

## KOMISIJOS SPRENDIMAS

2005 m. gegužės 3 d.

kuriuo koncentracija skelbiama suderinama su bendrąja rinka ir EEE susitarimu

(Byla COMP/M.3178 – Bertelsmann/Springer/JV)

(pranešta dokumentu Nr. C(2005) 1368)

(autentiškas tik tekstas anglų kalba)

(Tekstas svarbus EEE)

(2006/171/EB)

2005 m. gegužės 3 d. Komisija pagal 2004 m. sausio 20 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 139/2004 dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės<sup>(1)</sup>, ypač pagal šio reglamento 8 straipsnio 1 dalį priėmė sprendimą susijungimo byloje. Viso sprendimo teksto neslapta versija autentiška bylos kalba bei Komisijos darbinėmis kalbomis yra Konkurencijos generalinio direktorato tinklalapyje adresu [http://europa.eu.int/comm/competition/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html)

- (1) 2004 m. lapkričio 4 d. Komisija gavo pranešimą pagal Tarybos reglamento (EB) Nr. 139/2004 (Susijungimų reglamento) 4 straipsnį apie siūlomą koncentraciją, per kurią bendrovės Bertelsmann AG (toliau – Bertelsmann) (Vokietija), jos kontroliuojama dukterinė įmonė Gruner+Jahr AG & Co. KG (toliau – G+J) (Vokietija) ir Axel Springer AG (toliau – Springer) (Vokietija), įsigydamos naujos bendrosios įmonės akcijų, įgyja bendrą bendrovės NewCo (toliau – NewCo) kontrolę. Bertelsmann (ir G+J) ir Springer toliau abi kartu – Šalys.
- (2) 2004 m. lapkričio 29 d. Vokietijos konkurencijos tarnyba (Bundeskartellamt) pranešė Komisijai, kad siūloma koncentracija grėstų labai paveikti konkurenciją rotacinės giliaios spaudos rinkoje Vokietijoje arba alternatyvioje aktualių spausdintų gaminių, ypač žurnalų rinkoje Vokietijoje.
- (3) 2004 m. gruodžio 23 d. sprendime Komisija padarė išvadą, kad operacija, apie kurią pranešta, kelia rimtų abejonių dėl savo suderinamumo su bendrąja rinka ir EEE susitarimu. Todėl Komisija šioje byloje pradėjo procedūrą pagal Susijungimų reglamento 6 straipsnio 1 dalies c punktą ir nusprendė, kad pagal Susijungimų reglamento 9 straipsnio 3 dalies a punktą ji pati turėtų išnagrinėti Vokietijos konkurencijos tarnybos iškeltus klausimus.
- (4) Bertelsmann yra tarptautinė žiniasklaidos bendrovė. Šios bendrovės spaudos veikla yra sukoncentruota jos dukterinėje įmonėje Arvato AG (toliau – Arvato), kuri kontroliuoja Vokietijos rotacinės giliauspaudės spaustuovę maul belser Niurnberge, ofseto spaustuovę Mohn Media, įsikūrusią Giuterslo (Guetersloh) ir kitas spaustuoves Europoje, tarp jų rotacinės giliaios spaudos spaustuoves Eurogravure S.p.A. Italijoje ir Eurohueco S.A. Ispanijoje. Per dvejus metus Arvato planuoja pradėti eksploatuoti rotacinės giliaios spaudos įrenginius Liverpulyje (JK). Be to, išimtinai vienos Bertelsmann kontroliuojama pavaldžioji įmonė G+J, veikianti laikraščių bei žurnalų leidybos, spausdinimo ir platinimo srityje, eksploatuoja du rotacinės giliaios spaudos įrenginius Ichoe (Itzehoe) (netoli Hamburgo) ir Drezdene.
- (5) Springer veikia laikraščių bei žurnalų leidybos, spausdinimo ir platinimo rinkoje ir yra įsigijusi televizijos ir radijo transliuotojų akcijų. Springer eksploatuoja du rotacinės giliaios spaudos įrenginius Vokietijoje – Arensburge (netoli Hamburgo) ir Darmštate. Ši bendrovė taip pat eksploatuoja tris ofsetinio spausdinimo įrenginius, kuriais spausdinami tik laikraščiai.
- (6) Koncentracijos pagrindas yra penkių Arvato, G+J ir Springer rotacinės giliaios spaudos įrenginių Vokietijoje ir Arvato planuojamų rotacinės giliaios spaudos įrenginių Jungtinėje Karalystėje sujungimas į naują įmonę New Co. Po šio sandorio Bertelsmann ir G+J turės po 37,45 % New Co akcijų, o Springer atiteks likusieji 25,1 % ir veto teisės, priimant strateginius sprendimus. NewCo yra visas funkcijas atliekanti bendroji įmonė, kurią bendrai valdo Bertelsmann ir Springer.
- (7) Koncentracijų patariamasis komitetas 131-ajame susitikime 2005 m. balandžio 22 d. daugumos balsų pritarimu parėmė Komisijos pasiūlymą priimti patvirtinamąjį sprendimą<sup>(2)</sup>.
- (8) Bylą nagrinėjantis pareigūnas 2005 m. balandžio 27 d. ataskaitoje atsižvelgė į tai, kad buvo gerbiama šalių teisė būti išklaustoms<sup>(3)</sup>.

<sup>(1)</sup> OL L 24, 2004 1 29, p. 1.

<sup>(2)</sup> OL C 52, 2006 3 2, p. 2.

<sup>(3)</sup> OL C 52, 2006 3 2, p. 3.

## I. ATITINKAMOS RINKOS

### Atitinkamos produktų rinkos

- (9) Dėl atitinkamų produktų rinkų Komisija savo rinkos tyrime pagrindinį dėmesį skyrė klausimui, ar ir kokių mastu rotacinės giliosios spaudos ir ofsetinio spausdinimo technikos yra sukeičiamos ir ar dėl skirtingų spausdinimo būdų, t. y. žurnalų, katalogų ir reklaminių spaudinių susidaro atskiros produktų rinkos.
- (10) Rinkos tyrimas parodė, kad ofsetinis spausdinimas negali pakeisti rotacinės giliosios spaudos. Rotacinė gilioji spauda dažniausiai yra naudojama didelės apimties spausdinimo užsakymams, t. y. didelio egzempliorių ir puslapių skaičiaus. Ofsetinio spausdinimo metodas dažniausiai taikomas nedidelės apimties užsakymams. Spausdinimo proceso sąnaudos ofsetinei ir giliajai spaudai yra labai skirtingos, priklausomai nuo spausdinamo užsakymo apimties. Nors nustatytos rotacinių giliaspaudžių sąnaudos yra palyginti didesnės, jų galimumas ir našumas yra didesnis, todėl didelį puslapių kiekį galima apdoroti greičiau ir rentabiliau. Ofsetinės spausdinimo mašinos vieno spausdinimo etapo metu gali apdoroti ribotą skirtingų puslapių skaičių (ne daugiau kaip 72 puslapius, palyginti su 192 puslapiais, apdorojamais rotacinės giliaspaudės). Rinkos tyrimas patvirtino, kad ofsetinis spausdinimas nesudaro konkurencinių suvaržymų rotacinės giliosios spaudos metodu spausdinamiems žurnalams, kurių apimtis didesnė kaip 64 puslapiai, o tiražas didesnis kaip 360 000 egzempliorių, bei katalogams ir reklaminiams spaudiniams, kurių apimtis didesnė kaip 64 puslapiai, o tiražas didesnis kaip 450 000 egzempliorių.
- (11) Rotacine giliaspaude galima spausdinti žurnalus, reklaminius spaudinius ir katalogus. Nepaisant to, bent jau žurnalai turi atskirą produktų rinką. Dėl savo turinio aktualumo ir vėlyvų reklamos įdėjimo terminų žurnalai paprastai yra labiau priklausomi nuo laiko faktoriaus nei reklaminiai spaudiniai ar katalogai. Be to, žurnalų spausdinimas yra susijęs su aukštesniais apdailos reikalavimais, ypač reklaminiams priedams ir pridedamiems produktų pavyzdžiams. Apdailos mašinos dažniausiai įrengiamos spausdinimo salėje ar netoli jos, siekiant laiku atlikti žurnalų apdailą, o pavyzdžiui, katalogų apdailą dažnai atlieka trečioji šalis. Be to, žurnalų platinimas labai skiriasi nuo katalogų ir reklaminių spaudinių platinimo, todėl spausdinimo procesas turi būti pritaikytas pagal šiuos ypatingus reikalavimus. Katalogų ir reklaminių spaudinių atžvilgiu nebūtina spręsti, ar jie sudaro vieną ar atskiras produktų rinkas, nes nė pagal vieną rinkos apibrėžimą abejonių dėl konkurencijos neatsiranda.

### Atitinkamos geografinės rinkos

- (12) Galima manyti, kad bent jau Vokietijoje yra nacionalinė geografinė žurnalų spausdinimo rinka. Galima nespręsti,

ar kitoje EEE teritorijoje yra geografinė žurnalų spausdinimo rinka, nes, net pagal siauriausią rinkos apibrėžimą (nacionalinių rinkų), abejonių dėl konkurencijos nekyla.

- (13) Vokietijos žurnalai beveik išimtinai spausdinami Vokietijoje. Viena iš priežasčių yra žurnalų aktualumas, nes didėjant atstumui tarp spaustuvių ir platinimo zonos didėja ir vėluojančio pristatymo rizika. Be to, šiuo metu dauguma užsienio spaustuvininkų, aptarnaudami Vokietijos leidėjus, susiduria su sunkumais. Dėl savo decentralizuotos struktūros Vokietijos žurnalų platinimo sistema yra palyginti sudėtinga (skirtingai, pavyzdžiui, nuo Prancūzijos, kur Paryžius yra centralizuotas platinimo punktas). Be to, leidėjai Vokietiją skirsto į vadinamąsias Nielsen zonas, pasižyminčias skirtinga tikslinių grupių, kurioms skirta reklama, sudėtimi. Spausdinimo darbai turi būti pritaikyti pagal šiuos specifinius reikalavimus, o daugeliui ne Vokietijoje esančių spaustuvių tai yra sudėtinga.
- (14) Kalbant apie katalogus, rinkos tyrimas parodė, kad spausdinimo užsakymai dažnai yra padalijami kelioms spaustuvioms, siekiant užtikrinti tiekimą ir savalaikį užsakyto didelių kiekių pristatymą. Apskritai buvo patvirtinta, kad ne tik katalogų užsakovai kitose šalyse importuoja spausdinimo paslaugas, daugiausia iš Vokietijos, bet ir užsakovai Vokietijoje vertina užsienio spaustuves kaip perspektyvias alternatyvas. Atitinkama katalogų geografinė rinka gali būti apibrėžta kaip Vokietija ir kaimyninės šalys (Prancūzija, Belgija, Nyderlandai, Liuksemburgas, Šveicarija, Austrija, Čekija, Lenkija, Danija) bei Italija ir Slovakija, apimanti dideles užsienio spaustuves šiose teritorijose, kaip antai *Quebecor*, *RotoSmeets*, *Mondadori*, *Ilte*, *Rotocalcografica* ir *Ringier*.
- (15) Didžiausia reklaminių spaudinių Vokietijos užsakovams dalis greičiausiai yra spausdinama Vokietijoje. Tačiau, nepaisant mažesnės reklaminių spaudinių importo dalies, palyginti su katalogų užsakymais, Vokietijos užsakovai visada gali kreiptis į patikimas užsienio spaustuves. Reklaminių spaudinių spausdinimas nesudaro jokių ypatingų sunkumų, palyginti su išskylančiais žurnalų spausdinimo rinkoje, kaip antai speciali apdaila ar ypatingos platinimo sąlygos. Be to, reklaminiai spaudiniai paprastai nėra taip stipriai susiję su laiko faktoriumi kaip žurnalai. Kadangi dauguma pagrindinių katalogų leidėjų leidžia ir reklaminius spaudinius, jiems būtų paprasta užsakant reklaminius spaudinius pasinaudoti savo jau turimais ryšiais su užsienio spaustuviomis. Dėl šios priežasties geografinė rotacinės giliosios spaudos būdu spausdinamų reklaminių spaudinių rinkos apimtis gali būti ta pati, kaip ir katalogams, t. y. sudaryta iš Vokietijos, jos kaimyninių šalių ir Italijos bei Slovakijos.

Galima nespręsti, ar kitoje EEE teritorijoje yra geografinė katalogų ir (arba) reklaminių spaudinių spausdinimo rinka, nes net pagal siauriausią geografinės rinkos apibrėžimą (nacionalinių rinkų) konkurencijos problemų nesudaro.

## II. ĮVERTINIMAS

- (16) Siūloma bendroji įmonė veiks rotacinės gilosios spaudos būdu spausdinamų žurnalų, katalogų ir reklaminių spaudinių rinkose daugelyje EEE šalių. Rimčiausi siūlomos koncentracijos padariniai dėl penkių veikiančių spausdinimo įrenginių, perduodamų naujai bendrajai įmonei, išdėstymo bus jaučiami Vokietijoje.

### 1. Katalogų ir reklaminių spaudinių rotacinės gilosios spaudos rinka

- (17) Įvertinusi Šalis pagal 2003 m. apimtis, Komisija nustatė, kad katalogų ir reklaminių spaudinių rotacinės gilosios spaudos rinkoje *NewCo* rinkos dalis sudarytų [20–25] % (\*) rinkoje, apimančioje Vokietiją, jos kaimynines šalis ir Italiją bei Slovakiją. Remiantis atskiromis katalogų ir reklaminių spaudinių rinkomis, siūloma bendroji įmonė turėtų [15–20] % (\*) dalį katalogų spausdinimo rinkoje ir [20–25] % (\*) – reklaminių spaudinių spausdinimo rinkoje. *Bertelsmann* rotacinės gilosios spaudos veikla už bendrosios įmonės ribų pridėtų dar po [0–5] % (\*) prie šių abiejų rinkų dalies. Tiek atskirose rinkose, tiek mišrioje katalogų ir reklaminių spaudinių rinkoje, *Schlott* ir *Quebecor* nedaug atsiliktų, turėdami po [10–15] % (\*) ir [10–15] % (\*) rinkos dalies, o TSB – apie [10–15] % (\*). Tokioje rinkoje konkurencijos sunkumų nekyla nei mišrioje katalogų ir reklaminių spaudinių spausdinimo rinkoje, nei atskirose katalogų ir reklaminių spaudinių spausdinimo rinkose. Be to, visose kitose EEE geografinėse rinkose bendrosios įmonės rinkos dalis nesudaro konkurencinių sunkumų <sup>(1)</sup>.

### 2. Žurnalų rotacinės gilosios spaudos rinka

- (18) Vokietijos žurnalų rotacinės gilosios spaudos prekybos rinkoje bendrosios įmonės dalis sudarys apie [0–50] % (\*). Kiti rinkos dalyviai yra TSB ir *Schlott*, užimantys po [20–25] % (\*) dalis ir *Burda*, užimanti [0–5] % (\*) rinkos dalį. Importas sudaro [0–5] % (\*), didelę jo dalį tiekia *Burda* spaustuvės Vju-Tane (*Vieux-Thann*) (Prancūzija) ir Bratislavoje (Slovakija). Išskyrus šį importą, tik vienas Vokietijos žurnalas yra spausdinamas užsienyje, Nyderlandų spaustuvėje *RotoSmeets*. Kitose susijusiose nacionalinėse EEE rinkose bendrosios įmonės turimos rinkos akcijos konkurencinių sunkumų nesudaro. Todėl Komisija tyrė tik Vokietijos rinką.

(\*) Šio teksto dalys buvo parengtos, siekiant užtikrinti konfidencialios informacijos slaptumą; šios dalys pateikiamos laužtiniuose skliaustuose, pažymėtuose žvaigždute.

(<sup>1</sup>) Netgi hipotetinėje nacionalinėje Vokietijos katalogų ir (arba) reklaminių spaudinių rinkoje bendrosios įmonės užimamos rinkos dalis būtų tarp 22 % ir 35 %, tačiau ji būtų mažesnė nei šios rinkos lyderio *Schlott*.

- (19) Vokietijos žurnalų rotacinės gilosios spaudos rinkoje užsakovams (leidėjams) būtų padaryta žala, jei *NewCo* galėtų padidinti kainas, o užsakovai dėl trūkstančių gamybinių pajėgumų neturėtų galimybės pasipriešinti tokiam kainų pakilimui, kreipdamiesi į kitus spaustuvinius. 2003 m. prekybos rinkai šalių tiekiamos produkcijos apimtys sudarė [150–200 kt] (\*) (*Bertelsmann* – [100–150 kt] (\*); *Springer* – [45–50 kt] (\*), o kita dalis [10–15 kt] (\*), Šalims išsigijus leidybos namus buvo panaudota savo reikmėms. Atsižvelgiant į tai bendra prekybos rinkai Šalių tiekiamos produkcijos apimtis buvo [100–150 kt] (\*).

- (20) Komisija tyrė: 1) ar konkurentai šiuo metu turi pakankamai neužimtų gamybinių pajėgumų, kuriuos panaudojant būtų galima pagaminti didelę dalį minėtos produkcijos; 2) ar konkurentai galėtų panaudoti šiuos pajėgumus žurnalams spausdinti; 3) ar dėl planuojamo pajėgumų didinimo atsirastų papildomų pajėgumų ir 4) ar kainos pakėlimo atveju potencialūs konkurentai galėtų prisidėti prie tolimesnio papildomų pajėgumų žurnalų spausdinimui suteikimo.

- (21) Dabartiniai *neužimti pajėgumai*. Pastaraisiais metais šios pramonės pajėgumų panaudojimas buvo gana didelis. Didžiausių pajėgumų panaudojimą apytikriai vertinant 95 % ir remiantis 2003 m. duomenimis galima teigti, kad neužimti Vokietijos konkurentų pajėgumai žurnalų spausdinimo srityje siekia 17 kt.

- (22) Pajėgumų *perkėlimas*. Rotacinės gilosios spaudos spaustuvių galimybės panaudoti turimus katalogų ir reklaminių spaudinių pajėgumus spausdinti žurnalams yra ribotos. Taip yra dėl nevienodo skirtingų spaustuvės gaminių periodiškumo, spausdinimo laiko bei apimčių. Žurnalai yra spausdinami periodiškai, t. y. kas savaitę, kas dvi savaites arba kas mėnesį. Kadangi žurnalai leidžiami ilgą laiką ir periodiškai, jų spausdinimas sudaro pagrindinę spaustuvės įrenginių apkrovą, užimant spaustuvės mašinas visus metus. Skirtingai nuo jų, užsakymų paštu bendrovių ar kelionių operatorių katalogai ir t. t. dažniausiai leidžiami du kartus per metus labai didelėmis apimtimis (egzempliorių ir puslapių skaičius), ir jų spausdinimas užtrunka ilgiau (iki keleto savaičių). Dažniausiai jie spausdinami gegužės – birželio bei spalio – gruodžio mėnesiais ir sudaro didžiausią spaustuvės įrenginių apkrovą. Trečioji spausdintinės produkcijos rūšis, reklaminiai spausdiniai, dažniausiai yra spausdinama norint panaudoti spaustuvės mašinas laikotarpiu tarp katalogų spausdinimo sezonų ir tomis savaitės dienomis, kada reikia išspausdinti mažesnę žurnalų kiekį. Dauguma spausdinimo bendrovių teigė, kad dėl šių laiko faktorių nebūtų įmanoma neribotai pereiti nuo katalogų ir reklaminių spaudinių spausdinimo prie žurnalų spausdinimo.

- (23) Konkurentai, kurie atsakė į Komisijos rinkos tyrimo klausimus, nurodė, kad iki [15–20] % (\*) jų bendrų pajėgumų būtų galima panaudoti pereinant nuo reklaminių skelbimų ir katalogų spausdinimo prie žurnalų spausdinimo. Viena Vokietijos spaustuvė nepateikė jokių duomenų. Atsargiai vertindama ir atsižvelgdama į kitus rinkos tyrimo rezultatus, Komisija daro prielaidą, kad ši spaustuvė, kurios veikloje žurnalų spausdinimas sudaro palyginti nedidelę dalį, galėtų skirti papildomus [10–15] % (\*) savo pajėgumų žurnalams spausdinti. Remiantis šiais duomenimis, šie trys Vokietijos spaustuvininkai kartu galėtų suteikti apie 130 kt pajėgumų žurnalams spausdinti – tai sudarytų labai didelę bendrų Šalių pajėgumų, naudojamų spausdinti kitų užsakovų žurnalams dalį (2003 m. šie pajėgumai buvo [150–200 kt] (\*). Žurnalų spausdinimas apskritai yra pelningesnis nei reklaminių spaudinių bei reklaminių spaudinių ir katalogų spausdinimas. Todėl konkurentams būtų suteikta ne tik galimybė, bet ir paskata perkelti savo pajėgumus žurnalams spausdinti.
- (24) Planuojama *pajėgumų plėtra*. Trys pagrindiniai Šalių konkurentai Vokietijoje – *Schlott*, TSB ir *Burda* per ateinančius trejus metus planuoja padidinti savo grynuosius pajėgumus mažiausiai 50 kt. Be to, bent jau laikinai jie galėtų dar daugiau padidinti savo pajėgumus, atidėdami planuojamą laipsnišką senų, tačiau vis dar veikiančių spaustuvių įrenginių, išmontavimą.
- (25) *Galima konkurencija*. Kainų kilimo Vokietijos žurnalų spausdinimo rinkoje tikimybė taip pat yra ribojama keleto patikimų potencialių konkurentų, t. y. *RotoSmeets* (Nyderlandai), *Quebecor* (Prancūzija), *Mondadori* (Italija) bei šiek tiek silpniau – *Ringier* (Šveicarija), kurių gamybos vietos yra visiškai netoli Vokietijos sienos. Todėl šie spaustuvininkai būtų pajėgūs susidoroti su žurnalų spausdinimo laiko apribojimais, bent jau naudodamiesi netoli Vokietijos sienos esančiomis gamybos vietomis. Užsienio spaustuvininkai turės šiek tiek prisitaikyti prie kitokios, nei jiems įprasta, platinimo sistemos bei apdailos metodų ir artimiau bendradarbiauti su klientais Vokietijoje. *Roto Smeets*, vienintelės užsienio įmonės, spausdinančios Vokietijos žurnalus, pavyzdys rodo, kad toks prisitaikymas yra įmanomas. *RotoSmeets*, *Quebecor* ir *Mondadori* šiuo metu turi mažiausiai 32 kt neužimtų pajėgumų, kuriuos jie lengvai galėtų skirti Vokietijos žurnalų leidėjams. Papildomų pajėgumų bus galima sukurti dėl artimiausioje ateityje planuojamos pajėgumų plėtros ir gamybos produkcijos sudėties kitimo.
- (26) Papildoma žala konkurencijai, neskaitant susijusios su pajėgumais, teoriškai galėtų kilti koncentracijos būdu pašalinus konkurentą. Po koncentracijos *Springer* neveiks rinkoje kaip nepriklausomas konkurentas. Tačiau, net jei kalbama tik apie Vokietijos rotacinės giliaios spaudos spaustuves, klientai vis dar turi galimybę kreiptis į kitas tris didelių pajėgumų įmones: *Schlott*, TSB ir *Burda*. Be to, pirmiau minėti potencialūs konkurentai taip pat gali ateiti į rinką.
- (27) Remiantis pirmiau minėtais apskaičiavimais, jei Vokietijos žurnalų spausdinimo kainos pakiltų, trys svarbiausi konkurentai Vokietijoje, t. y. *Schlott*, TSB ir *Burda* galėtų pasiūlyti apie 197 kt papildomų pajėgumų (17 kt neužimtų pajėgumų, 130 kt perkeltų pajėgumų, 50 kt grynųjų pajėgumų plėtros) žurnalų spausdinimui, kai Šalių prekybos rinkos apimtis yra [100–150 kt] (\*). Be to, *RotoSmeets*, *Quebecor* ir *Mondadori* galima laikyti potencialiais konkurentais, į kuriuos Vokietijos žurnalų leidėjai galėtų kreiptis bendrajai įmonei padidinus kainas.

### 3. Koordinavimas žurnalų leidybos rinkoje

- (28) Pagal Susijungimų reglamento 2 straipsnio 4 dalį Komisija taip pat vertino ir tai, ar dėl bendrosios įmonės kūrimo bus derinami *Bertelsmann* (įskaitant G+) ir *Springer* konkurenciniai veiksmai vertikaliai žemyn esančiose žurnalų leidybos rinkose. Atsižvelgdama į tai, kad spausdinimo sąnaudos sudaro palyginti nedidelę bendrų žurnalo leidybos sąnaudų, ir į tai, kad Šalių žurnalų leidybos verslas yra labiau dominuojantis, palyginti su jų rotacinės giliaios spaudos verslu, Komisija nusprendė, kad žurnalų leidybos rinkoje koordinavimo nebus.

### III. IŠVADA

- (29) Dėl minėtų priežasčių Komisija nusprendė, kad siūloma koncentracija nekeltų rimtų kliūčių efektyviai konkurencijai bendrojoje rinkoje arba didžiojoje jos dalyje, ypač kuriant ar stiprinant dominuojančią padėtį, ir kad ji neriboja konkurencijos, kaip apibrėžta Susijungimų reglamento 2 straipsnio 4 dalyje ir EB sutarties 81 straipsnyje. Todėl koncentracija turi būti paskelbiama suderinama su bendrąja rinka, laikantis Susijungimų reglamento 8 straipsnio 1 dalies, ir su EEE susitarimu, laikantis jo 57 straipsnio.