune conclusion différente de celles qui figurent aux considérants 75 et 76 du règlement provisoire n'a pu être établie.
- (67) Un importateur/distributeur suédois a fait valoir que l'institution de mesures antidumping sur les charbons activés en poudre chinois aurait un effet profondément négatif sur ses affaires. Toutefois, cette société a déclaré qu'il n'y avait eu aucune importation de charbons activés en poudre chinois sur son territoire de vente scandinave (Suède, Finlande, Danemark) au cours de la période d'enquête. Cet importateur a également fait valoir que la Commission aurait dû prendre la Suède et la Finlande en considération pour son enquête même si ces pays n'étaient pas membres de la Communauté au cours de la période d'enquête. À cet égard, la Commission observe que la consommation totale de charbons activés en poudre de la Suède et de la Finlande est estimée à approximativement 700 tonnes par an, soit 2 % environ de la consommation communautaire totale. Étant donné, également, que ces pays n'ont pas importé de charbons activés en poudre chinois au cours de la période d'enquête, il est considéré que même si des données concernant les importations, ventes et consommation de ces deux nouveaux États membres avaient été incluses dans les conclusions, leur impact aurait été négligeable.
- (68) Sur la base de ce qui précède, il est considéré que les conclusions tirées par la Commission, dans le règlement provisoire, au sujet de l'intérêt de la Communauté doivent être confirmées. En effet, aucune raison impérieuse ne permet de conclure que l'adoption de mesures définitives ne serait pas dans l'intérêt de la Communauté.

I. ENGAGEMENT

- (69) Le seul exportateur chinois ayant coopéré a proposé un engagement fondé sur la combinaison d'un prix minimal et d'une limite quantitative pour les exportations de charbons en poudre chimiquement activés. Cet exportateur a proposé que les autorités chinoises garantissent le contrôle du respect de cet engagement. Cependant, pour leur part, ces dernières n'ont pris aucun engagement de ce genre.

En outre, cette proposition ne mentionnait aucun prix ou quantité spécifiques et ne portait pas sur les exportations vers la Communauté de charbons en poudre activés à la vapeur effectuées par cette société. À cet égard, il y a lieu de rappeler qu'il existe de nombreuses catégories de charbons activés en poudre dont les prix sont différents. Par conséquent, il était impossible d'accepter un engagement avec un prix minimal moyen. En outre, si un engagement sur une base catégorie par catégorie avait été offert, le contrôle de cet engagement aurait été pratiquement impossible puisque les catégories précises que cette société exporterait vers la Communauté ne pourraient pas être contrôlées dans les statistiques officielles (qui ne font pas référence aux données d'importation sur une base de catégorie par catégorie).

- (70) Il convient également de noter que, bien qu'il soit peut-être le plus grand exportateur de charbons activés en poudre chinois vers la Communauté, cet exportateur, qui est, en réalité, une société commerciale, ne représente pas la totalité, ni même la majorité des exportations chinoises de charbons activés en poudre vers la Communauté. Étant donné qu'il y a plusieurs autres exportateurs et que les autorités chinoises elles-mêmes n'ont pas exprimé leur volonté de garantir le respect d'un tel engagement, cette ligne de conduite n'a pas été jugée appropriée dans le présent cas.
- (71) Par conséquent, l'exportateur a été informé qu'un engagement ne pourrait pas être accepté. Cette approche est confirmée.

J. DROIT

- (72) En ce qui concerne le calcul détaillé effectué dans le règlement provisoire pour établir le niveau d'élimination du préjudice, les prix de vente réels nets moyens pondérés départ usine des catégories de charbons activés en poudre produites dans la Communauté considérées comme comparables aux catégories chinoises importées ont été majorés, sur une base individuelle, de la perte moyenne pondérée de tous les producteurs communautaires et relevés de manière à atteindre des niveaux garantissant une marge bénéficiaire raisonnable de 5 %. À cet égard, le CEFIC a fait valoir que la marge bénéficiaire raisonnable à ajouter aux prix de vente d'équilibre des charbons activés en poudre des producteurs communautaires pour établir le niveau d'élimination du préjudice devait uniquement se

fonder sur les ventes rentables de charbons activés réalisées par les producteurs communautaires et non sur un bénéfice moyen qui tient également compte des ventes déficitaires de charbons activés en poudre. En outre, il a été allégué qu'un bénéfice avant impôt de 5 % était trop faible pour assurer un rendement raisonnable des investissements, notamment parce que, en 1990, avant que les importations chinoises ne pénètrent réellement le marché, les producteurs communautaires réalisaient un bénéfice de 9,6 % en moyenne sur leurs ventes de charbons activés en poudre dans la Communauté.

- (73) À cet égard, il convient de préciser que le bénéfice moyen réalisé par chacun des trois producteurs communautaires ayant coopéré sur leur chiffre d'affaires total pour toutes leurs activités liées aux charbons activés, à l'exclusion des charbons activés en poudre vendus à perte dans la Communauté, a augmenté, passant de 4,1 % à 5,4 % au cours de la période d'enquête. Il convient également de noter que comme 70 % seulement du volume des ventes de charbons activés en poudre perdu par les producteurs communautaires entre 1990 et la période d'enquête a été remplacé par les importations chinoises faisant l'objet d'un dumping, il ne serait pas raisonnable, aux fins du présent exercice, de majorer les prix d'équilibre des producteurs communautaires de la totalité de la marge bénéficiaire de 9,6 % qu'ils ont eue en 1990.
- (74) Toutefois, sur la base de l'ensemble des observations exposées ci-dessus qui ont été formulées par les parties intéressées, certains aspects de la méthode utilisée pour déterminer les mesures provisoires ont été réexaminés et une méthode alternative est désormais jugée plus appropriée pour calculer les niveaux de prix d'équilibre (c'est-à-dire couvrant l'ensemble des coûts de production) et les niveaux de prix garantissant un bénéfice raisonnable pour les différentes catégories de producteurs communautaires qui ont été comparées aux diverses catégories chinoises.
- (75) À cet égard, le coût total de production par catégorie de chaque producteur communautaire, ajusté le cas échéant (considérant 56 du présent règlement), a été majoré d'un bénéfice de 5 %. Afin d'effectuer des comparaisons correctes, ces prix rentables théoriques ont été ajustés à la baisse pour tenir compte des frais d'assistance technique et de mise au point du produit supportés au cours de la période d'enquête par chacun de ces producteurs (considérant 48 du présent règlement).
- (76) Le prix de vente moyen ex-entrepôt (c'est-à-dire le prix caf à l'importation majoré de 27 % pour tenir compte de la marge des importateurs/distributeurs) de chaque catégorie chinoise importée a alors été comparé à un prix unique moyen pondéré rentable

pour les producteurs communautaires. Pour chaque catégorie chinoise, ce prix unique des producteurs communautaires a été calculé de manière à éliminer le préjudice sur la base des prix des diverses catégories pratiqués par chaque producteur communautaire tels qu'ils ont été établis au considérant précédent (pondérés en fonction des quantités vendues par chaque producteur communautaire).

- (77) La différence résultant de la comparaison susmentionnée (pondérée en fonction des quantités importées) équivaut au montant nécessaire pour éliminer le préjudice. Le montant total nécessaire pour éliminer le préjudice a ensuite été exprimé en pourcentage de la valeur caf totale des importations chinoises.
- (78) La méthode exposée ci-dessus est confirmée et le montant revu nécessaire pour éliminer le préjudice, exprimé en pourcentage du prix net franco frontière communautaire avant dédouanement, est de 38,6 %.

Étant donné que le montant revu nécessaire pour éliminer le préjudice reste inférieur à la marge revue de dumping établie (considérant 39 du présent règlement), il convient d'instituer les droits antidumping sur la base du montant nécessaire pour éliminer le préjudice.

En ce qui concerne la forme du droit définitif, on considère que la structure d'une économie contrôlée par l'État donne aux exportateurs chinois un espace de manœuvre considérable pour réduire leurs prix à l'exportation. Par conséquent, pour réduire le risque d'une absorption du droit par les exportateurs chinois, dans le cas présent un droit spécifique (c'est-à-dire, un montant fixe par tonne) est plus approprié qu'un droit *ad valorem* ou un droit variable.

Le montant d'un tel droit a été calculé sur la base du montant nécessaire pour éliminer le préjudice mentionné ci-dessus et est égal à 323 écu par tonne (poids net). Cette approche est confirmée par le Conseil.

- (79) La Commission examinera la situation du marché à la suite de l'institution de mesures antidumping et au cas où les circonstances, notamment en matière d'évolution des prix, justifieraient un réexamen, celui-ci débutera deux ans après l'adoption de mesures définitives.

K. PERCEPTION DES DROITS PROVISOIRES

- (80) Compte tenu du changement de la forme du droit antidumping, le Conseil considère que, dans le cas d'espèce, il n'est pas indiqué de percevoir définitivement le droit antidumping provisoire,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

1. Il est institué un droit antidumping définitif sur les importations de charbons activés en poudre relevant du code NC ex 3802 10 00 (code additionnel Taric 3802 10 00*91) originaires de la république populaire de Chine.

2. Le montant du droit antidumping définitif est de 323 écu par tonne (poids net).

3. Sauf indication contraire, les dispositions en vigueur en matière de droits de douane sont applicables au droit en question.

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel des Communautés européennes*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Luxembourg, le 3 juin 1996.

Par le Conseil

Le président

C. A. CIAMPI

II

(Actes dont la publication n'est pas une condition de leur applicabilité)

COMMISSION

DÉCISION DE LA COMMISSION

du 20 septembre 1995

relative à une procédure au titre du règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil
(IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol)

(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi.)

(96/346/CE)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil, du 21 décembre 1989, relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises ⁽¹⁾, et notamment son article 8 paragraphe 3 et son article 22,

vu la décision de la Commission du 22 mai 1995 d'engager une procédure dans cette affaire,

après avoir donné aux entreprises concernées l'occasion d'exprimer leur point de vue sur les griefs formulés par la Commission,

après consultation du comité consultatif en matière de concentrations entre entreprises ⁽²⁾,

considérant ce qui suit:

(1) Le 21 avril 1995, la Commission a reçu une demande du gouvernement néerlandais présentée conformément aux dispositions de l'article 22 du règlement (CEE) n° 4064/89 (règlement sur les concentrations), qui l'invitait à examiner le projet de création d'une entreprise commune, Holland Media Groep SA (HMG), par RTL 4 SA (RTL), Vereniging Veronica Omroeporganisatie (Veronica) et Endemol Entertainment Holding BV (Endemol). Le gouvernement néerlandais ayant été informé de cette opération le 23 mars 1995 par un communiqué de presse que les parties concernées lui avaient adressé, sa demande présentée conformément à l'article 22 est donc bien parvenue à la

Commission dans le délai d'un mois requis à l'article 22 paragraphe 4.

(2) Après examen de la demande précitée, la Commission a considéré qu'elle était recevable sur la base de l'article 22 du règlement sur les concentrations et que l'opération de concentration en cause soulevait des doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché commun. Par décision du 22 mai 1995, la Commission a donc engagé une procédure sur la base conjointe de l'article 6 paragraphe 1 point c) et de l'article 22 du règlement sur les concentrations.

I. PARTIES

(3) RTL est une société de droit luxembourgeois qui fournit principalement des programmes de télévision et de radio de langue néerlandaise diffusés sous la responsabilité de la Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT). La CLT détient — directement et indirectement — 47,27 % du capital social de RTL. La CLT est une société de radiodiffusion de droit luxembourgeois qui exerce ses activités sur plusieurs marchés nationaux dans les secteurs de la radio, de la télévision, de l'édition et dans des domaines apparentés. En 1993, son chiffre d'affaires consolidé s'est élevé à 1,937 million d'écus. La société d'édition néerlandaise NV Verenigd Bezit (VNU) détient indirectement une participation de 38 % dans RTL. RTL diffuse en direction du territoire néerlandais deux chaînes de télévision commerciales en langue néerlandaise, RTL 4 et RTL 5.

⁽¹⁾ JO n° L 395 du 30. 12. 1989, p. 1 (version rectifiée: JO n° L 257 du 21. 9. 1990, p. 13).

⁽²⁾ JO n° C 160 du 5. 6. 1996, p. 3.

- (4) Veronica, association de droit néerlandais, était jusqu'en septembre 1995 un organisme public de radiodiffusion sur le marché néerlandais de la télévision et de la radio. C'était un des trois organismes publics de radiodiffusion dont les programmes étaient transmis sur la chaîne publique «Nederland 2». En 1994, Veronica a annoncé son intention de quitter le système de radiodiffusion public et de devenir un diffuseur commercial. Sa décision de se retirer du système public de radiodiffusion a acquis un caractère irréversible en janvier 1995 lorsqu'elle s'est abstenue de solliciter un nouvel agrément qui lui aurait permis de poursuivre des activités de radiodiffuseur public au-delà du 1^{er} septembre 1995.
- (5) Endemol est une société de droit néerlandais créée en 1994 par la fusion de JE Entertainment BV et de John de Mol Communications BV. Il s'agit d'un producteur indépendant de programmes de télévision dont les activités sont basées aux Pays-Bas.

II. OPÉRATION EN CAUSE

- (6) Le but de l'opération est de créer une nouvelle entreprise, HMG, dont l'activité consiste à fournir des programmes de télévision et de radio ou des «paquets» de ces programmes qui sont diffusés par elle-même, la CLT, Veronica ou d'autres aux Pays-Bas et au Luxembourg. L'ouverture d'une procédure au titre de l'article 22 n'ayant pas l'effet suspensif habituel en cas d'application du règlement sur les concentrations, les parties ont pu réaliser l'opération prévue dans les conditions détaillées ci-après.

RTL détient 51 % des actions de HMG, les 49 % restants étant détenus par Veronica et Endemol par l'intermédiaire de la société holding Veronica Media Groep (VMG). RTL a également acquis une participation de 20 % dans le capital de Veronica Blad BV (filiale de Veronica qui publie l'hebdomadaire de télévision de Veronica) et de 24,99 % dans celui d'Endemol.

- (7) Toutes les activités actuelles de radio et de télévision des parties destinées aux Pays-Bas ont été transférées à HMG.

Les éléments d'actif que RTL a transférés comprennent les chaînes de télévision RTL 4 et RTL 5 et les actifs qui leur sont liés ainsi que sa chaîne de radio de musique rock. Elle cède également à HMG le bénéfice de l'autorisation d'émettre («concession») de la CLT, ses activités en matière de fourniture de programmes et de paquets de programmes de radio et de télévision (principalement en néerlandais), destinés à être diffusés aux Pays-Bas et au Luxembourg, ainsi que sa participation de 50 % dans IPN SA (IPN), l'agence de publicité qui vend l'espace publicitaire pour le compte des chaînes de télévision RTL 4 et RTL 5.

- (8) Les actifs transférés par Veronica et Endemol comprennent la chaîne de télévision Veronica et les actifs qui lui sont liés et les activités radio d'Endemol (à savoir sa chaîne de radio FM Holland).
- (9) Les programmes de télévision de HMG sont diffusés sur trois chaînes distinctes depuis le 1^{er} septembre 1995. Les chaînes RTL 4 et RTL 5 sont

diffusées dans le cadre de l'autorisation d'émettre («concession») accordée à la CLT par les autorités luxembourgeoises. La chaîne Veronica est quant à elle diffusée dans le cadre d'une autorisation d'émettre des programmes commerciaux accordée par les autorités néerlandaises.

III. CONCENTRATION

- (10) L'opération envisagée constitue une concentration au sens de l'article 3 du règlement sur les concentrations et HMG sera une entreprise commune de nature concentrative.

D'une part, [...] (*)

- (11) [...]

Même en supposant que l'interprétation de l'article 3 paragraphe 4 aujourd'hui avancée par les parties est correcte [...], la Commission persiste à penser que l'existence d'un contrôle conjoint de HMG reste établie. Le fait qu'une société mère dispose d'une voix prépondérante dans le cas où un compromis s'avère impossible malgré les efforts de l'ensemble des sociétés mères ne signifie pas nécessairement qu'il n'y a pas de contrôle conjoint [cf. communication sur la notion de concentration, JO n° C 385 du 31 décembre 1994, p. 5 (paragraphe 37)]. Celui-ci peut malgré tout exister, en particulier dans les cas où chacune des sociétés mères apporte une contribution essentielle aux activités de l'entreprise commune [cf. paragraphe 34]. Dans l'affaire examinée, la finalité fondamentale de l'entreprise commune est d'associer les deux chaînes de RTL avec la nouvelle chaîne commerciale Veronica et de leur garantir l'accès aux programmes fournis par Endemol, lesquels, selon les parties, sont essentiels pour maintenir le profil des chaînes de HMG. Ainsi, tant la partie RTL que la partie Veronica-Endemol apportent une contribution essentielle aux activités de HMG. Dans ces conditions, il est clair que les sociétés mères de HMG ne pourront assurer la gestion de leur filiale que si elles sont en accord sur les décisions stratégiques les plus importantes.

En conséquence, l'argument, discutable, de la voix prépondérante dont dispose RTL ne permet pas d'affirmer qu'il n'y a pas de contrôle conjoint puisqu'en pratique il n'y sera recouru que dans des situations inhabituelles.

- (12) Par ailleurs, même dans l'hypothèse où il n'y aurait pas de contrôle conjoint de HMG au sens de l'article 3 du règlement sur les concentrations, l'opération à l'examen constituerait néanmoins une concentration qui se caractérisait par l'acquisition par RTL d'un contrôle total sur les éléments d'actifs transférés par VMG à HMG. Eu égard aux caractéristiques spécifiques de l'opération, cela ne modifierait donc pas l'évaluation effectuée ci-après. En particulier, l'appréciation des effets de la concentration sur le marché des produits resterait inchangée puisque le lien structurel entre Endemol et HMG persisterait (cf. considérant 100 ci-dessous).

(*) Supprimé — secret d'affaires.

- (13) Étant donné que les sociétés mères transféreront à HMG pratiquement toutes leurs activités sur les marchés visés par l'entreprise commune (radio et télévision commerciales aux Pays-Bas), il est clair qu'il ne reste plus, en dehors de l'entreprise commune, de marge pour la coordination du comportement concurrentiel des sociétés mères.

IV. ABSENCE DE DIMENSION COMMUNAUTAIRE

- (14) Sur la base des chiffres fournis par les parties, le chiffre d'affaires total réalisé sur le plan mondial reste inférieur au seuil de 5 milliards d'écus. La concentration envisagée ne revêt donc pas une dimension communautaire au sens de l'article 1^{er} du règlement sur les concentrations.
- (15) On peut donc négliger de déterminer si VNU est ou non une entreprise concernée au sens de l'article 1^{er} du règlement sur les concentrations. S'il ne s'agit pas d'une entreprise concernée, seule une des parties (RTL) réalise dans la Communauté un chiffre d'affaires total supérieur à 250 millions d'écus.

V. EFFETS SUR LE COMMERCE ENTRE ÉTATS MEMBRES

- (16) L'opération de concentration en cause affecte le commerce entre États membres au sens de l'article 22 paragraphe 3 du règlement sur les concentrations. La création de l'entreprise commune modifiera les conditions d'entrée des nouveaux opérateurs sur les marchés de la télédiffusion et de la publicité télévisée des Pays-Bas, y compris pour les diffuseurs extérieurs aux Pays-Bas. Elle aura aussi une incidence, aux Pays-Bas, sur l'acquisition de programmes en langue étrangère (et en particulier en langue anglaise). En outre, l'entreprise commune HMG est elle-même une société basée au Luxembourg et deux au moins des chaînes (RTL 4 et RTL 5) sont diffusées en vertu d'une autorisation («concession») accordée par le grand-duché de Luxembourg. Il convient par ailleurs de souligner que les chaînes publiques de télévision des Pays-Bas sont diffusées en Belgique par le réseau câblé. Toute modification de la structure du marché néerlandais de la télévision aura donc, à tout le moins, une incidence indirecte sur les marchés belges de la télévision. De plus, si la situation juridique est modifiée en Belgique en ce qui concerne VTM, ce qui conduirait à un accroissement de la concurrence de la part de chaînes étrangères sur ce marché, une telle concurrence proviendrait plutôt, notamment, de chaînes commerciales néerlandaises, y compris les chaînes du groupe HMG.

VI. APPRÉCIATION AU REGARD DE L'ARTICLE 2 DU RÈGLEMENT SUR LES CONCENTRATIONS

A. Les marchés de produits en cause

- (17) L'opération de concentration a une incidence sur les marchés de produits suivants:

- i) le marché de la radiodiffusion télévisée.

Comme on l'explique plus en détail ci-dessous, tous les télédiffuseurs sont en concurrence pour gagner des parts d'audience. Toutefois, eu égard au fait qu'il n'y a pas de relation commerciale directe entre les diffuseurs des chaînes «libres» (du côté de l'«offre») et les téléspectateurs (du côté de la «demande»), on pourrait en tirer argument pour considérer que la radiodiffusion télévisée ne constitue pas un marché au sens économique strict de ce terme. Étant donné qu'il n'y a pas lieu de trancher cette question pour pouvoir prendre une décision dans la présente affaire, le problème ne sera pas examiné. Cependant, compte tenu de l'emploi généralisé par toutes les parties concernées des termes de *broadcasting market* (marché de la radiodiffusion) et de *viewers' market* (marché des téléspectateurs), l'analyse effectuée dans la présente décision reprend la terminologie généralement reconnue par le secteur,

- ii) le marché de la publicité télévisée;

- iii) le marché des programmes de télévision en néerlandais produits indépendamment, à savoir des productions télévisées autre que celles produites par les diffuseurs néerlandais eux-mêmes.

Les parts de marché des stations de radio transférées à HMG étant extrêmement faibles, la Commission estime que l'opération en cause, compte tenu des conditions de concurrence sur ce marché, n'est pas susceptible de créer ou de renforcer une position dominante sur les marchés de la radiodiffusion sonore et de la publicité radiophonique.

- (18) Les parties avancent que, dans l'affaire concernée, les vérifications de la Commission doivent se limiter au seul marché de la publicité télévisée puisque le gouvernement néerlandais a demandé à la Commission de vérifier si la concentration était susceptible de créer ou de renforcer une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative dans le marché de la publicité télévisée aux Pays-Bas. Les parties estiment donc qu'à partir du moment où le gouvernement néerlandais n'a pas relevé de problèmes de concurrence liés à d'autres marchés, toute vérification portant sur d'autres marchés excéderait le mandat contenu dans la demande du gouvernement néerlandais.

- (19) La Commission ne peut accepter cette argumentation des parties. En premier lieu, l'article 22 paragraphe 3 précise clairement que les conclusions de la Commission doivent porter sur l'opération de concentration en cause de non pas seulement sur certains aspects particuliers de celle-ci, par exemple des marchés de produits spécifiques. À cet égard, l'article 22 diffère de l'article 9, lequel ne permet à la Commission de renvoyer à l'État membre un cas de concentration que s'il porte sur un marché distinct au sein de cet État membre, eu égard aux

produits ou services en cause et au marché géographique de référence (*cf.* article 9 paragraphe 3). Ce n'est en général qu'à l'issue de l'examen de la concentration, demandé à la Commission par le gouvernement concerné, qu'il est possible de mettre en évidence les marchés sur lesquels se posent des problèmes de concurrence. À cet égard, l'article 22 prévoit la même procédure que pour les affaires ayant une dimension communautaire. De plus, un État membre pourra avoir des difficultés à évaluer pleinement ceux des marchés sur lesquels un problème de concurrence est susceptible ou non de se poser dans les cas où, comme dans la présente affaire, l'État membre concerné ne dispose pas de véritables pouvoirs de vérification du fait de l'absence d'une réglementation nationale en matière de contrôle des concentrations.

i) La radiodiffusion télévisuelle

- (20) Dans le secteur de la radiodiffusion télévisuelle, qui est aussi couramment appelé marché des téléspectateurs (*views' market*), les diffuseurs sont en concurrence pour gagner des parts d'audience. Cela est particulièrement vrai pour la télévision commerciale financée par la publicité et pour ceux des diffuseurs publics qui sont au moins partiellement financés par la publicité, car les parts d'audience conquises sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle sont un facteur déterminant de leur succès sur les marchés de la publicité télévisuelle. La conquête de parts d'audience peut également faire l'objet d'une concurrence entre, d'une part, les diffuseurs financés par la publicité et, d'autre part, les diffuseurs publics exclusivement financés par des redevances, ou encore les opérateurs de télévision à péage dont les ressources proviennent exclusivement des abonnements. Même pour ces diffuseurs qui ne programment pas de publicité télévisée, la part d'audience reste un indicateur important qui leur permet d'apprécier dans quelle mesure leurs chaînes sont acceptées ou jugées attrayantes par le public.

Sur la base de ce qui précède, on pourrait affirmer qu'il existe un marché des téléspectateurs englobant l'ensemble des télédiffuseurs. Toutefois, au niveau des relations commerciales qui s'établissent entre l'offre des télédiffuseurs et la demande des téléspectateurs, il y a lieu d'établir une distinction entre, d'une part, le marché de la publicité télévisée, sur lequel les diffuseurs sont en concurrence pour attirer les recettes publicitaires et, d'autre part, le marché de la télévision à péage sur lequel les opérateurs de télévision à péage sont en concurrence pour gagner des abonnés.

- (21) Aux Pays-Bas, les ressources des diffuseurs publics proviennent à la fois des redevances et de la publicité. Il existe en outre un opérateur de télévision à péage. Pour les raisons précisées plus haut, tous les télédiffuseurs dont les programmes sont distribués aux Pays-Bas sont inclus dans l'analyse du marché des téléspectateurs présentée ci-après.

Pour des raisons tenant aux usages du pays, toutes les données disponibles concernant les parts d'au-

dience aux Pays-Bas incluent systématiquement la part d'audience correspondant à la vidéo domestique. L'analyse des parts d'audience effectuée ci-dessous prend donc également en compte la vidéo domestique, bien que celle-ci ne fasse apparemment pas partie du marché de la radiodiffusion télévisuelle. Cela n'affecte cependant pas la validité de l'analyse puisque la part d'audience attribuée à la vidéo domestique n'influe en rien sur la position des diffuseurs sur le marché de la publicité télévisée.

ii) Le marché de la publicité télévisée

- (22) Sur le marché de la publicité télévisée, la concurrence s'exerce soit par la relation commerciale directe entre télédiffuseurs et annonceurs, soit par le biais des contacts entre télédiffuseurs et agences représentant les annonceurs.

- (23) La publicité télévisée constitue un marché distinct par rapport à la publicité ayant pour support d'autres médias, en particulier la presse. Selon le type de publicité choisi, le public cible peut varier considérablement. En outre, les techniques employées (spots pour la publicité télévisée, support graphique pour les magazines) et les coûts de production qui leur sont liés sont également extrêmement différents d'un média à l'autre. Les prix, exprimés en fonction du nombre de consommateurs potentiels effectivement touchés, sont également différents. C'est ainsi qu'aux Pays-Bas, le coût par millier de «contacts» publicitaires était en 1993 de 11,22 dollars pour la publicité télévisée (moyenne sur une journée complète) contre seulement 5,04 dollars pour la publicité dans les magazines⁽¹⁾. Même si les frontières entre publicité télévisée et publicité par d'autres médias ne sont pas totalement étanches (cet aspect sera examiné plus en détail par la suite), il est clair que la publicité télévisée et la publicité dans la presse écrite constituent des marchés distincts.

iii) Le marché des programmes de télévision en néerlandais produits indépendamment (c'est-à-dire productions internes exclues)

- (24) Comme cela est expliqué plus en détail aux considérants 89 et 90 ci-dessous, la production indépendante de programmes de télévision en néerlandais représente un marché de produits concerné qui est distinct du marché des productions «internes» produites par les diffuseurs eux-mêmes. Ces dernières productions sont en effet essentiellement destinées à l'usage interne des diffuseurs et ne sont donc pas en concurrence avec les programmes des producteurs indépendants. Le marché de la production indépendante se caractérise par la relation commerciale qui s'établit entre les diffuseurs à la recherche de programmes pour alimenter leurs chaînes et les producteurs indépendants, fournisseurs de ces programmes.

⁽¹⁾ Source: Young & Rubicam *Media in Europe, European Media Cost Comparison 1993*.

B. Le marché géographique

La radiodiffusion télévisée

- (25) Dans la présente affaire, le marché géographique de référence pour la radiodiffusion télévisée se limite aux Pays-Bas. Les facteurs qu'il convient de prendre en compte dans l'analyse sont les suivants: nature de la réglementation applicable, barrières linguistiques existantes, facteurs culturels et autres conditions de concurrence prévalant sur ce marché (par exemple, structure du marché des réseaux câblés). Sur la base de ces éléments, il est clair qu'il convient d'établir une distinction entre les Pays-Bas et les autres pays.
- (26) En ce qui concerne la Flandre belge, les différences par rapport aux Pays-Bas au niveau des exigences réglementaires (caractère très particulier du système public néerlandais de radiodiffusion, concession exclusive accordée à VTM en Belgique pour l'exploitation d'une télévision commerciale, etc.) sont telles que, d'un point de vue économique, on doit considérer que les programmes de télévision commerciale diffusés vers les Pays-Bas correspondent à un marché géographique sur lequel les conditions de concurrence sont différentes, malgré la proximité immédiate. On signalera en outre que RTL 4 et RTL 5 ne sont pas distribuées en Belgique. Bien que Nederland 1, 2 et 3, distribuées par les réseaux câblés belges, soient reçues en Belgique, leurs parts d'audience aux heures de grande écoute (18-24h) ne s'élèvent respectivement qu'à 3, 4 et 2 % (contre respectivement 16, 17 et 18 % en territoire néerlandais). La chaîne commerciale belge VTM ne peut pas être reçue aux Pays-Bas puisqu'elle n'est distribuée que sur les réseaux câblés belges. Les chaînes publiques flamandes TV 1 et TV 2 sont distribuées sur les réseaux câblés aux Pays-Bas, mais leurs parts d'audience aux heures de grande écoute ont à peine atteint respectivement 2 et 1 % en 1994 (alors qu'elles représentent ensemble 22 % du marché belge de la télévision). Les barrières culturelles sont le principal obstacle qui s'oppose à l'interpénétration des marchés néerlandais et belge de la télévision. Bien que les programmes télévisés soient diffusés dans la même langue en Belgique et aux Pays-Bas, les différences au niveau de l'expression orale, des goûts nationaux et des préférences pour tel ou tel présentateur ou vedette sont d'une telle ampleur que, comme l'ont confirmé les parties intéressées ainsi que tous les autres diffuseurs et producteurs contactés par la Commission, les marchés de la télévision aux Pays-Bas et dans la région flamande de la Belgique doivent être considérés comme des marchés géographiques différents.

La publicité télévisée

- (27) Le marché de la publicité télévisée visant les consommateurs néerlandais constitue également un marché géographique autonome qu'il convient de distinguer du marché de la publicité télévisée en Belgique.
- (28) Sur ces deux marchés, les conditions dans lesquelles s'exerce la concurrence pour attirer les recettes publicitaires sont en effet radicalement

différentes. Aux Pays-Bas, IPN — filiale à 50 % de RTL — est en concurrence avec STER, une structure gérée conjointement par les organismes publics de radiodiffusion. En Belgique, VTM était jusqu'à récemment la seule chaîne commerciale autorisée à vendre de l'espace publicitaire. L'organisme néerlandais STER (le seul organisme à prendre en considération puisque RTL 4 et RTL 5 ne sont pas diffusés en Belgique), qui vend l'espace publicitaire pour le compte des diffuseurs publics néerlandais, ne tient pas compte de l'incidence de la publicité sur la partie flamande de la Belgique, ce qui veut dire qu'il néglige leur part d'audience chez les téléspectateurs de cette région lorsqu'il établit ses tarifs. De même, VTM ne vend pas d'espace publicitaire aux Pays-Bas. Par ailleurs, les réglementations applicables à la publicité ne sont pas les mêmes en Belgique et aux Pays-Bas (c'est ainsi que la Belgique a introduit certaines limitations pour les publicités visant les enfants dans les programmes destinés à la jeunesse et en ce qui concerne la référence aux prix au cours des spots publicitaires). Comme cela a déjà été dit pour la radiodiffusion télévisée, il existe aussi des barrières culturelles (différences dans l'expression orale, au niveau des goûts et des préférences pour tel ou tel présentateur publicitaire) qui doivent être prises en compte dans l'évaluation du marché géographique et qui amènent à conclure que, pour la publicité télévisée, il existe un marché géographique distinct cantonné au territoire des Pays-Bas.

Les productions indépendantes néerlandaises de programmes de télévision

- (29) La production indépendante néerlandaise de programmes de télévision constitue un marché géographique distinct. Il convient d'exclure la région flamande belge du marché de référence. Les différences d'ordre culturel sont telles que pratiquement aucune production néerlandaise n'est achetée en Belgique et qu'aucune production belge n'est achetée aux Pays-Bas. Cela est confirmé par les vérifications effectuées par la Commission dans cette affaire: de tous les producteurs néerlandais questionnés sur ce point — y compris Endemol —, seuls trois ont indiqué avoir vendu des programmes de télévision à la Belgique. La valeur de ces ventes reste très faible si on la compare à la valeur totale des programmes produits sur le marché néerlandais de la production indépendante. Les différences entre les programmes de télévision produits dans les deux pays sont particulièrement sensibles au niveau des programmes de divertissement, en particulier pour les émissions de variétés et les comédies de situation, et au niveau des programmes à contenu politique ou culturel. Il est difficile d'intéresser le public de la Flandre belge à un programme faisant intervenir des vedettes bien connues aux Pays-Bas mais pas en Flandre et, de la même manière, des programmes produits pour le public belge sont peu susceptibles d'attirer des téléspectateurs néerlandais.

C. Les effets de l'opération de concentration

- (30) Les trois marchés définis ci-dessus sont interconnectés d'une manière telle que la position de HMG et de ses sociétés mères sur l'un de ces marchés a

un effet direct sur leur position dans les autres marchés. La part d'audience sur le marché des téléspectateurs est un facteur essentiel qu'il convient de prendre en compte pour déterminer la position d'un opérateur sur le marché de la publicité télévisée. Les recettes élevées que permet d'engranger le marché de la publicité permettent l'acquisition de programmes plus attrayants et de droits sur les retransmissions sportives et, partant, de renforcer la position de l'opérateur sur le marché des téléspectateurs. L'accès privilégié aux programmes les plus attrayants renforce la position de HMG à la fois sur le marché des téléspectateurs et sur celui de la publicité, alors que le lien qu'entretient Endemol, en sa qualité de producteur, avec le plus important diffuseur des Pays-Bas renforce sa position sur le marché de la production indépendante. Comme cela est expliqué plus en détail ci-dessous, la mise en commun des ressources des partenaires au sein d'HMG permet en particulier à cette entreprise commune, mais aussi à Endemol, de jouir d'une position extrêmement forte vis-à-vis de leurs concurrents respectifs.

1. La radiodiffusion télévisée

i) La structure du marché de la radiodiffusion télévisée aux Pays-Bas avant la création de HMG

- (31) Aux Pays-Bas, les émissions de télévision sont fournies à la fois par des diffuseurs publics et par des diffuseurs commerciaux. Outre les chaînes spécifiquement destinées aux Pays-Bas, il existe un

— AVRO	(indépendant et libéral,	648 000 membres),
— EO	(évangélique,	532 000 membres),
— KRO	(catholique romain,	615 000 membres),
— NCRV	(chrétien,	548 000 membres),
— TROS	(indépendant et populaire,	530 000 membres),
— VARA	(social démocrate,	531 000 membres),
— VOO (Veronica)	(indépendant, jeunes générations,	1 036 000 membres),
— VPRO	(critique sociale,	543 000 membres).

Au total, les membres de toutes ces associations (4 983 000 membres) représentent 89 % des foyers néerlandais. Ces associations se partagent le temps d'antenne des trois chaînes selon le schéma suivant:

NED 1	NED 2	NED 3
AVRO	EO	VARA
KRO	TROS	VPRO
NCRV	VOO	NOS

Le *Commissariaat voor de Media* attribue à chacun de ces organismes une certaine proportion du temps de diffusion total et fixe les jours et les plages journalières au cours desquels ils sont autorisés à émettre. En outre, le *Commissariaat* attribue aussi des créneaux de diffusion sur ces trois chaînes à plus de trente-cinq organismes de diffusion et

certain nombre de chaînes étrangères qui ne sont pas particulièrement destinées à ce pays et dont les programmes sont distribués par le réseau câblé néerlandais.

- (32) Aux Pays-Bas, les chaînes publiques sont au nombre de trois: Nederland 1, 2 et 3. Ces chaînes sont gérées par la *Nederlandse Omroepprogramma Stichting* (NOS) (Fondation néerlandaise pour la radiodiffusion) pour le compte des huit principaux organismes de radiodiffusion publics [Algemene Omroepvereniging (AVRO); Vereniging Evangelische Omroep (EO); Katholieke Radio Omroep (KRO); Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRV); TROS; Omroepvereniging VARA (VARA); Veronica Omroep Organisatie (VOO) — Veronica —, Omroepvereniging VPRO (VPRO)]. NOS est une superstructure qui fournit à l'ensemble de ces organismes des services administratifs et qui diffuse aussi elle-même certains programmes, principalement des informations et du sport. Ces organismes appartiennent à la catégorie «A» (c'est en fonction de cette appartenance qu'est fixé le nombre d'heures de diffusion accordées à chaque organisme, à savoir 676 heures de télévision par an sur une chaîne donnée) dans laquelle peut entrer tout organisme qui compte au moins 450 000 membres. Traditionnellement, ces divers organismes sont l'expression des différents courants politiques et culturels qui existent aux Pays-Bas (protestants, catholiques, libéraux, socialistes, etc.). D'après le *OMROEP Handboek 1994/1995* (page 2), les caractéristiques fondamentales de ces huit organismes principaux sont les suivantes:

autres entités, par exemple des coopératives éducatives (EDUCOM, NOT, RVU et Teleac), des églises (IKON, RKK), des groupes sociaux et culturels (HOS, Socutera, etc.), le *Minister van Algemene Zaken* (services du premier ministre) et les partis politiques.

- (33) Du fait de cette configuration, la structure des diffuseurs publics s'avère particulièrement complexe et manque de souplesse. Des discussions entre ces organismes sont nécessaires pour qu'ils puissent diffuser leurs programmes, mais la coordination de leur programmation se fait aujourd'hui difficilement. Le gouvernement néerlandais a informé la Commission des efforts qu'il accomplit pour améliorer la coordination actuelle de ces organismes au niveau de la programmation. Ces efforts

se déploient dans deux directions: recherche d'une meilleure coordination verticale entre organismes diffusant sur la même chaîne et, également, recherche d'une meilleure coordination horizontale entre les différentes chaînes. Il est toutefois douteux que ces tentatives débouchent sur une amélioration sensible dans les cinq prochaines années. Les différences d'opinion et d'orientations politiques sont telles que la coordination verticale devrait en fait s'avérer difficile à mettre en œuvre, au moins pour les quelques années à venir, et que la coordination horizontale sera probablement elle aussi limitée compte tenu du contenu concret des programmes.

- (34) Aux Pays-Bas, la télévision commerciale englobe des chaînes émettant en néerlandais et des chaînes émettant dans une langue étrangère. Les chaînes diffusant en néerlandais comprennent RTL 4 et RTL 5 ainsi que des chaînes thématiques ou spécialisées sur des créneaux particuliers, comme Kindernet et Eurosport. Il convient en outre de citer des nouveaux venus comme la chaîne SBS 6 (qui doit émettre à partir de septembre 1995) et des chaînes thématiques comme TV 10 Gold et The Music Factory (chaînes d'Arcade) qui ont commencé à émettre en mai de cette année. Les chaînes émettant en langues étrangères sont les suivantes: ARD, WDR, BBC, TV 5, RAI.
- (35) Alors que les chaînes publiques sont distribuées par câble et par transmission terrestre (elles touchent 98 % des foyers néerlandais), les diffuseurs commerciaux sont principalement distribués par les réseaux câblés. En 1994, RTL 4 et RTL 5 étaient reçues par environ 93 % des foyers néerlandais. Pour qu'une entreprise puisse diffuser aux Pays-Bas, elle doit démontrer sa capacité d'atteindre au moins 30 % de la population connectée aux réseaux câblés au cours de la première année de diffusion, puis 60 % de cette population au cours de la deuxième année. Il semble toutefois que cette obligation légale sera abandonnée, eu égard aux propositions actuellement examinées, qui visent à modifier la loi sur les médias sur ce point précis.
- (36) RTL a commencé à diffuser ses programmes aux Pays-Bas en 1989 par la chaîne RTL 4. Avant cette date, les chaînes publiques détenaient environ 80 % du marché des téléspectateurs néerlandais. En 1992, la part de ces chaînes était tombée à 53 % de l'audience totale. Pour les différentes chaînes, les parts d'audience moyennes annuelles sur le marché néerlandais de la télévision (chiffres de 1994 aux heures de grande écoute: 18-24 h) étaient les suivantes:

— Nederland 1:	16 %
— Nederland 2:	17 %
— Nederland 3:	18 %
— RTL 4:	26 %
— RTL 5:	6 %
— Autres (chaînes étrangères, télévision à péage, vidéo):	17 %

En 1994, la part de marché des diffuseurs publics a été de 51 %, celle de RTL 4 et RTL 5 de 32 %, les

autres diffuseurs se partageant les 17 % restants. Au cours du premier trimestre 1995, les parts de marché de RTL 4 et RTL 5 ont augmenté pour atteindre 34,3 %.

ii) *Structure du marché de la radiodiffusion télévisée aux Pays-Bas après l'opération de concentration*

- (37) Comme elle l'avait annoncé précédemment, Veronica s'est engagée à quitter la télévision publique au début de 1995 et à devenir une télévision privée à part entière, exerçant ses activités sept jours sur sept au lieu de deux jours et demi par semaine. Veronica a obtenu des autorités néerlandaises une licence l'autorisant à exploiter une chaîne privée et a commencé à émettre le 1^{er} septembre 1995.
- (38) Sans la création de HMG, Veronica aurait été le principal concurrent privé de RTL 4 et RTL 5. Toutefois, la création de l'entreprise commune se traduira par la coordination des programmes de RTL 4, de RTL 5 et de Veronica. En conséquence, HMG deviendra le diffuseur le plus puissant aux Pays-Bas.
- (39) Dans le plan d'entreprise conçu pour HMG en janvier 1995, les parties misaient, pour les trois chaînes précitées, sur une part d'audience combinée de [...] en 1996 (à savoir [...] pour RTL 4, [...] pour RTL 5 et [...] pour Veronica). Les parties font valoir aujourd'hui que ces chiffres doivent être corrigés du fait que SBS, le nouveau diffuseur privé qui a commencé à émettre à la fin du mois d'août 1995, devrait conquérir, selon leurs estimations, une part de marché plus importante qu'initialement prévu. Selon les parties, la part d'audience de HMG devrait s'établir à [...], voire à [...] (selon que celle de SBS s'élèvera à 4 ou 8 %).
- (40) La position de HMG sur le marché de la radiodiffusion dépendra, d'une part, des atouts propres à son bouquet de chaînes et, d'autre part, de la capacité des diffuseurs publics et des autres diffuseurs privés (en particulier SBS) de lui faire concurrence.

iii) *Les atouts de HMG*

- (41) RTL 4 et RTL 5 sont à ce jour, aux Pays-Bas, les seules chaînes privées généralistes à vocation nationale. RTL 4, en activité depuis 1989, a une part d'audience annuelle moyenne de 26 %. Ses programmes s'adressent avant tout aux familles et les femmes au foyer constituent l'un de ses groupes cibles. On peut décrire RTL 4 comme la chaîne des vedettes, qui doit son image principalement à ses émissions de divertissement. Le fait que, sur les cinquante-six émissions non sportives ayant obtenu les taux d'audience les plus élevés en 1993/1994, trente-trois aient été diffusées par RTL 4, illustre le succès rencontré par cette chaîne. RTL 5 est née en 1993 et sa part d'audience annuelle moyenne s'élève aujourd'hui à 6 %. Ses programmes visent en partie les jeunes téléspectateurs.

RTL 4 SA, du fait qu'elle appartient à CLT, a accès aux abondantes ressources de ce groupe, qui exploite également des chaînes de télévision puissantes et populaires dans d'autres pays européens.

- (42) Veronica est généralement considérée comme le diffuseur public le plus populaire. À l'époque où elle diffusait sur Nederland 2, Veronica avait une part d'audience comprise entre 17 % (juin et juillet 1994) et 25 % (novembre 1994). Veronica est, de loin, l'association de radiodiffusion qui compte le plus de membres (plus d'un million, contre 500 à 600 000 pour chacune des autres associations). Les jeunes, en particulier les 20-34 ans (y compris les jeunes familles), constituent le groupe cible privilégié de Veronica, laquelle, par ailleurs, s'adresse à un public légèrement plus masculin que les chaînes RTL. Comme le souligne son slogan «Jeune, sauvage et passionnante», Veronica jouit d'une image moderne et dynamique. Au nombre des émissions populaires de la chaîne, citons, à titre d'exemple, l'émission hebdomadaire «All you need is love», dont le taux d'audience est l'un des plus élevés parmi les émissions non sportives.
- (43) La réunion de RTL 4, RTL 5 et Veronica permettra à HMG de coordonner la programmation de ces chaînes afin d'attirer un maximum de téléspectateurs et de réagir contre les chaînes concurrentes. Veronica ne sera pas une chaîne privée indépendante et ne fera donc pas concurrence aux chaînes RTL. Bien au contraire, HMG pourra coordonner le ciblage des trois chaînes et prévoir des grilles complémentaires tout au long de la journée.
- (44) RTL 4 et Veronica couvriront les principaux groupes ciblés. RTL 5 pourra dès lors servir de «chaîne de combat» et sera en mesure de réagir immédiatement à la programmation des chaînes rivales et, en particulier, aux programmes des nouveaux entrants sur le marché. En effet, dans une lettre générale d'orientation adressée au personnel de HMG, le directeur des programmes précise que RTL 5 assumera cette fonction au sein du groupe et sera la chaîne la plus flexible des Pays-Bas, capable, au besoin, d'anticiper la concurrence grâce à sa programmation.
- (45) La réunion des chaînes RTL, d'une part, et de Veronica, d'autre part, est encore renforcée par le lien structurel qui unit HMG à Endemol, l'une de ses sociétés mères. Comme nous l'expliquons de façon plus détaillée ci-dessous (voir considérants 91 à 97), Endemol est, de loin, le premier producteur indépendant néerlandais de programmes de télévision. Endemol détient les droits sur les programmes de télévision les plus prisés et produit ces mêmes programmes. Elle bénéficie d'un accès privilégié aux formats télévisés populaires et a sous contrat les présentateurs et les vedettes de la télévision les plus en vue, souvent à titre exclusif. Endemol était déjà le principal fournisseur de programmes de RTL 4, de RTL 5 et de Veronica. Cependant, la relation qui unit Endemol à ces chaînes s'appuie dorénavant sur un lien structurel, qui garantit aux trois chaînes un accès préférentiel aux productions d'Endemol les plus populaires. Cet accès préférentiel découle non seulement du lien structurel, mais aussi de l'accord de production conclu entre HMG et Endemol. Cet accord confère à HMG [...].
- (46) VNU, l'un des principaux éditeurs néerlandais, compte aussi parmi les actionnaires de HMG. VNU publie un grand nombre d'hebdomadaires destinés aux familles (*Libelle*, *Margriet*, *Panorama*, *Story* et *Nieuwe Revue* par exemple), lesquels contiennent des informations sur les programmes de télévision et d'autres rubriques pouvant promouvoir des émissions et des vedettes données. Un lien structurel unissant un diffuseur et un groupe de la presse écrite qui publie, entre autres, des rubriques consacrées à la télévision, peut être utilisé afin de promouvoir les programmes de ce diffuseur, et cela malgré l'existence de textes juridiques sur l'indépendance éditoriale. L'expérience montre en effet que le propriétaire d'un groupe de presse écrite cherche généralement à en influencer les orientations générales. De surcroît, les diffuseurs et les propriétaires d'un groupe de presse écrite liés les uns aux autres peuvent instaurer une coopération directe. Citons, à titre d'exemple, le magazine *Top Santé*, consacré à la forme et à la beauté et détenu à 40 % par VNU. Ce magazine collabore à l'émission homonyme que diffuse RTL 4. Aucun autre diffuseur néerlandais ne jouit de liens similaires avec un groupe de presse écrite.
- Dans ce contexte, il est important de relever que l'association Veronica possède *Veronica Gids*, le guide des programmes de télévision le plus vendu aux Pays-Bas, avec un tirage hebdomadaire supérieur à 1,2 million d'exemplaires et une part de marché d'environ 25 %. Les trois chaînes de HMG bénéficient de ce fait d'un important avantage concurrentiel pour la promotion de leurs programmes.
- iv) *Les possibilités de réaction des diffuseurs publics*
- (47) Contrairement à HMG, les diffuseurs publics ne peuvent pas coordonner les programmations des trois chaînes publiques afin d'offrir des grilles complémentaires. Comme nous l'avons précisé plus haut (voir considérant 33), ces diffuseurs, en raison de leurs orientations différentes, ont, par nature, du mal à proposer des programmes cohérents sur chacune des trois chaînes et à conférer à celles-ci une image ou une identité qui leur soit propre. Cibler de larges groupes de téléspectateurs est, par conséquent, chose beaucoup plus difficile pour Nederland 1, Nederland 2 et Nederland 3 individuellement, que pour RTL 4, RTL 5 et Veronica. De plus, l'expérience montre que l'organisation de la radiodiffusion publique aux Pays-Bas rend difficile une coordination des programmes entre les trois chaînes. Il arrive qu'un même genre de programme soit diffusé simultanément sur plusieurs chaînes publiques. Même si l'on cherche

actuellement à améliorer la coordination verticale et horizontale du service public, ces efforts ne sauraient rencontrer qu'un succès limité au cours des cinq prochaines années, pour les raisons précitées. Toute véritable amélioration passe vraisemblablement par une totale réorganisation du service public lui-même.

- (48) Les parties font valoir que les diffuseurs publics bénéficient d'une source de revenus garantie, à savoir la redevance télévisuelle. Le montant des recettes générées par celle-ci a dépassé 900 millions de florins néerlandais (Fl) en 1994. Si l'on y ajoute les recettes publicitaires, on obtient une somme de 1,4 milliard de Fl, ce qui donne au service public un avantage concurrentiel considérable. Relevons cependant que la redevance et les recettes de la publicité télévisuelle et radiophonique ne sont pas entièrement versées à la NOS et aux huit principaux organismes de radiodiffusion. Le budget dont disposait en 1994 le ministère néerlandais de la culture pour l'ensemble du service public se composait comme suit: 968 millions de Fl de redevances télévisuelles, 460 millions de Fl de recettes tirées de la publicité télévisée et radiophonique et 18 millions de Fl de revenus financiers. Ce budget, d'un montant total de 1,446 milliard de Fl, a été réparti de la façon suivante:

(en millions de Fl)

Radiodiffusion télévisuelle et sonore à vocation nationale	1 059
NOB (transmission, studios, archives, orchestre radiophonique, etc.)	120
Chaîne de radio internationale d'expression néerlandaise	79
Radiodiffusion télévisuelle et sonore à vocation régionale	24
Fondations (fonds d'encouragement aux productions néerlandaises)	72
Réserves	87
Divers	5
Total	1 446

Le budget (et, en particulier, les recettes provenant de la redevance télévisuelle) doit donc couvrir de nombreux postes et est loin d'être affecté en totalité à la NOS et aux huit principales associations de radiodiffusion. Même le montant affecté à la radiodiffusion à vocation nationale (soit environ 1 milliard de Fl) n'est pas entièrement destiné aux activités télévisuelles des organisations concernées. Ce montant sert aussi à financer les chaînes de radio publiques (217 millions de Fl) et les quelque trente-cinq organisations et organismes susmentionnés, qui diffusent également *via* les trois chaînes publiques. Quant aux huit grandes organisations, chacune d'entre elles a reçu, en 1994, 58,5 millions de Fl sur le budget généré par la rede-

vance et les recettes publicitaires. La dotation de la NOS s'est élevée à 180 millions de Fl (129 millions de Fl pour la programmation générale, 35 millions de Fl pour la retransmission d'événements, 8 millions de Fl pour le télétexte, 7 millions de Fl pour les émissions destinées aux minorités et à la télévision frisonne). La radiodiffusion télévisuelle et radiophonique à vocation nationale perçoit la totalité des recettes publicitaires (soit 460 millions de Fl). (Son budget s'élève à 1,059 milliard de Fl et n'est couvert qu'à hauteur de 600 millions de Fl environ par la redevance télévisuelle). Les recettes publicitaires représentent donc 43 % environ du budget alloué au service public à vocation nationale.

Il découle des considérations qui précèdent que la redevance est destinée à financer le système vaste et complexe de la radiodiffusion publique, radio et télévision confondues. NOS, en tant que télédiffuseur, et les huit autres grandes associations ne perçoivent qu'une partie des recettes générées par la redevance. De plus, les recettes publicitaires jouent, à leur niveau, un rôle important.

- (49) Lorsqu'on examine les ressources garanties dont disposent les télédiffuseurs publics sous forme de la redevance télévisuelle, il faut tenir compte du fait que ces derniers ont des effectifs beaucoup plus importants (et supportent donc des frais généraux bien plus élevés) que RTL 4, leur concurrent privé. Les neuf principales organisations de radiodiffusion publiques emploient près de 2 300 personnes alors que RTL 4 et RTL 5 fonctionnent avec un effectif de 350 salariés environ. HMG exploitera trois chaînes, comme les diffuseurs publics, mais avec un effectif d'environ 500 personnes seulement, soit moins du quart de celui de ces derniers. De façon plus générale, la complexité du service public néerlandais de la radiodiffusion et, en particulier, la multiplicité des organisations de radiodiffusion avec toute leur infrastructure se traduisent inévitablement par des coûts plus élevés pour les radiodiffuseurs publics que pour la chaîne privée.

- (50) Les parties font valoir qu'en plus des recettes traditionnelles tirées de la redevance, les diffuseurs publics bénéficieront en 1995 d'un financement supplémentaire de 67 millions de Fl. Il convient toutefois d'observer que ces ressources supplémentaires, prélevées sur les réserves du service public, semblent avoir un caractère tout à fait exceptionnel.

- (51) En revanche, comme nous l'expliquons plus en détail ci-dessous, la position que détiendra HMG, après sa création, sur le marché de la publicité télévisée, se traduira, pour les diffuseurs publics, par une diminution sensible et durable de leurs ressources publicitaires. Cette diminution aura une incidence directe sur le budget consacré par le service public à la production et aura, par ricochet, des répercussions sur le marché des téléspectateurs. Celles-ci seront particulièrement sensibles si les diffuseurs du service public viennent à perdre, au profit de HMG, le droit de retransmettre de grands

événements sportifs ou se voient dans l'obligation d'acquitter des sommes faramineuses pour conserver ces droits⁽¹⁾. Les parties indiquent que les droits de retransmission pour les matches de football du championnat néerlandais pourraient passer de 17 millions de Fl cette année à 75 millions pour la saison 1995/1996.

De façon générale, les parties font valoir que l'acquisition des droits de retransmission sportive requiert de lourds investissements, que ne peuvent pas compenser les recettes publicitaires correspondantes, et que, partant, les diffuseurs publics, grâce à leur financement public, sont quasiment les seuls à pouvoir acheter ces droits. Cependant, le président de HMG précise explicitement [...].

- (52) Les diffuseurs publics pâtiront également du lien structurel existant entre HMG et Endemol, grâce auquel la première bénéficiera d'un accès préférentiel aux formats et aux programmes les plus attrayants de la seconde. Les diffuseurs publics ne devraient donc plus avoir la possibilité d'acheter ces programmes et auront beaucoup de mal à combler la place laissée vacante par le retrait de Veronica du service public, lorsque l'on sait que le succès de cette dernière était en grande partie dû à des productions fournies par Endemol.
- (53) Pour les raisons susmentionnées, qui constituent un élément structurel essentiel du marché néerlandais de la télévision, il apparaît que les possibilités dont disposent les radiodiffuseurs publics pour rivaliser avec HMG sur le marché des téléspectateurs sont limitées. De façon plus générale, la nature même du service public réduit sa capacité à opposer une stratégie commerciale à un diffuseur privé tel que HMG. Alors que HMG peut optimiser sa programmation d'un point de vue commercial afin d'attirer un maximum de téléspectateurs, les diffuseurs publics ne peuvent pas en faire autant, du fait de la mission de service public qui leur échoit. Cette mission oblige les trois chaînes publiques à présenter un nombre minimal de programmes s'adressant aux différentes catégories de téléspectateurs et, ce faisant, à proposer des émissions s'adressant à un public restreint (émissions consacrées à l'art et autres émissions culturelles, programmes d'information destinés aux minorités, etc.).

v) *L'entrée de SBS sur le marché*

- (54) Un nouveau radiodiffuseur privé néerlandais, du nom de SBS, a commencé à émettre aux Pays-Bas depuis le 28 août 1995. SBS se propose d'offrir une chaîne généraliste de divertissement (SBS 6), dont 45 % de la programmation sera constituée de productions en langue néerlandaise. SBS 6 est la propriété de Scandinavian Broadcasting System (ci-après, «SBS»), qui a été créée en 1990 et exploite des chaînes de télévision privées en Scandinavie

ainsi que, depuis février 1995, une chaîne d'expression néerlandaise (VT 4) à destination de la Flandre belge. Le chiffre d'affaires du groupe SBS avoisinait 70 millions de dollars en 1994.

- (55) Selon les parties, SBS sera un concurrent sérieux des trois chaînes détenues par HMG. Il apparaît cependant que, par rapport à HMG, SBS ne disposera que de moyens limités pour s'imposer aux Pays-Bas. RTL 4 et RTL 5 sont des chaînes privées bien implantées sur ce marché et Veronica, bien que nouveau venu en tant que radiodiffuseur commercial, jouit néanmoins d'une bonne notoriété auprès des téléspectateurs néerlandais, en général, et de ses plus d'un million de membres, en particulier. En revanche, SBS 6 est totalement inconnue du public néerlandais et devra se construire une image à partir de zéro. Qui plus est, SBS ne pourra exploiter qu'une seule chaîne alors que HMG en offrira trois et sera ainsi en mesure de proposer une programmation globale, cohérente et complémentaire et de cibler de façon coordonnée tous les groupes de téléspectateurs.
- (56) Les parties font remarquer que SBS a annoncé son intention de doter SBS 6 d'un budget «programmes» annuel de 70 millions de Fl. Elles en déduisent que SBS sera un acteur important sur le marché, dont elle détiendra une part d'au moins 8 %. Il apparaît cependant qu'un budget «programmes» de 70 millions de Fl est, aux Pays-Bas, une somme relativement modique pour une chaîne privée assurant un service complet. Selon le plan d'entreprise de HMG, le budget «programmes» de Veronica approchera, à lui seul, [...].
- (57) Les parties font également valoir que deux sociétés américaines, ABC et Viacom, sont les principaux actionnaires de SBS et que, partant, SBS pourrait bénéficier de leurs ressources financières et puiser dans leur catalogue de programmes. Force est cependant de constater que Viacom n'a pas de participation directe mais une simple option d'achat portant sur 6 % du capital. De surcroît, SBS elle-même est une société relativement petite, par rapport au groupe CLT par exemple.

Par ailleurs, alors que CLT a un intérêt stratégique à soutenir le radiodiffuseur numéro un aux Pays-Bas, il n'est pas certain qu'un groupe audiovisuel américain comme ABC, qui détient une participation de 23,4 % dans SBS, ait le même intérêt à financer une chaîne néerlandaise relativement petite, si ce n'est pour prendre pied sur le marché des Pays-Bas. Notons en outre que ABC ne détient, en propre, aucun droit sur des œuvres cinématographiques. SBS a, certes, conclu un accord avec Paramount Pictures, filiale de Viacom, en vertu duquel la première a accès au catalogue de la seconde. Cependant, SBS ne pourra pas profiter de cette possibilité dans les deux ou trois ans qui viennent, [...].

⁽¹⁾ La NOS est certes membre de l'Union européenne de la radiodiffusion (UER) et jouit, à ce titre, d'un accès préférentiel à certains événements sportifs. Toutefois, ces événements n'incluent pas les matches de football du championnat néerlandais.

- (58) En outre, les parties font valoir que SBS pourrait obtenir un accès préférentiel aux droits sur des œuvres cinématographiques détenus par Walt Disney Corporation, cette dernière ayant entrepris de racheter Capital Cities — ABC. Rappelons, toutefois, que CLT et Walt Disney ont récemment créé une entreprise commune, qui exploitera la nouvelle chaîne de télévision allemande, Super RTL. Cette opération s'inscrit dans le cadre d'une coopération plus générale entre CLT et Walt Disney, visant à développer conjointement les chaînes de Disney dans les pays européens. ABC détient en outre une participation dans la chaîne de télévision allemande RTL 2, dont CLT est aussi actionnaire. [...].
- (59) En outre, sur un plan général, le législateur néerlandais oblige toute nouvelle chaîne privée à avoir accès à des réseaux câblés desservant au moins 30 % des foyers dans au moins cinq provinces. Cette obligation constitue, à l'heure actuelle, un important obstacle auquel se heurte toute nouvelle chaîne commerciale ne bénéficiant d'aucune notoriété auprès des téléspectateurs. Du fait de cette obligation, SBS s'est trouvée en position de faiblesse dans ses négociations avec les câblodistributeurs, pour atteindre le seuil fixé et bénéficier d'une large couverture sur le marché néerlandais (45 % aujourd'hui). À titre de comparaison, Veronica a déjà accès à tous les réseaux câblés néerlandais, étant donné qu'elle existait auparavant aux Pays-Bas en tant que radiodiffuseur public et qu'elle jouit d'une grande popularité auprès des téléspectateurs. Même si, à l'avenir, l'obligation de bénéficier d'une certaine couverture était supprimée, il n'en resterait pas moins nécessaire, dans les faits, de desservir un nombre élevé de foyers câblés pour prendre pied sur le marché néerlandais de la télévision, puisque, aux Pays-Bas, les fréquences terrestres sont réservées aux radiodiffuseurs publics et que relativement peu de foyers sont équipés pour la réception par satellite, le réseau câblé étant particulièrement dense. En tout état de cause, le besoin d'être présent sur le câble et le contrôle exercé par ces réseaux sur leurs propres capacités donnent aux câblodistributeurs néerlandais une position de force dans leurs négociations avec tout nouvel entrant, ce qui constitue un obstacle très sérieux pour celui-ci. La situation empirerait encore si, conformément aux propositions de modifications de l'actuelle loi sur les médias, les câblodistributeurs étaient autorisés à exploiter des chaînes de télévision et à proposer leurs propres bouquets, voyant ainsi leur pouvoir de négociation renforcé.
- (60) Enfin, si HMG utilisait RTL 5 comme une «chaîne de combat» contre les nouveaux entrants sur le marché, SBS pourrait en faire les frais. De fait, lors de l'audition, SBS a déclaré que la grille de RTL 5, qui a récemment fait l'objet d'une présentation, reprend en tous points celle que SBS avait précédemment présentée aux annonceurs. SBS a donc été obligée de modifier sa grille afin de se démarquer de HMG, mais craint que cette modification ne réduise les chances de SBS 6 de maintenir son audience tout au long de la soirée.
- (61) Il s'ensuit que, si réussir à pénétrer le marché néerlandais est toujours une entreprise difficile, les chances de SBS d'acquiescer une position significative sur ce marché sont encore amoindries par la création de HMG.
- vi) *Les autres chaînes*
- (62) Il existe aux Pays-Bas un certain nombre d'autres petites chaînes d'expression néerlandaise. Celles-ci sont le plus souvent des chaînes thématiques, comme Kindernet (émissions pour enfants) et Eurosport (émissions sportives), ou des chaînes régionales ou locales. Jusqu'à présent, aucune de ces chaînes n'a acquis une part de marché significative.
- En outre, la société néerlandaise Arcade a récemment lancé deux chaînes, Music Factory et TV 10 Gold. La première est une chaîne musicale et, si elle parvenait à s'imposer, cela se ferait surtout au dépens de la chaîne musicale paneuropéenne MTV, qui est distribuée par les câblodistributeurs néerlandais. TV 10 Gold est avant tout une chaîne de rediffusions, qui propose des émissions déjà produites telles que les vieilles séries télévisées.
- (63) Les chaînes susmentionnées sont toutes limitées en ce qui concerne la portée de leurs programmes. Toute tentative de leur part d'élargir sensiblement cette portée se heurterait à la position de force détenue par les trois chaînes de HMG. Par conséquent, l'existence de HMG ne peut que décourager et, selon toute vraisemblance, empêcher les tentatives de ce genre. S'agissant des associations de radiodiffusion publiques, il convient de noter qu'elles pourraient, à l'instar de Veronica, devenir des chaînes privées. Toutefois, elles ont toutes déposé une demande, au début de cette année, en vue d'obtenir une licence de radiodiffuseur public valable pour les cinq années qui viennent. Par conséquent, pour cette période du moins, les radiodiffuseurs publics ne donneront naissance à aucune chaîne privée.
- vii) *Conclusion*
- (64) Pour toutes les raisons susmentionnées, HMG occupera une position très forte sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle aux Pays-Bas. La part de marché des trois chaînes détenues par HMG devrait se situer autour de 42 ou 43 % et dépasser celle des trois chaînes publiques, prises ensemble. Dans tous les cas, la part de marché de HMG devrait atteindre au moins 40 %, ce qui placerait HMG et les trois chaînes publiques plus ou moins à égalité. Il n'est toutefois pas nécessaire de calculer cette part d'audience avec précision pour examiner la présente affaire au regard des règles de concurrence. La part d'audience a pour principal intérêt d'être le paramètre le plus important pour définir les positions de force sur le marché de la publicité télévisée. Comme cela est expliqué ci-après, la Commission estime que HMG obtiendra une position dominante sur le marché de la publicité télévisée dans les deux cas de figure.

2. Incidence de la création de HMG sur le marché de la publicité télévisée

i) Structure avant la création de HMG

- (65) En 1994, les parts de marché respectives des radiodiffuseurs publics néerlandais dans leur ensemble et de RTL étaient d'environ 50 %. Il y a lieu d'observer que malgré une part d'audience (38,6 % en 1994) très sensiblement inférieure à celle des diffuseurs publics, RTL détenait une part du marché de la publicité télévisée équivalente à la leur. Rapportée à cette part d'audience de 38,6 %, la part de 50 % de RTL 4 et RTL 5 sur le marché de la publicité télévisée traduit un avantage en sa faveur (*bonus factor*) qui, calculé sous la forme de coefficient, est de 1,3. (À noter que les chaînes qui ne diffusent pas directement sur le marché néerlandais — elles représentaient en 1994 une part d'audience de 17 % — n'entrent pas en ligne de compte). Ce coefficient s'explique, entre autres, par les restrictions imposées aux chaînes publiques par la législation néerlandaise sur les médias: le temps consacré à la publicité sur ces chaînes est limité à 6,5 % du temps total d'antenne. En outre, les diffuseurs publics ne sont pas autorisés à interrompre leurs émissions pour diffuser des messages publicitaires. En revanche, en tant que diffuseur privé, RTL n'est limitée que par les règles contenues dans la directive de 1989 sur la radiodiffusion télévisuelle (qui limite la publicité à 15 % au maximum du temps total de transmission et surtout, qui permet, sous réserve de certaines conditions, les interruptions à des fins publicitaires). Dans la pratique, la possibilité de procéder à des interruptions publicitaires confère, en particulier, un avantage commercial considérable à RTL. Étant un diffuseur privé, Veronica bénéficie désormais du même avantage par rapport au service public.
- (66) D'une manière plus générale, les chaînes de RTL ont bénéficié dans le passé, comme cela sera le cas de HMG dans l'avenir, d'avantages concurrentiels sur le marché de la publicité télévisée par rapport aux diffuseurs publics. Si RTL a été en mesure (comme le sera HMG) de doter ses chaînes d'un profil spécifique en couvrant des groupes cibles bien définis, il est beaucoup plus difficile pour les diffuseurs publics d'y parvenir. Comme plusieurs organismes publics de radiodiffusion doivent partager la même chaîne, le diffuseur change, en fait, d'un jour à l'autre. Étant donné les orientations générales différentes suivies par les divers organismes publics de radiodiffusion, il est difficile, voire impossible, pour une chaîne publique de créer une grille de programme cohérente et donc de se donner une identité et un profil permanents. En outre, les contraintes qui résultent pour les radiodiffuseurs publics de leur mission de service public et de leur structure organisationnelle font qu'il leur est beaucoup plus difficile d'assurer de manière permanente une programmation qui soit particulièrement attrayante pour les annonceurs. En ce qui concerne la mission de service public, elle implique que 10 % au moins des émissions soient consacrés à la culture (dont un minimum de 5 % aux arts) et 15 % à l'information et à l'éducation. Il convient également de noter que non seulement la redevance, mais aussi les recettes publicitaires (qui

sont perçues par la STER) sont d'abord transférées à l'État néerlandais. Comme il est indiqué plus haut, NOS reçoit ensuite une part de ces recettes sur la base d'un budget approuvé par le gouvernement néerlandais. Comme il est indiqué plus haut, NOS reçoit ensuite une part de ces recettes sur la base d'un budget approuvé par le gouvernement néerlandais. Les huit autres grands organismes de radiodiffusion perçoivent chacun une part égale du produit de la redevance et des recettes publicitaires. Il est évident que ce système est plutôt de nature à dissuader les organismes publics de proposer des émissions destinées principalement à maximiser les recettes publicitaires.

ii) Situation après la création de HMG

- (67) Dans leur plan d'entreprise, les parties escomptent une part de [...] du marché néerlandais de la publicité télévisée exprimé en termes de recettes provenant des spots publicitaires en 1996; cette part monterait à [...] en 1999. Les parties font maintenant valoir que ce chiffre doit être réexaminé, car le potentiel concurrentiel de SBS serait supérieur à ce qu'il était supposé être au début de l'année. Selon les parties, la part de marché de HMG sera de [...] dans l'hypothèse où SBS atteindra une part de marché de 4 % et de [...] si cette part venait à atteindre 8 %. Le coefficient que les parties appliquent maintenant à HMG est de [...].
- (68) Comme il est brièvement expliqué plus haut, il est probable que les trois chaînes de HMG atteindraient une part d'audience de 42-43 %. Une part d'audience de 42 % sur l'ensemble du marché équivaldrait à une part de marché de 50,6 % si l'on exclut les chaînes étrangères. Sur la base d'un coefficient de 1,3 (qui était celui de RTL 4 et RTL 5 dans le passé), cela donnerait une part de 65,8 % du marché de la publicité télévisée. Si le coefficient est de 1,2, [...], les trois chaînes de HMG obtiendraient sur ce marché une part de 60,7 %.
- (69) La Commission a chargé une société de conseil ayant l'expérience du marché néerlandais des médias de réaliser une étude économétrique. (Un exemplaire du rapport a été envoyé aux parties.) L'étude de marché se base sur un modèle économétrique et elle utilise certains paramètres fondamentaux qui déterminent l'évolution du marché de la publicité télévisée aux Pays-Bas et la position respective des acteurs en présence. Le modèle a calculé les parts du marché de la publicité télévisée sur la base de différentes hypothèses quant à la répartition future de l'audience entre les diffuseurs aux Pays-Bas.
- (70) Le premier scénario retient les hypothèses [...] mais corrige ce chiffre en fixant la part de marché de SBS 6 à 4 % ('). Les hypothèses concernant la répartition du marché en 1996 s'établissent comme suit:

(') Dans l'étude, les 4 % sont attribués à SBS/Arcade. Toutefois, comme il est expliqué plus haut, la part de marché obtenue par Arcade le serait principalement au détriment de MTV et elle pourrait donc être incluse dans les parts de marché des chaînes non nationales.

Hypothèses concernant les parts d'audience en 1996
(18.00-24.00 heures)

Veronica	16,4 %
<u>RTL 4 et RTL 5</u>	<u>26 %</u>
HMG	42,4 %
NEDS ⁽¹⁾	36,6 %
SBS 6	4 %
Chaînes étrangères	17 %

(¹) Part cumulée de Nederland 1, Nederland 2 et Nederland 3.

Sur la base de ces hypothèses, la répartition des recettes de la publicité télévisée serait la suivante en 1996:

Répartition des recettes de la publicité télévisée
(1996)

Veronica	24,2 %
<u>RTL 4 et RTL 5</u>	<u>38,5 %</u>
HMG	62,7 %
NEDS	31,7 %
SBS 6	5,6 %

- (71) Le deuxième scénario est similaire au premier si ce n'est que SBS 6 obtiendrait une part de marché de 8 %. Les hypothèses concernant les parts d'audience se présentent donc comme suit:

Hypothèses concernant les parts d'audience en 1996
(18.00-24.00 heures)

Veronica	15,5 %
<u>RTL 4 et RTL 5</u>	<u>24,8 %</u>
HMG	40,3 %
NEDS	34,7 %
SBS 6	8 %
Chaînes étrangères	17 %

Sur la base de ces hypothèses, la répartition des recettes de la publicité télévisée serait la suivante:

Répartition des recettes de la publicité télévisée
(1996)

Veronica	22,8 %
<u>RTL 4 et RTL 5</u>	<u>36,3 %</u>
HMG	59,1 %
NEDS	29,9 %
SBS 6	11 %

Ces deux scénarios étaient fondés sur l'hypothèse selon laquelle les trois chaînes de HMG obtiendraient ensemble une part d'audience plus élevée que les diffuseurs publics.

- (72) Une autre série de scénarios étaient fondés sur l'hypothèse selon laquelle les trois chaînes de HMG obtiendraient une part d'audience équivalant à celle des diffuseurs publics.

Sur la base d'une part d'audience de 39,5 % pour les diffuseurs publics et pour HMG, respectivement, et d'une part de 4 % pour SBS 6, le modèle a établi la répartition suivante du marché de la publicité télévisée.

Répartition des recettes de la publicité télévisée
(1996)

Veronica	22,3 %
<u>RTL 4 et RTL 5</u>	<u>37,2 %</u>
HMG	59,5 %
NEDS	34,9 %
SBS 6	5,6 %

Sur la base d'une part d'audience de 37,5 % pour les diffuseurs publics et pour HMG, respectivement, et d'une part de 8 % pour SBS 6, le modèle a établi la répartition suivante du marché de la publicité télévisée.

Répartition des recettes de la publicité télévisée
(1996)

Veronica	21 %
<u>RTL 4 et RTL 5</u>	<u>35 %</u>
HMG	56 %
NEDS	32,9 %
SBS 6	11 %

- (73) Dans trois des quatre scénarios décrits ci-dessus, la part de HMG sur le marché de la publicité télévisée était à peu près égale ou supérieure à 60 %. Dans le dernier, elle atteignait encore 56 % (¹).

- (74) Étant donné les chiffres escomptés par les parties tels qu'ils sont mentionnés plus haut, le coefficient positif prévu pour HMG et les résultats du modèle économétrique, il est extrêmement probable que la part de HMG sur le marché de la publicité télévisée sera d'au moins 60 %.

(¹) L'hypothèse concernant les parts d'audience sur laquelle se fonde ce scénario n'apparaît cependant pas réaliste. Il en va de même pour d'autres scénarios théoriques calculés par le modèle dans le cadre de l'étude.

- (75) En effet, certains éléments indiquent que cette part pourrait être sensiblement plus élevée, sinon dès 1996, au moins par la suite. À cet égard, les paramètres suivants sont particulièrement importants pour l'évolution future de la position de HMG sur le marché de la publicité télévisée:
- amélioration des indices d'écoute et des parts d'audience,
 - nombreuses possibilités d'offrir des créneaux appropriés sur les trois chaînes de HMG, y compris des interruptions publicitaires,
 - possibilité de proposer des achats groupés aux annonceurs,
 - parrainage.
- (Il convient de noter qu'il n'a pas été pleinement tenu compte de tous ces paramètres dans l'étude à laquelle il est fait référence ci-dessus.)
- (76) Étant donné les avantages stratégiques relevés plus haut, dont HMG jouit en tant que combinaison de trois chaînes, et son accès préférentiel aux productions les plus populaires d'Endemol, on peut s'attendre à ce que sa part du marché des téléspectateurs et ses indices d'écoute augmentent avec le temps. Cela sera d'autant plus vrai si HMG parvient à acquérir les droits pour des manifestations sportives importantes, notamment pour le championnat néerlandais de football. Bien que les parties fassent valoir que les recettes publicitaires générées par les émissions sportives ne suffisent souvent pas à couvrir le coût d'acquisition de ces droits, la diffusion d'émissions sportives peut être un élément important pour l'image d'une chaîne et, globalement, elle peut donc se justifier d'un point de vue commercial. En outre, en exploitant trois chaînes, HMG a la possibilité de maximiser l'exploitation des droits en termes de diffusion et de publicité.
- (77) La possibilité de recourir aux interruptions publicitaires confère, d'une manière générale, un avantage important aux diffuseurs privés. Cet avantage est encore renforcé lorsqu'un diffuseur privé exploite trois chaînes tout à fait coordonnées. HMG peut tirer le meilleur parti de la possibilité qu'elle aura d'offrir aux annonceurs des espaces publicitaires adaptés à leurs besoins, par exemple en proposant des créneaux visant des groupes cibles spécifiques d'une manière complémentaire sur les trois chaînes.
- (78) D'une manière plus générale, HMG peut proposer aux annonceurs des achats groupés allant au-delà de la pratique normale consistant à offrir des ristournes sur la base de la valeur totale de l'espace publicitaire acheté. Sur le plan commercial, HMG peut lier la publicité diffusée sur une chaîne à celle diffusée sur une ou plusieurs de ses autres chaînes. Elle peut, à cet effet, aménager ses tarifs de manière à contraindre les annonceurs à recourir à l'achat groupé. Elle peut également le faire en offrant des réductions occultes aux annonceurs, par exemple en proposant des espaces publicitaires gratuits sur une chaîne moins performante que les autres. En principe, STER est également en mesure d'offrir des achats groupés aux trois chaînes publiques puisqu'elle fait office d'organisme de vente pour tous les diffuseurs publics. Il est toutefois vraisemblable que les achats groupés offerts par HMG seront commercialement plus intéressants que ceux offerts par STER puisque, vu la structure du système public de diffusion, il est difficile de créer un profil spécifique pour chacune des chaînes publiques et de couvrir des groupes cibles particuliers.
- (79) Un autre élément important de la publicité télévisée est le parrainage. Il convient de noter que les parts du marché de la publicité télévisée décrites plus haut ne se rapportent qu'au marché des spots publicitaires et qu'elles ne couvrent pas d'autres formes de publicité télévisée. Celles-ci incluent notamment:
- le générique de parrainage (consistant à indiquer qu'une émission a bénéficié du soutien d'une marque),
 - la publicité intégrée à l'émission (*in-script advertising*) (consistant, par exemple, à présenter un produit ou une marque donnés pendant un *talk show*),
 - la citation de marques en cours d'émission (*in-programme branding*) (consistant, par exemple, à présenter les marques des produits offerts comme prix dans une émission de jeux),
 - les programmes caritatifs, qui ont pour objet de promouvoir des organismes de charité,
 - les loteries, qui sont parrainées par des annonceurs,
 - les émissions de conseil aux consommateurs parrainées, par exemple, par des banques ou des organisations sanitaires,
 - le placement de produits (*product placement*) (consistant à promouvoir certaines marques dans une dramatique ou une autre production en attirant l'attention du téléspectateur sur les marques utilisées dans l'émission).
- (80) On estime que ces types de parrainage représentent au moins 10 % du marché global de la publicité télévisée aux Pays-Bas. Étant donné les restrictions imposées aux diffuseurs publics en matière de parrainage, la publicité présentée sous d'autres formes que les spots publicitaires est largement pratiquée par RTL 4 et RTL 5. Il est probable, par conséquent, qu'avec ses trois chaînes, HMG maintiendra cette position à l'avenir. Il est évident que les contrats de parrainage peuvent également être liés à la vente d'espaces publicitaires et que la position de HMG dans le segment parrainage du marché de la publicité renforcera, à son tour, sa position sur le marché des spots publicitaires.
- iii) *Position des annonceurs*
- (81) Les parties font valoir que le marché de la publicité télévisée est généralement un marché acheteur sur lequel les annonceurs achètent des espaces publicitaires à STER, qui représente les diffuseurs publics, et à IPN, qui représente RTL 4 et RTL 5, et qu'ils passent facilement de l'un à l'autre.

Selon les parties, le niveau élevé de concurrence sur le marché néerlandais de la publicité télévisée ressort également du fait que, depuis 1990, les prix ont diminué en moyenne de 6,3 % (en termes réels).

- (82) Toutefois, cette argumentation ne tient pas compte, en premier lieu, du fait que la situation concurrentielle actuelle subira un changement radical en raison de la création de HMG. Contrairement à ce qui était le cas dans le passé, où RTL n'exploitait que deux chaînes et visait (avec sa chaîne principale RTL 4) principalement les familles plus âgées et les femmes au foyer, en ajoutant la chaîne Veronica, qui vise les familles plutôt jeunes et a une orientation masculine, HMG couvrira tous les principaux groupes cibles intéressant les annonceurs. Étant donné la part d'audience escomptée de HMG et les avantages concurrentiels décrits plus haut dont elle bénéficiera sur le marché de la publicité

télévisée, il sera extrêmement difficile pour les annonceurs d'éviter d'acheter de l'espace publicitaire sur les chaînes de HMG. Les annonceurs seront donc tributaires de IPN, de sorte qu'il leur sera presque impossible de faire jouer la concurrence entre STER et IPN et d'éviter que ce soit HMG qui fixe les prix.

En second lieu, il est vrai que les prix ont diminué en moyenne de 6,3 % si l'on prend 1990 comme année de référence. Toutefois, cette diminution s'explique par la chute des prix qui a eu lieu entre 1990 et 1991 à la suite de l'entrée sur le marché de RTL 4. En revanche, si l'on compare les prix en prenant 1991 comme année de référence, l'évolution indique clairement une augmentation en termes réels. Selon les statistiques de la VEA (association des agences de publicité), les prix exprimés par milliers de contacts ont évolué de la manière suivante:

Indice (1991 = 100)	1991	1992	1993	1994	1995 Prévisions
00.00-24.00 heures	100	107	102	108	114
18.00-24.00 heures	100	108	104	111	120

(Ce tableau de la VEA ne tient pas compte de l'évolution des réductions spéciales accordées aux annonceurs car il n'existe pas de données officielles à ce sujet. La VEA estime que, compte tenu d'une certaine hausse de ces réductions, l'indice de 1994 pour 00.00-24.00 heures serait d'environ 104 au lieu de 108. Il n'en reste pas moins qu'une augmentation considérable des prix en termes réels aurait eu lieu au cours de la période examinée et que pour 1995 on obtiendrait, en tenant compte des réductions, un indice de 107 pour 00.00-24.00 heures et de 110 pour 18.00-24.00 heures).

On peut en conclure que l'entrée RTL 4 sur le marché a ouvert la concurrence et qu'elle a entraîné, à court terme, une diminution importante des prix. Toutefois, à partir de 1991, alors que RTL 4 était bien établie sur le marché, le taux d'augmentation des tarifs publicitaires a été nettement supérieur au taux d'inflation, la hausse de ces tarifs étant particulièrement sensible pour les heures de grande écoute (18.00-24.00 heures). Il n'est donc pas certain que, même dans le passé, le marché ait été aussi concurrentiel que les parties le soutiennent et l'on ne peut, en tout état de cause, considérer une évolution des prix telle que celle décrite ci-dessus comme étant l'indice d'un marché acheteur.

des différents supports sont plus souvent modifiées dans le cadre d'un changement de stratégie publicitaire qu'en réaction à des variations de prix. On en trouve confirmation dans le fait que le marché de la publicité télévisée a connu une croissance importante et continue, bien que les augmentations des prix en termes réels pour la publicité dans les journaux et les magazines aient été inférieures à celles enregistrées pour la publicité télévisée au cours de la période de 1991 à 1995 (indice 1995: magazines 106, journaux 103).

iv) Nouveaux arrivants potentiels

- (83) Les parties font valoir, en outre, que le marché de la publicité télévisée ne peut être isolé dans le temps, car les annonceurs font passer, au fil du temps, des parties de leur budget publicitaire de la télévision à la presse et inversement. Il est vrai que, pour certaines marques, la proportion de publicité télévisée dans le «média-mix» des campagnes publicitaires peut augmenter ou diminuer avec le temps. Toutefois, certains annonceurs devront toujours utiliser la télévision pour une partie au moins de leurs campagnes publicitaires. Les parts respectives
- (84) Les parties font valoir que le marché néerlandais de la publicité télévisée connaîtra une croissance substantielle à l'avenir et qu'il attirera de ce fait de nouveaux venus. Selon les prévisions du secteur, un taux de croissance annuel moyen de 8 % paraît réaliste. Toutefois, une augmentation de 8 % en valeur n'implique pas nécessairement une augmentation équivalente du volume horaire vendu. Ce chiffre reflète également la hausse des prix résultant de l'inflation, ainsi que, comme par le passé, les augmentations de prix en termes réels.

(85) Il semble qu'un taux de croissance annuel moyen de 8 % environ des recettes de la publicité télévisée au cours des quatre prochaines années ne laisse que peu de place aux nouveaux arrivants. Le plan d'entreprise des parties prévoit une augmentation de [...] en 1997, de [...] en 1998 et de [...] en 1999 des recettes générées par la diffusion de spots publicitaires, ce qui représente une progression annuelle moyenne de [...]. Étant donné l'importance de la part de marché des parties (au moins 60 % en 1996), une croissance annuelle moyenne des recettes publicitaires de HMG supérieure à la croissance générale prévue du marché aurait à l'évidence pour conséquence que l'accroissement du marché de la publicité télévisée reviendrait pour l'essentiel à HMG. En outre, il faut s'attendre à ce que les autres diffuseurs présents sur le marché néerlandais de la publicité télévisée essaient de maintenir autant que possible leurs parts de marché respectives, qui seront déjà relativement faibles en 1996. Par conséquent, malgré la croissance relativement forte que le marché néerlandais de la publicité télévisée connaîtra à l'avenir, on peut craindre qu'il n'y ait pas beaucoup de place pour de nouveaux arrivants.

(86) En outre, les avantages dont bénéficie HMG, tels qu'ils sont décrits plus haut, constituent un obstacle majeur pour les nouveaux arrivants. Un nouveau concurrent aurait en effet beaucoup de mal à proposer sur le marché néerlandais une grille de programme qui soit attrayante pour les annonceurs, étant donné que les principales cibles seraient déjà couvertes par HMG. Tout nouvel arrivant pourrait être confronté à la puissance conjuguée des trois chaînes de HMG et aux possibilités qu'aurait celle-ci de réagir immédiatement face à une telle intrusion, notamment en utilisant RTL 5 comme «chaîne de combat». L'existence même de HMG serait donc de nature à dissuader de nouveaux arrivants potentiels de pénétrer sur le marché.

v) Conclusion

(87) Pour les raisons exposées ci-dessus, HMG dominera de toute évidence le marché néerlandais de la publicité télévisée; elle se placera nettement au-dessus des autres acteurs présents sur ce marché et sera en mesure de contrer toute tentative de concurrence venant d'eux; elle rendra par ailleurs l'entrée sur le marché très difficile aux nouveaux arrivants. Dans ce contexte, il convient de noter que, tout en se félicitant d'une manière générale de la décision de Veronica de devenir un diffuseur privé, un certain nombre d'acheteurs d'espaces et d'annonceurs ont exprimé certaines préoccupations concernant la combinaison des chaînes de RTL et de Veronica au sein de HMG.

Sur la base de l'analyse faite ci-dessus, la Commission est arrivée à la conclusion que la création de HMG aura pour effet de créer une position dominante sur le marché néerlandais de la publicité télévisée.

3. Le marché de la production télévisuelle indépendante aux Pays-Bas

i) Situation actuelle

(88) La production télévisuelle en langue néerlandaise est assurée soit par des producteurs indépendants soit par les diffuseurs néerlandais eux-mêmes. Alors que les activités internes de production de RTL 4 et RTL 5 sont limitées, les diffuseurs publics, eux, produisent eux-mêmes une part importante de leurs programmes. Cela vaut particulièrement pour NOS, dont la production interne représente plus de 80 % du temps total de diffusion (sur la base d'une ventilation des programmes diffusés en mars et en novembre 1994). En ce qui concerne les autres diffuseurs publics, la part des programmes provenant de producteurs indépendants dans le temps de diffusion varie de moins de 10 % pour VPRO à environ 50 % ou plus pour Veronica et TROS. Toutefois, ces chiffres se rapportent au nombre total d'heures de diffusion, y compris les émissions achetées à l'étranger. En outre, ces chiffres se fondent sur des heures d'émission et non sur la valeur des productions en question. Dans le cas de Veronica et de TROS en particulier, chez lesquelles la part de production indépendante est la plus élevée, les émissions de divertissement, généralement coûteuses, représentent entre la moitié et les deux-tiers des productions indépendantes. La part des productions indépendantes sera donc sensiblement plus élevée en termes de valeur qu'en termes de volume. À cet égard, il convient également de noter que la production interne des diffuseurs publics se limite souvent à des productions à durée de vie limitée (émissions d'information, émissions de jeux à faible budget, *talk shows*), qui ne sont normalement diffusées qu'une fois et ne constituent donc pas réellement un élément d'actif. À l'inverse, les grandes émissions de divertissement et les dramatiques produites principalement par des producteurs indépendants sont généralement exploitées à plusieurs reprises et constituent, elles, un élément d'actif.

(89) La production interne des diffuseurs publics est essentiellement destinée à leur propre usage. Bien que les programmes ainsi produits soient parfois offerts sur le marché international, il ne sont pas, en principe, proposés à d'autres diffuseurs sur le marché néerlandais de la télévision. Il n'existe donc pas de concurrence directe entre la production interne et les programmes produits par les producteurs indépendants qui sont offerts sur le marché. Toutefois, les parties font valoir que la production interne doit être incluse dans un marché global de la production télévisuelle néerlandaise, car un diffuseur devra toujours décider soit de produire, soit d'acheter. Il n'en est pas ainsi en réalité. Un diffuseur public ayant d'importantes activités de production interne aura consenti à cet effet des investissements considérables et il aura, en particulier, engagé le personnel de production nécessaire, qui représente un élément important du prix de

revient. En fait, comme il est souligné plus haut, l'importance de l'effectif des diffuseurs publics par rapport à celui de leurs concurrents privés s'explique dans une large mesure par le nombre de personnes affectées à la production interne. Dans ces conditions, un diffuseur public n'a pas la possibilité de choisir librement de produire un programme lui-même ou de le commander à un producteur indépendant. Si un diffuseur public décidait d'accroître sensiblement le nombre de commandes passées à des producteurs indépendants au détriment de sa production interne, il devrait néanmoins supporter les frais généraux et les frais de personnel élevés afférents à ses capacités de production interne sans rentabiliser suffisamment ces coûts en termes de programmes produits. Une telle politique ne serait donc pas possible du point de vue commercial, du moins pas à long terme. Il existe donc un marché qui est limité aux productions télévisuelles indépendantes et qui n'inclut pas les programmes réservés à l'usage exclusif de celui qui les produit.

(90) Il convient encore d'observer dans ce contexte que, d'une manière générale, la production interne apparaît largement orientée vers certaines catégories de programmes, telles que les actualités et les autres programmes d'information, les programmes culturels et ceux destinés à la jeunesse, les documentaires, le sport et certains types de divertissements. Sur ces segments, l'expérience et le savoir-faire qu'ont acquis les diffuseurs publics font qu'ils ne sont pas tributaires de producteurs indépendants. Cependant les diffuseurs publics ne sont généralement pas reconnus comme producteurs de grandes émissions de divertissement telles que celles produites par Endemol et ils ont indiqué qu'il leur serait très difficile d'inclure ce type d'émissions dans leur production interne. Globalement donc la structure de production interne des diffuseurs publics ne pèse pas d'un poids significatif face à la position dont Endemol jouit sur le marché de la production indépendante.

(91) La structure du marché de la production télévisuelle indépendante aux Pays-Bas se présente comme suit:

- un très gros producteur (Endemol),
 - un petit nombre de producteurs de taille relativement modeste mais assez importants
- et
- un grand nombre de très petits producteurs (1 à 10 salariés).

Sur la base de la valeur des programmes produits en 1994, le marché se répartit comme suit:

- Endemol: nettement plus de 50 %,
- IDTV: 5-10 %,

- 4 producteurs: 2-5 % chacun,
- 5 producteurs: 1-2 % chacun,
- autres (environ 65): < 1 % chacun.

Il ressort de ces chiffres qu'Endemol domine largement ce marché. En fait, la société Endemol résulte de la fusion, en 1994, des deux anciens plus grands producteurs néerlandais, JE Entertainment BV et John de Mol Communications BV.

Les parties soutiennent que, pour calculer les parts de marché, il convient de prendre pour référence non pas la valeur des programmes mais le volume horaire de la production. Cette approche donnerait cependant une image tout à fait trompeuse de la répartition du marché. Selon l'enquête réalisée par la Commission, la valeur horaire des productions télévisuelles varie, par exemple, de 30 000 HFL pour les documentaires peu coûteux à 300 000 HFL pour les dramatiques et les programmes de divertissement onéreux. Dans ces conditions, le mode de calcul des parts de marché n'est valable que s'il se fonde sur la valeur et non sur le volume.

(92) Outre une part de marché extrêmement élevée par rapport à celle de ses concurrents, Endemol possède d'autres atouts qui lui confèrent sur le marché une position bien supérieure à celle de ses concurrents.

Endemol possède les formats néerlandais les plus populaires et, grâce à sa taille et à ses ressources considérables par rapport aux autres producteurs indépendants, elle jouit d'un accès privilégié aux formats étrangers, qui sont alors adaptés au public néerlandais. C'est ainsi qu'au cours des trois dernières années, plus de [...] émissions produites par JE Entertainment BV ou John de Mol l'ont été à partir de formats étrangers dont les droits ont été directement cédés à ces sociétés. (Les parties font valoir qu'un certain nombre de ces formats ont été diffusés en 1992, 1993 et 1994 et que [...] programmes seulement ont été produits par Endemol au cours de cette période sur la base de formats étrangers dont Endemol est propriétaire.)

(93) Endemol a passé des contrats, souvent exclusifs, avec un grand nombre de présentateurs ou vedettes parmi les plus populaires de la télévision néerlandaise. Endemol détient actuellement [...] contrats exclusifs avec des personnalités de la télévision et elle n'a perdu que [...] vedettes ces dernières années, [...]. En outre, Endemol est le seul producteur néerlandais qui soit capable d'offrir aux vedettes la possibilité de se produire ailleurs qu'à la télévision (par exemple, dans le cadre de représentations théâtrales) grâce à ses activités dans d'autres formes de divertissement, par exemple le théâtre et les tournées. Enfin, Endemol possède sa propre agence de vedettes. Grâce aux moyens dont elle dispose, Endemol peut créer des vedettes et s'attacher leurs services comme aucun autre producteur néerlandais ne peut le faire.

- (94) Les parties contestent qu'Endemol ait les formats les plus populaires et un accès préférentiel aux formats étrangers. Elles contestent également avoir les vedettes les plus en vogue sous contrat. Toutefois, comme l'a montré l'enquête menée par la Commission, ces points préoccupent vivement un grand nombre de producteurs indépendants, de même que les diffuseurs publics et d'autres chaînes commerciales qui tous ont confirmé les conclusions de la Commission exposées ci-dessus.
- (95) En s'appuyant sur les atouts mentionnés précédemment, Endemol produit les programmes de divertissement les plus populaires des Pays-Bas. Elle a ainsi produit au cours de la saison 1993/1994, vingt-huit des cinquante-six programmes non sportifs ayant l'indice d'écoute le plus élevé. Ses programmes sont normalement diffusés aux heures de grande écoute. Ils ont contribué de façon décisive au succès de RTL 4 et de Veronica et, de manière appréciable, à établir le profil de ces chaînes.
- (96) Endemol en outre est très active en dehors des Pays-Bas. La valeur de ses productions internationales avoisine actuellement [...] de HFL par an contre environ [...] pour les productions néerlandaises. Ces activités internationales ne font que renforcer la position d'Endemol en ce qui concerne les programmes étrangers et procurent de nouvelles recettes pour ses opérations, ce qui à nouveau renforce sa position sur le marché néerlandais de la production. Aucun de ses concurrents aux Pays-Bas n'exerce d'activités internationales comparables.
- (97) Il ressort des considérations précédentes qu'Endemol détient déjà aux Pays-Bas une position dominante sur le marché des productions télévisuelles indépendantes en langue néerlandaise.
- ii) *Effets produits par la création de HMG*
- (98) Du fait qu'Endemol est une des sociétés fondatrices de HMG, elle bénéficie, grâce à la création de cette entreprise commune, d'un lien structurel avec le diffuseur qui sera bientôt numéro 1 aux Pays-Bas. Certes Endemol était déjà, même avant la création de HMG, le principal fournisseur de programmes de RTL 4, RTL 5, ainsi que de Veronica. La différence à présent est que la participation d'Endemol dans HMG assure désormais à sa production un vaste débouché, sûr et inattaquable. À preuve, l'engagement contracté par HMG vis-à-vis d'elle dans le cadre de l'accord de production précité conclu entre ces deux entreprises. HMG s'engage en effet à satisfaire [...] en valeur de ses besoins en programmes de langue néerlandaise auprès d'Endemol. Cela assure à Endemol, même en 1996, un chiffre d'affaires garanti de [...] de HFL. [...] Cela montre l'importance stratégique du lien qui unit Endemol à HMG.
- (99) Le montant susmentionné ne représente en outre que le pourcentage minimal de production que HMG s'engage à acheter à Endemol dans le cadre de l'accord. En tant que société mère, Endemol peut user de son influence dans HMG pour obtenir de celle-ci un nombre encore supérieur de commandes. Aucun autre producteur aux Pays-Bas n'a la même possibilité de disposer d'un débouché assuré pour ses productions et d'exercer une influence sur un diffuseur pour l'achat de ses programmes.
- (100) Les parties font à présent valoir qu'Endemol n'aura pas d'influence significative sur HMG, étant donné qu'à leur sens, elle n'exerce pas de contrôle en commun sur HMG. Toutefois, comme cela a été souligné plus haut, la Commission est parvenue à la conclusion que HMG est contrôlée conjointement, d'une part, par RTL et, d'autre part, par Veronica et Endemol à travers VMG. Qui plus est, même en l'absence de contrôle conjoint, Endemol, de par le lien structurel qui l'unit à HMG, est en mesure d'influer sur la stratégie générale de HMG en matière de programmation et d'achat de programmes de façon telle que sa position actuelle sur le marché des productions indépendantes s'en trouve renforcée.
- Économiquement parlant, VMG sert à rassembler les participations de Veronica et d'Endemol dans HMG, qui au total s'élèvent à 49 %. RTL d'une part et VMG de l'autre sont représentées à part égale au sein de l'assemblée des actionnaires où sont adoptées les décisions clés concernant la stratégie commerciale de HMG. La participation d'Endemol dans HMG s'élève à 23 % (47 % de 49 %). Une participation de 23 % dans une entreprise exerçant ses activités sur un marché en aval doit être considérée comme une participation stratégique plutôt que financière, *a fortiori* lorsque cette participation s'accompagne d'une représentation substantielle de l'actionnaire au sein de l'organe de décision de l'entreprise en question. Celui-ci sera en mesure d'obtenir toutes informations utiles sur les décisions stratégiques et participera aux discussions et à la procédure décisionnelle, ce qui lui permettra en particulier d'influer sur les décisions concernant le marché en amont sur lequel il exerce lui-même des activités.
- Cette analyse générale est encore étayée en l'espèce par la relation de fournisseur qui unit cet actionnaire à RTL et à Veronica, lesquelles par le passé s'étaient procuré la plus grande partie de leurs programmes auprès de lui. Les parties elles-mêmes ont déclaré que cette relation constituait un élément essentiel pour forger l'image des chaînes RTL 4, RTL 5 et Veronica et qu'elle serait également décisive pour la réussite de HMG. Dans ce contexte, il ne serait pas réaliste de présumer que la participation d'Endemol dans HMG est purement financière et qu'elle ne confère à Endemol aucune influence significative.

- (101) La nouvelle situation qui découle de la création d'HMG renforce la façon significative la position déjà puissante d'Endemol sur le marché des productions néerlandaises. Endemol est en mesure d'interdire l'accès d'autres producteurs à HMG, premier radiodiffuseur des Pays-Bas et, en particulier, aux programmes supplémentaires dont a besoin Veronica pour pouvoir diffuser sept jours sur sept. Les parties elles-mêmes ont souligné que les productions d'Endemol contribueraient de façon significative à façonner l'image de RTL 4, RTL 5 et Veronica.
- (102) S'agissant de la fourniture de productions à d'autres diffuseurs, Endemol, après la création de HMG, pourra encore mieux s'opposer à la concurrence d'autres producteurs indépendants grâce à son débouché vaste et garanti. Il en va de même pour ce qui est de l'accès aux formats à succès et de la relation exclusive avec les vedettes les plus en vogue.
- (103) Selon les parties, on assistera à l'avenir à une augmentation de la demande de productions en langue néerlandaise, le besoin de programmes supplémentaires se faisant sentir pour Veronica devenue une chaîne commerciale, pour les diffuseurs publics qui doivent combler le vide laissé par le départ de cette dernière et enfin pour SBS 6, nouveau venu sur le marché. On notera toutefois que la majeure partie de la demande supplémentaire de productions en langue néerlandaise émanera de Veronica qui aura besoin de ces programmes pour quatre jours et demi de diffusion. À titre de comparaison, les diffuseurs publics ne devront combler que la plage vide de deux jours et demi laissée par le départ de Veronica. Dans ces conditions, on peut également douter que les programmes supplémentaires commandés par les diffuseurs publics aient une valeur comparable à celle des programmes commandés par Veronica, compte tenu des pertes de recettes publicitaires que la création de HMG infligera à ces derniers. En ce qui concerne SBS, on observera que le budget de Veronica consacré aux programmes, est, comme on l'a vu plus haut, presque le triple de celui de SBS 6. Il s'ensuit que l'essentiel de la valeur des programmes supplémentaires proviendra de Veronica qui a été absorbée par Endemol. S'agissant des programmes supplémentaires restants, Endemol, comme nous l'avons vu précédemment, est bien mieux placée que ses concurrentes.
- (104) Compte tenu du débouché que représente pour elle HMG et de son emprise sur certaines plages horaires des chaînes HMG, on peut s'attendre à ce qu'Endemol réussisse à pénétrer certains créneaux sur lesquels elle n'était jusque-là guère présente, par exemple les documentaires, ce qui aurait d'autres incidences négatives pour l'activité des petits producteurs néerlandais.

iii) *Conclusion*

- (105) Pour les raisons susmentionnées, la Commission est parvenue à la conclusion que la création de HMG

aura pour effet de renforcer la position dominante d'Endemol sur le marché néerlandais de la production indépendante.

iv) *Article 22*

- (106) Les parties font valoir que la question qui se pose au regard de l'article 22 paragraphe 3 n'est pas de savoir si la concentration affecte ou non le commerce entre États membres mais plutôt de déterminer dans quelle mesure elle affecte ce commerce. Selon elles, l'incidence de la concentration sur les marchés néerlandais de la télévision et de la publicité télévisée et, en particulier, sur ceux de la production, n'affecte pas suffisamment les échanges entre États membres pour que la Commission soit autorisée à prendre des mesures à l'encontre de HMG.
- (107) Cette argumentation n'est pas claire. Les parties estiment apparemment que la Commission ne peut intervenir au titre de l'article 22 qu'en ce qui concerne les effets sur le commerce entre États membres, ce qui signifierait que l'examen à la lumière de cet article se limiterait aux aspects de l'affaire dépassant le cadre du marché situé sur le territoire de l'État membre l'ayant saisie de la demande. Si ce raisonnement devait être suivi, l'article 22 serait vidé de son sens et l'on irait à l'encontre de l'interprétation donnée au paragraphe 5 de l'article 22 où il est dit que «la Commission ne prend pas les mesures strictement nécessaires pour préserver ou rétablir une concurrence effective sur le territoire de l'État membre».

Ou bien, les parties peuvent estimer qu'il devrait y avoir une interprétation spécifique de l'effet sur le commerce entre États membres autre que l'interprétation normale, par exemple au regard de l'article 86. Dans ce cas toutefois, on ne voit pas bien ce que pourrait être cette interprétation. En fait, l'article 22 paragraphe 2 dispose que la concentration en cause doit avoir une incidence sur le commerce entre États membres. Rien n'indique que cette incidence doive être plus forte que ce qui est prévu par les autres règles de concurrence du droit communautaire.

- (108) Les arguments avancés par les parties n'ont de sens que si on les interprète comme signifiant que la Commission ne peut pas fonder une décision négative au titre de l'article 22 sur l'existence d'une position dominante sur un marché de produits ou un marché géographique spécifique, si la concentration n'affecte pas le commerce entre États membres pour ce qui est de ce marché, même si elle affecte d'autres marchés concernés par l'opération. On peut laisser ouverte la question de savoir si cette interprétation de l'article 22 est correcte. Même si le renforcement de la position dominante d'Endemol sur le marché de la production indépendante aux Pays-Bas n'a pas en lui-même d'effet direct sur le commerce entre États membres, les

trois marchés considérés sont liés, comme cela a été souligné précédemment, et l'incidence de la concentration sur le marché de la production modifie les conditions de concurrence sur les autres marchés. Les parties en outre ont déclaré elles-mêmes que la participation d'Endemol dans HMG était nécessaire pour améliorer sa position sur le marché de la production télévisuelle en dehors des Pays-Bas. Il convient également de noter dans ce contexte que la concentration ne fait que renforcer la possibilité pour Endemol d'acheter des formats étrangers, puisqu'elle a accès, sur une base préférentielle, au plus gros radiodiffuseur commercial des Pays-Bas.

- (109) Les parties soulignent en outre que, dans une procédure au titre de l'article 22, la Commission n'est pas habilitée à déclarer une concentration incompatible avec le marché commun, sans avoir examiné si d'autres mesures ne suffisent pas à rétablir la concurrence. Cela découle, selon elles, des dispositions précitées de l'article 22 paragraphe 5. Cette analyse toutefois repose sur une interprétation erronée de l'objet et de la fonction de l'article 22 paragraphe 5. L'article 22 paragraphe 3 dispose que la Commission est habilitée à adopter les décisions prévues à l'article 8 paragraphe 2, deuxième alinéa et paragraphes 3 et 4. Si, en l'absence d'engagements suffisants des parties au sens de l'article 8 paragraphe 2, la Commission doit prendre une décision négative en vertu de l'article 8 paragraphe 3, elle peut également, lorsque la concentration a déjà été réalisée, adopter une décision en application de l'article 8 paragraphe 4, afin de rétablir une concurrence effective. Dans ce cas, l'article 22 paragraphe 5 limite les mesures devant être prises en application de l'article 8 paragraphe 4 à celles qui sont strictement nécessaires pour préserver ou rétablir une concurrence effective sur le territoire de l'État membre en question. Dans l'hypothèse où la concentration n'a pas encore été réalisée, l'article 22 paragraphe 5 garantit que la décision négative de la Commission portera uniquement sur la création ou le renforcement de la position dominante sur le territoire de l'État membre à la demande duquel elle est intervenue afin de préserver une concurrence effective dans cet État membre.

v) *Autres arguments des parties*

- (110) Les parties soutiennent qu'elles ont besoin de HMG dans sa structure actuelle afin d'être concurrentielles vis-à-vis des acteurs multinationaux du marché télévisuel et d'être très bien placées lorsqu'il s'agira de participer au futur marché du multimédia. Force est toutefois de constater à cet égard que CLT elle-même est déjà un grand groupe multinational du secteur des médias. On voit difficilement pourquoi les parties ont besoin d'occuper une telle position de force sur le marché néerlandais de la télévision au détriment d'autres diffuseurs du pays. S'agissant des futurs marchés du multimédia et, en particulier de la télévision numérique, on notera que HMG à l'heure actuelle est plutôt

axée sur l'environnement analogique. En tout état de cause, si les parties souhaitent se lancer dans la télévision numérique de demain, on voit difficilement là encore pourquoi elles ont besoin de cette combinaison spécifique de chaînes de premier plan et de l'accès au producteur probablement le plus important du pays. Les atouts des parties se conjuguant, HMG pourrait bien, semble-t-il, devenir le seul grand acteur du marché de la future télévision numérique. Cela pourrait peut-être nuire au développement de ce type de télévision aux Pays-Bas.

VII. ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR LES PARTIES

- (111) Pour dissiper les doutes émis quant à la compatibilité de la concentration avec le marché commun, les parties ont proposé de prendre certains engagements. Les éléments essentiels de ces propositions sont les suivants:

[...]

- (112) Les propositions concernant RTL 5 sont insuffisantes pour éviter la création d'une position dominante de HMG sur le marché de la publicité télévisée. Sur la base des propositions formulées par les parties, HMG exercerait une grande influence sur RTL 5, [...]. On ne peut donc s'attendre à ce que RTL 5 livre une concurrence active aux chaînes HMG [...].

[...] Les propositions des parties en ce qui concerne RTL 5 ne peuvent donc pas être considérées comme suffisantes pour faire de RTL 5 un concurrent indépendant viable.

En outre, le risque existe qu'un désengagement de RTL 5 soit irréalisable parce qu'il ne serait pas possible, en fin de compte, de trouver un acheteur potentiel. Même si ce désengagement pouvait être mené à bien, il est impossible actuellement de juger s'il serait suffisant pour faire de la position de HMG sur le marché une position qui ne soit plus dominante. [...].

En outre, cette capacité concurrentielle de RTL 5 dépendrait également de la manière selon laquelle la chaîne serait gérée en attendant sa vente à un tiers. À cet égard, il convient d'observer que [...].

- (113) En ce qui concerne l'engagement concernant Endemol, [...]. Il n'est toutefois pas nécessaire de trancher la question de savoir si l'ensemble de ces engagements résout les problèmes de concurrence sur le marché néerlandais de la production télévisuelle puisque l'engagement concernant RTL 5 ne suffit pas à résoudre ceux qui se posent sur le marché de la publicité télévisée: c'est la raison pour laquelle la concentration ne peut pas être autorisée sur la base des propositions présentées par les parties.

VIII. RESTRICTIONS ACCESSOIRES

- (114) La Commission estime que l'accord de production conclu entre HMG et Endemol ne peut être considéré comme une restriction accessoire au sens de l'article 8 paragraphe 2 deuxième alinéa du règlement sur les opérations de concentration. La garantie accordée à Endemol en ce qui concerne la fourniture de [...] en valeur des besoins de HMG en programmes de langue néerlandaise ainsi que [...], tels qu'ils sont énoncés dans l'accord, constituent une restriction qui n'est pas nécessaire à la réalisation de la concentration.

IX. CONCLUSION

- (115) Pour les raisons susmentionnées, la Commission est parvenue à la conclusion que la concentration entraînera la création d'une position dominante sur le marché néerlandais de la publicité télévisée ainsi que le renforcement de la position dominante d'Endemol sur le marché néerlandais de la production télévisée indépendante en langue néerlandaise, position de nature à entraver de façon significative l'existence d'une concurrence effective aux Pays-Bas. Cette concentration doit donc être déclarée incompatible avec le marché commun, conformément à l'article 8 paragraphe 3 appliqué conjointement avec l'article 22 paragraphe 3 du règlement sur les opérations de concentration.
- (116) La concentration, en l'espèce, a déjà été réalisée, puisque la création de HMG a eu lieu, que tous les actifs lui ont été cédés et que la diffusion dans le cadre de l'entreprise commune a commencé le 1^{er} septembre 1995.

La Commission a décidé de ne pas assortir la présente décision, prise au titre de l'article 8 paragraphe 3, de mesures en application de l'article 8 paragraphe 4. Elle arrêtera une décision distincte au titre de l'article 8 paragraphe 4 afin de rétablir une concurrence effective sur les marchés susmentionnés. Elle invite auparavant les parties à proposer des mesures appropriées dans un délai de trois mois à compter de la notification de la présente décision, afin de rétablir, aux Pays-Bas, une concurrence effective sur le marché de la publicité télévisée et

de la production néerlandaise indépendante de programmes télévisés,

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION:

Article premier

La concentration, sous la forme de la création de l'entreprise commune Holland Media Groep, est déclarée incompatible avec le marché commun. La Commission invite les parties à proposer, dans une période de trois mois à compter de la notification de la présente décision, les mesures appropriées permettant de restaurer une concurrence effective sur les marchés de la publicité télévisée et de la production télévisée néerlandaise indépendante aux Pays-Bas.

Article 2

Les entreprises suivantes sont destinataires de la présente décision:

- 1) Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion SA (CLT)
45, Boulevard Pierre Frieden
L-1543 Luxembourg
- 2) NV Verenigd Bezit VNU (VNU)
Ceylonpoort 5-25
NL-2036 AA Haarlem
- 3) RTL 4 SA
Villa Louvigny
Allée Marconi
L-2850 Luxembourg
Boîte postale 1122
L-1011 Luxembourg
- 4) Veronica Omroeporganisatie (VOO) BV
Laapersveld 75
NL-1213 VB Hilversum
- 5) Endemol Entertainment Holding
Zevenend 45
NL-1251 RL Laren

Fait à Bruxelles, le 20 septembre 1995.

Par la Commission

Karel VAN MIERT

Membre de la Commission