

**BESCHIKKING VAN DE COMMISSIE****van 18 juli 2007****waarbij een concentratie verenigbaar wordt verklaard met de gemeenschappelijke markt en de werking van de EER-overeenkomst****(Zaak COMP/M.4504 — SFR/Télé 2 France)***(Kennisgeving geschied onder nummer C(2007) 3443)***(Slechts de tekst in de Franse taal is authentiek)****(Voor de EER relevante tekst)****(2007/784/EG)**

Op 18 juli 2007 heeft de Commissie een beschikking gegeven met betrekking tot een zaak in het kader van artikel 8, lid 2, van Verordening (EG) nr. 139/2004 van de Raad van 20 januari 2004 betreffende de controle op concentraties van ondernemingen. Een niet-vertrouwelijke versie van de volledige tekst van de beschikking is in de oorspronkelijke taal van de zaak en in de werktalen van de Commissie te vinden op de website van DG Concurrentie op het volgende adres:  
[http://ec.europa.eu/comm/competition/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html)

**INHOUDSOPGAVE**

- (1) Op 28 november 2006 ontving de Commissie een aanmelding van een voorgenomen concentratie in de zin van artikel 4 van Verordening (EG) nr. 139/2004 <sup>(1)</sup> (hierna: „de concentratieverordening”) van de Raad waarin is meegedeeld dat de onderneming SFR SA („SFR”, Frankrijk), die onder gezamenlijke zeggenschap staat van Vivendi SA („Vivendi”, France) en Vodafone Group plc („Vodafone”, Verenigd Koninkrijk), in de zin van artikel 3, lid 1, onder b), van genoemde verordening volledige zeggenschap verkrijgt over de activiteiten op het gebied van internettoegang en vaste telefonie van de onderneming Télé 2 France („Télé 2”, Frankrijk, dochteronderneming van het concern Télé 2) door de aankoop van aandelen. De activiteiten op het gebied van mobiele telefonie van Télé 2 vallen buiten deze transactie.
- (2) SFR is een Franse onderneming die actief is in de sector van de mobiele telefonie in Frankrijk. Zij staat onder zeggenschap van Vivendi en Vodafone.
- (3) Vivendi is de moedermaatschappij van een Franse media- en telecommunicatiegroep. De Vivendi-groep is hoofdzakelijk actief in de sectoren betaaltelevisie (via de groep Canal+), film, muziek, interactieve spelen en telecommunicatie.
- (4) Vodafone is de moedermaatschappij van een Britse groep die als exploitant van een mobiele telecommunicatienetwerk en leverancier van andere telecommunicatiediensten in verscheidene lidstaten van de Europese Unie en daarbuiten activiteiten heeft.
- (5) Télé 2 France (Télé 2) is de Franse dochteronderneming van de Télé 2-groep. De onderneming heeft activiteiten op het gebied van vaste telefonie, levering van internet-

toegang en, sinds het in juni 2006 een DSL-aanbod lanceerde, ook op het gebied van betaaltelevisie <sup>(2)</sup>. Télé 2 is voorts actief in de sector van de mobiele telefonie.

- (6) Uit het marktonderzoek is gebleken dat de aangemelde concentratie een aanzienlijke verzwakking van de concurrentiedruk die door DSL-aanbieders wordt uitgeoefend op alle markten voor betaaltelevisie in Frankrijk en daardoor op termijn een stijging van de prijzen en een daling van de kwaliteit van het aanbod tot gevolg zou kunnen hebben. Er bestaat dan ook ernstige vrees dat de aangemelde concentratie de daadwerkelijke concurrentie op de gemeenschappelijke markt of een wezenlijk deel daarvan op significante wijze belemmert. SFR en Vivendi hebben echter passende maatregelen voorgesteld om deze concurrentiebezwaren weg te nemen.

**I. MARKTAFBAKENING****Inleiding**

- (7) De concentratie in kwestie heeft betrekking op de sector betaaltelevisie in Frankrijk. Deze sector is als volgt georganiseerd. Upstream bevinden zich de houders van uitzendrechten voor programma's (films, series, sportevenementen enz.). Op het intermediaire niveau staan de samenstellers van zenders die voor hun programma's intern hun eigen uitzendingen produceren en/of zendrechten voor programma's (films, series, sportevenementen enz.) verkrijgen. Downstream bevinden zich de distributeurs die van de programmamakers het recht kopen die programma's uit te zenden en aanbiedingen van betaaltelevisie in de vorm van zenderpakketten samenstellen, die middels een abonnement toegankelijk zijn. De distributie van het betaaltelevisieaanbod naar de eindverbruiker kan via verschillende vormen van transmissie plaatsvinden, waarbij in Frankrijk kabel, satelliet, DSL en terrestrische transmissie (analoog en digitaal) de meest gangbare zijn.

<sup>(1)</sup> PB L 24 van 29.1.2004, blz. 1.

<sup>(2)</sup> *Digital Subscriber Line*. DSL is een technologie waarmee de capaciteit van de conventionele telefoonlijnen aanmerkelijk kan worden vergroot. Er bestaan verscheidene varianten van deze technologie, waarvan de meest courante ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) is.

### Productmarkten

*De markten van de „eerste fase” van verwerving van uitzendrechten*

- (8) De belangrijkste criteria voor segmentatie en differentiatie van de uitzendrechten met betrekking tot audiovisuele programma's zijn:
- i) de aard van het programma: films en recente series; sportevenementen; andere audiovisuele inhoud (archiefmateriaal en materiaal met een beperkte levensduur);
  - ii) distributieplatform: kabel, satelliet, DSL alsook analoge en digitaal terrestrisch;
  - iii) soort uitzending: klassieke lineaire televisieprogramma's en niet-lineaire televisiediensten (pay per view („PPV”) en video-op-verzoek („VoD”).
- (9) Op de upstreammarkten zijn de aanbieders van televisie via DSL in Frankrijk voornamelijk actief op het gebied van de verwerving van uitzendrechten voor VoD. Hoewel Télé 2 tot dusverre geen VoD-diensten heeft aangeboden, was deze onderneming niettemin een potentiële nieuwkomer op de markt voor de verwerving van VoD-uitzendrechten. Met het oog op de beoordeling van deze concentratie uit het oogpunt van de mededinging moet, op basis van de resultaten van het marktonderzoek, een afzonderlijke markt voor de verwerving van VoD-uitzendrechten voor films worden afgebakend.

*De intermediaire markten voor de groothandelsdistributie van televisiekanalen*

- (10) Op deze intermediaire markten treden televisieprogramma-makers en aanbieders van betaaltelevisiediensten met elkaar in contact. Volgens de vaste praktijk van de Commissie wordt er een onderscheid gemaakt tussen gratis televisieprogramma's, die in zeer ruime mate uit reclameinkomsten worden gefinancierd (welke in het geval van publieke zenders eventueel met overheidsmiddelen worden aangevuld) en betaaltelevisieprogramma's, die hoofdzakelijk worden gefinancierd uit de vergoedingen die door de distributeurs worden betaald.
- (11) De Commissie heeft verscheidene keren een onderverdeling van de markten aan de hand van de thema's van de verschillende zenders (met name zenders met premium-inhoud en sport) overwogen, maar heeft daarover tot nog toe geen besluit genomen. Hoewel het niet noodzakelijk is dit besluit te nemen, is de Commissie in haar analyse tot de slotsom gekomen dat een aantrekkelijk zenderpakket bestaat uit een basispakket dat uit verschillende hoofdthema's (premiuminhoud, films, jeugd, sport, informatie) en aanvullende, meer of minder onderling substitueerbare genres is samengesteld.
- (12) Voorts passen de mededingingsautoriteiten doorgaans geen onderverdeling volgens het distributieprocedé toe (dat wil zeggen door een onderscheid te maken tussen de verschillende transmissieplatforms, zoals kabel, satelliet en, meer recentelijk, DSL), omdat de programmamakers hun programma's met het oog op maximalisering van hun inkomsten in beginsel op zo groot mogelijke schaal willen verkopen via multiplatformexclusiviteitsovereenkomsten en op alle transmissieplatforms aanwezig willen zijn.

*De downstreammarkt voor de kleinhandelsdistributie van betaaltelevisiediensten*

- (13) Volgens de vaste praktijk van de Commissie vormen de distributie van betaaltelevisie en de distributie van gratis televisie onderscheiden productmarkten. De aanbiedingen van betaaltelevisie enerzijds en gratis televisie anderzijds zijn immers uit het oogpunt van de vraag weinig substitueerbaar. Het onderzoek naar de onderhavige concentratie heeft niets aan deze fundamentele segmentatie veranderd.
- (14) Daarnaast bevestigt het in het kader van de concentratie verrichte marktonderzoek dat de markt niet aan de hand van de verschillende wijzen van transmissie van betaaltelevisie (kabel, satelliet, DSL, terrestrisch) moet worden onderverdeeld, met name gelet op het feit dat op de verschillende platforms in toenemende mate dezelfde inhoud wordt geboden. Bovendien is het voor de concentratie in kwestie, wat de zich in het beginstadium bevindende ontwikkeling betreft van diensten op het gebied van televisiedistributie die via mobiele telefonieplatforms worden aangeboden, niet noodzakelijk zich uit te spreken over de vraag of deze diensten een afzonderlijke markt vormen omdat, enerzijds, SFR al voor de concentratie als aanbieder van mobiele telefonie actief is en, anderzijds, de activiteiten van Télé 2 op het gebied van mobiele telefonie buiten het bestek van deze concentratie vallen.

### Geografische markten

- (15) De Commissie gaat er, in overeenstemming met haar vaste beschikkingspraktijk, van uit dat het bij elk van de hierboven beschreven markten een nationale markt betreft. Wat de verwerving van inhoud (rechten of programma's) betreft, vinden de onderhandelingen tussen aanbieders en afnemers op nationaal niveau plaats (los van de vraag of de rechten op binnenlandse of buitenlandse inhoud betrekking hebben). Wat de downstreammarkt voor de distributie van betaaltelevisiediensten betreft, moet erop worden gewezen dat de verschillende transmissiewijzen het gehele nationale grondgebied (satelliet) dekken of geleidelijk het gehele grondgebied dan wel een groot deel daarvan zullen beslaan (TNT, DSL en kabel). Daarenboven zij erop gewezen dat de distributeurs van betaaltelevisie een uniform tariefbeleid toepassen.

## II. BEOORDELING UIT HET OOGPUNT VAN DE MEDEDINGING

### Werking van de markt voor de aangemelde concentratie

- (16) Het Vivendi-concern is tot nog toe rechtstreeks actief als aanbieder van betaaltelevisie in Frankrijk die via satelliet en terrestrisch wordt doorgegeven. De zenderpakketten van Vivendi worden ook via DSL doorgegeven. Aangezien Vivendi tot nog toe echter niet over een DSL-infrastructuur beschikt, moet de onderneming voor de distributie van zijn programma's verplicht het netwerk van DSL-aanbieders gebruiken. DSL-aanbieders houden zich derhalve alleen bezig met het doorzenden van de pakketten van Vivendi en zijn in geen geval bevoegd voor de distributie ervan, omdat Vivendi de directe commerciële relatie met zijn abonnees zelf houdt.

- (17) Derhalve kunnen DSL-aanbieders zoals Télé 2 slechts programmapakketten met programma's en televisiediensten distribueren waarvoor zij de transmissierechten bij de programmakers hebben verworven, om deze pakketten vervolgens rechtstreeks aan de eindverbruikers aan te bieden. De eigen programmapakketten worden in het kader van „multiple play”-aanbiedingen samen met telecommunicatiediensten (telefonie en/of breedbandinternettoegang) op de markt gebracht.
- (18) De DSL- en digitale terrestrische tv (DVB-T)-platforms zijn de meest dynamische transmissiemethoden en leveren de grootste bijdrage tot de groei van de markt voor betaaltelevisie in Frankrijk, terwijl de toename van het aantal abonnees bij satelliet en kabel slechts betrekkelijk gering is. Aangezien in de komende jaren een groei van het aantal DSL-aansluitingen in Frankrijk valt te verwachten, zal naar verwachting het aantal „multiple play”-abonnees bij DSL-aanbieders vanzelf sterk blijven toenemen.
- (19) De dynamische groei van de DSL-aanbieders valt te verklaren uit het feit dat zij ten opzichte van andere platformen bepaalde relatieve voordelen genieten:
- economische voordelen dankzij „multiple play” (breedbandinternettoegang, IP-telefonie, televisie en, in toenemende mate ook mobiele telefonie), dat niet via satelliet en DVB-T kan worden aangeboden;
  - technische voordelen: transmissie via de klassieke telefoonlijn (koperen kabel) en, naast de klassieke PPV-diensten, beschikbaarheid van innoverende diensten zoals VoD, die wegens het ontbreken van een retourkanaal niet via satelliet en DVB-T kunnen worden aangeboden;
- (20) Het marktonderzoek heeft echter aangetoond dat van de eigen programmapakketten van de DSL-aanbieders op dit ogenblik slechts een geringe concurrentiedruk uitgaat op de Vivendi-groep doordat deze aanbieders geen toegang tot aantrekkelijke televisie-inhoud hebben. Deze beperking vloeit rechtstreeks voort uit de exclusiviteitsovereenkomsten die Vivendi met bijna alle programmakers — zowel binnen als buiten de Vivendi-groep — van de aantrekkelijkste en bekendste zenders in Frankrijk heeft gesloten.
- (21) Aan de hand van de gegevens die in de tweede fase van het marktonderzoek zijn vergaard, schat de Commissie dat het marktaandeel van Vivendi in aantal abonnees tussen [60-70]\*% ligt. Het marktaandeel van Vivendi naar omzet ligt in ieder geval nog aanzienlijk hoger dan het aan de hand van het aantal abonnees berekende marktaandeel doordat de verkoopprijs van het televisieaanbod van Vivendi hoger ligt dan die van zijn concurrenten.
- (22) Télé 2 heeft een zeer gering marktaandeel van minder dan 1 %. Volgens de gegevens van de aanmeldende partij voor 2006 vertegenwoordigde Télé 2 minder dan 2 % van de netto-abonnementen op de gehele markt.
- (23) Hoewel het geringe marktaandeel van Télé 2 valt te verklaren uit het feit dat de onderneming de markt voor betaaltelevisie vrij laat heeft betreden (juni 2006), lijkt deze onderneming echter geen bijzondere rol op de markt te spelen of bestemd te zijn om in de nabije toekomst een dergelijke rol te spelen. Op basis van de door de aanmeldende partij voorgelegde feiten en de antwoorden van de in het kader van het marktonderzoek gevraagde derden is het huidige marktaandeel van Télé 2 in grote lijnen representatief voor de concurrentiedruk die de onderneming uitoefent of zou kunnen uitoefenen. Uit het marktonderzoek is namelijk gebleken dat Télé 2 geen specifieke voordelen ten opzichte van andere DSL-aanbieders geniet en dat de onderneming dus zonder de concentratie in kwestie geen bovengemiddelde groei had te verwachten.
- (24) Niettemin is uit het marktonderzoek duidelijk geworden dat, indien Télé 2 via Vivendi een geprivilegieerde toegang tot audiovisuele inhoud zou krijgen, de onderneming haar positie op de downstreammarkt voor de distributie van betaaltelevisie snel en in aanzienlijke mate zou kunnen versterken.

### Verticale effecten

- (25) De tweede fase van het marktonderzoek bevestigde de ernstige twijfels die in het besluit betreffende de inleiding van de procedure waren aangegeven en bevestigde tevens dat er voor Vivendi na de concentratie geen of slechts nog zeer weinig stimulans zal zijn om bepaalde DSL-aanbieders niet te begunstigen wat de toegang tot televisie-inhoud (audiovisuele zenders en programma's) betreft. Zodra Vivendi zelf als volwaardige DSL-aanbieder kan optreden, valt de stimulans om niet tussen andere DSL-aanbieders te discrimineren immers weg. De onderneming zal er juist belang bij hebben, SFR/Télé 2 te begunstigen om een zo groot mogelijk deel van het groeiende DSL-segment van de downstreammarkt van de distributie van betaaltelevisie aan te trekken.
- (26) Dankzij de uitstekende positie die Vivendi op de upstream- en de intermediaire markten heeft, zou de onderneming het eigen programmapakket van SFR/Télé 2 aanzienlijk kunnen uitbreiden door daarin aantrekkelijke en/of gedifferentieerde inhoud (programma's en audiovisuele rechten) op te nemen die voor andere DSL-aanbieders niet of tegen minder gunstige voorwaarden dan voor SFR/Télé 2 toegankelijk zou zijn. Aangezien de telecommunicatiecomponent (telefonie en internet) van de multiple play-diensten die door de DSL-aanbieders worden aangeboden betrekkelijk gestandaardiseerd is, zou Télé 2 zich door een dergelijke versterking van de televisiecomponent van zijn multiple play-aanbod duidelijk van de concurrentie onderscheiden en de aantrekkelijkheid van zijn aanbod aanzienlijk vergroten.

### Horizontale effecten

- (21) Aan de hand van de gegevens die in de tweede fase van het marktonderzoek zijn vergaard, schat de Commissie dat het marktaandeel van Vivendi in aantal abonnees tussen [60-70]\*% ligt. Het marktaandeel van Vivendi naar omzet ligt in ieder geval nog aanzienlijk hoger dan het aan de hand van het aantal abonnees berekende marktaandeel doordat de verkoopprijs van het televisieaanbod van Vivendi hoger ligt dan die van zijn concurrenten.

- (27) Door dit soort discriminerende praktijken zou immers de aantrekkelijkheid van het aanbod van Télé 2 (en dus van haar abonneestand) sterk toenemen, zonder dat concurrerende DSL-aanbieders toegang tot andere gelijkwaardige inhoud zouden hebben. Hierdoor zou de positie van de DSL-aanbieders op de downstreammarkt van de distributie van betaaltelevisie aanmerkelijk worden verzwakt, waardoor ook hun positie als potentiële kopers van de distributierechten van zenders of van uitzendrechten voor audiovisuele programma's zou verzwakken. De onderhandelingspositie van Vivendi op de upstream- en intermediaire markten zou dientengevolge door de uitbreiding van haar abonneestand aanmerkelijk worden versterkt.

### Conclusie

- (28) De conclusie luidt dat de aangemelde concentratie een afzwakking tot gevolg zou kunnen hebben van de zich nu juist ontwikkelende concurrentiedruk die door de DSL-aanbieders op de downstreammarkt van de distributie van betaaltelevisie wordt uitgeoefend, terwijl deze al fragiel is door de zeer sterke positie van Vivendi op alle betaaltelevisiemarkten in Frankrijk. Een dergelijke verzwakking van de potentiële concurrentie van de DSL-aanbieders op de downstreammarkt zou op zijn beurt de zeer sterke posities van Vivendi op de upstream- en de intermediaire markt nog verder versterken.

### III. CORRIGERENDE MAATREGELEN

- (29) Om het risico op concurrentiebeperking te verminderen hebben SFR en Vivendi op 13 juni 2007 verbintenissen voorgesteld. Inhoudelijk hebben deze verbintenissen betrekking op de voorwaarden inzake toegang tot drie soorten inhoud: zenders (verbintenissen 1 en 2), zenderpakketten en minizenderpakketten (verbintenis 3) en VoD-rechten (verbintenis 4).
- (30) De verbintenissen hebben betrekking op drie categorieën zenders:
- De „zenders van categorie 1” zijn „*lineaire themazenders (dat wil zeggen zenders zonder VoD en sVoD-diensten) die door de Vivendi-groep worden opgesteld*”;
  - De „zenders van categorie 2” zijn „*lineaire themazenders die worden geproduceerd door derden (waaronder de minderheidsaandeelhouders van Canal+ France), waarvan de Vivendi-groep de exclusieve distributierechten voor xDSL zou hebben*”; en
  - De „zenders van categorie 3” zijn „*lineaire themazenders die worden geproduceerd door derden (waaronder de minderheidsaandeelhouders van Canal+ France), waarvan de Vivendi-groep niet de exclusieve distributierechten voor xDSL zou hebben*”.

- (31) Met verbintenis 1 wordt beoogd dat Vivendi aan SFR/Télé 2 geen gunstigere voorwaarden dan aan andere DSL-aanbieders zal verlenen ten aanzien van zenders die de onderneming zelf produceert of waarvoor de onderneming exclusieve distributierechten bezit of zou bezitten. Overeenkomstig deze verbintenis moet Vivendi aan de

andere DSL-aanbieders de zenders die door SFR/Télé 2 worden gedistribueerd tegen normale marktvoorwaarden aanbieden, die niet ongunstiger dan de aan SFR/Télé 2 aangeboden voorwaarden mogen zijn.

- (32) Verbintenis 1 betreft niet de zenders waarop punt 21 betrekking heeft van de verbintenissen die Vivendi en de groep Canal+ tegenover de Franse minister van Economische Zaken in het kader van de operatie Canal Satellite/TPS zijn aangegaan. De interpretatie van deze verbintenis is gepreciseerd door SFR en Vivendi, die in een brief van 13 juni 2007 hebben bevestigd dat met deze toezegging ieder gevaar van positieve discriminatie van SFR/Télé 2 wat de toegang tot deze zeven zenders betreft, wordt uitgesloten.
- (33) Door verbintenis 2 wordt SFR/Télé 2 verboden exclusieve distributierechten voor DSL te verwerven of te exploiteren. Het belang van deze verbintenis vloeit voort uit het feit dat DSL-aanbieders die zich van het aanbod van Vivendi willen onderscheiden en onafhankelijk van Vivendi hun eigen televisieaanbod willen ontwikkelen, alleen zenders van categorie 3 ter beschikking staan. SFR/Télé 2 had na de concentratie in kwestie dankzij de sterke positie van Vivendi op de globale markt van de aankoop van zenders het exclusieve recht op de distributie van DSL voor deze zenders kunnen verwerven.
- (34) In verbintenis 2 is een evaluatieclausule („rendez-vous-clausule”) vastgelegd die het de Commissie mogelijk maakt om bij een eventuele verwerving van exclusieve DSL-rechten voor de zenders van categorie 3 door SFR/Télé 2 een controle vooraf te verrichten en ervoor te zorgen dat de verwerving van deze rechten de andere DSL-aanbieders in de praktijk niet belet onafhankelijk van Vivendi een eigen televisieaanbod te ontwikkelen.
- (35) Volgens verbintenis 3 is het Vivendi verboden de abonnees van SFR/Télé 2 te bevoorrechten bij de toegang tot de zenderpakketten die deze onderneming distribueert, namelijk: het pakket Canal+ (dat op dit ogenblik vier premiumkanalen omvat met hoofdzakelijk sport en nog niet eerder vertoonde speelfilms) en de pakketten Canal Satellite en TPS, die in hun verschillende onderafdelingen enkele tientallen themazenders (jeugd, informatie, ontdekking, speelfilms (tweede uitzending)) omvatten. Bij het pakket Canal+ en de pakketten Canal Satellite en TPS gaat het om premiumbetaaltelevisieaanbod in Frankrijk waarvoor op de Franse markt geen onmiddellijk alternatief bestaat. Zij vormen daarom een belangrijke aanvulling voor de abonnees op het multiple play-aanbod van DSL-aanbieders die toegang willen hebben tot een breed betaaltelevisieaanbod.
- (36) Verbintenis 3 geldt ook voor de PPV-diensten die Vivendi programmeert of waarvan Vivendi de programmering mogelijk zal verzorgen. Zij geldt dus met name voor de dienst PPV Foot+, die bijzonder aantrekkelijke (en derhalve voor abonneewerving belangrijke) en gedifferentieerde sportprogramma's distribueert.

- (37) Overeenkomstig verbintenis 4 mogen Vivendi en SFR geen exclusieve VoD-rechten op recente Amerikaanse en Franse films verwerven. Met deze toezegging wordt beoogd de DSL-aanbieders die met SFR/Télé 2 concurreren de mogelijkheid te geven VoD-rechten op recente Amerikaanse en Franse films te verwerven, die voor de differentiatie van het betaaltelevisieaanbod belangrijke programma's zijn. Er is een evaluatieclausule ingesteld voor het geval een verandering van de marktpraktijken zou kunnen leiden tot de constatering dat de concurrenten van Vivendi exclusieve VoD-rechten verwerven.
- (38) De bepalingen betreffende de toepassing en de follow-up van de verbintenissen waarborgen het toezicht en een doeltreffende controle op de verbintenissen en dus ook de doeltreffendheid van de verbintenissen zelf. Met name is in de verbintenissen een snelle procedure voor de beslechting van geschillen vastgelegd (hof van arbitrage).
- (39) De geldigheidsduur van de verbintenissen bedraagt vijf jaar. Deze duur lijkt gelet op de dynamiek van de markten op het gebied van de nieuwe technologieën voldoende. Deze periode van vijf jaar heeft bovendien het voordeel dat de duur van deze verbintenissen samenvalt

met de tegenover de Franse mededingingsautoriteiten naar aanleiding van de fusie Canal Satellite/TPS aangegane verbintenissen.

- (40) Gelet op het voorgaande kan de conclusie worden getrokken dat de door SFR en Vivendi voorgestelde verbintenissen van zodanige aard zijn dat zij alle mededingingsbezwaren wegnemen die de aangemelde operatie op de markten voor betaaltelevisie in Frankrijk deed rijzen.

#### IV. CONCLUSIE

- (41) Mits SFR en Vivendi de door hen aangegane verplichtingen volledig naleven, wordt geconcludeerd dat de voorgenomen transactie de daadwerkelijke concurrentie op de gemeenschappelijke markt of een wezenlijk deel daarvan niet op significante wijze zal belemmeren. Derhalve wordt de aangemelde concentratie, zoals gewijzigd bij de door SFR en Vivendi voorgestelde verbintenissen, verenigbaar verklaard met de gemeenschappelijke markt en met de werking van de EER-overeenkomst, overeenkomstig artikel 2, lid 2, artikel 8, lid 2, en artikel 10, lid 2, van de van de EU-concentratieverordening en van artikel 57 van de EER-overeenkomst.