

DECYZJA KOMISJI**z dnia 18 lipca 2007 r.****uznająca koncentrację przedsiębiorstw za zgodną ze wspólnym rynkiem i z funkcjonowaniem Porozumienia EOG****(Sprawa COMP/M.4504 – SFR/Télé 2 France)***(notyfikowana jako dokument nr C(2007) 3443)***(Jedynie tekst w języku francuskim jest autentyczny)****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

(2007/784/WE)

Dnia 18 lipca 2007 r. Komisja podjęła decyzję w sprawie dotyczącej koncentracji przedsiębiorstw na mocy rozporządzenia Rady (WE) nr 139/2004 z dnia 20 stycznia 2004 r. w sprawie kontroli koncentracji przedsiębiorstw, w szczególności na mocy jego art. 8 ust. 2 rozporządzenia. Pełny tekst decyzji, niemający charakteru poufnego, w języku oryginału oraz w językach roboczych Komisji znajduje się na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji pod następującym adresem: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

STRESZCZENIE

- (1) Dnia 28 listopada 2006 r. Komisja otrzymała zgodnie z art. 4 rozporządzenia Rady nr 139/2004⁽¹⁾ („rozporządzenie WE w sprawie koncentracji przedsiębiorstw”) zgłoszenie projektu koncentracji przedsiębiorstw, w myśl którego SFR SA („SFR”, Francja), przedsiębiorstwo kontrolowane wspólnie przez Vivendi SA („Vivendi”, Francja) i Vodafone Group plc („Vodafone”, UK) nabywa, w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. b) rozporządzenia Rady, wyłączną kontrolę nad działalnością związaną z dostępem do Internetu i telefonią stacjonarną przedsiębiorstwa Télé 2 France („Télé 2”, Francja, filia grupy Télé 2) w drodze zakupu akcji. Operacja nie dotyczy tej części działalności firmy Télé 2, która związana jest z telefonią komórkową.
- (2) SFR jest przedsiębiorstwem francuskim działającym w sektorze telefonii komórkowej we Francji. Jest kontrolowane przez Vivendi i Vodafone.
- (3) Vivendi jest spółką matką francuskiej grupy działającej w sektorze mediów i telekomunikacji. Grupa Vivendi jest obecna głównie w sektorach telewizji płatnej (za pośrednictwem grupy Canal+), kina, muzyki, gier interaktywnych i telekomunikacji.
- (4) Vodafone jest spółką matką brytyjskiej grupy działającej jako operator sieci telefonii komórkowej oraz dostawca innych usług telekomunikacyjnych w różnych państwach członkowskich Unii Europejskiej i poza nią.
- (5) Télé 2 France (Télé 2) jest francuską filią grupy Télé 2. Działa w sektorze telefonii stacjonarnej, dostarczania dostępu do Internetu a także płatnej telewizji od czasu

wprowadzenia na rynek w czerwcu 2006 r. oferty telewizji w technologii DSL (?). Télé 2 działa również w sektorze telefonii komórkowej.

- (6) Badanie rynku wykazało, że zgłoszona operacja może spowodować znaczne osłabienie presji konkurencji wywieranej przez operatorów DSL na wszystkich rynkach telewizji płatnej we Francji, a w związku z tym, w dalszej perspektywie, wzrost cen oraz obniżenie jakości oferowanych usług. Istnieją więc poważne wątpliwości, czy zgłoszona operacja nie ograniczy w znaczący sposób skutecznej konkurencji na wspólnym rynku lub na znacznej jego części. SFR i Vivendi zaproponowały jednak odpowiednie środki zaradcze, umożliwiające rozwiązanie tych wątpliwości.

I. OKREŚLENIE RYNKÓW**Wstęp**

- (7) Niniejsza operacja dotyczy sektora telewizji płatnej we Francji. Sektor ten jest schematycznie zorganizowany w następujący sposób. W początkowej fazie procesu znajdują się posiadacze praw do emisji programów (filmów, seriali, imprez sportowych itd.). Na poziomie pośrednim wydawcy kanałów produkują we własnym zakresie swoje programy i/lub nabywają prawa do nadawania programów (filmów, seriali, imprez sportowych itd.), by wypełnić treścią swoje kanały. W końcowej fazie procesu dystrybutorzy nabywają od wydawców prawa do emisji ich kanałów i tworzą ofertę telewizji płatnej w formie pakietów kanałów dostępnych po opłaceniu abonamentu. Dystrybucja ofert telewizji płatnej do konsumentów końcowych może być realizowana poprzez różne sposoby transmisji, z których we Francji najważniejszymi są telewizja kablowa, satelitarna, DSL oraz telewizja naziemna (analogowa i cyfrowa).

⁽¹⁾ Dz.U. L 24 z 29.1.2004, str. 1.

⁽²⁾ *Digital Subscriber Line* (cyfrowa linia abonencka). DSL jest technologią, która umożliwia znaczne zwiększenie przepustowości zwykłych linii telefonicznych. Istnieje wiele odmian tej technologii, najbardziej powszechną jest ADSL (*asymetryczna cyfrowa linia abonencka*).

Rynki produktowe

Rynki „początkowe” nabywania praw do emitowania programów audiowizualnych

- (8) Głównymi kryteriami podziału i rozróżnienia praw do emisji programów audiowizualnych są:
- (i) rodzaj programu: nowe dzieła kinematograficzne i seriale; imprezy sportowe; inne treści audiowizualne (programy archiwizowane i programy bieżące);
 - (ii) platforma dystrybucji: kablowa, satelitarna, DSL oraz naziemna analogowa i naziemna cyfrowa;
 - (iii) rodzaj emisji: tradycyjne kanały telewizyjne liniowe i usługi telewizji nieliniowej (Pay Per View („płać i oglądaj” – „PPV”) i Video on Demand (filmy i programy na życzenie – „VoD”).
- (9) Na rynkach początkowych operatorzy telewizji w technologii DSL we Francji działają głównie w zakresie nabywania praw do emisji w VoD. Chociaż przed operacją Télé 2 nie oferowała usług VoD, była jednak potencjalnym kandydatem do wejścia na rynek nabywania praw do emisji w technologii VoD. Na potrzeby oceny wpływu niniejszej operacji na konkurencję oraz na podstawie wyników badania rynku należy zdefiniować odrębny rynek nabywania praw do dzieł kinematograficznych przeznaczonych do emisji w VoD.

Rynki „pośrednie” sprzedaży kanałów

- (10) Rynki pośrednie są punktem styku wydawców kanałów telewizyjnych i dystrybutorów usług telewizji płatnej. Zgodnie ze stałą praktyką decyzyjną Komisji dokonuje się rozróżnienia między kanałami bezpłatnymi, które w znacznej części finansowane są z dochodów z reklam (ewentualnie uzupełnianych w przypadku kanałów publicznych ze środków publicznych) oraz kanałami płatnymi, które są głównie finansowane ze środków, pochodzących z opłat uiszczanych przez dystrybutorów.
- (11) Komisja rozważała przy wielu okazjach wprowadzenie podziału według tematyki poszczególnych kanałów (w szczególności kanałów premium i sportowych), jednak kwestia ta nie została rozstrzygnięta. Mimo to Komisja po analizie stwierdza, że atrakcyjnym pakietem kanałów jest pakiet „podstawowy”, składający się z różnych tematów głównych (premium, kina, programów dla młodzieży, sportu, informacji) i uzupełniony zestawem innych tematów, w mniejszym lub większym stopniu zamiennych.
- (12) Wreszcie instytucje odpowiedzialne za konkurencję nie dokonują z zasady podziału według techniki dystrybucji (tj. rozróżniając różne platformy nadawcze, jak telewizja kablowa, satelitarna lub ostatnio technologia DSL), ponieważ wydawcy chcą z zasady uzyskać możliwie jak najszerszy rynek dla swoich kanałów, aby osiągnąć z nich jak największy dochód, a w każdym razie pragną

być obecnymi na wszystkich platformach nadawczych poprzez wyłączność na różnych rodzajach platformach.

Rynki „końcowe” dystrybucji detalicznej usług telewizji płatnej

- (13) Zgodnie ze stałą praktyką Komisji dystrybucja telewizji płatnej i telewizji bezpłatnej są traktowane jako odrębne rynki produktowe. Oferty telewizji płatnej i telewizji bezpłatnej są rzeczywiście w niewielkim stopniu zamiennie z punktu widzenia popytu. Przy rozpatrywaniu sprawy dotyczącej niniejszej operacji nie zakwestionowano tego zasadniczego podziału.
- (14) Poza tym badanie rynku przeprowadzone w ramach niniejszej operacji potwierdza, że nie należy wprowadzać podziału rynku w zależności od różnych sposobów emisji telewizji płatnej (kablowa, satelitarna, DSL, naziemna), zważywszy między innymi na coraz większe podobieństwa między poszczególnymi platformami, jeśli chodzi o treść programu. Ponadto na potrzeby niniejszej sprawy nie jest konieczne rozstrzygnięcie kwestii, czy oferowane od niedawna usługi dystrybucji telewizji za pośrednictwem platform telefonii komórkowej stanowią odrębny rynek, jako że z jednej strony SFR była jeszcze przed realizacją niniejszej operacji operatorem telefonii komórkowej, a z drugiej strony część działalności Télé 2 związana z telefonią komórkową nie stanowi przedmiotu operacji.

Rynki geograficzne

- (15) W odniesieniu do wszystkich zdefiniowanych powyżej rynków, zgodnie ze stałą praktyką decyzyjną, Komisja przyjmuje krajowy zasięg rynku. Odnosnie do zakupu treści (praw lub kanałów) negocjacje między oferentami a klientami odbywają się na poziomie krajowym (niezależnie od tego, czy chodzi o prawa do treści krajowych czy zagranicznych). W odniesieniu do rynku końcowego dystrybucji usług telewizji płatnej należy zauważyć, że poszczególne sposoby emisji pokrywają cały teren kraju (satelita) lub stopniowo pokrywają całość lub większość tego terytorium (naziemna telewizja cyfrowa, DSL i telewizja kablowa). Ponadto należy zauważyć, że dystrybutorzy telewizji płatnej stosują jednakowe stawki w całym kraju.

II. ANALIZA KONKURENCJI

Funkcjonowanie rynku przed zgłoszoną operacją

- (16) Przed operacją grupa Vivendi we Francji działa bezpośrednio w sektorze dystrybucji telewizji płatnej drogą satelitarną lub naziemną. Pakiety kanałów Vivendi są również oferowane w technologii DSL. Niemniej, nie dysponując przed operacją infrastrukturą DSL, grupa Vivendi zmuszona jest do korzystania z sieci operatorów DSL w celu dystrybucji tych usług. Operatorzy DSL są więc tylko przenosicielami pakietów Vivendi, natomiast w żadnym wypadku nie są ich dystrybutorami, jako że Vivendi utrzymuje bezpośrednie kontakty handlowe z abonentami tych pakietów.

- (17) Operatorzy DSL, tacy jak Télé 2, interweniuj   wic jako dystrybutorzy na rynkach telewizji p  tnej tylko w związku ze swoimi pakietami „własnościowymi”, tzn. pakietami, sk  ladaj  cy się z kana  w i us  g telewizyjnych, do których sami nabywają prawa do emisji od wydawców i które następnie proponuj   bezpośrednio konsumentom ko  ncowym. Te pakiety własnościowe są wprowadzane na rynek w ramach ofert zwanych *multiple play*, która zawiera r  wnie  z us  gi telekomunikacyjne (telefon i/lub dostęp do szerokopasmowego Internetu).
- (18) Platformy DSL i naziemnej telewizji cyfrowej (TNT) są najbardziej dynamicznymi formami dystrybucji i najw  azniejszymi czynnikami wzrostu rynku telewizji p  tnej we Francji, podczas gdy technologia satelitarna i kablowa rozwijają się w s  pos  b względnie umiarkowany, jeśli chodzi o liczb   abonentów. Zwa  wszy na przewidywalne zwiększenie się w najbliższych latach częsci populacji francuskiej dysponującej   czem DSL, liczba abonentów ofert *multiple play* operatorów DSL powinna automatycznie w dalszym ciągu znacznie wzrasta  c.
- (19) Dynamika operatorów DSL t  maczy się tym, że technologia ta posiada pewne zalety w porównaniu z innymi platformami:
- zalety handlowe *multiple play* (szerokopasmowy Internet, telefonia internetowa, telewizja i stopniowo telefonia komórkowa), które nie mog   być oferowane w technologii satelitarnej b  d  z w naziemnej telewizji cyfrowej,
 - zalety techniczne: us  ga oferowana przez tradycyjną lini   telefoniczną (  czce miedziane), możliwośc korzystania z nowoczesnych us  g, takich jak VoD (w przeciwieństwie do technologii satelitarnej i naziemnej telewizji cyfrowej, które nie mają   czca zwrotnego), poza tradycyjnymi us  gami PPV;
- (20) Niemniej badanie rynku wykazało, że własnościowe pakiety telewizyjne operatorów DSL stanowi   obecnie s  lab   konkurencj   dla oferty grupy Vivendi ze względu na fakt, że operatorzy ci nie mają dostępu do atrakcyjnych treści telewizyjnych. Ograniczenie to wynika jednak bezpośrednio z umów o wy  czno  ci, jakie Vivendi zawarła z niemal wszystkimi wydawcami najbardziej atrakcyjnych i najbardziej znanych kana  w we Francji, zarówno nale  zycymi do grupy jak i spoza niej.
- (21) Na podstawie informacji zebranych w trakcie drugiej fazy badania rynku Komisja oceniła udział Vivendi w rynku na [60–70] % liczby abonentów. Udział grupy Vivendi w rynku liczony na podstawie obrotów jest w każdym razie znacznie większy ni  z udział grupy w rynku liczony na podstawie liczby abonentów w związku z cenami sprzedaży oferty telewizyjnej w porównaniu z cenami stosowanymi przez konkurentów.
- (22) Télé 2 posiada bardzo niewielki udział w rynku – poni  żej 1 %. Wedluga danych strony zgłaszającej w roku 2006 Télé 2 zyskała mniej ni  z 2 % całego rynku nowych abonentów.
- (23) O ile niewielki udział w rynku Télé 2 można wyt  maczy  c stosunkowo p  znym wejściem na rynek telewizji p  tnej (czerwiec 2006), nie wydaje się jednak, że przedsiębiorstwo to odgrywa szczególną rolę na rynku, ani też, że będzie taką rolę odgrywało w przewidywalnej przyszłości. Z faktów przedstawionych przez stron   zgłaszającą i strony trzecie ankietowane w ramach badania rynku wynika, że obecny udział w rynku Télé 2 odzwierciedla nacisk konkurencyjny, jaki grupa ta wywiera b  d  z będzie w stanie wywiera  c na rynku. Badanie rynku wykazało istotnie, że Télé 2 nie znajduje się w szczególnie korzystnej sytuacji w porównaniu z innymi operatorami DSL i że w przypadku, gdyby niniejsza operacja nie doszła do skutku, tempo wzrostu tej grupy na rynku nie b  loby szybsze od przeciętnego.
- (24) Badanie rynku wykazało jednak r  wnie  z, że jeśli Télé 2 korzystałaby z uprzywilejowanego traktowania przez Vivendi w dziedzinie dostępu do treści audiowizualnych, mogłaby szybko i znacznie wzmocni  c swą pozycj   na rynku ko  ncowym dystrybucji telewizji p  tnej.

Skutki wertykalne

- (25) Druga faza badania rynku, potwierdzając poważne wątpliwości wskazane w decyzji o wszczęciu postępowania, w jasny s  pos  b wykazała, że po operacji powody do dalszej odmowy przez Vivendi uprzywilejowanego traktowania niektórych operatorów DSL w kwestii dostępu do treści audiowizualnych (kana  w i programów audiowizualnych) znikn  y cz  sciowo lub w znacznym stopniu. W momencie gdy Vivendi stanie się w pełni dzia  uj  cym operatorem DSL, nie będzie istotnie miała powodu, by nie traktowa  c w s  pos  b uprzywilejowany niektórych operatorów DSL. W jej interesie będzie natomiast traktowanie w s  pos  b uprzywilejowany SFR/Télé 2, tak aby skorzysta  c w jak największym stopniu ze wzrostu segmentu DSL w ramach ko  ncowego rynku dystrybucji telewizji p  tnej.
- (26) Silna pozycja Vivendi na rynkach początkowych i pośrednich umo  zliwi  aby tej grupie znaczne wzmocnienie pakietów własnościowych SFR/Télé 2 poprzez przyznanie im atrakcyjnych i/lub zróznicowanych treści (kana  w lub praw audiowizualnych), niedostępnych u innych operatorów DSL lub dostępnych na warunkach mniej korzystnych ni  z oferowane przez SFR/Télé 2. Poniewa  z us  gi telekomunikacyjne (telefon i Internet) w ofertach *multiple play* operatorów DSL są stosunkowo ustandaryzowane, takie wzmocnienie us  g telewizyjnych w ofercie *multiple play* Télé 2 miałoby wyra  zny skutek r  znicuj  cy i znacznie wzmocniłoby atrakcyjno  c jej oferty.

Skutki horyzontalne

- (21) Na podstawie informacji zebranych w trakcie drugiej fazy badania rynku Komisja oceniła udział Vivendi w rynku na [60–70] % liczby abonentów. Udział grupy Vivendi w rynku liczony na podstawie obrotów jest w każdym razie znacznie większy ni  z udział grupy w rynku liczony na podstawie liczby abonentów w związku z cenami sprzedaży oferty telewizyjnej w porównaniu z cenami stosowanymi przez konkurentów.

(27) Te środki dyskryminujące znacznie zwiększyłyby atrakcyjność ofert Télé 2 (a więc i jej bazę abonentów), nie dając konkurencyjnym operatorom DSL faktycznie żadnej możliwości dostępu do alternatywnych i równoważnych treści. W związku z tym pozycja operatorów DSL na rynku końcowym dystrybucji telewizji płatnej zostałaby w znaczący sposób osłabiona, co skutkowałoby również osłabieniem ich pozycji jako potencjalnych nabywców praw do dystrybucji kanałów lub praw do emisji programów audiowizualnych. W konsekwencji siła negocjacyjna grupy Vivendi na rynkach początkowych i pośrednich wzrosłaby znacznie dzięki rozszerzeniu bazy abonentów.

Podsumowanie

(28) Podsumowując, proponowana operacja w zgłoszonej początkowo formie stwarza ryzyko osłabienia rodzącej się presji konkurencji, wywieranej przez operatorów DSL na rynku końcowym dystrybucji telewizji płatnej, który już jest w delikatnej sytuacji ze względu na silną pozycję Vivendi na wszystkich rynkach telewizji płatnej we Francji. Skutkiem osłabienia potencjalnej konkurencji operatorów DSL na rynku końcowym byłoby równoczesne wzmocnienie bardzo silnych pozycji zajmowanych przez Vivendi na rynkach początkowych i pośrednich.

III. ŚRODKI NAPRAWCZE

(29) Aby zapobiec przedstawionemu powyżej ryzyku osłabienia konkurencji, w dniu 13 czerwca 2007 r. SFR i Vivendi przedstawiły swoje zobowiązania. Zasadniczo zobowiązania te dotyczą warunków dostępu do trzech rodzajów treści: kanałów (zobowiązania nr 1 i 2), pakietów i minipakietów kanałów (zobowiązanie nr 3) oraz praw VoD (zobowiązanie nr 4).

(30) Zobowiązania dotyczą trzech kategorii kanałów:

- „kanały kategorii 1” to „liniowe kanały tematyczne (tj. niezawierające usług VoD i sVoD) wydawane przez grupę Vivendi”,
- „kanały kategorii 2” to „liniowe kanały tematyczne wydawane przez strony trzecie (w tym akcjonariuszy mniejszościowych Canal+ France), do których grupa Vivendi posiadałaby wyłączne prawa dystrybucji w xDSL”, oraz
- „kanały kategorii 3” to „liniowe kanały tematyczne wydawane przez strony trzecie (w tym akcjonariuszy mniejszościowych Canal+ France), do których grupa Vivendi nie posiadałaby wyłącznych praw dystrybucji w xDSL”.

(31) Celem zobowiązania nr 1 jest zagwarantowanie, że Vivendi nie przyzna SFR/Télé 2 bardziej korzystnych warunków niż innym operatorom DSL odnośnie do kanałów, które wydaje lub do których posiada lub posiadałaby wyłączne prawa dystrybucji w DSL. Stosując się do tego zobowiązania, Vivendi musi zaoferować operatorom DSL kanały dystrybuowane przez SFR/Télé2 na

normalnych warunkach rynkowych, które nie będą mogły być mniej korzystne niż warunki przyznane SFR/Télé 2.

(32) Zobowiązanie nr 1 nie dotyczy kanałów, o których mowa w pkt 21 zobowiązań podjętych przez Vivendi i Grupę Canal Plus wobec francuskiego ministra gospodarki w ramach operacji Canal Satellite/TPS. Interpretacja tego zobowiązania została sprecyzowana przez SFR i Vivendi, które w piśmie z dnia 13 czerwca 2007 r. potwierdziły, że zobowiązanie to umożliwi wykluczenie wszelkiego ryzyka pozytywnej dyskryminacji na korzyść SFR/Télé 2 dotyczącej dostępu do siedmiu kanałów.

(33) Zobowiązanie nr 2 zakazuje SFR/Télé 2 nabywania lub korzystania z wyłącznych praw dystrybucji w DSL. Znaczenie tego zobowiązania wynika z faktu, że kanały kategorii 3 są jedynymi kanałami dostępnymi dla operatorów DSL, którzy chcąc, by ich oferta różniła się od oferty Vivendi, opracowują własne oferty telewizji niezależnie od Vivendi. Po zrealizowaniu niniejszej operacji SFR/Télé 2 byłaby natomiast w stanie nabyć wyłączne prawa do dystrybucji tych kanałów przez DSL dzięki silnej pozycji Vivendi na globalnym rynku nabywania kanałów.

(34) Zobowiązanie nr 2 przewiduje klauzulę *rendez-vous*, umożliwiającą Komisji przeprowadzanie kontroli *ex ante* ewentualnego nabywania przez SFR/Télé 2 wyłącznych praw DSL do kanałów kategorii 3, a przez to upewnienie się, że nabywanie tych praw przez SFR/Télé 2 nie pozbawi w praktyce innych operatorów DSL możliwości rozwijania swojej własnej oferty telewizyjnej niezależnie od Vivendi.

(35) Zobowiązanie nr 3 zakazuje Vivendi traktowania w sposób uprzywilejowany abonentów SFR/Télé 2 w dziedzinie dostępu do dystrybuowanych przez tę grupę pakietów kanałów, tj. Canal+ Pakiet (obejmujący obecnie cztery kanały premium, w których dominują programy sportowe i premiery telewizyjne filmów kinowych) i pakietów Canal Satellite i TPS, które w różnych konfiguracjach łączą kilkadziesiąt kanałów tematycznych (młodzieżowych, informacyjnych, przyrodniczych, filmów fabularnych itd.). Canal+ Pakiet i pakiety Canal Satellite i TPS stanowią oferty „Premium” telewizji płatnej we Francji, dla których nie istnieje bezpośrednia alternatywa na rynku francuskim. Z tego względu stanowią ważne uzupełnienie dla abonentów ofert *multiple play* operatorów DSL, którzy chcą mieć dostęp do szerokiej oferty telewizji płatnej.

(36) Zobowiązanie nr 3 ma zastosowanie również do usług PPV wydawanych przez Vivendi lub które Vivendi miałaby w przyszłości wydawać. Ma więc zastosowanie między innymi do usługi PPV Foot+, która polega na dystrybucji bardzo atrakcyjnych i znacznie zróżnicowanych treści sportowych (a więc i ważnych, jeśli chodzi o zyskiwanie klientów).

- (37) Zobowiązanie nr 4 zakazuje Vivendi i SFR nabywania wyłącznych praw VoD do najnowszych filmów amerykańskich i francuskich. Celem tego zobowiązania jest więc umożliwienie operatorom DSL konkurencyjnym dla SFR/Télé 2 dostępu do praw VoD do najnowszych filmów amerykańskich i francuskich, które stanowią ważne treści przyczyniające się do zróżnicowania oferty telewizji płatnej. Wprowadzono klauzulę *rendez-vous* na wypadek, gdyby w wyniku rozwoju praktyk rynkowych stwierdzono, że konkurenci Vivendi nabywają wyłączne prawa do VOD.
- (38) Przepisy dotyczące stosowania i nadzorowania zobowiązań pozwalają zapewnić nadzorowanie i skuteczną kontrolę zobowiązań oraz, *in fine*, zagwarantować ich skuteczność. W szczególności zobowiązania przewidują procedurę szybkiego rozstrzygnięcia sporów (sąd arbitrażowy).
- (39) Czas trwania zobowiązań wynosi 5 lat. Taki okres wydaje się wystarczający, zważywszy na dynamikę rynków związanych z nowymi technologiami. Zaletą tego pięcioletniego okresu jest też fakt, że zbiega się on z czasem trwania zobowiązań podjętych wobec organów francuskich ds. konkurencji przy okazji połączenia przedsiębiorstw Canal Satellite/TPS.
- (40) W świetle powyższych uwag można stwierdzić, że zobowiązania podjęte przez SFR i Vivendi, po ich wprowadzeniu w życie, pozwolą wyeliminować wszystkie problemy dotyczące konkurencji, jakie zgłoszona operacja mogłaby stworzyć dla rynków telewizji płatnej we Francji.

IV. PODSUMOWANIE

- (41) Z zastrzeżeniem pełnego wywiązywania się przez SFR i Vivendi ze swoich zobowiązań stwierdza się, że przewidywana operacja nie zakłóci w znaczący sposób skutecznej konkurencji na wspólnym rynku lub na jego zasadniczej części. W związku z tym zgłoszoną koncentrację przedsiębiorstw w formie zmienionej zobowiązaniami podjętymi przez SFR i Vivendi uznaje się za zgodną ze wspólnym rynkiem i z funkcjonowaniem Porozumienia EOG zgodnie z art. 2 ust. 2, z art. 8 ust. 2 i z art. 10 ust. 2 rozporządzenia WE w sprawie koncentracji przedsiębiorstw oraz z art. 57 Porozumienia EOG.