

II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

COMMISSIONE

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 3 marzo 1999

relativa ad un procedimento a norma dell'articolo 85 del trattato CE

(IV/36.237 — TPS)

[notificata con il numero C(1999) 387]

(Il testo in lingua francese è il solo facente fede)

(1999/242/CE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

considerando quanto segue:

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

I. I FATTI

A. Introduzione

visto il regolamento n. 17 del Consiglio, del 6 febbraio 1962, primo regolamento di applicazione degli articoli 85 ed 86 del trattato⁽¹⁾, modificato da ultimo dall'atto di adesione dell'Austria, della Finlandia e della Svezia, in particolare gli articoli 2, 6 e 8,

vista la richiesta di attestazione negativa e la notificazione ai fini di un'esenzione a norma degli articoli 2 e 4 del regolamento n. 17, presentate il 18 ottobre 1996 da «Télévision Française 1», «France Télévision Entreprises», «France Télécom», la «Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion», «Métropole Télévision» e «Lyonnaise des Eaux», relativamente agli accordi costitutivi di una società denominata «Télévision par satellite»,

visto il contenuto essenziale della domanda e della notificazione pubblicato⁽²⁾ a norma dell'articolo 19, paragrafo 3, del regolamento n. 17,

sentito il comitato consultivo in materia di intese e posizioni dominanti,

- (1) Le parti avevano inizialmente preso contatto con la Commissione nel corso dell'estate 1996 al fine di notificare l'operazione relativa alla costituzione di Télévision par satellite a norma del regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese⁽³⁾, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1310/97⁽⁴⁾. Tuttavia, avendo la Commissione informato le parti che Télévision par satellite non configurava un'impresa comune soggetta al controllo congiunto delle imprese fondatrici, il 18 ottobre 1996 le parti hanno notificato alla Commissione la citata operazione e richiesto un'attestazione negativa e/o un'esenzione a norma del regolamento n. 17.
- (2) Gli accordi relativi alla costituzione dell'impresa Télévision par satellite («TPS») sono stati notificati alla Commissione dalle parti summenzionate: Télévision Française 1 («TF1»), France Télévision Entreprises, France Télécom, Métropole Télévision («M6»), Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion («CLT») e Lyonnaise des Eaux, attualmente Suez Lyonnaise des Eaux. TPS è stata costituita

⁽¹⁾ GU L 13 del 21.2.1962, pag. 204/62.

⁽²⁾ GU C 65 del 28.2.1998, pag. 5.

⁽³⁾ GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1. Versione rettificata in GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13.

⁽⁴⁾ GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1.

sotto forma di società in nome collettivo di diritto francese. Il suo obiettivo è il lancio e la gestione di una piattaforma digitale di distribuzione di programmi e di servizi audiovisivi via satellite a pagamento in Francia. L'oggetto sociale della società le consente di estendere la distribuzione anche alle zone linguistiche francofone europee.

- (3) Il 13 marzo 1998, le parti hanno notificato alla Commissione una modifica nella situazione proprietaria di TPS avvenuta dopo la data di notificazione degli accordi. Poiché CLT si era ritirata da TPS, le sue quote sono state cedute a «M6 Numérique» e a «Lyonnaise Satellite», che ora detengono ciascuna 25 % del capitale di TPS.

Al momento della notificazione, il capitale di TPS era così ripartito:

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

A seguito del ritiro CLT, il capitale di TPS è ripartito nel modo seguente:

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

TF1 Développement è controllata al 100 % da TF1. Il capitale di France Télévision Entreprises è ripartito tra France Télécom (66 %) e France Télévision (34 %), di cui le televisioni pubbliche France 2 e France 3 possiedono a loro volta il 50 % ciascuna. M6 Numérique e Lyonnaise Satellite sono controllate al 100 % rispettivamente da M6 e Suez Lyonnaise des Eaux.

- (4) Il 27 luglio 1998, le parti hanno inoltre notificato alla Commissione una clausola aggiuntiva agli accordi costitutivi di TPS, relativa alla soppressione della clausola concernente l'impegno assunto dai soci distributori via cavo di TPS di coordinare la loro offerta con quella della piattaforma digitale. Il contenuto del patto di non concorrenza è stato definito, su richiesta della Commissione, da due clausole aggiuntive in data 17 settembre 1998, mentre una disposizione relativa ad un'eventuale distribuzione esclusiva delle reti «Arte» e «La Cinquième» è stata soppressa da una clausola aggiuntiva recante la stessa data.

B. *Le parti*

1. TF1

- (5) TF1 è la società che gestisce la prima rete televisiva hertziana francese in chiaro, vale a dire di libero accesso. Essa beneficia di un'autorizzazione di uso di frequenza, che è stata rinnovata nel 1996. TF1 è inoltre distribuita via cavo nel Belgio francofono e nel Lussemburgo.
- (6) Il gruppo Bouygues, attivo essenzialmente nel settore della costruzione e promozione immobiliare, controlla di fatto TF1 con una partecipazione del 39 %.
- (7) L'attività principale di TF1 è la telediffusione in chiaro di programmi di carattere generale (non specialistica). La società opera anche — tramite controllate — nei seguenti settori: raccolta e gestione degli spazi pubblicitari, produzione audiovisiva e cinematografica, commercializzazione di diritti audiovisivi, diffusione di due canali tematici e produzione e distribuzione di prodotti e servizi derivati.
- (8) Nel 1996, il fatturato mondiale del gruppo Bouygues ammontava a 11 180,5 milioni di ECU, mentre quello di TF1 nello stesso periodo era di 1 475,8 milioni di ECU.

2. France Télévision

- (9) France Télévision raggruppa France 2 e France 3, due società per azioni il cui capitale è detenuto interamente dallo Stato francese e che gestiscono la seconda e la terza rete hertziana della televisione francese, conformemente ad un capitolato d'onori ed a norme fissate per legge, relative alla loro funzione di servizio pubblico, che ne definiscono il campo di azione. I programmi di France 2 e France 3 sono trasmessi in chiaro e finanziati sia dal canone di abbonamento audiovisivo pagato da ogni nucleo familiare che possieda un apparecchio televisivo, sia dai proventi delle inserzioni pubblicitarie.
- (10) France 2 e France 3 trasmettono in Francia programmi di tipo non specialistico nazionale, a cui si aggiungono — nel caso di France 3 — programmi regionali e locali. Le due reti sono inoltre distribuite via cavo in Belgio e nel Lussemburgo.
- (11) All'attività di telediffusione di tipo non specialistico, le due reti aggiungono, grazie a società controllate e partecipate, le attività audiovisive seguenti: gestione della raccolta degli spazi pubblicitari, produzione audiovisiva e cinematografica, smercio di diritti audiovisivi, diffusione di canali tematici a vocazione culturale ed educativa, produzione e distribuzione di servizi derivati.

- (12) Nel 1996, France 2 e France 3 hanno realizzato un fatturato di 760,3 milioni di ECU e di 784,7 milioni di ECU rispettivamente.

3. France Télécom

- (13) France Télécom è l'operatore storico delle telecomunicazioni in Francia. A seguito della parziale privatizzazione della società nel 1997, il 25 % del suo capitale è attualmente detenuto dal grande pubblico, da investitori istituzionali e dai dipendenti. France Télécom gestisce servizi di telefonia (voce fissa e mobile), reti aperte al pubblico, terminali (telefoni e telecopiatrici, centralini telefonici) e reti via cavo; inoltre essa offre servizi telematici e multimediali.
- (14) France Télécom detiene anche la tecnologia di accesso condizionato «Viaccess», utilizzata da TPS e dalla piattaforma concorrente AB-Sat.
- (15) Nel settore della distribuzione via cavo, France Télécom Câble, controllata da France Télécom, gestisce una rete di oltre 1,2 milioni di prese raccordabili, con un tasso di penetrazione commerciale ⁽⁵⁾ del 23 %. Il numero di abbonati a France Télécom Câble rappresenta circa il 29,5 % del settore della distribuzione via cavo.
- (16) Nel 1996, il gruppo France Télécom ha realizzato un fatturato di 23 049,13 milioni di ECU.

4. M6

- (17) M6 è una società di diritto francese, autorizzata a trasmettere il 26 febbraio 1987, che utilizza una rete televisiva nazionale terrestre i cui principali azionisti sono la CLT e Suez Lyonnaise des Eaux. L'autorizzazione è stata rinnovata nel 1996 con effetto 1° marzo 1997.
- (18) M6 è attiva anche in vari campi del settore audiovisivo, quali la raccolta e la gestione degli spazi pubblicitari, la produzione cinematografica e audiovisiva, lo smercio dei diritti di sfruttamento di programmi audiovisivi e cinematografici, la gestione di canali tematici, la produzione di dischi, riviste e videogrammi e le televendite.
- (19) Nel 1996, M6 ha realizzato un fatturato di 315,93 milioni di ECU.

5. Suez Lyonnaise des Eaux

- (20) Il capitale di Suez Lyonnaise des Eaux era così ripartito nell'ottobre 1997: Electrafina (GBL) (10 %), Crédit Agricole (7,6 %), AXA-UAP (6,2 %), CDC (4,5 %), Saint-Gobain (4 %), Cogema (3 %),

dipendenti (1,1 %); la quota restante del 63,6 % era nelle mani del grande pubblico.

- (21) Suez Lyonnaise des Eaux è presente in vari settori d'attività: distribuzione d'acqua e di energia, nettezza urbana, lavori pubblici, concessione di infrastrutture e servizi finanziari. Essa è attiva anche nel settore delle comunicazioni, soprattutto grazie alla società M6, di cui detiene una quota del 34,45 %, e alla sua controllata Lyonnaise Communications, che gestisce in Francia una rete via cavo di oltre 1,5 milioni di prese raccordabili, con un tasso di penetrazione commerciale del 18,8 %. Il numero di abbonati a Lyonnaise Communications rappresenta circa il 26 % di tale settore.
- (22) Nel 1996, il fatturato consolidato pro forma di Suez Lyonnaise des Eaux (la fusione è avvenuta il 19 giugno 1997) è stato di 26 394,52 milioni di ECU.

C. I mercati rilevanti

1. I mercati dei prodotti

- (23) L'operazione notificata concerne principalmente il mercato della televisione a pagamento, in cui opera TPS. In quanto produttore di talune delle reti tematiche incluse nella sua offerta, TPS è anche attiva nel mercato d'acquisizione di diritti di trasmissione nonché in quello dello smercio e gestione di reti tematiche.
- (24) È necessario esaminare anche il mercato dei servizi tecnici connessi alla televisione a pagamento, dato che l'oggetto sociale di TPS include lo sviluppo, lo smercio, l'acquisto e la vendita di tutti i sistemi di controllo d'accesso, nonché la gestione e lo smercio di sistemi di abbonamento.

1.1. Il mercato della televisione a pagamento

- (25) Come risulta dalla decisione 94/922/CE della Commissione ⁽⁶⁾, dalla decisione della Commissione del 7 ottobre 1996 (Bertelsmann/CLT) ⁽⁷⁾ e dalla decisione 1999/153/CE della Commissione (Bertelsmann/Kirch/Première) ⁽⁸⁾, il mercato della televisione a pagamento — finanziata sia totalmente che parzialmente dai proventi pubblicitari — costituisce un mercato del prodotto diverso da quello della televisione di libero accesso. Mentre nel caso di quest'ultima il rapporto commerciale si stabilisce tra il radiodiffusore e il committente del

⁽⁵⁾ Rapporto tra il numero di abbonati e quello di prese raccordabili.

⁽⁶⁾ GU L 364 del 31.12.1994, pag. 1, considerando 32 e 33; caso n. IV/M.779 — Bertelsmann/CLT del 7 ottobre 1996; caso n. IV/M.993 — Bertelsmann/Kirch/première del 27 maggio 1998.

⁽⁷⁾ GU C 364 del 4.12.1996, pag. 3.

⁽⁸⁾ GU L 53 del 27.2.1999, pag. 1.

messaggio pubblicitario, nel caso della televisione a pagamento si stabilisce tra il radiodiffusore ed il telespettatore in quanto abbonato. Di conseguenza, per tali due tipi di televisione le condizioni di concorrenza sono diverse. Nel caso della televisione in chiaro, i parametri chiave sono costituiti dalla percentuale di ascolto e dalle tariffe pubblicitarie; per la televisione a pagamento invece, essi sono rappresentati da una programmazione concepita per attirare determinati gruppi-bersaglio, i cui punti salienti sono le trasmissioni cinematografiche in prima visione e quelle sportive, nonché il canone di abbonamento. La televisione a pagamento è inoltre caratterizzata da ulteriori fattori, quali l'esigenza di possedere un decodificatore per decriptare i programmi, lo smercio tramite una rete di distributori o vendite a domicilio, l'esigenza di una gestione amministrativa degli abbonamenti e la possibilità per l'operatore di collegarsi ad un sistema di controllo d'accesso.

(26) Il mercato del prodotto in questione è quello relativo alla televisione a pagamento che, come già indicato dalla Commissione⁽⁹⁾, non può essere suddiviso in televisione a pagamento analogica e digitale. La televisione digitale a pagamento, infatti, rappresenta solo uno sviluppo tecnologico di quella analogica. Nonostante in Francia tali tecnologie coesistano attualmente sul satellite e sul cavo, è probabile che in futuro la tecnologia digitale si sostituisca a quella analogica. Il caso di «CanalSatellite Analogique» è interessante a questo proposito: dopo che una parte dei suoi abbonati era migrata verso la televisione a pagamento digitale, CanalSatellite ha deciso di cessare l'attività del suo pacchetto («bouquet») analogico nell'ottobre 1998, vale a dire poco più di due anni e mezzo dopo il lancio dei suoi programmi digitali. In ogni caso, la televisione a pagamento, sia analogica che digitale, presenta le stesse caratteristiche, quali, per esempio, un sistema di controllo d'accesso, un identico tipo di smercio, la gestione degli abbonati e la scelta dei programmi⁽¹⁰⁾.

(27) I servizi di televisione a pagamento possono essere trasmessi in Francia per via hertziana, via satellite o via cavo.

(28) I servizi di televisione a pagamento di Canal+ sono tradizionalmente trasmessi per via hertziana. Ancora oggi, la rete Canal+ hertziana conta senza dubbio il maggior numero di abbonati (circa 3,5

milioni nel settembre 1998), nonostante sia ormai accessibile anche via satellite e via cavo. Come nel caso della televisione via cavo e via satellite, la televisione a pagamento per via hertziana include nella sua offerta programmi essenzialmente orientati sulle trasmissioni cinematografiche e sportive, smercia tale offerta tramite una rete di distribuzione, utilizza un terminale associato ad un sistema di decodificazione e richiede un sistema di gestione degli abbonati.

(29) In merito ai servizi di televisione via cavo, gli abbonamenti alle reti tematiche, sia per trasmissioni analogiche che digitali, sono proposti, come per le trasmissioni via satellite, sotto forma di «pacchetti», che includono l'offerta di base ed una serie di opzioni. Dato che gli operatori via cavo smerciano in prevalenza reti già incluse nelle offerte delle piattaforme via satellite, l'insieme dei programmi trasmessi da CanalSatellite, TPS⁽¹¹⁾ e AB-Sat, nonché da Canal+, è presente anche nell'offerta via cavo, il cui contenuto è pertanto simile a quello dell'offerta via satellite. Inoltre, va segnalato che ogni piattaforma televisiva via satellite applica la stessa politica di tariffazione a tutto il territorio francese, senza distinguere tra zone cablate o meno.

(30) Il tasso di penetrazione del cavo in Francia è modesto: nel settore della televisione a pagamento, escludendo il «servizio antenna» che trasmette solo le reti non tematiche in chiaro, il tasso di penetrazione commerciale è leggermente superiore al 22 % (numero di abbonati/numero di prese raccordabili) ed il tasso di penetrazione globale (numero di abbonati al cavo/numero di domicili dotati di TV) è di circa 10 %. D'altra parte, nelle zone cablate in cui gli utenti hanno la scelta tra cavo e satellite, e cioè nelle zone urbane e periurbane, la televisione via satellite in genere è vincolata da una serie di restrizioni (regolamenti di condominio, normativa comunale) che frenano la posa dell'antenna parabolica, favorendo invece la televisione via cavo. Tali elementi, tuttavia, non sono sufficienti per giustificare una distinzione tra un eventuale mercato della televisione a pagamento via cavo ed un mercato della televisione a pagamento via satellite. Il fatto che nelle zone cablate il tasso di penetrazione del satellite sia basso o molto basso dimostra, al contrario, che la televisione a pagamento via

⁽⁹⁾ Cfr. nota 8.

⁽¹⁰⁾ Se si confrontano i canoni in vigore nel 1996, si rileva che il prezzo dell'abbonamento a Canal+ analogico per via hertziana (175 FRF) era simile al canone d'abbonamento a CanalSatellite Numérique via satellite (98 FRF per l'abbonamento di base + 55 FRF per l'offerta cinematografica + 30 FRF per l'offerta musicale).

⁽¹¹⁾ Tuttavia, la rete NumériCâble, controllata da Canal+, non include i canali cinematografici di TPS.

cavo, quando esiste, si sostituisce alla televisione a pagamento via satellite, dato che per gli utenti è più comodo collegarsi via cavo che adempiere le formalità in genere connesse alla posa di un'antenna parabolica. Di conseguenza, il mercato della televisione a pagamento in Francia include, per il momento, le tre modalità di trasmissione televisiva: hertziana, via satellite e via cavo.

- (31) In base ai dati forniti dal «Conseil Supérieur de l'Audiovisuel» (Consiglio superiore del settore audiovisivo francese), i tre operatori via satellite (CanalSatellite, TPS e AB-Sat) rappresentavano, nel giugno 1998, il 15 % degli abbonati in Francia, la televisione via cavo il 28 % e Canal+ hertziano il 57 %.

1.2. *II mercato dei servizi tecnici connessi alla televisione a pagamento*

- (32) Gli operatori della televisione a pagamento devono ricorrere ad una infrastruttura tecnica speciale per codificare e decriptare le emissioni destinate ai telespettatori abbonati. A tal fine, presso ogni abbonato viene installato un terminale che, nel caso della televisione a pagamento digitale, è plurifunzionale e consente la demodulazione del segnale inviato via satellite o via cavo, la decompressione del segnale digitale, la demultiplazione delle varie reti, la decodificazione del segnale criptato, la gestione del controllo d'accesso ed una interfaccia con tessera magnetica.
- (33) L'operatore della televisione a pagamento deve inoltre disporre di un sistema di accesso condizionato per trasmettere agli abbonati, autorizzati a riceverli, i dati codificati contenenti le informazioni sui programmi offerti dall'abbonamento, nonché per trasmettere i segnali della televisione. Il sistema include in genere anche la messa a disposizione dell'abbonato di una tessera magnetica, che consente di decifrare i dati dell'autorizzazione e di trasferirli al terminale.

1.3. *Il mercato dell'acquisizione di diritti di diffusione, in particolare cinematografici e sportivi*

- (34) Come è noto, il cinema e gli eventi sportivi costituiscono i due prodotti faro della televisione a

pagamento. L'acquisizione di diritti sportivi e cinematografici è indispensabile per produrre programmi con caratteristiche tali da attirare e convincere i futuri abbonati a pagare per ricevere tali servizi televisivi: si tratta pertanto di prodotti che fungono da richiamo per la televisione a pagamento. Ai fini del caso in esame, non è necessario determinare se esistano dei mercati separati per i diritti di diffusione cinematografici e sportivi.

- (35) In merito alle trasmissioni cinematografiche, i diritti acquisiti si suddividono in diritti di «televisione in chiaro», «pay-TV», «pay-per-view», «near video-on-demand» e «video-on-demand»⁽¹²⁾. Secondo la legislazione francese relativa alla cronologia di diffusione da parte dei mezzi di comunicazione, i diritti per la trasmissione hertziana in chiaro possono essere sfruttati solo dopo un termine di 36 mesi dalla prima proiezione in sala del film, mentre i diritti di «pay-TV» sono fruibili 12 mesi dopo la proiezione in sala; tali termini sono ridotti nel caso di coproduzioni. Nella televisione a pagamento via satellite o via cavo, i diritti di «pay-TV» sono suddivisibili in «prima finestra» e «seconda finestra», secondo una tendenza lanciata dagli «Studios» di Hollywood, che peraltro non si è ancora sviluppata presso i produttori/distributori francesi. Va inoltre segnalato che non vi è alcuna differenza, nello sfruttamento di tali diritti, tra trasmissioni televisive analogiche o digitali.
- (36) I diritti sportivi sono anch'essi suddivisi in diritti di televisione in chiaro, «pay-TV» e «pay-per-view».

1.4. *Il mercato dello smercio e gestione delle reti tematiche*

- (37) Le reti tematiche sono indispensabili per la costituzione di offerte di televisione a pagamento. Nonostante esistano reti generali francesi o straniere trasmesse anche via cavo o via satellite, esse non costituiscono una categoria di programmi specifici della televisione a pagamento.

⁽¹²⁾ L'espressione «pay tv» o televisione a pagamento indica la trasmissione criptata di programmi audiovisivi, indipendentemente dal modo di trasmissione, contro pagamento di un canone d'abbonamento che consente l'accesso ad una serie di programmi o a un canale. La televisione «pay per view» permette l'accesso a singoli programmi criptati, contro pagamento per sessione, in una fascia oraria programmata dall'operatore. La televisione «near-video-on-demand» consiste in un servizio di televisione «pay per view» che dà accesso a vari programmi (multiplex). Infine, la televisione «video-on-demand» permette all'utente l'accesso ad un programma, contro pagamento per sessione, ad un orario liberamente scelto.

(38) Il mercato delle reti tematiche è in piena espansione a seguito dell'introduzione della tecnologia digitale che, grazie alla compressione dei dati, consente — rispetto alla tecnologia analogica — la diffusione di un numero molto più elevato di reti e di servizi.

(39) Composto in origine solo da alcune reti prodotte per essere trasmesse via cavo in Francia, tale mercato conta attualmente oltre 140 reti tematiche — francesi, europee ed extraeuropee — gestite via satellite e via cavo.

2. Mercati geografici di riferimento

(40) L'offerta di TPS è per il momento smerciata solo in Francia. Tuttavia, come stabilito dagli accordi notificati, tale commercializzazione potrebbe in futuro estendersi ai paesi europei francofoni. Ai fini della valutazione del caso in esame, non è tuttavia necessario valutare se il mercato geografico di riferimento sia il mercato francese o quello europeo francofono.

(41) Le stesse considerazioni valgono per il mercato dei servizi tecnici connessi alla televisione a pagamento, che la Commissione ha già riconosciuto essere strettamente legato all'offerta di televisione a pagamento⁽¹³⁾.

(42) In merito al mercato delle reti tematiche, anche se esistono programmi stranieri smerciati in Francia, la loro inclusione nelle offerte via satellite e via cavo è negoziata su base nazionale.

(43) In merito al mercato geografico dell'acquisizione dei diritti di trasmissione, anche se tale acquisizione è possibile su scala mondiale e nonostante taluni operatori acquisiscano contemporaneamente tali diritti per più di un territorio, essa è ancora negoziata su base essenzialmente nazionale o tutt'al più linguistica. Nella decisione 89/536/CE della Commissione⁽¹⁴⁾, questa ha constatato che i diritti di diffusione di film sono in genere concessi su una base linguistica e per una zona di diffusione specifica. Ai fini del presente caso, non è necessario determinare se il mercato dell'acquisizione dei diritti di diffusione è il mercato francese o quello europeo francofono.

⁽¹³⁾ Cfr. note 6 e 8.

⁽¹⁴⁾ GU L 284 del 3.10.1989, pag. 36.

3. Struttura del mercato

3.1. Mercato della televisione a pagamento

(44) Il più antico concorrente sul mercato della televisione a pagamento in Francia è Canal+. Lanciato nel 1984, questo servizio di televisione a pagamento è prevalentemente accessibile per via hertziana in modo analogico, pur essendo trasmesso anche in versione digitale a multifrequenza (Canal+ blu, giallo e verde) via satellite e in modo analogico e digitale via cavo. Canal+ conta attualmente un totale di 4,3 milioni di abbonati. La sua programmazione, in quanto rete «premium», si concentra sul cinema in prima visione esclusiva nonché sugli avvenimenti sportivi di prima qualità. Canal+ gode di un'immagine fortemente radicata in Francia e di un «know-how» molto sviluppato riguardo alla gestione di servizi di televisione a pagamento, che derivano dalla sua lunga esperienza in tale settore.

(45) Il gruppo Canal+ opera anche nel settore della distribuzione via cavo, nel quale esso controlla la rete cablata «NumériCâble», che rappresenta circa il 21 % del settore cablato in Francia.

(46) Nel 1992, CanalSatellite, società controllata al 70 % da Canal+, ha lanciato un'offerta («bouquet») di canali a pagamento via satellite, in modo analogico. In seguito, nel 1996, sono stati lanciati i servizi di CanalSatellite Numérique. Alla fine del 1997, «CanalSatellite Analogique» aveva ancora 100 000 abbonati circa, mentre CanalSatellite Numérique era già riuscita a far sottoscrivere 650 000 abbonamenti. CanalSatellite Analogique ha deciso di cessare la sua attività nell'ottobre 1998. CanalSatellite Numérique contava 900 000 abbonati a fine giugno 1998 e stimava di raggiungere il milione di abbonati nell'autunno 1998.

(47) A livello di abbonamenti il gruppo Canal+ — includendo la rete «premium» Canal+, CanalSatellite e la rete NumériCâble — rappresentava, a fine giugno 1998, il 70 % circa del mercato francese della televisione a pagamento.

(48) Il gruppo Canal+ è anche presente sui seguenti mercati stranieri della televisione a pagamento: Spagna, Italia, paesi nordici, Belgio francofono, Fiandre, Paesi Bassi, Polonia e Africa. Nella maggior parte di tali paesi, il gruppo ha lanciato o sta per lanciare delle piattaforme digitali accanto alle reti «premium». A fine giugno 1998, il gruppo registrava in totale 10,3 milioni di abbonati in Europa⁽¹⁵⁾.

⁽¹⁵⁾ Satellifax del 24 luglio 1998.

(49) Nell'aprile 1996, il gruppo AB, che opera essenzialmente nel settore di produzione di programmi e di distribuzione di diritti televisivi, ha lanciato sul mercato francese un altro pacchetto di programmi, costituito da una ventina di canali a pagamento trasmessi via satellite, prodotti dal gruppo stesso. A fine giugno 1998, tale pacchetto contava già 100 000 abbonati. Nel marzo 1997, AB-Sat ha concluso con CanalSatellite un accordo di Simulcrypt, che consente agli abbonati dei due pacchetti di ricevere i programmi dei due operatori su un solo ed unico terminale digitale, con una tessera magnetica unica. AB-Sat e CanalSatellite hanno inoltre stipulato un accordo secondo il quale alcune reti di AB-Sat, in particolare quella sportiva, saranno diffuse su CanalSatellite. Un ulteriore accordo è stato concluso con TPS nel luglio 1998 per la distribuzione di una rete di AB-Sat nell'offerta di base di TPS nonché di cinque reti a scelta.

(50) TPS da parte sua contava, a fine luglio 1998, 457 000 abbonati e, secondo le sue previsioni, arriverà a 600 000 circa entro la fine dell'anno.

(51) Sul mercato della televisione a pagamento, i tre principali operatori via cavo, aderenti al «Piano-Cavo» lanciato dal governo francese nel 1982, sono France Télécom, Lyonnaise Câble — entrambi azionisti di TPS — e NumeriCâble, controllata da Canal+. Ciascuno di essi registrava, a fine marzo 1998, un numero di abbonati pari a 442 000 per France Télécom, 439 212 per Lyonnaise Communications e 357 210 per NumériCâble, cifre corrispondenti rispettivamente al 6,22 %, 6,18 % e 5,1 % del mercato della televisione a pagamento⁽¹⁶⁾. Globalmente, tali operatori detengono l'80 % circa del settore via cavo. Il residuo 20 % è detenuto da vari operatori via cavo di dimensioni più ridotte.

3.2. *Il mercato dei servizi tecnici connessi alla televisione a pagamento*

(52) Secondo gli accordi notificati TPS è autorizzata a sviluppare e smerciare sistemi di controllo d'accesso nonché sistemi di abbonamento. Ai fini dello svolgimento della sua attività, TPS ha peraltro

⁽¹⁶⁾ Pubblicazione Avica — gennaio 1998. Le cifre includono solo gli abbonamenti sulla base di un contratto individuale con l'operatore via cavo ed escludono gli abbonati al «servizio antenna»: tale servizio trasmette i programmi in chiaro e non costituisce pertanto un servizio di televisione a pagamento nel senso stretto del termine in quanto manca un rapporto commerciale diretto tra l'abbonato e l'operatore via cavo, essendo i costi di tale servizio fatturati insieme alle spese condominiali.

scelto per il momento il sistema di accesso Viaccess che è oggetto di un accordo di licenza stipulato con France Télécom. TPS gestisce invece direttamente i suoi abbonati.

(53) France Télécom è presente su detto mercato dei servizi tecnici come ideatore e proprietario del sistema di accesso condizionato Viaccess (versione digitale del sistema Eurocrypt) e si trova in concorrenza con il gruppo Canal+, proprietario del sistema d'accesso Mediaguard e che ha messo a punto il terminale digitale Mediasat.

(54) Il sistema Viaccess è utilizzato anche da AB-Sat che ha, a tal fine, concluso un accordo di licenza con France Télécom, nonché con l'operatore via cavo Lyonnaise Communications.

3.3. *Il mercato dell'acquisizione di diritti di diffusione, in particolare cinematografici e sportivi*

(55) La convenzione costitutiva di TPS prevede la creazione di reti cinematografiche e di un servizio di televisione «pay-per-view» (visione a pagamento), nonché delle loro società editrici⁽¹⁷⁾. Tre reti cinematografiche ed una per ragazzi, che trasmettono quasi esclusivamente cartoni animati, sono attualmente prodotte da «TPS Cinéma», detenuta al 100 % da TPS. I servizi di televisione «pay-per-view», che trasmettono film ed avvenimenti sportivi, sono prodotti dalla società Multivision, controllata da TPS (78 %) e da France Télécom e Suez Lyonnaise des Eaux.

(56) Tramite le sue due controllate produttrici di reti e servizi, TPS opera pertanto sul mercato d'acquisizione di diritti televisivi, in particolare cinematografici e sportivi.

(57) TPS ha concluso accordi con cinque grandi «Studios» americani per acquisire diritti di «pay-TV» (televisione a pagamento) e di «pay-per-view»; in tre casi, tuttavia, essa ha acquisito diritti di «seconda finestra pay-TV» (e cioè dopo la diffusione su Canal+). TPS detiene anche i diritti di «pay-per-view» del torneo di tennis di Roland-Garros, delle partite di calcio europee della Coppa dei Campioni e di talune partite di calcio della Coppa di Francia.

⁽¹⁷⁾ In genere, una società editrice di reti tematiche, concepisce i programmi e gestisce e smercia le reti create.

(58) I concorrenti principali di TPS, in particolare nel settore di acquisizione di diritti cinematografici, sono Canal+ e le reti tematiche nelle quali Canal+ detiene una partecipazione, in particolare tramite la società Multithématiques. Il gruppo Canal+ ha una posizione particolarmente forte su tale mercato, evidenziata dai seguenti fattori: essendo una rete «premium», il cui prestigio proviene essenzialmente da trasmissioni cinematografiche di qualità in prima visione, Canal+ ha firmato dei contratti con cinque dei sette principali «Studios» di Hollywood, nonché con Polygram, per acquisire diritti esclusivi di «pay-TV» di prima visione. I diritti detenuti da Canal+ rappresenterebbero circa l'87 % della produzione di Hollywood in termini di incasso delle sale cinematografiche (box-office) in Francia⁽¹⁸⁾. Inoltre, il prezzo negoziato in tali contratti da Canal+ in funzione dei suoi 4,3 milioni di abbonati rappresenta il prezzo minimo nelle trattative tra distributori ed acquirenti di diritti di «pay-TV».

(59) Il gruppo Canal+ è altresì proprietario del catalogo di film UGC DA/Canal+ DA — che include 4 800 film — nonché di programmi del genere «fiction», di film di cartoni animati e di documentari.

(60) Per quanto concerne i diritti di diffusione sportivi, il gruppo Canal+ detiene i diritti criptati in esclusiva e di «pay-per-view» per le trasmissioni del campionato di calcio in Francia, nonché di taluni campionati di calcio europei. Canal+ detiene anche diritti criptati in esclusiva e di «pay-per-view» per la Formula 1. In merito alle altre discipline sportive, i diritti in esclusiva detenuti da Canal+ sono talvolta limitati (vale a dire condivisi con delle reti in chiaro).

(61) Anche se l'attività principale del gruppo AB risiede nel settore della produzione di programmi e della distribuzione di diritti televisivi e benché esso trasmetta oltre 30 000 ore di programmi⁽¹⁹⁾, AB-Sat

ricorre anche al mercato dell'acquisizione di diritti di diffusione per ottenere diritti di «fiction» e sportivi.

(62) Le reti generali sono presenti anche su tale mercato, sia per l'acquisizione di diritti sportivi per le loro trasmissioni in chiaro che per l'acquisizione di diritti su film da catalogo o su film nuovi, in particolare tramite la coproduzione nel caso di opere cinematografiche francesi. Tali reti sono attive soprattutto a livello di ordinazioni di opere audiovisive (serie televisive, telefilm, cartoni animati e programmi)⁽²⁰⁾.

(63) Per quanto concerne i nuovi film francesi, su un totale di 163 film prodotti nel 1997, le reti generali hanno coprodotto 73 film, Canal+ ha preacquisito i diritti di «pay-TV» di 134 film⁽²¹⁾ e TPS di 4⁽²²⁾.

(64) I soci di TPS, editori di reti tematiche, sono anch'essi presenti su tale mercato.

3.4. *Il mercato dello smercio e dello sfruttamento delle reti tematiche*

(65) Il mercato dello smercio e dello sfruttamento delle reti tematiche è in piena espansione, in particolare dopo l'avvento delle piattaforme digitali.

(66) Le reti storiche, chiamate «reti del cavo», contavano tra i loro azionisti i principali operatori della televisione a pagamento, vale a dire Canal+ ed i tre principali operatori cavo: Lyonnaise des Eaux, diventata Suez Lyonnaise des Eaux, Générale des Eaux e, in minor misura, France Télécom. La maggior parte degli operatori di televisione in chiaro deteneva anche partecipazioni, molto più modeste, nelle reti tematiche.

(67) Con l'avvento delle piattaforme via satellite, tutti gli operatori della televisione a pagamento hanno acquisito partecipazioni nelle reti tematiche operanti sul mercato.

(68) Il numero di partecipazioni detenute dai principali operatori del mercato è relativamente omogeneo. Il gruppo Canal+ tuttavia detiene le partecipazioni nelle reti più antiche, con il maggior tasso di penetrazione nel mercato via cavo ed il maggior numero di abbonati⁽²³⁾.

⁽¹⁸⁾ Parere n. 98-A-14 del Consiglio della concorrenza del 31 agosto 1998, relativo alla fusione per assorbimento della società Havas da parte della Compagnie Générale des Eaux — Bollettino Ufficiale della concorrenza, del consumo e della repressione delle frodi del 7 ottobre 1998.

⁽¹⁹⁾ Presentazione del Gruppo AB — settembre 1997.

⁽²⁰⁾ La legislazione francese impone alle reti generali l'obbligo di investire il 15 % del fatturato nelle ordinazioni di opere audiovisive di espressione originale francese e di stanziare il 3 % del fatturato a favore dello sviluppo della produzione di opere cinematografiche francofone ed europee.

⁽²¹⁾ Canal+ è soggetta all'obbligo di investire il 9 % del fatturato nell'acquisizione di opere cinematografiche d'espressione originale francese.

⁽²²⁾ CNC Info n. 268, aprile 1998.

⁽²³⁾ Relazione del CSA — «La televisione a pagamento via satellite» — agosto 1997.

- (69) Sul mercato in esame operano anche società straniere come le reti americane CNN, ABC, NBC e, più recentemente, delle reti in lingua araba smerciate su TPS e su talune reti cablate. Anche gli «Studios» di Hollywood (Disney, Fox, Paramount, Universal) offrono reti tematiche, la cui diffusione è in genere negoziata, e a volte imposta, in «pacchetti» insieme ai diritti di film.

D. *L'operazione: gli accordi notificati*

- (70) Gli accordi notificati sono quattro. La convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996 contiene le principali disposizioni inerenti al funzionamento di TPS, in seguito precisate e strutturate dall'accordo di associazione, firmato il 19 giugno 1996, nonché dagli statuti delle società TPS e TPS Gestion (TPSG) firmati alla stessa data.
- (71) La durata degli accordi e delle disposizioni contrattuali citate è di dieci anni.

1. Amministrazione di TPS

- (72) La gestione di TPS è affidata ad una seconda società TPSG la cui situazione proprietaria rispecchia esattamente quella di TPS.
- (73) TPSG è retta da un consiglio di amministrazione, composto da dodici amministratori, di cui tre designati da TF1, tre da France Télévision Entreprises e sei da M6 Numérique e Lyonnaise Satellite. La previa autorizzazione del consiglio di amministrazione è necessaria per qualsiasi decisione, in particolare se relativa a cambi di attività di TPS e di TPSG, a modificazioni sostanziali del piano previsionale di sviluppo e di gestione di TPS, all'adozione dei bilanci annuali di funzionamento e d'investimento, alla politica generale di composizione dell'offerta digitale, alla politica dei prezzi, ecc. Il consiglio d'amministrazione è competente per statuire a maggioranza semplice su tutte le questioni attinenti alla politica commerciale di TPS, senza che il presidente goda di un diritto di voto preponderante.
- (74) Di conseguenza, secondo tali disposizioni, i soci di TPS non esercitano un controllo congiunto sulla politica commerciale di tale società.
- (75) Nel caso di cessione di quote di TPS o di TPSG, i soci iniziali beneficiano di un diritto di prelazione.

2. Obiettivi degli accordi TPS

- (76) In base agli accordi notificati, l'obiettivo di TPS è la creazione, lo sviluppo e la gestione di un'offerta di programmi e di servizi a pagamento, destinati ai telespettatori europei francofoni. I programmi

saranno trasmessi via satellite in modo digitale verso antenne di ricezione diretta e reti cablate. L'oggetto della società copre tutte le operazioni necessarie allo svolgimento di tali attività ed in particolare:

- l'acquisto, la vendita, lo smercio, la promozione e la diffusione di programmi e di servizi televisivi;
- l'acquisto, la locazione e la messa a disposizione dei servizi tecnici necessari alla trasmissione ed all'accesso dell'offerta digitale;
- lo sviluppo, lo smercio, l'acquisto, la vendita di tutti i sistemi di controllo dell'accesso, la gestione e lo smercio dei sistemi di abbonamento;
- la negoziazione di accordi relativi alla produzione, coproduzione e ideazione di programmi televisivi e servizi destinati a TPS.

3. Disposizioni contrattuali

3.1. *Patto di non concorrenza (clausole aggiuntive all'articolo 11 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996 ed all'articolo 5.3 dell'accordo di associazione del 19 giugno 1996: «Esclusiva»)*

- (77) Fatta salva la situazione esistente alla data di conclusione degli accordi, e ad eccezione dei casi di vendita di programmi e servizi nuovi non negoziati con TPS, le parti s'impegnano a non partecipare, direttamente o indirettamente, a qualsiasi titolo, e fintanto che rimangano azioniste di TPS, a società che abbiano per attività o come oggetto sociale la diffusione e lo smercio di un'offerta di programmi e di servizi audiovisivi a pagamento, in modo digitale e via satellite, destinata ai domicilia europei francofoni.

3.2. *Clausola relativa ai programmi e ai servizi di TPS (articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996: «Programmi e servizi dell'offerta digitale»)*

- (78) 3.2.1. Per fornire a TPS i programmi necessari allo svolgimento della sua attività, ciascuna delle parti accetta di offrirle prioritariamente i programmi ed i servizi da essa gestiti o sui quali essa detiene effettivamente un potere decisionale in seno alla società produttrice, nonché i programmi

ed i servizi da essa eventualmente creati. TPS ha inoltre il diritto di rifiutare in ultima istanza, oppure di accettare, alle migliori condizioni proposte dai concorrenti, qualsiasi programma o servizio che gli azionisti di TPS proponessero a dei terzi. In caso di accettazione a titolo esclusivo o meno, TPS si impegna ad applicare a tali servizi e programmi condizioni finanziarie e contrattuali perlomeno equivalenti a quelle di cui detti servizi e programmi potrebbero beneficiare altrimenti.

(79) In merito all'accettazione di tali reti e servizi, TPS potrà, in funzione della propria libera valutazione, accettare o rifiutare di negoziare l'integrazione di tali programmi e servizi nella propria offerta digitale, a titolo esclusivo o meno, restando valido l'obiettivo delle parti di poter disporre di programmi e servizi in esclusiva nell'offerta digitale di TPS.

(80) Tali disposizioni si applicano solo alle reti tematiche ed ai servizi televisivi controllati dagli associati di TPS; le reti generali sono infatti oggetto di una clausola specifica, citata nel testo in appresso.

(81) 3.2.2. Una clausola specifica relativa alle reti generali (TF1, France 2, France 3 e M6), stabilisce, con effetto immediato, che esse saranno distribuite in esclusiva da TPS, che ne assumerà i costi tecnici di trasporto e di diffusione, senza tuttavia remunerarle. Il contratto prevedeva in origine la possibilità di una diffusione in esclusiva delle reti Arte e La Cinquième. Tale disposizione è stata soppressa dalle parti.

(82) Qualora, a causa di un fattore esterno di natura legislativa o regolamentare, una delle reti generali non dovesse più essere diffusa in esclusiva su TPS, i costi relativi al satellite ed al trasporto saranno a carico di tale rete.

3.3. *Clausola relativa alla distribuzione via cavo (articolo 5 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996: «Coordinamento con l'offerta via cavo»)*

(83) Tale clausola, che imponeva agli azionisti distributori via cavo di TPS l'obbligo d'integrare nelle loro reti in maniera prioritaria i programmi ed i servizi contenuti nell'offerta TPS — in particolare i servizi «pay-per-view» — ed a coordinare tale offerta con quella dei loro programmi e servizi via cavo, è stata, su richiesta della Commissione, soppressa dalle parti. Una clausola aggiuntiva alla convenzione

dell'11 aprile e 18 aprile 1996 è stata a tal fine notificata dalle parti alla Commissione il 27 luglio 1998.

E. Osservazioni dei terzi

(84) A seguito della pubblicazione della comunicazione a norma dell'articolo 19, paragrafo 3, del regolamento n. 17, la Commissione ha ricevuto dai terzi interessati delle osservazioni. La maggior parte dei commenti faceva riferimento alla clausola relativa alla distribuzione via cavo. I terzi interessati insistono sul fatto che l'applicazione di tale clausola ha come effetto di indebolire le reti indipendenti. Considerando l'esigua dimensione del settore della televisione via cavo in Francia e la posizione di forza dei due operatori via cavo soci di TPS, che congiuntamente detengono il 56 % di tale settore, la restrizione d'accesso imposta alle reti indipendenti rispetto a tale settore potrebbe ostacolare seriamente la loro posizione sul mercato.

(85) Come indicato in precedenza, le parti hanno soppresso dall'accordo TPS la clausola relativa alla distribuzione via cavo. Esse hanno notificato alla Commissione, il 27 luglio 1998, l'allegato all'accordo relativo alla soppressione di tale disposizione a decorrere dal 2 aprile 1998.

(86) I terzi hanno a volte formulato delle osservazioni in merito al diritto preferenziale, accordato a TPS dai suoi soci, sui programmi e servizi da essi gestiti. Il termine «programmi» sarebbe in effetti suscettibile di una interpretazione estensiva, e potrebbe attribuire a TPS non solo un diritto preferenziale sulle reti nazionali (oggetto di una clausola specifica) e tematiche, nonché sui servizi interattivi creati e gestiti dalle parti, bensì anche sull'insieme dei diritti di diffusione detenuti dai soci di TPS. Il diritto preferenziale accordato a TPS provocherebbe di conseguenza l'esclusione dal mercato dei produttori di reti tematiche non legati a TPS.

(87) La Commissione ritiene che la clausola citata debba essere interpretata in modo restrittivo e debba essere applicata solo ai programmi ed ai servizi audiovisivi creati e gestiti dai soci di TPS. I diritti di diffusione detenuti dai soci di TPS non sono pertanto oggetto di alcun diritto preferenziale a favore di TPS. Tale interpretazione è stata confermata dalle parti dell'accordo con lettera del 9 ottobre 1998.

- (88) In merito alla clausola relativa alla distribuzione esclusiva delle reti generali su TPS, i terzi interessati hanno sostenuto che la presenza di tali reti nell'offerta di pacchetti di TPS costituisce un grande vantaggio concorrenziale. In effetti, secondo uno studio effettuato da «Audicabsat-Médiamétrie» nel gennaio 1998, tali reti attirano tradizionalmente in Francia la quasi totalità del pubblico, vale a dire il 90 % dell'insieme dei telespettatori, senza distinzione tra gruppi di utenti, ed il 75,1 % del pubblico sintonizzato sul cavo. Inoltre, la qualità di ricezione — spesso mediocre — delle reti hertziane in un numero elevato di domicili (secondo talune stime pari a 8 milioni circa), conferisce alla ricezione in modo digitale di tali reti un carattere particolarmente attraente per il pubblico. Nelle zone di cattiva ricezione hertziana, vi sarebbe dunque un serio rischio di eliminazione della concorrenza a vantaggio di TPS.
- (89) Infine, taluni terzi ritengono che la composizione dell'azionariato di TPS potrebbe ostacolare la concorrenza. Essi segnalano infatti che il progetto è stato realizzato solo grazie alla presenza di tutti gli azionisti di TPS, che hanno contribuito non solo apportando il sostegno finanziario necessario alla realizzazione degli investimenti necessari al lancio di TPS e alla copertura delle eventuali perdite, ma anche la loro grande esperienza ed il «know-how» indispensabile per consentire a TPS di inserirsi nel mercato.
- (90) La Commissione ha esaminato tali osservazioni, che confermano il tenore dei commenti pervenute in precedenza. I timori espressi erano già stati discussi dalla Commissione con le parti ed essa ne aveva tenuto conto al momento della valutazione degli accordi notificati. Le osservazioni citate pertanto — ad eccezione della clausola relativa alle trasmissioni via cavo, che è stata soppressa dalle parti — non hanno indotto la Commissione a modificare la sua posizione circa gli accordi notificati, quale risulta nella comunicazione citata in precedenza e presentata in prosieguo.
- (93) Sul mercato della televisione a pagamento le società di radiodiffusione azioniste di TPS non sono presenti se non per il tramite di TPS. La loro attività principale si esplica sul mercato della televisione a libero accesso, sul quale continuano a farsi concorrenza in modo più che mai vivace, anche dopo la costituzione di TPS. I due operatori via cavo, parti dell'accordo TPS, non possono essere considerati veri concorrenti sul mercato della televisione a pagamento, in quanto operano in zone geografiche diverse e poiché il grado di sovrapposizione della televisione a pagamento via cavo con quella via satellite è estremamente basso in Francia.
- (94) Sul mercato dei servizi tecnici connessi alla televisione a pagamento, France Télécom non è attualmente in concorrenza né con TPS né con uno dei suoi azionisti.
- (95) Sul mercato dell'acquisizione di diritti di diffusione, in particolare cinematografici e sportivi, nel quale le società audiovisive in chiaro, azioniste di TPS, sono molto attive a livello di acquisizione di diritti di trasmissione in chiaro, i rischi di un coordinamento dell'azione delle parti sono scarsi, fintantoché le trasmissioni televisive in chiaro — e la concorrenza che ne deriva — restano la parte essenziale della loro attività⁽²⁴⁾. Inoltre gli azionisti di TPS, in quanto produttori di reti tematiche, acquisiscono dei diritti di «pay-TV». Nessuno di loro tuttavia produce o controlla direttamente i canali cinematografici mentre, per quanto riguarda i canali sportivi, solo TF1 è azionista — insieme a Canal+ — del canale Eurosport.

II. VALUTAZIONE GIURIDICA

A. Applicazione dell'articolo 85, paragrafo 1, alla costituzione di TPS

- (91) Con l'accordo TPS, le parti costituiscono una società che non è sottoposta al controllo congiunto dei suoi azionisti. L'accordo di costituzione di una società non è di per sé restrittivo della concorrenza ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1.
- (92) Tuttavia, avendo ricevuto osservazioni da parte di terzi interessati che si preoccupano dei rischi di un comportamento collusivo tra i soci di TPS, in particolare tra le società di radiodiffusione, la Commissione ha esaminato l'impatto della costituzione di TPS sui vari mercati dei prodotti in questione, giungendo alla conclusione che non esiste un rischio di coordinamento tra i vari azionisti di TPS.

⁽²⁴⁾ Taluni terzi interessati hanno manifestato alla Commissione le loro preoccupazioni in merito al rischio di una eventuale collusione tra le società di radiodiffusione azioniste di TPS nel settore dell'acquisizione di diritti televisivi, come per esempio nel caso di «TCM». Tale società era stata creata da alcune società azioniste di TPS (TF1, M6 e CLT, in seguito ritirate) al momento della stipulazione di un accordo globale con lo «Studio» Paramount. Tale accordo, di importanza vitale per la creazione di reti cinematografiche — e dunque per il lancio di TPS — imponeva in effetti non solo l'acquisto di diritti di «pay-TV» e «pay-per-view», ma anche quello di diritti in chiaro, acquisiti da TCM grazie al contributo finanziario dei suoi azionisti. L'accordo costitutivo di TCM ha dato luogo all'invio di una lettera amministrativa da parte della Commissione, che ha ritenuto che l'accordo citato non sia restrittivo della concorrenza, a condizione che le attività di TCM si limitino alla conclusione di accordi indispensabili al funzionamento di TPS, anche perché le parti si sono impegnate a mettere nuovamente sul mercato tutti i diritti per la trasmissione in chiaro e a rivenderli alle condizioni di mercato e senza discriminazioni.

(96) Sul mercato dello smercio delle reti tematiche, esiste senza dubbio un certo grado di concorrenza tra gli azionisti di TPS e TPS stessa, in quanto tutti gli azionisti citati detengono, in minore o maggior misura, delle partecipazioni nelle reti tematiche. Tuttavia, per quanto riguarda le trasmissioni via satellite, il rischio che si verifichi un coordinamento delle parti è sin d'ora escluso in virtù della clausola che attribuisce un diritto di priorità a TPS sulle reti tematiche dei suoi soci. Per quanto concerne lo smercio delle reti tematiche via cavo, è difficile che si realizzi un coordinamento del comportamento degli azionisti di TPS, in particolare a livello dei prezzi, a causa del diverso valore commerciale delle varie reti: alcune sono in effetti molto più vecchie e popolari delle altre ed il loro valore commerciale è pertanto superiore a quello delle reti di recente creazione, la cui popolarità è ancora ridotta. Le differenze di prezzo variano in media, a seconda delle reti, da 6 FRF al mese per abbonato a 2 FRF, mentre il prezzo delle reti cinematografiche raggiunge i 20 FRF.

B. Applicazione dell'articolo 85, paragrafo 1, alle norme contrattuali

(97) Sono esaminate le seguenti clausole:

- 1) il patto di non concorrenza (articolo 11 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996 e articolo 5.3 dell'accordo di associazione, modificati dalle clausole aggiuntive del 17 settembre 1998);
- 2) la clausola relativa al diritto di priorità di TPS sui programmi e servizi prodotti e gestiti dai suoi azionisti (articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996);
- 3) la norma relativa alla distribuzione esclusiva delle reti generali su TPS (articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996).

1. Il patto di non concorrenza, come delimitato dalle due clausole aggiuntive del 17 settembre 1998, può essere considerato una restrizione accessoria alla costituzione di TPS durante il periodo necessario all'avviamento dell'impresa.

(98) TPS è stata scelta dai suoi soci come strumento per penetrare nel mercato della televisione a pagamento in Francia. Al momento del lancio, sussistevano molte perplessità in merito alle possibilità di successo di TPS. Gli ingenti investimenti richiesti, la difficoltà di inserirsi in un mercato dominato da un operatore esperto, che già contava su un numero considerevole di abbonati, l'arduo accesso a dei

programmi di qualità, le grandi incertezze sulla reazione dei consumatori ad un aumento dell'offerta di servizi di televisione a pagamento rendevano infatti il progetto TPS estremamente rischioso. In tale situazione, è logico che le parti abbiano concentrato tutti i loro sforzi sulla fase di lancio del progetto, allo scopo di consentire l'entrata del nuovo operatore nel mercato della televisione a pagamento.

(99) Il patto di non concorrenza può dunque essere considerato accessorio alla costituzione di TPS durante la fase cruciale di lancio della piattaforma e, di conseguenza, favorevole alla concorrenza, in quanto atto a facilitare durante tale fase l'ingresso di un nuovo operatore nel mercato della televisione a pagamento in Francia. Sulla base dei dati forniti da TPS in merito all'importo degli investimenti necessari al lancio della piattaforma, alle previsioni relative alle perdite cumulate alla data del raggiungimento dell'equilibrio finanziario, al numero di abbonati necessario per raggiungerlo, ed al tasso di annullamento degli abbonamenti, nonché sulla base dei risultati registrati dall'impresa nel corso dei primi 18 mesi, la durata della fase di lancio può essere stimata a tre anni. Di conseguenza, tale clausola non rientra nell'articolo 85, paragrafo 1, per i primi tre anni di applicazione.

2. La clausola relativa ai programmi e servizi (articolo 6 della convenzione) impone alle parti di offrire prioritariamente a TPS l'insieme delle reti tematiche e dei servizi audiovisivi da esse gestiti o prodotti o sui quali esse detengono un effettivo potere decisionale in seno alla società produttrice. Le parti si impegnano altresì ad attribuire a TPS il diritto di rifiutare in ultima istanza oppure di accettare, alle migliori condizioni proposte, qualsiasi programma o servizio che gli azionisti di TPS proponessero a dei terzi, lasciando a TPS la facoltà di riprendere tali reti e servizi, a titolo esclusivo o meno.

(100) Tale clausola contiene quattro norme: il diritto di priorità accordato a TPS, che vincola gli azionisti nei confronti della società; il diritto di rifiuto in ultima istanza attribuito a TPS, che vincola anch'esso gli azionisti alla società; l'obbligo, a carico di TPS, di concedere ai suoi soci, in caso di accettazione di un programma o di un servizio audiovisivo, le migliori condizioni finanziarie e contrattuali del mercato; infine, la norma, che vincola le parti, che consente a TPS di accettare un programma o un servizio a titolo esclusivo.

(101) L'obbligo dei soci di proporre prioritariamente le loro reti tematiche a TPS potrebbe essere considerato una clausola accessoria al lancio della piattaforma: tuttavia, tale obbligo, imposto per una durata di dieci anni, limita l'offerta di reti tematiche e di servizi televisivi. Di conseguenza, tale norma rientra nel campo di applicazione dell'articolo 85, paragrafo 1.

3. La norma relativa alla distribuzione esclusiva delle reti generali — TF1, France 2, France 3 e M6 — su TPS (articolo 6 della convenzione) merita un esame approfondito.

(102) Tale norma attribuisce a TPS il diritto di distribuire in esclusiva le reti generali (dette anche «hertziane») in modo criptato e con tecnologia digitale via satellite; tali reti sono distribuite anche via cavo, in genere nel «servizio antenna».

(103) In Francia, le reti generali attirano per tradizione la quasi totalità del pubblico, e cioè il 90 % di tutti i telespettatori, senza distinzioni basate sul tipo di diffusione e, se diffuse via cavo, il 75,1 %.

(104) È probabile che la grande forza d'attrazione delle reti generali trasmesse in modo digitale derivi soprattutto dalle condizioni di ricezione in Francia delle trasmissioni hertziane. La trasmissione per via hertziana, pur essendo il tipo di distribuzione più esteso, offre a volte una qualità di ricezione mediocre, e addirittura carente in talune regioni della Francia. Secondo uno studio effettuato da Médiamétrie, relativo al periodo novembre-dicembre 1997 ⁽²⁵⁾, 9 254 000 domiciliai rispetto ai 22 330 000 dotati di un televisore sono situati in zone di cattiva qualità di ricezione delle reti generali. Tali cifre hanno peraltro solo un valore indicativo, poiché oltre alle 4 reti generali diffuse in esclusiva da TPS, tali dati includono anche Arte e la Cinquième, il cui tasso di inizializzazione è di 80,6 domiciliai circa, nonché Canal+ hertziano, captato, in cattive condizioni, da [...] ^(*) circa di domiciliai.

(105) La capacità di attirare telespettatori delle reti generali incluse nel pacchetto di TPS è stata valutata nel corso di un sondaggio realizzato per conto di TPS, con il risultato seguente: il [...] delle persone interrogate afferma di essersi abbonato per ricevere le trasmissioni delle reti generali.

⁽²⁵⁾ Médiamétrie — Relazione bimestrale sull'inizializzazione — novembre-dicembre 1997.

^(*) Per evitare la diffusione di dati riservati, alcune parti del testo sono state omesse. Le omissioni sono indicate dalle parentesi quadre.

(106) Pur non costituendo una categoria distinta di programmi né un tipo di contenuto essenziale per la televisione a pagamento — in effetti gli altri due pacchetti digitali sono stati lanciati, con grande successo nel caso di CanalSatellite, senza includere nella loro offerta le reti generali — le reti citate hanno dunque un'importanza ed una forza d'attrazione innegabile per i telespettatori, e TPS è l'unica a beneficiarne.

(107) Il diritto di distribuzione esclusiva delle quattro reti citate, attribuito per tutta la durata dell'accordo, vale a dire dieci anni, pur limitato alle trasmissioni digitali criptate via satellite, costituisce una restrizione della concorrenza, in quanto impedisce ai concorrenti di TPS l'accesso a programmi attraenti.

(108) La norma di cui all'articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e del 18 aprile 1996 rientra di conseguenza nell'articolo 85, paragrafo 1.

(109) L'obbligo assunto da France Télévision, relativo alla diffusione in esclusiva delle reti Arte e La Cinquième su TPS, è venuto meno poiché TPS ha concluso con le reti citate un accordo di diffusione non esclusiva. D'altronde, le parti hanno comunicato alla Commissione la soppressione di tale disposizione con clausole aggiuntive notificate il 17 settembre 1998.

C. Effetti sul commercio tra gli Stati membri

(110) Gli accordi costitutivi di TPS stabiliscono che la piattaforma distribuisca programmi e servizi televisivi destinati alle zone francofone europee, in primo luogo alla Francia e successivamente anche al Belgio ed al Lussemburgo. Nell'offerta di TPS sono incluse anche reti di altri Stati membri. La costituzione di TPS avrà dunque conseguenze sensibili sugli scambi tra Stati membri nel mercato della televisione a pagamento.

(111) TPS influenzerà anche il mercato d'acquisizione di diritti televisivi, dato che TPS, in quanto produttrice di reti tematiche, deve acquistare programmi presso i detentori di diritti televisivi europei.

D. Applicazione dell'articolo 85, paragrafo 3

(112) Come già indicato, le clausole relative ai programmi e servizi controllati dai soci di TPS nonché quella relativa alla distribuzione esclusiva delle reti generali su TPS rientrano nel campo di applicazione dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato.

- (113) È pertanto necessario valutare se tali norme possiedono i requisiti di applicazione dell'articolo 85, paragrafo 3.

MIGLIORARE LA PRODUZIONE E LA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI, RISERVANDO AGLI UTENTI UNA CONGRUA PARTE DELL'UTILE

1. Ampliamento dell'offerta — aumento della distribuzione e della produzione

- (114) Le clausole relative al diritto di priorità di TPS sulle reti tematiche e sui servizi audiovisivi prodotti o gestiti dai suoi soci, nonché quelle relative alla distribuzione esclusiva delle reti generali, nel favorire il successo del lancio di una nuova piattaforma digitale sul mercato della televisione a pagamento, consentono l'entrata di un nuovo operatore sul mercato ed ampliano l'offerta di servizi di televisione a pagamento a favore dei telespettatori francesi.
- (115) La creazione di una nuova piattaforma provoca lo sviluppo automatico di nuove reti tematiche e servizi: TPS ed i suoi soci, per esempio, hanno rispettivamente prodotto quattro reti; inoltre, sono stati conclusi contratti con reti straniere, in particolare in lingua araba, per la loro distribuzione sulla piattaforma. La costituzione di TPS ha indubbiamente un effetto benefico sull'aumento della produzione e della distribuzione dei prodotti, sia per quanto riguarda la produzione di nuove reti, che implicano l'acquisizione di diritti televisivi e l'ideazione di programmi, sia per quanto riguarda la distribuzione televisiva.
- (116) In linea generale, il sorgere della concorrenza sul mercato della televisione a pagamento ha come effetto di stimolare gli operatori a sviluppare e perfezionare sempre meglio la qualità dei programmi e dei servizi da loro offerti.
- (117) L'aumento del numero di reti tematiche provoca inoltre un aumento dell'offerta televisiva distribuita via cavo, poiché le reti diffuse nei pacchetti via satellite sono in genere ridistribuite dalle reti cablate. La distribuzione via cavo trae pertanto vantaggio dall'aumento di reti tematiche.

2. Benefici per il consumatore

- (118) Consentendo l'emergere di un nuovo operatore sul mercato, le due clausole sopra citate contribuiscono ad aumentare l'offerta e a sviluppare nuovi servizi basati sull'uso di una nuova tecnologia, con evidente beneficio per i telespettatori.
- (119) D'altronde, è innegabile che la concorrenza estremamente vivace, causata dalla costituzione di TPS, tra tale operatore e CanalSatellite/Canal+ è andata a beneficio anche dei consumatori. Il primo risul-

tato concreto di tale concorrenza è stato l'offerta promozionale e le condizioni finanziarie vantaggiose per gli abbonati; il canone di abbonamento a CanalSatellite, che era di 153 FRF nel 1996 per l'offerta di base + reti cinematografiche + offerta musicale, è sceso all'inizio del 1997, nel quadro di una promozione valida per il primo anno d'abbonamento, a 130 FRF per l'offerta di base + 4 reti cinematografiche + Disney Channel, corrispondente al prezzo di lancio per l'abbonamento a «tutto TPS» nello stesso periodo. Inoltre, l'abbonamento all'offerta di base di CanalSatellite è stato di 50 FRF al mese invece che 98 FRF per qualsiasi abbonato a Canal+ digitale nell'autunno 1997. L'offerta di lancio di TPS (quattro mesi di abbonamento gratuiti) ha immediatamente causato altre azioni promozionali da parte di CanalSatellite (che offre, come TPS, un'antenna parabolica gratuita).

- (120) L'entrata di TPS sul mercato, e la concorrenza che ne deriva, hanno pertanto avuto un effetto positivo sui prezzi e sulle condizioni offerte al consumatore finale.

3. Carattere indispensabile delle restrizioni

a) *La clausola relativa ai canali e servizi televisivi di TPS*

- (121) Per smerciare e dotare di un contenuto sufficiente la propria offerta televisiva, in particolare le reti tematiche, TPS ha dovuto utilizzare le reti ed i servizi prodotti o gestiti dai suoi azionisti. Di conseguenza, vari azionisti di TPS hanno proposto di includere nel suo pacchetto le seguenti reti: LCI, Série Club, Tev e Festival.
- (122) In assenza di un accesso preferenziale a tali reti, TPS avrebbe dovuto autoprodurre un numero elevato di reti, con un aumento eccessivo dei costi — già molto ingenti — necessari al lancio della piattaforma; TPS avrebbe altrimenti dovuto rivolgersi ad altre reti. Le reti tematiche, che sono le più estese in Francia, sono tuttavia diffuse in esclusiva da CanalSatellite e non sono dunque disponibili, per lo meno per un certo periodo; d'altronde, pur essendo teoricamente possibile ritrasmettere le stesse reti prodotte da AB-Sat, da essa detenute al 100 %, ciò non avrebbe avuto alcun senso per due piattaforme che stavano entrando contemporaneamente sul mercato, con l'obiettivo di costruirsi un'immagine di marca grazie ad un'offerta differenziata. È dunque molto importante per TPS, in quanto nuovo arrivato sul mercato che deve affrontare la concorrenza di un precedente operatore già

ben inserito e dotato di un contenuto attraente e abbondante, godere di un accesso prioritario alle reti tematiche dei suoi associati durante la fase di lancio, per riuscire a crearsi un'identità ed assicurare una continuità d'offerta in tale periodo. Per stimare la durata durante la quale TPS deve beneficiare di tale diritto di priorità, la Commissione ha considerato previsioni e dati forniti dalle parti — quali il volume degli investimenti necessari al lancio di TPS, le previsioni relative alle perdite cumulate alla data del punto d'equilibrio finanziario, al numero di abbonati necessari per raggiungerlo, e al tasso d'annullamento degli abbonamenti — nonché i risultati ottenuti da TPS nei primi diciotto mesi d'attività. Tali elementi, esaminati nel contesto attuale del mercato e in funzione del rapporto di forza esistente tra TPS e Canal+ insieme a CanalSatellite hanno indotto la Commissione a considerare che la durata minima durante la quale il diritto di priorità in esame è ritenuto indispensabile a TPS sia di tre anni.

b) *La clausola relativa alla distribuzione esclusiva delle quattro reti generali*

- (123) Per entrare come nuovo operatore sul mercato, TPS ha superato notevoli difficoltà, dovendo affrontare un operatore che, al momento del lancio di TPS, contava 4,2 milioni d'abbonati a Canal+ e 350 000 a CanalSatellite Analogique e che aveva lanciato, sin dal febbraio 1996, CanalSatellite Numérique. TPS è altresì in posizione di inferiorità rispetto a Canal+ per installarsi sul mercato.
- (124) Per quanto riguarda l'acquisizione di diritti cinematografici e sportivi destinati alla televisione «pay-per-view», TPS deve affrontare la posizione di forza di Canal+.
- (125) In effetti, nei confronti degli «Studios» americani, TPS si trova in una situazione molto più debole rispetto a Canal+, che per dodici anni è stato in Francia l'unico interlocutore di tali produttori. TPS è riuscita a concludere un accordo globale con due Studios e a negoziare l'acquisizione di diritti televisivi per le sue reti cinematografiche, essenzialmente in «seconda finestra», vale a dire dopo la diffusione dei film su Canal+. La situazione è ancora più squilibrata per TPS a livello di valore dei film (numero di spettatori in sala cinematografica in Francia), dato che Canal+ detiene diritti pari all'85 % della produzione di Hollywood, a fronte del 15 % detenuto da TPS.
- (126) Per i nuovi operatori, il costo di entrata sul mercato è estremamente elevato, dato che il prezzo dei diritti di «pay-TV» è in funzione del numero di abbonati e che i 4,3 milioni di abbonati attuali a Canal+ sono un fattore su cui si basano i distributori di diritti per fissare il prezzo di base in Francia.
- (127) Da parte sua, AB-Sat dispone, in quanto produttore di programmi e distributore di diritti cinematografici, di un catalogo di programmi superiore a 30 000 ore ed ha concluso degli accordi di associazione con alcuni degli «Studios» americani. In proposito va segnalato che AB-Sat ha deciso di evitare il lancio di una piattaforma basata sulla trasmissione di film in prima visione e di attività sportive molto popolari — che sarebbe in concorrenza frontale con CanalSatellite — ed ha invece optato per un'offerta televisiva complementare.
- (128) Per quanto riguarda le trasmissioni sportive, in particolare il calcio, sport estremamente popolare in Francia, secondo uno studio di Eurostat, TPS godrebbe di diritti televisivi relativi a 132 partite di calcio all'anno, mentre CanalSatellite avrebbe diritti relativi alle 242 partite del Campionato di Francia di calcio⁽²⁶⁾.
- (129) Al fine di costituire un'offerta televisiva «globale», attraente e diversa da quella dei suoi concorrenti e per aggirare le difficoltà d'accesso ai diritti cinematografici e sportivi, TPS si è basata sulla distribuzione esclusiva di reti generali.
- (130) La distribuzione esclusiva di reti generali costituisce l'elemento distintivo del pacchetto di TPS rispetto agli altri operatori. Inoltre, tale distribuzione funge anche da richiamo importante in certe zone della Francia in cui la ricezione delle emissioni hertziane è di cattiva qualità.
- (131) Senza tale prodotto di richiamo, per TPS non sarebbe stato possibile entrare con successo sul mercato della televisione a pagamento in Francia, né costituire una vera alternativa al gruppo Canal+ /CanalSatellite: l'offerta cinematografica di TPS presenta infatti un numero inferiore di trasmissioni in esclusiva in prima visione rispetto a Canal+; inoltre, CanalSatellite distribuisce in esclusiva la maggior parte delle reti più popolari e di vecchia data in Francia, che attirano un gran numero di abbonati. In proposito va segnalato che CanalSatellite distribuiva, e ancora distribuisce, anche alcune reti di cui alcuni azionisti sono anche soci di TPS (LCI, Eurosport e Paris Première, che non è più diffusa su TPS)⁽²⁷⁾.

⁽²⁶⁾ Parere n. 98-A-14 del Consiglio della concorrenza, del 31 agosto 1998, relativo alla fusione per assorbimento della società Havas da parte della Compagnie Générale des Eaux.

⁽²⁷⁾ Paris Première, il cui principale azionista è Suez Lyonnaise des Eaux, è diffusa in esclusiva su CanalSatellite.

(132) Di conseguenza, la distribuzione esclusiva di reti generali, in quanto prodotto di richiamo e fattore distintivo dell'offerta di TPS, è indispensabile all'entrata di tale operatore nel mercato francese della televisione a pagamento.

(133) Il carattere indispensabile di tale distribuzione esclusiva peraltro diminuirà ovviamente nel corso del tempo, quando TPS sarà riuscita ad attirare abbonati e ad acquisire esperienza nel settore della televisione a pagamento, in modo da migliorare la sua offerta e soddisfare le attese dei suoi telespettatori, fidelizzandoli ed aumentando la propria notorietà. I risultati positivi registrati da TPS nel corso dei primi diciotto mesi di attività superano le previsioni iniziali (457 000 abbonati nel luglio 1998 a fronte di una stima iniziale di [...]) e confermano sia l'efficacia della distribuzione esclusiva di quattro reti generali come elemento distintivo e prodotto di richiamo, sia la capacità di TPS di penetrare sul mercato più rapidamente del previsto, pur essendo di fronte a dei concorrenti come Canal+ e CanalSatellite, il secondo dei quali a sua volta ha registrato risultati nettamente superiori alle previsioni iniziali.

(134) La durata decennale dell'esclusiva, prevista dalla convenzione, per le reti generali è stata ritenuta eccessiva dalla Commissione, poiché l'insediamento di TPS deve realizzarsi prima della fine di tale periodo. D'altra parte, affinché tale nuova piattaforma s'inserisca rapidamente nel mercato ed agisca effettivamente come un nuovo concorrente, è importante che essa possa il più rapidamente possibile crearsi una solida base di abbonati, in particolare grazie all'elemento distintivo rappresentato dalle sue quattro reti generali. Anche se è difficile fare previsioni esatte sull'evoluzione del mercato e dei suoi operatori — prova ne siano i risultati registrati da CanalSatellite e da TPS, nettamente superiori alle previsioni — la Commissione si è basata su una serie di dati finanziari e commerciali per stimare la durata del periodo in cui era ragionevole per TPS beneficiare dell'esclusiva delle reti generali. La Commissione, di conseguenza, oltre ad altri fattori, ha considerato il volume degli investimenti necessari al lancio di TPS, le previsioni relative alle perdite cumulate alla data del punto d'equilibrio finanziario, il numero di abbonati necessari per raggiungerlo e il tasso d'annulla-

mento degli abbonamenti a tale piattaforma. Tali elementi, sono stati esaminati nel contesto attuale del mercato ed in funzione del rapporto di forza esistente tra TPS, da una parte, e da Canal+ e CanalSatellite, dall'altra. La Commissione è giunta alla conclusione che la durata minima, durante la quale l'esclusiva delle quattro reti generali è indispensabile a TPS, sia di tre anni.

4. Evitare di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti di cui trattasi

(135) La costituzione di TPS, lungi dall'eliminare la concorrenza, la favorisce. In effetti, il mercato della televisione a pagamento si è notevolmente sviluppato sotto l'influsso della concorrenza molto vivace, che non si sarebbe instaurata tra CanalSatellite e TPS. Come già indicato, AB-Sat non è invece in concorrenza diretta con Canal+ e CanalSatellite a causa della sua politica di programmazione.

(136) I risultati registrati sul mercato della televisione a pagamento rivelano che la concorrenza non è stata affatto eliminata: Canal+ è riuscita ad attirare 100 000 abbonamenti supplementari nel corso del 1997, proprio mentre si pensava che tale rete «premium» avesse raggiunto il tetto massimo. Anche CanalSatellite ha sfondato il tetto delle sue previsioni, raggiungendo 900 000 abbonamenti nel giugno 1998, benché tale risultato fosse stato previsto solo per la [...]. Alla fine di giugno 1998, il numero totale di abbonati alle reti Canal+, CanalSatellite Analogique e Numérique nonché alla rete cablata NumeriCâble rappresentava circa il 70 % del numero totale di abbonati ai servizi di televisione a pagamento in Francia.

(137) Anche il numero di abbonati alla distribuzione via cavo continua ad aumentare: 358 456 abbonati a NumériCâble nel luglio 1998 (a fronte di 235 680 nel maggio 1997); 504 162 abbonati a France Télécom Câble (a fronte di 258 310 nel maggio 1997); 416 665 abbonati a Lyonnaise Câble (a fronte di 300 156 nel maggio 1997)⁽²⁸⁾. Tali cifre mostrano che lo sviluppo del settore delle trasmissioni televisive via satellite ha senza dubbio avuto un effetto molto positivo su quello delle trasmissioni via cavo. Le massicce campagne pubblicitarie a favore del satellite aumentano in particolare la notorietà delle reti tematiche, trasmesse anche via cavo.

(138) Non esistono, di conseguenza, motivi validi per affermare che la costituzione di TPS sia suscettibile di eliminare la concorrenza sul mercato della televisione a pagamento, o sugli altri mercati di acquisizione di diritti o di commercializzazione delle reti tematiche, nei quali, al contrario, la situazione concorrenziale è stata rafforzata dall'entrata sul mercato di un nuovo operatore.

⁽²⁸⁾ Rivista «Ecran Total», nn. 176 e 232.

E. Durata dell'esenzione

- (139) A norma dell'articolo 8 del regolamento n. 17, la dichiarazione di cui all'articolo 85, paragrafo 3, del trattato è rilasciata per un periodo determinato. A norma dell'articolo 6 del regolamento n. 17, la data a decorrere dalla quale la dichiarazione prende effetto non può essere anteriore a quella della notificazione.
- (140) A norma di tali articoli, per quanto riguarda la clausola relativa alle reti tematiche ed ai servizi televisivi, di cui all'articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996, e per quanto riguarda la clausola relativa alla distribuzione esclusiva di quattro reti generali su TPS, di cui all'articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996, la decisione deve essere efficace, a decorrere dalla data di notificazione, per una durata di tre anni, sulla base delle stime elaborate dalla Commissione in funzione degli elementi citati ai considerando da 121 a 134. Avendo TPS iniziato lo smercio della sua offerta a metà dicembre 1996, l'esenzione deve essere accordata sino al 15 dicembre 1999,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

Sulla base delle informazioni di cui dispone, la Commissione constata che non ha motivo di intervenire in forza dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CE nei confronti della costituzione di TPS da parte di TF1, France Télévision Entreprises, M6 e Suez Lyonnaise des Eaux.

Articolo 2

La Commissione non ha motivo di intervenire in forza dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CE, per la durata del periodo di lancio, ovvero sino al 15 dicembre 1999, in merito al patto di non concorrenza, contenuto nella clausola aggiuntiva che modifica l'articolo 11 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996 e l'articolo 5, paragrafo 3, dell'accordo di associazione.

Articolo 3

Conformemente all'articolo 85, paragrafo 3, del trattato CE, le disposizioni dell'articolo 85, paragrafo 1 del trattato CE sono dichiarate inapplicabili, per la durata del periodo a decorrere dalla data della notificazione fino al 15 dicembre 1999, alla clausola relativa alle reti tematiche ed ai servizi televisivi di TPS, di cui all'articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996, nonché alla clausola relativa alla distribuzione esclusiva delle quattro reti generali su TPS, di cui all'articolo 6 della convenzione dell'11 aprile e 18 aprile 1996.

Articolo 4

Le seguenti società sono destinatarie della presente decisione:

- 1) Télévision Française 1
33, rue Vaugelas
F-75015 PARIS
- 2) France 2
Maison France Télévision
7, esplanade Henri de France
F-75907 PARIS CEDEX 15
- 3) France 3
Maison France Télévision
7, esplanade Henri de France
F-75907 PARIS CEDEX 15
- 4) France Télécom
6, place d'Alleray
F-75015 PARIS
- 5) Métropole Télévision
16, Cours Albert 1^{er}
F-75008 PARIS
- 6) Suez Lyonnaise des Eaux
72, avenue de la Liberté
F-92000 NANTERRE

Fatto a Bruxelles, il 3 marzo 1999.

Per la Commissione

Karel VAN MIERT

Membro della Commissione