

KOMISIJAS LĒMUMS**(2004. gada 19. jūlijs),****ar ko uzņēmumu koncentrāciju atzīst par saderīgu ar kopējo tirgu un EEZ līguma darbību****(Lieta Nr. COMP/M.3333 – SONY/BMG)**

(izziņots ar dokumenta numuru K(2004) 2815)

(Autentisks ir vienīgi teksts angļu valodā)**(Dokuments attiecas uz EEZ)**

(2005/188/EK)

Komisija 2004. gada 19. jūlijā pieņēma lēmumu uzņēmumu apvienošanās lietā saskaņā ar Padomes 1989. gada 21. decembra Regulu (EEK) Nr. 4064/89 par uzņēmumu koncentrācijas kontroli⁽¹⁾ un jo īpaši šīs regulas 8. panta 2. punktu. Visa lēmuma nekonfidenciālā versija lietas autentiskajā valodā un Komisijas darba valodās atrodama Konkurences ģenerāldirektorāta tīmekļa vietnē: http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

- (1) Saskaņā ar Padomes Regulu (EEK) Nr. 4064/89 ("Apvienošanās regula") 2004. gada 9. janvārī Komisija saņēma paziņojumu par darījumu, ar kuru uzņēmumi Bertelsmann AG ("Bertelsmann") un Sony Corporation of America, kas pieder Sony grupai ("Sony") kopuzņēmumā apvieno savu mūzikas ierakstu darbību visā pasaulē (izņemot Sony darbību Japānā). Šis kopuzņēmums darbosies ar nosaukumu Sony BMG un izvērsīs aktīvu darbību mākslinieku atklāšanā un attīstībā (tā saucamajā A&R⁽²⁾) sekojošā tirgdarbībā un mūzikas ierakstu pārdošanā. Sony BMG nenodarbosies ar saistītajiem uzņēmējdarbības veidiem, tādiem kā mūzikas ierakstu izdevējdarbība, ražošana un izplatīšana.
- (2) Bertelsmann ir starptautisks plašsaziņas līdzekļu uzņēmums ar pasaules mērogā izvērstu darbību mūzikas ierakstīšanā un izdošanā, televīzijā, radio, grāmatu un žurnālu izdošanā, tipogrāfijas pakalpojumos, grāmatu un mūzikas klubos. Bertelsmann aktīvi darbojas mūzikas ierakstu jomā ar pilnībā tā īpašumā esošā meitas uzņēmuma Bertelsmann Music Group BMG starpniecību. BMG izmanto ierakstu marķējumus Arista Records, Jive Records, Zomba un RCA.
- (3) Sony pasaules mērogā aktīvi darbojas mūzikas ierakstīšanas un izdošanas, rūpnieciskajā un patēriņa elektronikas ražošanas un izklaides jomā. Mūzikas ierakstu jomā tas darbojas arī ar Sony Music Entertainment starpniecību. Sony izmanto marķējumus Columbia Records Group, Epic Records Group un Sony Classical.
- (4) Padomdevēju komiteja uzņēmumu koncentrācijas jautājumos 2004. gada 9. jūlijā tās 127. sanāksmē sniedza labvēlīgu atzinumu par Komisijas iesniegto lēmuma projektu par atbrīvojuma piešķiršanu.

- (5) Uzklaušanās amatpersona 2004. gada 5. jūlija ziņojumā puda viedokli, ka pušu tiesības būt uzklaustām ir ievērotas.

I. ATTIECĪGIE TIRGI**Mūzikas ieraksti**

- (6) Komisija konstatēja, ka mūzikas ierakstu attiecīgo produktu tirgu (ieskaitot "A&R" un mūzikas ierakstu reklāmu, pārdošanu un tirgdarbību) var iedalīt sīkāk atsevišķu produktu tirgos, balstoties uz mūzikas žanru (piemēram, starptautiskā popmūzika, vietējā popmūzika, klasiskā mūzika), vai saliktos darbos. Tomēr šajā lietā var atstāt neatbildētu jautājumu, vai minētie mūzikas žanri vai kategorijas veido atsevišķus tirgus, jo, pamatojoties uz jebkuru tirgus definīciju, uzņēmumu koncentrācija neradīs vai nenostiprinās to dominējošo stāvokli.
- (7) Tirgus izpētes gaitā apstiprinājās, ka daudzi faktori (piemēram, A&R, cenu veidošana, pārdošana un tirgdarbība, kas galvenokārt notiek valsts mērogā, spēcīgais vietējā repertuāra pieprasījums un neatkarīgo starptautisko mūzikas ierakstu uzņēmumu ierobežotā klātbūtne) attiecīgajos mūzikas ierakstu ģeogrāfiskajos tirgos uzskatāmi par iekšējiem faktoriem.

Mūzika tiešsaistē

- (8) Balstoties uz tirgus izpētes rezultātiem, Komisija uzskata, ka mūzika tiešsaistē neveido mūzikas fizisko ierakstu tirgus daļu, īpaši šī produkta un tā izplatīšanas atšķirību dēļ. Tā identificēja divus atšķirīgus produktu tirgus mūzikai tiešsaistē: i) licenču vairumtirdzniecības tirgus mūzikai tiešsaistē un ii) mazumtirdzniecības tirgus mūzikas izplatīšanai tiešsaistē.

⁽¹⁾ OV L 395, 30.12.1989., 1. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 1310/97 (OV L 180, 09.07.1997., 1. lpp.)

⁽²⁾ A&R = Mākslinieks un repertuārs (Artist and Repertoire); mūzikas nozarē šis ir līdzvērtīgs apzīmējumam "pētniecība un attīstība".

- (9) Šajā lietā Komisija uzskata, ka gan licenču vairumtirdzniecības tirgus mūzikai tiešsaistē, gan mazumtirdzniecības tirgus mūzikas izplatīšanai tiešsaistē pēc savas darbības apjoma ir iekšzemes. Nākotnē tas varētu mainīties atkarībā no turpmākām pārrobežu attīstības tendencēm mūzikas tiešsaistē licencēšanā un mūzikas izplatīšanā.

Mūzikas izdošana

- (10) Balstoties gan uz pieprasījuma, gan piedāvājuma puses apsvērumiem, Komisija konstatēja pazīmes tam, ka mūzikas izdošanā pastāv atsevišķi produktu tirgi atkarībā no dažādu tiesību kategoriju izmantošanas (t.i., mehāniskā atskaņošana, izpildījums, sinhronizācijas, drukas un citas tiesības). Tomēr attiecīgā produkta tirgus precīzais apjoms var palikt nenoteikts, jo, pamatojoties uz jebkuru tirgus definīciju, ietekmes uz konkurenci novērtējums ir tāds pats.
- (11) Tirgus izpēte ir devusi apstiprinājumu tam, ka, neraugoties uz dažiem pārrobežu elementiem, tirgus ģeogrāfiskā ziņā pēc būtības ir iekšzemes, ņemot vērā to, ka maksājumi par mehāniskās atskaņošanas vai izpildījuma tiesību licencēm parasti tiek iekasēti katrā valstī. Šajā lietā attiecīgā ģeogrāfiskā tirgus precīzais apjoms var palikt nenoteikts, jo, pamatojoties uz jebkuru tirgus definīciju, ietekmes uz konkurenci novērtējums ir tāds pats.

II. VĒRTĒJUMS

A. Iespējamā kolektīvā dominējošā stāvokļa nostiprināšana mūzikas ierakstu tirgos

Ievads

- (12) Izmeklēšanas gaitā Komisija nav guvusi pietiekamus pierādījumus secinājumam par piecu lielāko uzņēmumu (*Sony*, *BMG*, *Universal*, *EMI* un *Warner*) kolektīvā dominējošā stāvokļa esamību mūzikas ierakstu tirgos.
- (13) Pamatojoties uz Eiropas tiesu precedentiem, īpaši uz spriedumu *Airtours* lietā, kolektīvā dominējošā stāvokļa nepieciešamie priekšnosacījumi tirgus dalībnieku vidū ir: i) vienota koordinēšanas noteikumu izpratne; ii) iespēja novērot, vai šie noteikumi tiek ievēroti; iii) sankciju mehānisma esamība gadījumiem, ja netiek ievēroti noteikumi; un iv) trešās puses (esošie un potenciālie konkurenti, klienti) nespēj nopietni apdraudēt no koordinācijas sagaidāmās priekšrocības.

- (14) Novērtējot, vai pieciem lielākajiem mūzikas ierakstu uzņēmumiem ir kolektīvs dominējošs stāvoklis mūzikas ierakstu tirgū, Komisija analizēja, vai pēdējo triju līdz četru gadu laikā EEZ dalībvalstīs varētu būt bijusi lielāko uzņēmumu saskaņota cenu politika.

- (15) Šajā nolūkā Komisija izpētīja piecu lielāko uzņēmumu vairumtirdzniecības cenu veidošanu vairumtirgotājiem un mazumtirgotājiem laika posmā no 1998. gada līdz 2003. gadam katrā dalībvalstī. Analizējot Komisija īpaši pievērsa uzmanību tam, kā šajā laika posmā mainījās vidējās neto vairumtirdzniecības cenas, izplatītajiem publicētās cenas (*PPD*), bruto un neto cenas savstarpējās attiecības, kā arī rēķina atlaides un retrospektīvās atlaides.

- (16) Lai novērtētu lielāko uzņēmumu iespējamo vairumtirdzniecības cenu koordināciju, Komisija analizēja katra lielā uzņēmuma 100 vispopulārāko singlu albumu vidējo neto cenu izmaiņu (ievērojot inflācijas koeficientu) paralēlismu piecās lielākajās dalībvalstīs (to uzskata par reprezentatīvu piemēru, jo 100 vispopulārāko singlu albumi veido apmēram 70-80 % no lielāko uzņēmumu attiecīgi pārdotajiem mūzikas ierakstiem). Otrkārt, Komisija pārbaudīja, vai cenu koordinācija varētu tikt sasniegta, kā galveno instrumentu izmantojot cenrāžu cenas (*PPD*). Treškārt, Komisija analizēja, vai dažādās lielāko uzņēmumu atlaides bija izlīdzinātas un pietiekami pārskatāmas, lai faktiski varētu novērot konkurējošas darbības.

Francija, Vācija, Itālija, Spānija, Apvienotā Karaliste

- (17) Pamatojoties uz vidējām neto cenām, Komisija konstatēja nelielu paralēlismu un salīdzinoši līdzīgas lielāko uzņēmumu cenu izmaiņas piecos lielākajos tirgos - Francijā, Vācijā, Itālijā, Spānijā un Apvienotajā Karalistē. Tomēr šie novērojumi kā tādi nav pietiekami, lai secinātu, ka pagātnē ir notikusi cenu veidošanas koordinācija.
- (18) Tādēļ Komisija izmeklēja arī, vai papildu elementi, piemēram, cenrāžu cenas un atlaides bija izlīdzinātas un pietiekami pārskatāmas, lai nodrošinātu pietiekamus koordinācijas pierādījumus.
- (19) Komisija konstatēja dažas norādes par to, ka *PPD* varētu būt izmantoti kā galvenie instrumenti lielāko uzņēmumu cenrāžu cenu izlīdzināšanai visās piecās dalībvalstīs. Attiecībā uz atlaidēm izmeklēšana parādīja, ka atlaižu līmenis lielākajiem uzņēmumiem bija nedaudz atšķirīgs un ka noteikti atlaižu veidi nebija pietiekami pārskatāmi, lai uzskatītu, ka pastāvējusi slepena noruna.

- (20) Turklāt Komisija analizēja, vai mūzikas ierakstu tirgiem ir raksturīgas kolektīvo dominējošo stāvokli atvieglojošas iezīmes, īpaši apsverot produkta viendabīgumu, pārskatāmību un sankciju mehānismus.

attiecībā uz lielākajām dalībvalstīm, ir spēkā arī attiecībā uz mazākajām dalībvalstīm.

Secinājums

- (21) Attiecībā uz produkta viendabīgumu Komisija konstatēja, ka albumu saturs ir atšķirīgs, taču arī ka cenu veidošana un tirgdarbība zināmā mērā ir standartizēti. Tomēr satura nevienādīgums zināmā mērā ietekmē cenu veidošanu un samazina tirgus pārskatāmību, kas apgrūtina slepenas norunas klusējot, jo šim nolūkam nepieciešama novērošana katra albuma līmenī.

- (26) Komisija uzskata, ka nav atrasti pietiekami pierādījumi piecu lielāko mūzikas ierakstu uzņēmumu kolektīvā dominējošā stāvokļa pastāvēšanai mūzikas ierakstu tirgos kādā no EEZ dalībvalstīm.

B. Iespējamā kolektīvā dominējošā stāvokļa radīšana mūzikas ierakstu tirgos

- (22) Attiecībā uz pārskatāmību Komisija konstatēja, ka nedēļas populārāko dziesmu/albumu tabulu publicēšana, pastāvīgo klientu bāzes stabilitāte un lielāko uzņēmumu mazumtirdzniecības tirgus novērošana ar nedēļas atskaišu palīdzību palielina tirgus pārskatāmību un atvieglo koordinēšanas politikas novērošanu. Tomēr izmeklēšana sniedza norādes arī par to, ka kampaņveida atlaižu novērošanai nepieciešama novērošana albuma līmenī, kas samazina pārskatāmību tirgū un apgrūtina slepenas norunas klusējot. Tomēr Komisija nav konstatējusi pietiekamus pierādījumus tam, ka lielākie uzņēmumi ir pārvarējušas šo pārskatāmības trūkumu pagātnē.

- (27) Komisija ir apsvērusi arī, vai uzņēmumu apvienošanās *neradīs* lielāko mūzikas ierakstu uzņēmumu kolektīvu dominējošu stāvokli kādā no EEZ dalībvalstīm. Tomēr, ņemot vērā minēto, īpaši attiecībā uz tirgus pārskatāmību, produkta satura viendabīgumu un sankcijām, Komisija uzskata, ka uzņēmumu apvienošanās rezultātā notiekošā lielāko uzņēmumu skaita samazināšanās no pieciem uz četriem nebūs pietiekama, lai izraisītu lielāko uzņēmumu kolektīvu dominējošu stāvokli mūzikas ierakstu tirgos.

C. Iespējamā viena uzņēmuma dominējošā stāvokļa radīšana mūzikas ierakstu tirgos

- (23) Kas attiecas uz sankcijām, Komisija pētīja, vai lielākie uzņēmumi varētu sodīt kādu citu no lielākajiem uzņēmumiem par "krāpšanos", īpaši ar (pagaidu) atgriešanos pie konkurējošām darbībām vai ar pārkāpēja izslēgšanu no piedalīšanās kopuzņēmumos un norunās. Tomēr Komisija nav atradusi pietiekamus pierādījumus tam, ka pagātnē šādi sankciju mehānismi ir tikuši piemēroti vai izmantoti kā draudi.

- (28) Trešās puses izteikušas bažas par to, ka kopuzņēmums varētu iegūt viena uzņēmuma dominējošo stāvokli mūzikas ierakstu tirgos sakarā ar kopuzņēmuma vertikālajām attiecībām ar *Bertelsmann* plašsaziņas līdzekļu uzņēmumiem. Pastāv viedoklis, ka *Bertelsmann* varētu izmantot savu stāvokli televīzijas kanālos un radio stacijās, lai ierobežotu konkurentus par labu *Sony BMG*, piešķirot izdevīgāku maksu vai attieksmi vai ierobežojot konkurentu iespējas reklamēt savus māksliniekus šajos kanālos.

Nīderlande, Zviedrija, Īrija, Austrija, Beļģija, Dānija, Somija, Norvēģija, Portugāle, Grieķija

- (24) Mazākajās dalībvalstīs Komisija tāpat konstatēja ievērojamu paralēlisma pakāpi starp lielāko uzņēmumu PPD, kurus lielie uzņēmumi varēja izmantot kā galveno instrumentu cenu izlīdzināšanai. Tomēr izmeklēšanā arī mazākajās dalībvalstīs attiecībā uz dažām atlaidēm atklājās zināmas atšķirības atlaižu līmenī un pārskatāmības trūkums.

- (29) Komisija secina, ka nelielas iespējas, ka paredzētais kopuzņēmums iegūtu viena uzņēmuma dominējošo stāvokli mūzikas ierakstu tirgos Vācijā, Nīderlandē, Beļģijā, Luksemburgā un Francijā, kur uzņēmuma *Bertelsmann* aktīvi darbojas RTL televīzijas kanālos un radio stacijās. No vertikālās integrācijas *Bertelsmann* plašsaziņas līdzekļu grupā atvasinātās priekšrocības (piemēram, izmantojot *Pop Idol* formātu, kas, saskaņā ar nozares ekspertu viedokli, jau ir sasniedzis savu virsotni) ir jau iekļautas BMG tirgus daļās 2003. gadam. Balstoties uz šīm tirgus daļām, plānotais kopuzņēmums nesasniedz viena uzņēmuma dominējošā stāvokļa sliekšni. Turklāt Komisija nav radusi apstiprinājumu tam, ka *Bertelsmann* konkurentu pieejas ierobežošana televīzijas kanāliem un radio stacijām varētu būt rentabla stratēģija.

- (25) Komisijas apsvērumi par produkta viendabīgumu, tirgus pārskatāmību un sankciju iespējām, kā iepriekš norādīts

**D. Iespējamā kolektīvā dominējošā stāvokļa rašanās
licenču vairumtirdzniecības tirgos mūzikai tieš-
saistē**

- (30) Komisija atzīmē, ka tirgus likumīgai mūzikai atskaņošanai tiešsaistē pašlaik atrodas sākuma stadijā, jo lielākā daļa tīmekļa vietņu mūzikas atskaņošanai tiešsaistē EEZ ir sākušas darboties tikai nesen. Tādēļ ir grūti izdarīt galīgu secinājumu par lielāko mūzikas ierakstu uzņēmumu stāvokli tirgū, īpaši attiecībā uz valstu iekšzemes tirgiem. Bez tam informācija par faktiski lejupielādētām vai tiešsaistē klausītajām dziesmām nesniedz skaidru priekšstatu par dažādo tirgus dalībnieku stāvokli tirgū, un nekāda informācija par nozari nav publiski pieejama. Tomēr, pamatojoties uz Komisijas saņemto informāciju, var secināt, ka lielāko ierakstu uzņēmumu stāvoklis licenču vairumtirdzniecības tirgū mūzikai tiešsaistē šķiet lielā mērā līdzīgs to stāvoklim mūzikas ierakstu tirgos.
- (31) Ņemot vērā, ka šie tirgi ir tapšanas stadijā, kā arī cenu noteikšanas un nosacījumu atšķirības spēkā esošajos līgumos, Komisija ir izdarījusi secinājumu, ka nav atrasti pietiekami pierādījumi lielāko uzņēmumu kolektīvam dominējošam stāvoklim valstu iekšzemes tirgos licencēm mūzikai tiešsaistē vai tam, ka uzņēmumu koncentrācija varētu radīt to kolektīvo dominējošo stāvokli šajos tirgos.

**E. Iespējamā viena uzņēmuma dominējošā stāvokļa
rašanās tirgos mūzikas ierakstu izplatīšanai tieš-
saistē**

- (32) Trešās puses ir izteikušas bažas par to, ka darījuma rezultātā Sony varētu iegūt viena uzņēmuma dominējošo stāvokli mūzikas ierakstu izplatīšanai tiešsaistē valstu tirgos ar savu Sony Connect mūzikas lejuplādēšanas pakalpojumu starpniecību. Pastāv viedokļi, ka Sony varētu izmantot kontroli kopuzņēmumā, lai ierobežotu tā konkurentus pakārtotajā tirgū mūzikas izplatīšanai tiešsaistē, jo īpaši liedzot konkurējošām tīmekļa vietnēm pieeju kopuzņēmuma bibliotēkai vai iesaistoties diskriminējošā rīcībā pret saviem konkurentiem, piemēram, ar lietošanas noteikumu palīdzību, jaunu dziesmu izlaides laiku un ieraksta formātu.
- (33) Komisija uzskata, ka pēc darbības uzsākšanas ASV 2004. gada maijā uzņēmums Sony Connect Eiropā pašlaik

atrodas tikai darbības uzsākšanas sākumstadijā. Tādēļ šobrīd tai nepieder nekāda tirgus daļa. Tāpat citi tirgus dalībnieki šajā tirgū ir jau ieguvuši noteiktu tirgus daļu (piemēram, OD2), un vēl citi tirgus dalībnieki ir nesen uzsākuši darbību šajā tirgū vai paziņojuši, ka drīzumā to darīs. Turklāt, ierobežojot konkurentus, plānotais kopuzņēmums Sony BMG nesaņemtu licenču ienākumus par ierakstiem, ko pārdos konkurenti, un jāapšaubā, vai šāda stratēģija būtu rentabla.

F. Iespējamās ārējās sekas mūzikas izdošanā

- (34) Trešās puses ir izteikušas bažas, ka kopuzņēmuma izveidošanas rezultātā varētu notikt pušu konkurējošās darbības koordinēšana ar mūzikas izdošanu cieši saistītajos tirgos.
- (35) Komisija uzskata, ka jebkura koordinācija varētu būt iespējama diezgan ierobežotā mērā, jo izdošanas tiesību pārvaldību galvenokārt veic autortiesību aģentūras (vismaz attiecībā uz svarīgākajām – mehāniskās atskaņošanas un izpildījuma tiesībām). Pamatojoties uz piemērojamajiem tiesību aktiem, autortiesību aģentūras licences izsniedz nediskriminējoši un ar izdevējiem, autoriem un komponistiem vienojas par autoratlīdzību. Komisija arī uzskata, ka, pretēji dažu trešo pušu bažām, uzņēmumu koncentrācijas rezultātā lielie uzņēmumi neapietu autortiesību aģentūras, jo par šādu stratēģiju nav pietiekami konkrētu pierādījumu.

III. NOBEIGUMS

- (36) Lēmumā ir izdarīts secinājums, ka paredzētā uzņēmumu koncentrācija nerada vai nestiprina viena uzņēmuma vai uzņēmumu kolektīvo dominējošo stāvokli mūzikas ierakstu, licenču mūzikai tiešsaistē vai mūzikas izplatīšanas tiešsaistē valstu iekšzemes tirgos, kā rezultātā kopējā tirgū vai ievērojamā tā daļā varētu tikt būtiski kavēta efektīva konkurence. Lēmumā arī izdarīts secinājums, ka darījuma mērķis vai rezultāts nav vienošanās starp kopuzņēmuma mātes uzņēmumiem Sony un Bertelsmann par konkurējošu darbību mūzikas izdošanas tirgos. Līdz ar to lēmumā ir atzīts, ka uzņēmumu koncentrācija ir saderīga ar kopējo tirgu un EEZ līgumu saskaņā ar Apvienošanās regulas 2. panta 2. un 4. punktu un 8. panta 2. punktu un EEZ līguma 57. pantu.