

ODLOČBA KOMISIJE**z dne 18. julija 2007****o razglasitvi združljivosti koncentracije s skupnim trgom in delovanjem Sporazuma EGP****(Zadeva št. COMP/M.4504 – SFR/Télé 2 France)**

(notificirano pod dokumentarno številko C(2007) 3443)

(Besedilo v francoskem jeziku je edino verodostojno)**(Besedilo velja za EGP)**

(2007/784/ES)

Komisija je 18. julija 2007 na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij⁽¹⁾ in zlasti člena 8(2) navedene uredbe sprejela odločbo glede združitve. Različica celotne odločbe, ki ni zaupna, je na voljo v verodostojnem jeziku zadeve in v delovnih jezikih Komisije na spletni strani Generalnega direktorata za konkurenco na naslednjem naslovu: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

POVZETEK

- (1) Komisija je 28. novembra 2006 prejela priglasitev predlagane koncentracije v skladu s členom 4 Uredbe (ES) št. 139/2004 („Uredba ES o združitvah“), s katero podjetje SFR S.A. („SFR“, Francija), ki je pod skupnim nadzorom Vivendi SA („Vivendi“, Francija) in Vodafone Group plc („Vodafone“, Združeno kraljestvo), z nakupom delnic pridobi izključni nadzor nad poslovno dejavnostjo internetnega dostopa in fiksne telefonije podjetja Télé 2 France („Télé 2“, Francija, podružnica skupine Télé 2) v smislu člena 3(1)(b) Uredbe. Ta transakcija ne zadeva storitev mobilne telefonije podjetja Télé 2.
- (2) SFR je francoska družba, ki deluje v sektorju mobilne telefonije v Franciji. Nadzorujeta jo družbi Vivendi in Vodafone.
- (3) Vivendi je matična družba francoske skupine, ki deluje v sektorju medijev in telekomunikacij. Skupina Vivendi je prisotna predvsem v sektorju plačljive televizije (prek skupine Canal+), kinematografije, glasbe, interaktivnih iger in telekomunikacij.
- (4) Vodafone je matična družba britanske skupine, ki deluje kot operater mobilnega telefonskega omrežja ter izvajalec drugih telekomunikacijskih storitev v različnih državah članicah Evropske unije in zunaj nje.
- (5) Télé 2 France (Télé 2) je francoska podružnica skupine Télé 2. Deluje v sektorju fiksne telefonije, zagotavljanja

internetnega dostopa in od uvedbe ponudbe televizijske storitve DSL⁽²⁾ junija 2006 tudi v sektorju plačljive televizije. Podjetje Télé 2 je prav tako dejavno v sektorju mobilne telefonije.

- (6) Tržna raziskava je pokazala, da bi bila lahko posledica priglase transakcije občutna oslabitev konkurenčnega pritiska, ki ga izvajajo operaterji DSL na vse trge plačljive televizije v Franciji ter tako sčasoma porast cen in padec kakovosti ponudbe. Zato obstajajo resni dvomi, da bi priglase transakcija lahko močno ovirala učinkovito konkurenco na skupnem trgu ali njegovem znatnem delu. Podjetji SFR in Vivendi sta vseeno predlagali ustrezne rešitve, s katerimi bi lahko ovrgli te dvome.

I. OPREDELITEV TRGOV**Uvod**

- (7) Zadevna transakcija zadeva sektor plačljive televizije v Franciji. Če poenostavimo, je ta sektor organiziran na naslednji način. Na zgornjem delu tržne verige so imetniki pravic do razširjanja programov (filmi, nadaljevanke, športne prireditve itd.). Na vmesni ravni izdajatelji programov interno izdelajo svoje programe in/ali pridobijo pravice do razširjanja programov (filmi, nadaljevanke, športne prireditve itd.), da oblikujejo vsebino svojih kanalov. Na spodnjem delu tržne verige distributerji od izdajateljev odkupijo pravice do razširjanja njihovih kanalov in oblikujejo ponudbe plačljive televizije v obliki paketov kanalov, dostopnih proti plačilu naročnine. Distribucija ponudb plačljive televizije končnim uporabnikom se lahko zagotovi z različnimi načini prenosa, pri čemer so v Franciji glavni načini kabelski, satelitski, DSL in (analogni in digitalni) prizemni.

⁽¹⁾ UL L 24, 29.1.2004, str. 1.

⁽²⁾ Digital Subscriber Line (digitalni naročniški vod). DSL je tehnologija, ki omogoča občutno hitrejši prenos po običajnih telefonskih linijah. Obstaja več različic te tehnologije, in sicer je najnovejša asimetrični digitalni naročniški vod (ADSL – Asymmetric Digital Subscriber Line).

Proizvodni trgi

Zgornji deli tržne verige pridobitve pravic do razširjanja avdiovizualnih programov

- (8) Glavna merila za delitev in razločevanje pravic do razširjanja avdiovizualnih programov so:
- (i) vrsta programa: kinematografska dela in najnovejše nadaljevanke; športne prireditve; druge avdiovizualne vsebine (programi na zalogi in tekoči programi);
 - (ii) distribucijska platforma: kabelska, satelitska, DSL ter analogna prizemna in digitalna prizemna;
 - (iii) vrsta razširjanja: klasični linearni televizijski kanali in nelinearne televizijske storitve (plačaj, kolikor gledaš (Pay Per View – „PPV“) in video na zahtevo (Video on Demand – „VoD“)).
- (9) Na zgornjih delih tržne verige so operaterji DSL-televizije v Franciji predvsem dejavni na področju nakupa pravic do razširjanja v obliki videa na zahtevo. Čeprav podjetje Télé 2 pred transakcijo ni izdajalo storitve videa na zahtevo, je bilo kljub temu novi potencialni tekmeč na trgu odkupa pravic do razširjanja v obliki videa na zahtevo. Zaradi potreb po konkurenčni presoji zadevne transakcije in na podlagi rezultatov tržne raziskave je treba opredeliti samostojni trg za pridobitev pravic do kinematografskih del, namenjenih razširjanju v obliki videa na zahtevo.

„Vmesni“ trgi trženja kanalov

- (10) Ti vmesni trgi povezujejo izdajatelje televizijskih programov in distributerje storitev plačljive televizije. V skladu s stalno prakso odločanja Komisije obstaja razlika med brezplačnimi kanali, ki se večinoma financirajo z oglaševalskimi sredstvi (ki jih v primeru javnih kanalov po potrebi dopolnjujejo javna sredstva), in plačljivimi kanali, ki se zlasti financirajo s sredstvi, pridobljenimi s pristojbinami, ki jih plačajo distributerji.
- (11) Komisija je večkrat predvidela delitev glede na tematiko različnih kanalov (zlasti premium in športni kanali), pri čemer dejansko ni razrešila tega vprašanja. Ne da bi bilo treba razrešiti to vprašanje, je bilo v analizi Komisije ugotovljeno, da je zanimiv paket kanalov „osnovni“ paket, ki ga sestavljajo različne glavne tematike (premium, filmi, mladinske oddaje, šport, informativni program), tega pa dopolnjuje več drugih tematik, ki so med seboj bolj ali manj zamenljive.
- (12) Ne nazadnje, organi za konkurenco načeloma ne opravljajo delitve glede na tehnični postopek distribucije (to pomeni z razlikovanjem različnih platform razširjanja, kot so kabelska, satelitska ali pred kratkim DSL), saj želijo izdajatelji načeloma čim bolj tržiti svoje kanale, da bi

dobili čim večje plačilo in vsaj bili prisotni na vseh platformah razširjanja prek izključnih multiplatformnih pravic.

Spodnji del tržne verige maloprodajne distribucije storitev plačljive televizije

- (13) V skladu s stalno prakso Komisije sta distribucija plačljive in brezplačne televizije dva samostojna proizvodna trga. Ponudbe plačljive in brezplačne televizije je namreč z vidika povpraševanja težko nadomestiti z drugimi. Preiskava zadevne transakcije ni sprožila vprašanja o tej osnovni delitvi.
- (14) Vendar naj bi tržna raziskava, izvedena v okviru transakcije, potrdila, da ni treba opravljati delitve trga glede na različne načine razširjanja plačljive televizije (kabelski, satelitski, DSL, prizemni), zlasti če upoštevamo vedno večje zblíževanje različnih platform na ravni vsebine. Poleg tega se zaradi potreb te zadeve ni treba izreči o vprašanju, ali storitve, ki izhajajo iz televizijske distribucije prek platform mobilne telefonije, pomenijo samostojni trg, pod pogojem, da je, na eni strani, podjetje SFR že pred izvedbo transakcije operater mobilne telefonije in da, na drugi strani, transakcija ne zadeva dejavnosti mobilne telefonije podjetja Télé 2.

Geografski trgi

- (15) V zvezi z vsemi zgoraj opredeljenimi trgi Komisija v skladu s svojo ustaljeno prakso odločanja upošteva nacionalno razsežnost. V zvezi z nakupom vsebin (pravice ali kanalov) so pogajanja med ponudniki in povpraševalci organizirana na nacionalni podlagi (če gre za pravice do nacionalnih ali tujih vsebin). Kar zadeva spodnji del tržne verige distribucije storitev plačljive televizije, je treba opozoriti, da različni načini razširjanja zajemajo vse nacionalno ozemlje (satelit) oziroma da naj bi postopoma zajemali celotno ozemlje ali njegov velik del (digitalna prizemna, DSL ali kabelska televizija). Poleg tega je treba opozoriti, da imajo distributerji plačljive televizije enotno cenovno politiko na vsem ozemlju.

II. PRESOJA KONKURENCE

Delovanje trga pred priglašeno transakcijo

- (16) Pred transakcijo je bila skupina Vivendi neposredno dejavna na področju distribucije plačljive televizije v Franciji prek satelita in prizemnega prenosa. Podjetje Vivendi ponuja pakete kanalov tudi prek tehnologije DSL. Ker pa podjetje Vivendi pred transakcijo ni imelo infrastrukture DSL, mora za distribucijo teh paketov uporabiti omrežje operaterjev DSL. Operaterji DSL tako samo prenašajo pakete podjetja Vivendi in jih nikakor ne distribuirajo, saj je podjetje Vivendi obdržalo neposredni trgovinski odnos z naročniki teh paketov.

- (17) Tako operaterji DSL, kot je Télé 2, nastopajo kot distributerji na trgu plačljive trgovine samo za svoje „lastniške“ pakete, tj. pakete, sestavljene iz kanalov in televizijskih storitev, za katere od izdajateljev sami pridobijo pravico do razširjanja in ki jih nato neposredno ponudijo končnim uporabnikom. Ti lastniški paketi se tržijo v okviru večstoritvene ponudbe, imenovane *multiple play*, ki zajema tudi telekomunikacijske storitve (telefonijo in/ali hitri internetni dostop).
- (18) Platformi DSL in digitalne prizemne televizije (DVB-T) sta najbolj dinamična načina distribucije in glavni vodili rasti trga plačljive televizije v Franciji, medtem ko je pri satelitski in kabelski televiziji opaziti precej zmerno rast z vidika števila naročnikov. Ob upoštevanju predvidljive rasti deleža francoskega prebivalstva, ki bo v naslednjih letih imelo povezavo DSL, bi moralo število naročnikov na ponudbo *multiple play* operaterjev DSL avtomatično še naprej močno rasti.
- (19) Dinamiko operaterjev DSL je mogoče pojasniti z dejstvom, da imajo ti nekatere prednosti v primerjavi z drugimi platformami:
- komercialne prednosti storitve *multiple play* (hitri internet, IP telefonija, televizija in, postopno, mobilna telefonija), ki jih ni mogoče reproducirati prek satelita ali digitalne prizemne televizije,
 - tehnične prednosti: storitev, ki jo zagotavlja klasična telefonska linija (bakreni vod), možnost inovativnih storitev, kot je video na zahtevo (VoD) (v primerjavi s satelitsko in digitalno prizemno televizijo zaradi nerazpoložljivosti povratnega kanala), poleg klasičnih storitev plačaj, kolikor gledaš (PPV).
- (20) Kljub temu je tržna raziskava pokazala, da lastniški televizijski paketi operaterjev DSL trenutno izvajajo manjši konkurenčni pritisk na ponudbe skupine Vivendi, ker ne morejo priti do zanimivih televizijskih vsebin. Sicer pa je ta omejitev neposredna posledica izključnih pravic, ki jih je skupina Vivendi sklenila s skoraj vsemi izdajatelji najzanimivejših in najbolj znanih kanalov v Franciji, ne glede na to, ali gre za zunanje izdajatelje ali izdajatelje, ki pripadajo njihovi skupini.
- (21) Na podlagi informacij, zbranih med drugo fazo raziskave, Komisija ocenjuje, da se tržni delež skupine Vivendi giblje med [60–70] % po številu naročnikov. V vsakem primeru je tržni delež skupine Vivendi po prometu močno večji od njenega deleža, izračunanega na podlagi števila naročnikov, zaradi prodajne cene njenih televizijskih ponudb v primerjavi s ponudbami njenih tekmecev.
- (22) Télé 2 ima zelo majhen tržni delež, manjši od 1 %. Po podatkih priglasiatelja je podjetje Télé 2 v letu 2006 imelo manj kot 2 % neto novih naročnikov na celotnem trgu.
- (23) Čeprav lahko manjši tržni delež podjetja Télé 2 pojasnimo s sorazmerno poznim vstopom na trg plačljive televizije (junija 2006), se vseeno ne zdi, da bi imelo to podjetje posebno vlogo na trgu, niti da bi bilo pozvano, naj ima takšno vlogo v predvidljivi prihodnosti. Na podlagi dejstev, ki so jih navedli priglasiatelj in tretje osebe, anketirane v okviru tržne raziskave, je trenutni tržni delež podjetja Télé 2 na splošno reprezentativen za konkurenčni pritisk, ki ga izvaja ali naj bi ga izvajal na trg. Tržna raziskava je namreč opozorila, da podjetje Télé 2 nima posebnih ugodnosti v primerjavi z drugimi operaterji DSL, in zato naj brez zadevne transakcije ne bi raslo hitreje kot povprečna podjetja na trgu.
- (24) Toda tržna raziskava je pokazala, da bi lahko podjetje Télé 2, če bi ga skupina Vivendi z vidika dostopa do avdiovizualnih vsebin obravnavala privilegirano, hitro in občutno okrepilo svoj položaj na spodnjem delu tržne verige distribucije plačljive televizije.

Vertikalni učinki

- (25) V drugi fazi raziskave, v kateri so se okrepili resni dvomi, navedeni v odločbi o sprožitvi postopka, je bilo jasno potrjeno, da se bodo spodbude skupine Vivendi, v skladu s katerimi se še naprej ne bi dajala prednost nekaterim operaterjem DSL z vidika dostopa do vsebine (kanali in avdiovizualni programi), po transakciji prenehale pojavljati oziroma se bodo občutno zmanjšale. Takoj ko bo skupina Vivendi postala polnopravni operater DSL, ne bo več spodbujala nerazlikovanja med operaterji DSL. Imela bo namreč interes dati prednost podjetju SFR/Télé 2, da bi si v svojo korist pridobila čim večji možni delež rasti segmenta DSL na spodnjem delu tržne verige distribucije plačljive televizije.
- (26) Zelo močan položaj, ki ga ima skupina Vivendi na zgornjem in vmesnem delu tržne verige, bi ji omogočal, da bi občutno okrepila lastniški paket podjetja SFR/Télé 2, saj bi mu dodelila zanimive in/ali drugačne vsebine (kanale ali avdiovizualne pravice), do katerih ne bi mogli dostopati drugi operaterji DSL ali bi lahko ti do njih dostopali po manj ugodnih pogojih od tistih, dodeljenih podjetju SFR/Télé 2. Če je telekomunikacijska komponenta (telefonija in internet) večstoritvenih ponudb *multiple play* operaterjev DSL sorazmerno standardizirana, bi imela takšna okrepitev televizijske komponente ponudbe *multiple play* podjetja Télé 2 močan razlikovalni učinek in bi občutno povečala privlačnost njegove ponudbe.

(27) Ti diskriminacijski ukrepi bi namreč občutno povečali privlačnost ponudb podjetja Télé 2 (in torej njegove baze naročnikov), ne da bi imeli konkurenčni operaterji DSL dejansko možnost dostopanja do enakovrednih alternativnih vsebin. Zaradi tega bi bil položaj operaterjev DSL na spodnjem delu tržne verige distribucije plačljive televizije precej oslabiljen, kar bi prav tako oslabilo njihov položaj morebitnih kupcev pravic do distribuiranja kanalov ali pravic do razširjanja avdiovizualnih programov. Pogajalska moč skupine Vivendi na zgornjem in vmesnem delu tržne verige bi se zato s povečanjem njene baze naročnikov precej okrepila.

Sklep

(28) Skratka, predlagana transakcija, kot je bila prvotno priglašena, vsebuje tveganje, da bi oslabila nastajajoči konkurenčni pritisk, ki ga izvajajo operaterji DSL na spodnjem delu tržne verige distribucije plačljive televizije, medtem ko je ta že šibek zaradi zelo pomembnega položaja, ki ga ima skupina Vivendi na vseh trgih plačljive televizije v Franciji. Oslabitev potencialne konkurence operaterjev DSL na spodnjem delu tržne verige bi še bolj okrepila zelo močna položaja skupine Vivendi na zgornjem in vmesnem delu tržne verige.

III. KOREKTIVNI UKREPI

(29) Da bi podjetji SFR in Vivendi odpravili zgoraj predstavljeno verjetnost škode, povzročeno konkurenci, sta 13. junija 2007 predložili zaveze. Po vsebini se te zaveze nanašajo na pogoje dostopa do treh vrst vsebin: kanalov (prva in druga zaveza), paketov in mini paketov kanalov (tretja zaveza) ter pravic videa na zahtevo (četrt zaveza).

(30) Zaveze se nanašajo na tri kategorije kanalov:

— „kanali 1. kategorije“ so „linearni tematski kanali (tj. kanali, ki ne zajemajo storitev videa na zahtevo (VoD) in naročniškega videa na zahtevo (SVoD), ki jih zagotavlja skupina Vivendi“;

— „kanali 2. kategorije“ so „linearni tematski kanali, ki jih zagotavljajo tretje osebe (vključno z manjšinskimi delničarji skupine Canal+, Francija), za katere bi imela skupina Vivendi izključne pravice distribucije prek xDSL“, in

— „kanali 3. kategorije“ so „linearni tematski kanali, ki jih zagotavljajo tretje osebe (vključno z manjšinskimi delničarji skupine Canal+, Francija), za katere skupina Vivendi ne bi imela izključnih pravic distribucije prek xDSL“.

(31) Namen prve zaveze je zagotoviti, da skupina Vivendi ne bi podelila ugodnejših pogojev podjetju SFR/Télé 2 kot drugim operaterjem DSL v zvezi s kanali, ki jih izdaja, ali kanali, za katere ima ali bi imela izključne pravice distribuiranja prek DSL. Z uporabo te zaveze mora skupina

Vivendi operaterjem ponuditi DSL kanale, ki jih podjetji SFR/Télé 2 distribuirata, po običajnih tržnih pogojih, ki ne bodo smeli biti manj ugodni od pogojev, dodeljenih podjetju SFR/Télé 2.

(32) Prva zaveza ne zadeva kanalov, navedenih v točki 21 zavez, ki sta jih Vivendi in skupina Canal + podpisali pred francoskim ministrom za gospodarstvo v okviru transakcije Canal Satellite/TPS. Podjetji SFR in Vivendi sta podrobneje razložili to zavezo ter v dopisu z dne 13. junija 2007 potrdili, da bi lahko ta zaveza odpravila vsako tveganje za pozitivno diskriminacijo v korist podjetja SFR/Télé 2 glede dostopa do teh sedmih kanalov.

(33) Druga zaveza podjetju SFR/Télé 2 prepoveduje, da bi pridobilo ali izkoriščalo izključne pravice distribuiranja prek DSL. Pomen te zaveze izhaja iz dejstva, da so kanali 3. kategorije edini na voljo za operaterje DSL, ki se želijo razlikovati od ponudb skupine Vivendi, tako da razvijejo lastniške televizijske ponudbe, neodvisno od skupine Vivendi. Vendar bi lahko podjetje SFR/Télé 2 pridobilo izključno pravico distribuiranja teh kanalov prek DSL zaradi tega, ker se naslanja na močan položaj skupine Vivendi na svetovnem trgu nakupa kanalov po opravljeni zadevni transakciji.

(34) Druga zaveza predvideva klavzulo o pregledu, ki Komisiji omogoča, da izvede predhodni nadzor nad morebitno pridobitvijo izključnih pravic DSL do kanalov 3. kategorije s strani podjetja SFR/Télé 2 ter tako preveri, ali podjetje SFR/Télé 2 s pridobitvijo teh pravic v praksi drugim operaterjem DSL ne odvzema možnosti, da bi razvili svoje lastniške televizijske ponudbe, neodvisno od skupine Vivendi.

(35) Tretja zaveza prepoveduje skupini Vivendi, da bi naročnikom podjetja SFR/Télé 2 dajala prednost pri dostopu do paketov kanalov, ki jih distribuira, in sicer Canal+ Le Bouquet (ki trenutno zajema štiri kanale premium, pri čemer močno prevladujeta šport in premierni filmi) ter paketa Canal Satellite in TPS, ki v svojih različicah zajemata več deset tematskih kanalov (mladinskih, informativnih, poljudnoznanstvenih, ponovitve filmov itd.). Paketi Canal+ Le Bouquet ter Canal Satellite in TPS so „premium“ ponudbe plačljive televizije v Franciji, za katere ne obstaja neposredna druga možnost na francoskem trgu. V tem pogledu so pomembno dopolnilo za naročnike ponudb *multiple play* operaterjev DSL, ki želijo imeti dostop do širše ponudbe plačljive televizije.

(36) Tretja zaveza prav tako velja za storitve plačaj, kolikor gledaš (PPV), ki jih zagotavlja skupina Vivendi ali ki bi jih skupina Vivendi zagotavljala. Nanaša se zlasti na storitve PPV Foot+, ki distribuira zelo zanimive (in torej pomembne z vidika pridobivanja novih naročnikov) ter precej raznolike športne vsebine.

- (37) Četrta zaveza prepoveduje skupini Vivendi in podjetju SFR, da bi pridobila izključne pravice videa na zahtevo za najnovejše ameriške in francoske filme. Cilj te zaveze je torej operaterjem DSL, konkurentom podjetja SFR/Télé 2, omogočiti, da si pridobijo pravice videa na zahtevo za najnovejše ameriške in francoske filme, ki so pomembne vsebine, ki prispevajo k diferenciaciji ponudbe plačljive televizije. Klavzula o pregledu je bila uvedena za primer, ko bi razvoj tržnih praks pripeljal do ugotovitve, da so tekmeči skupine Vivendi pridobili izključne pravice videa na zahtevo.
- (38) Določbe o uporabi in spremljanju zavez omogočajo, da se zagotovita spremljanje in učinkovit nadzor nad zavezami ter zjamči njihova učinkovitost. Zaveze zlasti predvidevajo hitri postopek razrešitve sporov (arbitražno sodišče).
- (39) Zaveze veljajo pet let. Zdi se, da takšna doba veljavnosti zadostuje ob upoštevanju dinamike trgov, povezanih z novimi tehnologijami. Prednost tega petletnega obdobja je tudi v tem, da trajanje sedanjih zavez tako sovпада z zavezami, sprejetimi pred francoskimi organi za konkurenco ob združitvi skupine Canal Satellite/TPS.
- (40) Ob upoštevanju zgoraj navedenega lahko sklenemo, da bodo zaveze, ki sta jih predložili podjetje SFR in skupina Vivendi, potem ko se bodo začele izvajati, odpravile vse težave glede konkurence, nastale zaradi priglašene transakcije, na trgih plačljive televizije v Franciji.

IV. SKLEP

- (41) Če bosta podjetje SFR in skupina Vivendi v celoti upoštevali svoje zaveze, lahko sklenemo, da predvidena transakcija ne bo bistveno ovirala učinkovite konkurence na skupnem trgu ali njegovem znatnem delu. Zato se priglašena koncentracija, kakor je bila spremenjena z zavezami, ki sta jih predložili podjetje SFR in skupina Vivendi, razglasi za združljivo s skupnim trgom in delovanjem Sporazuma EGP v skladu s členom 2(2), členom 8(2) in členom 10(2) Uredbe ES o koncentracijah ter členom 57 Sporazuma EGP.