

Dansk udgave

## Retsforskrifter

### Indhold

#### I *Retsakter hvis offentliggørelse er obligatorisk*

- Kommissionens forordning (EF) nr. 997/96 af 4. juni 1996 om transport i forbindelse med gratis levering af mel af blød hvede til Turkmenistan ..... 1
- \* Kommissionens forordning (EF) nr. 998/96 af 4. juni 1996 om indførelse af en overvågningsordning ved indførelse af surkirsebær, friske, med oprindelse i republikkerne Bosnien-Hercegovina, Kroatien og Slovenien og i Den Tidligere Jugoslaviske Republik Makedonien ..... 6
- \* Kommissionens forordning (EF) nr. 999/96 af 4. juni 1996 om ændring af forordning (EØF) nr. 3886/92 om gennemførelsesbestemmelser for præmieordninger for oksekød for så vidt angår anvendelsen af forarbejdningspræmien ..... 8
- \* Kommissionens forordning (EF) nr. 1000/96 af 4. juni 1996 om ændring af forordning (EØF) nr. 1538/91 om gennemførelsesbestemmelser til Rådets forordning (EØF) nr. 1906/90 om handelsnormer for fjerkrækød ..... 9
- \* Kommissionens forordning (EF) nr. 1001/96 af 4. juni 1996 om ændring af forordning (EF) nr. 1487/95 om forsyningsopgørelsen for De Kanariske Øer vedrørende varer hidrørende fra svinekødssektoren og om støtte for produkter fra Fællesskabet ..... 10
- Kommissionens forordning (EF) nr. 1002/96 af 4. juni 1996 om faste importværdier med henblik på fastsættelsen af indgangsprisen for visse frugter og grøntsager .... 12
- Kommissionens forordning (EF) nr. 1003/96 af 4. juni 1996 om fastlæggelse af, i hvilket omfang ansøgninger om eksportlicenser for fjerkrækødssektoren kan imødekommes ..... 14
- Kommissionens forordning (EF) nr. 1004/96 af 4. juni 1996 om ændring af importtold for korn ..... 15

Kommissionens forordning (EF) nr. 1005/96 af 4. juni 1996 om ændring af de repræsentative priser og tillægstolden ved indførsel af visse sukkerprodukter .....	18
* Rådets forordning (EF) nr. 1006/96 af 3. juni 1996 om indførelse af en endelig antidumpingtold på importen af aktivt kul i pulverform med oprindelse i Den Kinesiske Folkerepublik .....	20

---

II *Retsakter hvis offentliggørelse ikke er obligatorisk*

**Kommissionen**

96/346/EF:

* Kommissionens beslutning af 20. september 1995 om en procedure i henhold til Rådets forordning (EØF) nr. 4064/89 IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol .....	32
--	----

## I

(Retsakter hvis offentliggørelse er obligatorisk)

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 997/96

af 4. juni 1996

om transport i forbindelse med gratis levering af mel af blød hvede til Turkmenistan

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE  
FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EF) nr. 1975/95 af 4. august 1995 om aktioner i form af gratis levering af landbrugsprodukter til befolkningerne i Georgien, Armenien, Aserbajdsjan, Kirgisistan, Tadsjikistan og Turkmenistan<sup>(1)</sup>, ændret ved forordning (EF) nr. 686/96<sup>(2)</sup>, særlig artikel 4, og

ud fra følgende betragtninger:

Ved Kommissionens forordning (EF) nr. 2009/95<sup>(3)</sup>, ændret ved forordning (EF) nr. 723/95<sup>(4)</sup>, blev der fastsat bestemmelser for den i Rådets forordning (EF) nr. 1975/95 omhandlede levering af landbrugsprodukter; der bør åbnes en licitation med henblik på levering af 9 000 tons mel af blød hvede til Turkmenistan;

i betragtning af de nuværende vanskeligheder i denne republik og de særlige problemer for transport af hjælpen til dette område bør nævnte produkt leveres i et parti;

de i denne forordning fastsatte foranstaltninger er i overensstemmelse med udtalelse fra Forvaltningskomitéen for Korn —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

#### Artikel 1

1. I henhold til forordning (EF) nr. 2009/95, særlig artikel 2, stk. 1, litra b), afholdes der licitation over omkostningerne ved levering af 9 000 tons (netto vægt)

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 191 af 12. 8. 1995, s. 2.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 97 af 18. 4. 1996, s. 1.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 196 af 19. 8. 1995, s. 4.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 100 af 23. 4. 1996, s. 9.

mel af blød hvede, jf. bilag I. Indkaldelsen af bud omfatter et parti.

2. Omkostningerne omfatter overtagelse på det i stk. 3 fastsatte trin og transport på passende midler indtil de bestemmelsessteder og inden for de frister, der er anført i bilag I.

3. Melet stilles til rådighed, franko stuved på fartøj eller togvogn, til pålæsning, i en periode på højst ti dage fra de angivne datoer, på følgende måde:

#### Parti:

— 3 000 netto tons stilles til rådighed fra den 1. juli 1996

— 3 000 netto tons stilles til rådighed fra den 4. juli 1996

— 3 000 netto tons stilles til rådighed fra den 10. juli 1996.

Efter udløbet af de ti dage fra ovennævnte datoer skal tilslagsmodtagerne refundere Kommissionen dens udgifter til dækning af alle omkostninger (oplagring, forsikring, bevogtning, sikkerhedsstillelse osv.) som fastsat i artikel 6, stk. 1, litra e), nr. 4, i forordning (EF) nr. 2009/95.

Den samlede mængde kan være indtil 20 % større eller mindre end ovennævnte mængder. Tilslagsmodtageren underrettes om den nøjagtige mængde, samtidig med at der gives meddelelse om tilslag.

Leveringstrinnet (franko om bord på skib eller jernbanevogn) og overtagelsesstedet meddeles med henvisning til Kommissionens tjenestegrene den 17. juni 1996 (tlf. (32-2) 295 12 81 eller 296 29 36; fax (32-2) 296 64 46).

#### Artikel 2

1. I henhold til artikel 4 i forordning (EF) nr. 2009/95 indgives bud til følgende adresse:

Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber  
EUGFL, Garantisektionen  
Afd. VI/G/2  
Kontor 10/05 eller 10/08  
Rue de la Loi/Wetstraat 130  
B-1049 Bruxelles/Brussel.

Fristen for indgivelse af bud udløber den 19. juni 1996 kl. 12.00 (belgisk tid).

Hvis intet bud antages den 19. juni 1996, udløber en ny frist for indgivelse af bud den 28. juni 1996 kl. 12.00 (belgisk tid).

I så fald udskydes alle frister i artikel 1 og bilag I med ti dage.

2. Buddet vedrører levering af alle de mængder, der er omhandlet i artikel 1, stk. 3.

I tilfælde af en transport pr. jernbane skal den bydende aflevere et garantibrev fra jernbanemyndighederne i det første SNG-land, hvortil varen ankommer, hvorved det attesteres, at de for foranstaltningens gennemførelse nødvendige transportmidler og togvogne er til rådighed. Artikel 12, stk. 2, i forordning (EF) nr. 2009/95 finder også anvendelse i tilfælde af manglende betaling til jernbanemyndighederne i de forskellige SNG-republikker, som varen er blevet transporteret igennem.

3. Den licitationssikkerhed, der er omhandlet i artikel 6, stk. 1, litra f), i forordning (EF) nr. 2009/95, fastsættes til 25 ECU/ton for mel.

4. Den sikkerhed, der er nævnt i artikel 8, stk. 2, i forordning (EF) nr. 2009/95, fastsættes til 380 ECU/ton for mel.

### *Artikel 3*

Den overtagelsesattest, der er omhandlet i artikel 10, stk. 1, litra a), andet led, i forordning (EF) nr. 2009/95, udfærdiges som vist i bilag IV på de i bilag II nævnte overtagelsessteder og af de i samme bilag nævnte myndigheder.

### *Artikel 4*

For den i artikel 13 i forordning (EF) nr. 2009/95 fastsatte betaling udsteder kontrolorganet et bevis for fuldstændig afhentning af mængderne for hver destination, så snart afhentningen er afsluttet, kontraseret af melfabrikanten eller dennes befuldmægtigede, efter modellen i bilag III.

### *Artikel 5*

Denne forordning træder i kraft på tredjedagen efter offentliggørelsen i *De Europæiske Fællesskabers Tidende*.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

---

*BILAG I***Parti**

TURKMENISTAN: 9 000 tons (netto) mel af blød hvede

*Leveringstrin:*

Grænseovergang, der udpeges af tilbudsgiveren (varen ikke aflæsset)

*Frist for levering ved grænseovergang:*

- 3 000 tons den 14. august 1996
- 3 000 tons den 19. august 1996
- 3 000 tons den 23. august 1996.

---

*BILAG II***Overtagelsessteder i Turkmenistan**

1. Grænseovergang, der udpeges af tilbudsgiveren — varen ikke aflæsset.

For vogne, hvis plombering, der er foretaget på Kommissionens initiativ, ikke er intakt på de udpegede grænseovergangssteder, kan overtagelsesattesten først udstedes efter aflæsning og mængde- og kvalitetskontrol af varen, der foretages på den første banegård i landet, hvor aflæsning er mulig.

2. Myndighed, der er bemyndiget til at udstede overtagelsesattesten:

Association for Bread Production of Turkmenistan  
(Turkmenchlebo-product)  
Ashkabad  
Kemine Str. 102  
Mr Nuriev, Chairman  
Tlf. 7 3632 25 15 28  
Fax 7 3632 25 58 79

---

## BILAG III

Forordning (EF) nr. 997/96

## ATTEST FOR AFHENTNING

Undertegnede .....  
(fulde navn og stilling)

der handler på vegne af .....  
bekræfter at have overtaget de nedenfor anførte varer:

Produkt:		
Emballering:		
Samlet mængde i tons (netto): (brutto):		
Antal	sække:	
	»Big bags«:	
Sted og dato for overtagelsen:		
Skibets navn:		
Navn og adresse på det firma, der har varetaget transporten:		

Overvågningsselskabets navn og adresse:

.....  
.....

Den stedlige repræsentants navn og underskrift:

.....  
.....

Bemærkninger eller forbehold:

.....  
.....  
.....  
.....

Forarbejdningsevirkens  
underskrift og stempel

.....

## BILAG IV

Forordning (EF) nr. 997/96

Tog nr. ....

## OVERTAGELSESATTEST VED TOGVOGNEENES ANKOMST TIL BESTEMMELSESLANDET

Undertegnede .....  
(fulde navn og stilling)

der handler på vegne af .....  
bekræfter at have overtaget de nedenfor anførte varer:

Type produkt: .....

Sted og dato for overtagelse: .....

Vogn-numre	Plombe-numre	Mængde (nettovægt)	Antal kolli	Dato for grænseoverskridelse	Mængder <sup>(1)</sup> , underskrift og bemærkninger
1. ....	.....	.....	.....	.....	.....
2. ....	.....	.....	.....	.....	.....
3. ....	.....	.....	.....	.....	.....
4. ....	.....	.....	.....	.....	.....
5. ....	.....	.....	.....	.....	.....
6. ....	.....	.....	.....	.....	.....
7. ....	.....	.....	.....	.....	.....
8. ....	.....	.....	.....	.....	.....
9. ....	.....	.....	.....	.....	.....
10. ....	.....	.....	.....	.....	.....

<sup>(1)</sup> Udfyldes for vogne, der er kontrolleret, med angivelse af den konstaterede vægt.

Transportfirmaets navn og adresse: .....

Overvågningsselskabets navn og adresse: .....

Bemærkninger og forbehold:  
.....

Overvågningsselskabets repræsentant  
Navn, underskrift og stempel

Søttemodtagerens navn, underskrift og stempel

.....

.....

.....

.....

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 998/96

af 4. juni 1996

om indførelse af en overvågningsordning ved indførelse af surkirsebær, friske, med oprindelse i republikkerne Bosnien-Hercegovina, Kroatien og Slovenien og i Den Tidligere Jugoslaviske Republik Makedonien

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE  
FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EF) nr. 3355/94 af 22. december 1994 om ordningen for indførelse til Fællesskabet af varer med oprindelse i republikkerne Bosnien-Hercegovina, Kroatien og Slovenien på Den Tidligere Jugoslaviske Republik Makedoniens område<sup>(1)</sup>, ændret ved forordning (EF) nr. 3032/95<sup>(2)</sup>, særlig artikel 9, og

ud fra følgende betragtninger:

Ved forordning (EF) nr. 3355/94 er der fastsat toldindrømmelser for surkirsebær, friske, med oprindelse i nævnte republikker med et årligt loft på højst 3 000 tons;

for at sikre en korrekt anvendelse af disse bestemmelser bør indførelse af surkirsebær, friske, med oprindelse i republikkerne Bosnien-Hercegovina, Kroatien og Slovenien og i Den Tidligere Jugoslaviske Republik Makedonien, underkastes en ordning med importlicenser; der bør fastsættes særlige regler for denne ordning;

der bør fastsættes undtagelser til visse bestemmelser i Kommissionens forordning (EØF) nr. 3719/88 af 16. november 1988 om fælles gennemførelsesbestemmelser for import- og eksportlicenser samt forudfastsættelsesattester for landbrugsvarer<sup>(3)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 2137/95<sup>(4)</sup>, med henblik på at undgå, at den i forordning (EF) nr. 3355/94 fastsatte mængde overskrides;

importlicenserne udstedes for den mest detaljerede KN-kode; den kombinerede nomenklatur indeholder syv koder alt efter perioden for surkirsebærernes indførelse; det bør derfor fastsættes, at importlicenserne udstedes for de pågældende KN-koder; i øvrigt tages der ved licensernes gyldighedsperiode hensyn til den tid, det tager at transportere produkterne til Fællesskabet;

for at sikre, at ordningen kan fungere korrekt, bør det fastsættes, at medlemsstaterne ugentligt meddeler de mængder, for hvilke licenserne ikke eller kun delvis er blevet udnyttet —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

1. Indførelse til Fællesskabet af surkirsebær, friske, henhørende under KN-koder 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 og 0809 20 71, med oprindelse i republikkerne Bosnien-Hercegovina, Kroatien og Slovenien og i Den Tidligere Jugoslaviske Republik Makedonien, kræver fremlæggelse af importlicens, der udstedes af de berørte medlemsstater til enhver, der anmoder derom, uanset hvor vedkommende er etableret i Fællesskabet.

2. Udstedelse af importlicens forudsætter, at der stilles en sikkerhed, som sikrer, at indførelsen vil finde sted i løbet af licensens gyldighedsperiode.

*Artikel 2*

1. Bestemmelserne i forordning (EØF) nr. 3719/88 finder anvendelse på importlicenser for surkirsebær, friske, med oprindelse i de i artikel 1 nævnte republikker, medmindre andet følger af de særlige bestemmelser i nærværende forordning.

Uanset artikel 8, stk. 4, i nævnte forordning finder tolerancen med hensyn til større mængder ikke anvendelse.

2. I licensansøgningen og importlicensen anføres KN-kode 0809 20 11, 0809 20 21, 0809 20 31, 0809 20 41, 0809 20 51, 0809 20 61 og 0809 20 71 i rubrik nr. 16.

3. Sikkerhedsstillelsen fastsættes til 0,72 ECU/100 kg netto.

4. Importlicenser er gyldige i 20 dage regnet fra den faktiske udstedelsesdato.

Bortset fra tilfælde af force majeure fortabes sikkerheden helt eller delvis, hvis forretningen ikke gennemføres eller kun delvis gennemføres inden for denne frist.

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 353 af 31. 12. 1994, s. 1.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 316 af 30. 12. 1995, s. 4.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 331 af 2. 12. 1988, s. 1.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 214 af 8. 9. 1995, s. 21.



*Artikel 3*

1. I licensansøgningen og den egentlige importlicens anføres den republik eller de republikker, i hvilke(n) produktet har oprindelse, i rubrik nr. 8. Importlicensen er kun gyldig for produkter med oprindelse i den pågældende republik eller i de pågældende republikker.

2. Importlicenserne udstedes den femte arbejdsdag efter datoen for indgivelse af ansøgning, såfremt der ikke træffes foranstaltninger inden for denne frist.

*Artikel 4*

Medlemsstaterne meddeler Kommissionen:

1) De mængder surkirsebær, friske, for hvilke der er indgivet importlicensansøgninger.

Meddelelsen fremsendes med følgende mellemrum:

— hver onsdag for ansøgninger, der er indgivet mandag og tirsdag

— hver fredag for ansøgninger, der er indgivet onsdag og torsdag

— hver mandag for ansøgninger, der er indgivet fredag i den foregående uge.

2) De mængder, for hvilke importlicenserne ikke eller kun delvis er udnyttet, svarende til forskellen mellem de mængder, der er afskrevet på bagsiden af licenserne, og de mængder, for hvilke licenserne er udstedt.

Meddelelsen fremsendes onsdag i hver uge med de oplysninger, der er modtaget den foregående uge.

3) Er der ikke indgivet ansøgning om importlicens i en af de under nr. 1 omhandlede perioder, eller er der ikke udnyttede mængder, jf. nr. 2, underretter den pågældende medlemsstat Kommissionen herom på de i denne artikel anførte dage.

*Artikel 5*

Denne forordning træder i kraft på ottendedagen efter offentliggørelsen i *De Europæiske Fællesskabers Tidende*.

Den anvendes til den 31. december 1996.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 999/96

af 4. juni 1996

om ændring af forordning (EØF) nr. 3886/92 om gennemførelsesbestemmelser for præmieordninger for oksekød for så vidt angår anvendelsen af forarbejdningspræmien

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 805/68 af 27. juni 1968 om den fælles markedsordning for oksekød<sup>(1)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 894/96<sup>(2)</sup>, særlig artikel 4i, stk. 4, og

ud fra følgende betragtninger:

Den forarbejdningspræmie, der blev indført ved artikel 4i i forordning (EØF) nr. 805/68, og som anvendes i forbindelse med Kommissionens forordning (EØF) nr. 3886/92<sup>(3)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 1850/95<sup>(4)</sup>, kan medføre uretfærdighed, for så vidt angår de sanktioner, der skal iværksættes, når det antal dyr, der ansøges om, ikke svarer til det antal støtteberettigede dyr, der er til stede ved forarbejdningen; artikel 49 i forordning (EØF) nr. 3886/92 bør derfor ændres;

for at spare de pågældende erhvervsdrivende for økonomiske følger bør det fastsættes, at foranstaltningen anvendes fra datoen for den faktiske anvendelse af forarbejdningspræmien;

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

de i denne forordning fastsatte foranstaltninger er i overensstemmelse med udtalelse fra Forvaltningskomitéen for Oksekød —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

Artikel 49, stk. 3, i forordning (EØF) nr. 3886/92 affattes således:

»3. Konstateres det, at de dyr, der er til stede ved forarbejdningen, ikke svarer til de i stk. 1 omhandlede dyr, ydes præmien for det antal tilstedeværende dyr, der er støtteberettigede, nedsat med antallet af tilstedeværende dyr, der ikke er støtteberettigede.«

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft på tredjedagen efter offentliggørelsen i *De Europæiske Fællesskabers Tidende*.

Den anvendes fra den 20. april 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 148 af 28. 6. 1968, s. 24.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 125 af 23. 5. 1996, s. 1.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 391 af 31. 12. 1992, s. 20.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 177 af 28. 7. 1995, s. 45.

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 1000/96

af 4. juni 1996

om ændring af forordning (EØF) nr. 1538/91 om gennemførelsesbestemmelser til Rådets forordning (EØF) nr. 1906/90 om handelsnormer for fjerkrækød

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 1906/90 af 26. juni 1990 om handelsnormer for fjerkrækød<sup>(1)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 3204/93<sup>(2)</sup>, særlig artikel 9, og

ud fra følgende betragtninger:

I Kommissionens forordning (EØF) nr. 1538/91<sup>(3)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 205/96<sup>(4)</sup>, er der fastsat gennemførelsesbestemmelser til handelsnormerne for fjerkrækød;

på baggrund af de erfaringer, der er gjort, bør der foretages en ændring af definitionen af kapun samt af de hertil hørende kriterier i bilag IV;

de i denne forordning fastsatte foranstaltninger er i overensstemmelse med udtalelse fra Forvaltningskomitéen for Fjerkrækød og Æg —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

I forordning (EØF) nr. 1538/91 foretages følgende ændringer:

- 1) Artikel 1, nr. 1, litra a), tredje led, affattes således:
  - Kapuner: Handyr, der er kastreret ved kirurgisk indgreb, inden det har nået kønsmodenhed, og som mindst er 140 dage gammelt ved slagtning; kapunerne skal efter kapunering gennemgå en opfødning af mindst 77 dages varighed.
- 2) Bilag IV ændres således:
  - Litra c), andet led, anden tankestreg, affattes således:
    - 2 m<sup>2</sup> pr. and eller kapun.
  - Litra d), sidste led, anden tankestreg, affattes således:
    - kapuner: 4 uger.

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft på syvendedagen efter offentliggørelsen i *De Europæiske Fællesskabers Tidende*.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 173 af 6. 7. 1990, s. 1.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 289 af 24. 11. 1993, s. 3.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 143 af 7. 6. 1991, s. 11.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 27 af 3. 2. 1996, s. 6.

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 1001/96

af 4. juni 1996

om ændring af forordning (EF) nr. 1487/95 om forsyningsopgørelsen for De Kanariske Øer vedrørende varer hidrørende fra svinekødssektoren og om støtte for produkter fra Fællesskabet

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 1601/92 af 15. juni 1992 om særlige foranstaltninger for visse landbrugsprodukter til fordel for De Kanariske Øer<sup>(1)</sup>, senest ændret ved Kommissionens forordning (EF) nr. 2537/95<sup>(2)</sup>, særlig artikel 4, stk. 4, og

ud fra følgende betragtninger:

Støtten til levering af svinekødsprodukter til De Kanariske Øer blev fastsat ved Kommissionens forordning (EF) nr. 1487/95<sup>(3)</sup>, ændret ved forordning (EF) nr. 2951/95<sup>(4)</sup>;

for at udvikle øgruppens produktionspotentiel og for at imødekomme stigningen i den lokale efterspørgsel bør antallet af racerene avlsdyr forhøjes;

de i denne forordning fastsatte foranstaltninger er i overensstemmelse med udtalelse fra Forvaltningskomitéen for Svinekød —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

Bilag III til forordning (EF) nr. 1487/95 affattes som anført i bilaget til denne forordning.

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft på dagen for offentliggørelsen i *De Europæiske Fællesskabers Tidende*.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 173 af 27. 6. 1992, s. 13.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 260 af 31. 10. 1995, s. 10.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 145 af 29. 6. 1995, s. 63.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 308 af 21. 12. 1995, s. 41.

## BILAG

## »BILAG III

Levering til De Kanariske Øer af racerene avlssvin med oprindelse i Fællesskabet i perioden 1. juli 1995 til 30. juni 1996

KN-kode	Varebeskrivelse	Antal dyr, der skal leveres	Støtte (ECU/dyr)
0103 10 00	Racerene avlssvin (*)		
	— handyr	160	483
	— hundyr	4 000	423

(\*) Henførelse under denne underposition sker på betingelser fastsat i henhold til relevante fællesskabsbestemmelser.

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 1002/96

af 4. juni 1996

## om faste importværdier med henblik på fastsættelsen af indgangsprisen for visse frugter og grøntsager

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Kommissionens forordning (EF) nr. 3223/94 af 21. december 1994 om gennemførelsesbestemmelser til importordningen for frugt og grøntsager<sup>(1)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 2933/95<sup>(2)</sup>, særlig artikel 4, stk. 1,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 3813/92 af 28. december 1992 om den regningsenhed og de omregningskurser, der skal anvendes i den fælles landbrugspolitik<sup>(3)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 150/95<sup>(4)</sup>, særlig artikel 3, stk. 3, og

ud fra følgende betragtninger:

I forordning (EF) nr. 3223/94 fastsættes som følge af gennemførelsen af resultaterne af de multilaterale handelsforhandlinger under Uruguay-runden kriterierne

for Kommissionens fastsættelse af de faste værdier ved import fra tredjelande for de produkter og perioder, der er anført i nævnte forordnings bilag,

ved anvendelse af ovennævnte kriterier skal de faste importværdier fastsættes på de niveauer, der findes i bilaget til nærværende forordning —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

De faste importværdier, der er omhandlet i artikel 4 i forordning (EF) nr. 3223/94, fastsættes som anført i tabellen i bilaget.

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft den 5. juni 1996.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 337 af 24. 12. 1994, s. 66.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 307 af 20. 12. 1995, s. 21.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 387 af 31. 12. 1992, s. 1.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 22 af 31. 1. 1995, s. 1.

## BILAG

til Kommissionens forordning af 4. juni 1996 om faste importværdier med henblik på fastsættelsen af indgangsprisen for visse frugter og grøntsager

(ECU/100 kg)			(ECU/100 kg)		
KN-kode	Tredjelandskode (!)	Fast importværdi	KN-kode	Tredjelandskode (!)	Fast importværdi
0702 00 35	052	84,7	0808 10 61, 0808 10 63, 0808 10 69	528	61,7
	060	80,2		600	84,0
	064	59,6		624	103,9
	066	41,7		999	83,7
	068	62,3		039	109,5
	204	46,7		052	64,0
	208	44,0		064	78,6
	212	97,5		284	72,1
	624	95,8		388	73,5
	999	68,1		400	72,3
	ex 0707 00 25	052		82,7	404
053		156,2	416	72,7	
060		61,0	508	72,2	
066		53,8	512	65,8	
068		69,1	524	65,9	
204		144,3	528	65,9	
624		87,1	624	86,5	
999		93,5	728	107,3	
0709 10 20		220	317,0	800	78,0
		999	317,0	804	99,7
0709 90 77	052	55,2	999	78,0	
	204	77,5	0809 10 20	052	64,6
	412	54,2	061	51,3	
	624	151,9	064	105,3	
	999	84,7	999	73,7	
0805 30 30	052	132,2	0809 20 49	052	144,3
	204	88,8	061	182,0	
	220	74,0	064	254,1	
	388	79,5	068	262,6	
	400	74,3	400	291,5	
	512	54,8	600	94,9	
	520	66,5	624	363,9	
	524	100,8	676	166,2	
			999	219,9	

(!) Den statistiske landefortegnelse, der er fastsat i Kommissionens forordning (EF) nr. 68/96 (EFT nr. L 14 af 19. 1. 1996, s. 16). Koden »999« repræsenterer »anden oprindelse«.

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 1003/96

af 4. juni 1996

## om fastlæggelse af, i hvilket omfang ansøgninger om eksportlicenser for fjerkrækødssektoren kan imødekommes

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Kommissionens forordning (EF) nr. 1372/95 af 16. juni 1995 om gennemførelsesbestemmelser for ordningen med eksportlicenser for fjerkrækødssektoren<sup>(1)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 180/96<sup>(2)</sup>, særlig artikel 3, stk. 4, og

ud fra følgende betragtninger:

I forordning (EF) nr. 1372/95 er der fastsat særlige foranstaltninger, når ansøgningerne om eksportlicens omfatter mængder og/eller udgifter, der overskrider eller vil kunne overskride den normale afsætning under hensyntagen til de begrænsninger, der er omhandlet i artikel 8, stk. 11, i Rådets forordning (EØF) nr. 2777/75<sup>(3)</sup>, senest ændret ved Kommissionens forordning (EF) nr. 2916/95<sup>(4)</sup>, og/eller de tilhørende udgifter i den pågældende periode;

markedet for visse fjerkrækødsprodukter er præget af usikkerhed; den forestående ændring af restitutionerne for disse produkter har medført, at der er indgivet ansøgninger om eksportlicenser i spekulationsøjemed; udste-

delsen af licenser for de mængder, der er ansøgt om fra den 27. til den 31. maj 1996, kan medføre en overskridelse af de mængder, der svarer til den normale afsætning af de pågældende produkter; de ansøgninger for de pågældende produkter, som eksportlicenserne endnu ikke er udstedt for, bør afvises, og de antagelseskoefficienter, der skal anvendes på bestemte mængder, der er ansøgt om, bør fastsættes —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

Med hensyn til ansøgningerne om eksportlicenser, der blev indgivet i henhold til forordning (EF) nr. 1372/95 for fjerkrækødssektoren, tages de ansøgninger, der er til behandling, og for hvilke udstedelsen skulle være sket fra den 5. juni 1996 for kategori 1, der er omhandlet i bilag I til nævnte forordning, ikke til følge.

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft den 5. juni 1996.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 133 af 17. 6. 1995, s. 26.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 25 af 1. 2. 1996, s. 27.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 282 af 1. 11. 1975, s. 77.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 305 af 19. 12. 1995, s. 49.



**KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 1004/96**  
**af 4. juni 1996**  
**om ændring af importtold for korn**

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE  
FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det  
Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EØF)  
nr. 1766/92 af 30. juni 1992 om den fælles markedsord-  
ning for korn<sup>(1)</sup>, senest ændret ved forordning (EF)  
nr. 923/96<sup>(2)</sup>,

under henvisning til Kommissionens forordning (EF)  
nr. 1502/95 af 29. juni 1995 om gennemførelsesbestem-  
melser for produktionsåret 1995/96 til Rådets forordning  
(EØF) nr. 1766/92 for så vidt angår importtold for  
korn<sup>(3)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 346/96<sup>(4)</sup>,  
særlig artikel 2, stk. 1, og

ud fra følgende betragtninger:

Importtolden for korn blev fastsat ved Kommissionens  
forordning (EF) nr. 966/96<sup>(5)</sup>;

i artikel 2, stk. 1, i forordning (EF) nr. 966/96 er det fast-  
sat, at hvis det beregnede gennemsnit af importtolden i  
dens anvendelsesperiode afviger med mindst 5 ECU/tons  
fra den fastsatte told, foretages der en tilsvarende justering:  
nævnte afvigelse har fundet sted; det er derfor nødvendigt  
at justere importtolden i forordning (EF) nr. 966/96 —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

Bilag I og II til forordning (EF) nr. 966/96 affattes som  
angivet i bilag I og II til nærværende forordning.

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft den 5. juni 1996.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver  
medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 181 af 1. 7. 1992, s. 21.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 126 af 24. 5. 1996, s. 37.

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 147 af 30. 6. 1995, s. 13.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 49 af 28. 2. 1996, s. 5.

<sup>(5)</sup> EFT nr. L 131 af 1. 6. 1996, s. 3.

## BILAG I

**Importtold for produkterne som omhandlet i artikel 10, stk. 2, i forordning (EØF) nr. 1766/92**

KN-kode	Varebeskrivelse	Told ved indførsel pr. landevej, flod eller hav fra havne ved Middelhavet, Sortehavet eller Østersøen (ECU/ton)	Told ved indførsel pr. hav fra andre havne <sup>(2)</sup> (ECU/ton)
1001 10 00	Hård hvede <sup>(1)</sup>	0,00	0,00
1001 90 91	Blød hvede, til udsæd:	0,00	0,00
1001 90 99	Blød hvede af god kvalitet, undtagen blød hvede til udsæd <sup>(3)</sup>	0,00	0,00
	af middelgod kvalitet	0,00	0,00
	af ringe kvalitet	16,64	6,64
1002 00 00	Rug	49,98	39,98
1003 00 10	Byg, til udsæd	49,98	39,98
1003 00 90	Byg, til andet end udsæd <sup>(3)</sup>	49,98	39,98
1005 10 90	Majs til udsæd, undtagen hybridmajs	28,89	18,89
1005 90 00	Majs, undtagen til udsæd <sup>(3)</sup>	28,89	18,89
1007 00 90	Sorghum i hele kerner, undtagen hybridsorghum til udsæd	49,98	39,98

<sup>(1)</sup> For hård hvede, der ikke opfylder minimumskvaliteten som omhandlet i bilag I til forordning (EF) nr. 1502/95, gælder den told, der er fastsat for blød hvede af ringe kvalitet.

<sup>(2)</sup> For varer, der ankommer til Fællesskabet via Atlanterhavet (artikel 2, stk. 4, i forordning (EF) nr. 1502/95), kan importøren opnå en nedsættelse af tolden på

— 3 ECU/ton, hvis lossehavnen befinder sig ved Middelhavet, eller på

— 2 ECU/ton, hvis lossehavnen befinder sig i Irland, Det Forenede Kongerige, Danmark, Sverige, Finland eller på den Iberiske Halvø Atlanterhavskyst.

<sup>(3)</sup> Importøren kan opnå en fast nedsættelse på 14 eller 8 ECU/ton, når betingelserne i artikel 2, stk. 5, i forordning (EF) nr. 1502/95 opfyldes.

*BILAG II*

Elementer til beregning af tolden (perioden 22. 5. 1996 til 3. 6. 1996):

1. Gennemsnit for perioden på to uger forud for fastsættelsesdagen:

Børsnoteringer	Minneapolis	Kansas-City	Chicago	Chicago	Mid-America	Mid-America
Produkt (% proteiner, 12 % vandindhold)	HRS2. 14 %	HRW2. 11 %	SRW2	YC3	HAD2	US barley 2
Notering (ECU/ton)	183,69	186,12	159,97	154,76	202,59 (!)	138,14 (!)
Præmie for Golfen (ECU/ton)	—	21,37	20,68	13,41	—	—
Præmie for The Great Lakes (ECU/ton)	25,75	—	—	—	—	—

(!) Fob Duluth.

2. Fragt/omkostninger: Mexikanske Golf-Rotterdam: 11,56 ECU/ton; Great Lakes-Rotterdam: 20,73 ECU/ton.

3. Subsidier (artikel 4, stk. 2, tredje afsnit, i forordning (EF) nr. 1502/95: 0,00 ECU/ton).

## KOMMISSIONENS FORORDNING (EF) Nr. 1005/96

af 4. juni 1996

## om ændring af de repræsentative priser og tillægstolden ved indførsel af visse sukkerprodukter

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 1785/81 af 30. juni 1981 om den fælles markedsordning for sukker<sup>(1)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 1101/95<sup>(2)</sup>,

under henvisning til Kommissionens forordning (EF) nr. 1423/95 af 23. juni 1995 om gennemførelsesbestemmelser for import af sukkerprodukter undtagen melleasse<sup>(3)</sup>, ændret ved forordning (EF) nr. 2528/95<sup>(4)</sup>, særlig artikel 1, stk. 2, andet afsnit, og artikel 3, stk. 1, og

ud fra følgende betragtninger:

Størrelsen af de repræsentative priser og af tillægstolden for import af hvidt sukker, rå sukker og visse sirupper er fastsat i Kommissionens forordning (EF) nr. 1568/95<sup>(5)</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 987/96<sup>(6)</sup>;

anvendelsen af de bestemmelser, der er nævnt i forordning (EF) nr. 1423/95, på de oplysninger, som Kommissionen har kendskab til, gør det nødvendigt at ændre de nuværende beløb i overensstemmelse med bilaget til nærværende forordning —

UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

De repræsentative priser og den tillægstold, der gælder ved indførsel af de i artikel 1 i forordning (EF) nr. 1423/95 omhandlede produkter, fastsættes som angivet i bilaget.

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft den 5. juni 1996.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den 4. juni 1996.

*På Kommissionens vegne*

Franz FISCHLER

*Medlem af Kommissionen*

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 177 af 1. 7. 1981, s. 4.  
<sup>(2)</sup> EFT nr. L 110 af 17. 5. 1995, s. 1.  
<sup>(3)</sup> EFT nr. L 141 af 24. 6. 1995, s. 16.  
<sup>(4)</sup> EFT nr. L 258 af 28. 10. 1995, s. 50.  
<sup>(5)</sup> EFT nr. L 150 af 1. 7. 1995, s. 36.  
<sup>(6)</sup> EFT nr. L 131 af 1. 6. 1996, s. 57.

## BILAG

til Kommissionens forordning af 4. juni 1996 om ændring af de repræsentative priser og den tillægstold, der gælder ved indførsel af hvidt sukker, rå sukker og produkter henhørende under KN-kode 1702 90 99

(ECU)

KN-kode	Repræsentativ pris pr. 100 kg netto af det pågældende produkt	Tillægstold pr. 100 kg netto af det pågældende produkt
1701 11 10 <sup>(1)</sup>	23,96	4,32
1701 11 90 <sup>(1)</sup>	23,96	9,55
1701 12 10 <sup>(1)</sup>	23,96	4,13
1701 12 90 <sup>(1)</sup>	23,96	9,12
1701 91 00 <sup>(2)</sup>	31,39	9,54
1701 99 10 <sup>(2)</sup>	31,39	5,02
1701 99 90 <sup>(2)</sup>	31,39	5,02
1702 90 99 <sup>(3)</sup>	0,31	0,34

<sup>(1)</sup> Fastsat for standardkvaliteten, sådan som defineret i artikel 1 i Rådets forordning (EØF) nr. 431/68 (EFT nr. L 89 af 10. 4. 1968, p. 3), som ændret.

<sup>(2)</sup> Fastsat for standardkvaliteten, sådan som defineret i artikel 1 i Rådets forordning (EØF) nr. 793/72 (EFT nr. L 94 af 21. 4. 1972, p. 1).

<sup>(3)</sup> Fastsat pr. 1 % indhold af saccharose.

## RÅDETS FORORDNING (EF) Nr. 1006/96

af 3. juni 1996

## om indførelse af en endelig antidumpingtold på importen af aktivt kul i pulverform med oprindelse i Den Kinesiske Folkerepublik

RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EF) nr. 384/96 af 22. december 1995 om beskyttelse mod dumpingimport fra lande, der ikke er medlemmer af Det Europæiske Fællesskab<sup>(1)</sup>, særlig artikel 23,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 2423/88 af 11. juli 1988 om beskyttelse mod dumpingimport eller subsidieret import fra lande, der ikke er medlemmer af Det Europæiske Økonomiske Fællesskab<sup>(2)</sup>, særlig artikel 12,

under henvisning til forslag foretaget af Kommissionen efter konsultationer i Det Rådgivende Udvalg, og

ud fra følgende betragtninger:

## A. MIDLERTIDIGE FORANSTALTNINGER

- (1) Ved forordning (EF) nr. 1984/95<sup>(3)</sup> (i det følgende benævnt »forordningen om midlertidig told») indførte Kommissionen en midlertidig antidumpingtold på importen til Fællesskabet af aktivt kul i pulverform (i det følgende benævnt »AKP») med oprindelse i Den Kinesiske Folkerepublik og henhørende under KN-kode ex 3802 10 00.

Ved forordning (EF) nr. 2736/95<sup>(4)</sup> forlængede Rådet gyldigheden af denne told med to måneder.

- (2) Efter indførelsen af den midlertidige antidumpingtold fremsatte en kinesisk eksportør, klagerne og andre interesserede parter skriftligt deres synspunkter vedrørende de midlertidige resultater. Særlig fremsatte ni importører/distributører, som er medlemmer af Community of Activated Carbon Importing Companies in Europe (i det følgende benævnt »CACIC»), fælles bemærkninger til Kommissionens resultater.
- (3) Efter indførelsen af den midlertidige antidumpingtold meddelte en virksomhed baseret i Amerikas

Forenede Stater (USA) desuden Kommissionen, at den i 1994 (dvs. efter undersøgelsesperioden) var begyndt at eksportere AKP produceret i joint venture i Den Kinesiske Folkerepublik under eget varemærke til Fællesskabet og anmodede om at blive undtaget fra en endelig told. Selskabet blev underrettet om, at en sådan undtagelse kun kan tilstås, efter at der er anmodet om og gennemført en fornyet undersøgelse vedrørende en ny eksportør i henhold til artikel 11, stk. 4, i forordning (EF) nr. 3283/94. Da denne procedure vedrører eksport fra et land, der ikke har markedsøkonomi, blev virksomheden endvidere underrettet om, at den også over for Fællesskabets institutioner skulle påvise, at der i dette særlige tilfælde burde foretages en individuel behandling.

- (4) Som nævnt i betragtning 76 i forordningen om midlertidig told havde ingen offentlige eller industrielle brugere af AKP i den pågældende fase af undersøgelsen indgivet redegørelser til Kommissionen. Efter indførelsen af de midlertidige antidumpingforanstaltninger havde flere sådanne brugere imidlertid gjort Kommissionen bekendt med deres synspunkter.

Desuden fremførte visse importører/distributører, at Kommissionen skulle henvende sig til »større» AKP-brugere for at indhente oplysninger om udviklingen i deres forbrug i de seneste år og også for at finde ud af, hvordan de opfattede kinesiske AKP sammenlignet med den i Fællesskabet producerede vare. Da Kommissionen kunne imødekomme dette ønske, blev der sendt enkle spørgeskemaer til talrige AKP-brugere i Fællesskabet. I alt henvendte Kommissionen sig til 22 brugere i seks forskellige medlemslande. Der blev kun modtaget relevante oplysninger fra tolv af disse brugere, som tegnede sig for omkring 6 % af det samlede forbrug i Fællesskabet. I betragtning 62-66 i denne forordning gives nærmere oplysninger om de yderligere informationer, der blev indhentet.

- (5) Kommissionen fortsatte med at indhente og efterprøve alle andre oplysninger, som den anså for nødvendige med henblik på at træffe en endelig afgørelse, og foretog også en fornyet undersøgelse af visse aspekter af de beregninger, der blev foretaget i forordningen om midlertidig told for at fastslå omfanget af dumping, underbud og fjernelse af skaden. Parterne blev underrettet om disse reviderede beregninger og også om de væsentlige

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 56 af 6. 3. 1996, s. 1.

<sup>(2)</sup> EFT nr. L 209 af 2. 8. 1988, s. 1. Forordningen er senest ændret ved forordning (EF) nr. 522/94 (EFT nr. L 66 af 10. 3. 1994, s. 10).

<sup>(3)</sup> EFT nr. L 192 af 15. 8. 1995, s. 14.

<sup>(4)</sup> EFT nr. L 285 af 29. 11. 1995, s. 2.

forhold og overvejelser, på baggrund af hvilke det påtænkte at anbefale, at der indførtes en endelig antidumpingtold, og at de beløb, for hvilke der var stillet sikkerhed i form af en midlertidig told, blev endeligt opkrævet. De fik også en frist til at gøre indsigelse efter offentliggørelsen. Deres indsigelser blev overvejet, og hvor det var relevant, blev Kommissionens resultater ændret under hensyntagen hertil.

## B. REJSTE PROCEDUREMÆSSIGE SPØRGSMÅL

- (6) For så vidt angår den faktiske indledning af denne undersøgelse fremførte CACIC, at den klage, der var indgivet af Det Europæiske Råd for Sammenlutninger af Kemiske Industrier (i det følgende benævnt »CEFIC«) var »faktuelt ufuldstændige«, indeholdt »falske påstande« og udelod »en række relevante fakta, der kunne have forhindret Kommissionen i at indlede denne undersøgelse«. Til støtte for disse argumenter erklærede CACIC, at klagerne havde udeladt navne og adresser på importører, som var dem bekendt i flere medlemsstater, og at disse importører derfor ikke kunne deltage i undersøgelsen. CACIC fremførte endvidere, at Kommissionen var blevet gjort opmærksom på mange forkerte adresser og fejl i klagen, men ikke tog tilstrækkelige skridt til at undersøge situationen i alle medlemsstater.

CACIC hævdede også, at Kommissionen havde afvist at samarbejde med en importør/distributør i Sverige, og at forordningen om midlertidig told på grund af dette ikke behandlede situationen på alle fællesskabsmarkeder. CACIC fandt derfor, at forordningen om midlertidig told ikke blot krænkede rettighederne for importører i de nye medlemsstater, men også var fejlagtig i sin markedsanalyse.

- (7) For så vidt angår CACIC's bemærkning om importører, der er udeladt i klagen, må det påpeges, at da Kommissionen blev gjort opmærksom på eksistensen af disse selskaber i den tidlige del af undersøgelsen, blev der omgående udsendt spørgeskemaer til dem med anmodning om oplysninger. I den første fase af en undersøgelse er Kommissionen ikke i stand til at kende alle de importører eller eksportører, der er berørt af proceduren, da den indledningsvis er afhængig af oplysninger, der er indeholdt i klagen. I dette bestemte tilfælde var Kommissionen overbevist om, at klageren havde afgivet alle de relevante oplysninger, som den var i besiddelse af. Det skal endvidere erindres, at et af formålene med en meddelelse om indledning af en antidumpingprocedure offentliggjort i *De Europæ-*

*iske Fællesskabers Tidende* er at opfordre alle interesserede parter til at give sig til kende og deltage i en sådan procedure.

For så vidt angår det af CACIC anførte vedrørende ukorrekte adresser på visse interesserede parter i klagen, skal det bemærkes, at Kommissionen endnu en gang sendte spørgeskemaer til disse selskaber, da den blev underrettet om fejlene af en af de kendte importører.

Med hensyn til påstanden om, at Kommissionen havde afvist et tilbud om samarbejde fra en svensk importør/distributør, skal det bemærkes, at dette selskab gav sig til kende i februar 1995 og blev underrettet om, at det på grund af undersøgelsens fremskredne stadium ikke var muligt for det at udfylde et spørgeskema. Det pågældende selskab fik imidlertid at vide, at dets bemærkninger var særdeles velkomne, særlig for så vidt angik Fællesskabets interesser. Derefter kontaktede selskabet først Kommissionen, efter at den midlertidige told var blevet indført og erklærede da, at det ikke havde importeret AKP fra Den Kinesiske Folkerepublik i undersøgelsesperioden.

- (8) I betragtning af ovenstående finder Kommissionen, at alle interesserede parters ret til at forsvare sig blev respekteret. Med hensyn til påstanden om at Kommissionens undersøgelse ikke behandlede alle markeder, og at dens analyse derfor er behæftet med fejl, behandles dette spørgsmål i betragtning 67 i denne forordning.

## C. DEN VARE, DER ER OMFATTET AF UNDER-SØGELSEN, OG SPØRGSMÅLET OM SAMME VARE

- (9) Visse parter gentog tidligere fremsatte argumenter om, at kinesisk AKP ikke skulle betragtes som samme vare som AKP fremstillet i Fællesskabet (eller som AKP fremstillet i USA, der anvendtes som referenceland). Disse parter anførte, at i betragtning af de mange forskellige kvaliteter af AKP på markedet og deres forskellige produktionsmetoder, de forskellige råmaterialer og de forskelligartede tekniske egenskaber ved den færdige vare, var det en forenkling af Kommissionen at behandle dem alle som én og samme vare.
- (10) En importør/distributør gentog sit argument om, at kinesisk AKP af kvalitet »GA« (som aktiveredes kemisk med zink) er uhyre effektivt til rensning af spildevand, navnlig sammenlignet med fællesskabsproduceret AKP, der normalt anvendes til dette formål. Virksomheden fremførte derfor igen, at denne kinesiske AKP-kvalitet ikke skulle betragtes som samme vare som de kvaliteter, der fremstilles i

Fællesskabet. I denne forbindelse erklærede en vigtig bruger, at den kinesiske AKP-kvalitet, som den havde købt til rensning af spildevand fra den pågældende importør/distributør ud fra et økonomisk synspunkt var at foretrække frem for visse fællesskabsproducerede kvaliteter. Med andre ord var det kinesiske AKP af bedre kvalitet og havde en konkurrencedygtig pris i forhold til nogle fællesskabsproducerede kvaliteter. Dette betyder naturligvis ikke, at der ikke er fællesskabsproducerede kvaliteter af bedre beskaffenhed — det betyder blot, at den fællesskabsfremstillede vare af en tilsvarende kvalitet er dyrere og derfor normalt ikke anvendes til rensning af spildevand.

Den samme importør/distributør fremførte yderligere, at denne »GA«-kvalitet heller ikke er samme vare, da den har en lavere renhedsgrad end det AKP, der aktiveredes kemisk i Fællesskabet ved hjælp af fosforsyre. Det hævdedes derfor, at den ikke kan anvendes til mange formål, hvortil der benyttes fællesskabsproduceret AKP.

- (11) For så vidt angår ovenstående betragtninger bør det bemærkes, at undersøgelsen viste, at »GA«-kvaliteten solgtes i Fællesskabet til mange forskellige typer brugere, som også aftager fællesskabsproducenternes AKP-kvaliteter (f.eks. fødevarerindustrien, den kemiske industri samt til vandrensning). Desuden erklærede den eneste samarbejdende kinesiske eksportør selv, at dens »GA«-kvalitet kan anvendes til mange formål, herunder i den kemiske industri samt i lægemiddel- og fødevarerindustrien. Dette blev også bekræftet af visse importører/distributører i løbet af undersøgelsen.
- (12) En anden distributør hævdede, at det kinesiske AKP af »GA«-kvalitet er en meget effektiv kvalitet i forbindelse med fremstilling af vin, og da der ikke produceres zinkaktiveret AKP i Fællesskabet, bør det ikke opfattes som samme vare. I denne forbindelse bør det påpeges, at selv om der muligvis ikke findes nogen fællesskabsproduktion af kemisk aktiveret AKP ved anvendelse af zink (se betragtning 11-17 i forordningen om midlertidig told), viste undersøgelsen, at der findes tilsvarende fællesskabsproducerede kvaliteter, der er blevet aktiveret ved hjælp af fosforsyre og udviklet specifikt for vinindustrien. Dette indrømmedes indirekte af distributøren selv, da den hævdede, at en høj antidumpingtold på kinesisk AKP ville tvinge den til at trække sig ud af fællesskabsmarkedet, og derved kun lade de to vigtigste fællesskabsproducenter konkurrere om denne særlige AKP-salgsektor.
- (13) Det blev også fremført, at det ikke var relevant at sammenligne kemisk aktivt AKP produceret i USA

med den i Den Kinesiske Folkerepublik fremstillede vare, da disse lande anvendte forskellige kemiske aktiveringsstoffer til deres produktion af AKP. I denne forbindelse finder Kommissionen, at skønt de aktiverende stoffer ikke altid er de samme, er den anvendte produktionsmetode tilsvarende (se betragtning 13 i forordningen om midlertidig told). Desuden er de råmaterialer, der anvendes i USA, identiske med dem, der anvendes i Den Kinesiske Folkerepublik. Dette fører til slutprodukter, der er tilstrækkelig ens til at være sammenlignelige.

- (14) Ud fra ovenstående konkluderes det, at skønt der — som allerede forklaret i betragtning 18 og 19 i forordningen om midlertidig told — kan være visse forskelle mellem AKP-kvaliteter importeret fra Den Kinesiske Folkerepublik og kvaliteter, der fremstilles i Fællesskabet og USA, er de færdige varer ikke desto mindre tilstrækkelig ens med hensyn til fysiske egenskaber til, at de alle kan betragtes som samme vare, jf. artikel 2, stk. 12, i forordning (EØF) nr. 2423/88. Alle de argumenter, der er fremført i de foregående betragtninger i nærværende forordning, vedrører faktisk kun potentielle forskelle i kvalitet, og desuden har ingen af de interesserede parter fremlagt bevis for, at importeret kinesisk AKP ikke er i direkte konkurrence med AKP produceret i Fællesskabet og USA. Konklusionerne i betragtning 17, 20 og 21 i forordningen om midlertidig told bekræftes derfor.

#### D. DEN PÅGÆLDENDE ERHVERVSGREN I FÆLLESSKABET

- (15) Der blev ikke modtaget nye argumenter i forbindelse med betragtning 22 i forordningen om midlertidig told, hvorfor konklusionerne bekræftes.

#### E. DUMPING

##### 1. Normal værdi — valg af referenceland

- (16) Visse interesserede parter drog USA's egnethed som referenceland i tvivl i dette særlige tilfælde. Det blev fremført, at de store moderne fabrikker i USA ikke kunne sammenlignes med de mindre, traditionelle produktionsanlæg i Den Kinesiske Folkerepublik, og at forskelle i investeringsomkostninger og afskrivninger i USA gjorde enhver sådan sammenligning »absurd«.



- (17) Det fremførte argument ser imidlertid helt bort fra, at Den Kinesiske Folkerepublik ikke har markedsøkonomi, og at forskellige aspekter af en producents driftsmidler og produktion kontrolleres direkte af staten. Denne indgriben vanskeliggør udviklingen af pålidelige hjemmemarkedspriser og -omkostninger, og det er af denne grund, at der søges et referenceland med henblik på at fastsætte den normale værdi. Kommissionen vil i alle tilfælde benytte det referenceland, der i betragtning af omstændighederne ved sagen er mest hensigtsmæssigt, og vil om nødvendigt foretage justeringer. I dette særlige tilfælde fandtes valget af USA som referenceland ikke urimeligt af de grunde, der fremgår af betragtning 25 i forordningen om midlertidig told.
- (18) Fortsat i forbindelse med valget af referenceland antog disse parter endvidere, at de uidentificerede samarbejdende parter i USA var forbundet med producenter i Fællesskabet, og at dette ikke var gunstigt for at opnå objektive resultater. Skønt den blev anmodet herom, kunne Kommissionen ikke afsløre navnene på de samarbejdende amerikanske producenter, da deres gennemsnitlige hjemlige salgspriser (og tekniske specifikationer for kvaliteterne, der var oplyst med henblik på sammenligningen af den normale værdi) er blevet oplyst til importørerne og den samarbejdende kinesiske eksportør. Det ville være et tillidsbrud også at afsløre deres navne. Det bør også huskes, at disse producenter blev besøgt af Kommissionen, og at de afgivne oplysninger blev efterprøvet på stedet. Desuden gav hjemmemarkedssalget, der udgjorde grundlaget for beregningerne af den normale værdi, overskud, fandt kun sted til ikke-forbundne kunder og var repræsentativt for priserne på det amerikanske hjemmemarked. Spørgsmålet om, hvorvidt disse amerikanske producenter var forbundet med producenter i Fællesskabet, er derfor helt irrelevant.
- (19) En anden interesseret part spurgte, hvorfor Malaysia ikke var blevet valgt som referenceland i stedet for USA, da den gennemsnitlige malaysiske eksportpris til Fællesskabet som angivet af Eurostat i undersøgelsesperioden (1. januar til 31. december 1993) var lavere end den gennemsnitlige kinesiske eksportpris i samme periode. Denne part foreslog også, at den gennemsnitlige malaysiske eksportpris til Fællesskabet (oplyst fra Eurostat) blev anvendt til at fastsætte den normale værdi for kinesisk dampaktiveret AKP. Parten fremførte endvidere, at da Malaysia ikke fremstiller kemisk aktiveret AKP, skulle der benyttes en teoretisk eksportpris for malaysisk kemisk aktiveret AKP til at fremsætte den normale værdi for kinesisk kemisk aktiveret AKP.
- (20) Dette forslag for fastsættelse af den normale værdi i Malaysia på grundlag af en gennemsnitlig eksportpris indhentet fra Eurostat for mange forskellige ukendte kvaliteter (hvoraf ikke alle nødvendigvis er AKP) er i strid med anmodningen fra alle de øvrige interesserede parter om, at alle sammenligninger med henblik på at fastslå omfanget af dumping og skade foretages på grundlag af oplysninger, der vedrører sammenlignelige særskilte AKP-kvaliteter for hver af de to aktiveringsmetoder separat. Dette forslag kunne derfor ikke godtages.
- (21) En anden grund til ikke at vælge Malaysia som referenceland i dette særlige tilfælde er angivet i betragtning 25 i forordning om midlertidig told. Der blev rettet henvendelse til den vigtigste malaysiske producent af AKP, som var Kommissionen bekendt, men dette selskab besvarede ikke Kommissionens anmodning om oplysninger. Det bør også bemærkes, at Malaysia i henhold til de tilgængelige oplysninger kun fremstiller dampaktiveret AKP, mens USA i lighed med Den Kinesiske Folkerepublik fremstiller såvel dampaktiverede som kemisk aktiverede AKP-kvaliteter og sælger dem på hjemmemarkedet.
- (22) Følgelig bekræftes konklusionerne om valget af referenceland i betragtning 26 i forordningen om midlertidig told.

## 2. Normal værdi

- (23) Med henblik på en endelig afgørelse blev den normale værdi fastsat på grundlag af de metoder, der anvendtes i betragtning 27 og 28 i forordningen om midlertidig told.

## 3. Eksportpris

- (24) En behørigt underbygget anmodning blev modtaget fra den eneste samarbejdende kinesiske eksportør vedrørende den ukorrekte tilskrivning af en kommission til visse eksporttransaktioner, som blev foretaget ved beregningen af eksportprisen. Der blev følgelig foretaget en justering.
- (25) Der blev ikke modtaget andre indsigelser i forbindelse med konklusionerne i betragtning 29-32 i forordningen om midlertidig told. Disse konklusioner bekræftes derfor.

## 4. Sammenligning

- (26) Kommissionen fremsendte yderligere tekniske specifikationer samt oplysninger om grundlæggende anvendelsesformål for visse amerikanske AKP-kvaliteter, som var blevet anvendt med henblik på sammenligningen af varer, til alle interesserede parter, som anmodede herom.

- (27) Visse parter fremførte, at sammenligningerne mellem de kinesiske eksportpriser og de normale værdier var baseret på utiladelige forenklinger. De gentog et tidligere fremsat ønske om, at der burde gennemføres uafhængige laboratorieundersøgelser for at muliggøre, hvad de anså for en »retfærdig sammenligning« mellem kinesiske og amerikanske AKP-kvaliteter i forbindelse med dumpingberegningerne samt mellem kinesisk fremstillede og fællesskabsproducerede kvaliteter i forbindelse med prisunderbudsregningerne (se betragtning 35, 46 og 47 i forordningen om midlertidig told).
- (28) Det bør bemærkes, at den importør/distributør, som først foreslog brugen af uafhængige laboratorieanalyser, selv havde foretaget sammenligninger mellem kinesisk producerede og fællesskabsfremstillede AKP-kvaliteter i sine henvendelser til Kommissionen i 1994 og endda angivet en amerikansk AKP-kvalitet, som den anså for at være sammenlignelig med den kinesiske. Kommissionen anvendte faktisk visse af disse sammenligninger, hvor varerne ser ud til at have tilsvarende handelsmæssige specifikationer og grundlæggende anvendelsesformål. Det var først i januar 1995, at dette selskab stillede forslag om uafhængige laboratorieanalyser.
- I denne forbindelse bør det erindres, at undersøgelsen viste, at forskellige AKP-kvaliteter uanset deres oprindelse i vid udstrækning er indbyrdes udskiftelige, for så vidt angår deres grundlæggende anvendelsesformål. Som det fremgår af betragtning 14 og 15 i forordningen om midlertidig told kan forskellige AKP-kvaliteter, der sælges til samme anvendelsesformål, rent faktisk have visse forskelle, for så vidt angår deres præcise tekniske specifikationer, og det er op til brugeren at vælge den AKP-kvalitet, der er mest omkostningseffektiv i forbindelse med den pågældende brugers særlige behov. Sådanne forskelle kan findes i de tilgængelige specifikationsblade, der udsendes af producenterne eller importørerne/distributørerne som generel information af brugerne, eller som følger med salgsfakturaer, købskontrakter osv. Kommissionen har benyttet disse specifikationsblade samt de grundlæggende kendte anvendelsesformål til at foretage sammenligninger mellem tilsyneladende tilsvarende AKP-kvaliteter og undgik derved efter anmodning fra visse interesserede parter at anvende samlede gennemsnitspriser for AKP. Kommissionen fandt derfor, at detaljerede laboratorieanalyser ikke ville fremme dette særlige aspekt af undersøgelsen yderligere.
- (29) Det samme selskab anmodede om et møde med klagerne og muligvis med en neutral myndighed for at drøfte varesammenligninger. Da der i artikel 7, stk. 6, i forordning (EØF) nr. 2423/88 åbnes mulighed for et sådant møde, henvendte Kommissionen sig til klagerne med denne anmodning. CEFIC erklærede imidlertid, at et sådant møde efter deres mening ikke var nødvendigt, da de var af den opfattelse, at al relevant information og teknisk ekspertise, som de havde til deres rådighed med henblik på at foretage relevante sammenligninger, allerede var meddelt Kommissionen. Der blev derfor ikke afholdt et sådant møde mellem de direkte berørte parter.
- (30) Skønt alle interesserede parter og navnlig importørerne/distributørerne (som også har tilstrækkelig ekspertviden om AKP fremstillet i Kina, Fællesskabet og endda USA) blev anmodet om at stille begrundede forslag om specifikke alternative sammenligninger eller endda justeringer for forskelle i fysiske egenskaber mellem de forskellige AKP-kvaliteter, blev der kun afgivet en begrænset mængde relevant oplysninger. Disse oplysninger førte dog til, at der opstod tvivl om det hensigtsmæssige i den sammenligning, Kommissionen havde foretaget for en kinesisk dampaktiveret AKP-kvalitet, og Kommissionen ændrede følgelig sammenligningen for den pågældende kinesiske kvalitet.
- (31) Det bekræftes derfor, at de sammenligninger mellem enkelte kvaliteter, som Kommissionen har foretaget på grundlag af tilgængelige kommercielle tekniske specifikationer og kendte anvendelsesformål, bør opretholdes.
- (32) Det fremførtes også, at de priser, der blev benyttet på det amerikanske marked med henblik på at beregne dumpingmargenen, ikke var i samme handelsled, og at der følgelig burde foretages justeringer. Navnlig blev det fremført, at en importør/distributør af kinesisk AKP i Fællesskabet ikke udfylder samme funktion som en distributør af varen med amerikansk oprindelse i USA, og at omkostninger til f.eks. genemballering, oplagring, finansiering, faglige tjenesteydelser, udvikling og kvalitetssikring alle er elementer, der indgår i de amerikanske producenters salgspriser på hjemmemarkedet, men ikke i den kinesiske eksportpris. De parter, der rejste dette særlige spørgsmål, stillede imidlertid ikke forslag om specifikke niveauer for sådanne justeringer.
- (33) Generelt bør det bemærkes, at Kommissionen fastsatte den normale værdi på grundlag af hjemmemarkedspriser (dvs. i samme handelsled som den kinesiske eksport til importører/distributører i Fællesskabet) opgivet af amerikanske distributører. Der kan kun foretages justeringer for at tage hensyn til forskelle, der påvirker prisernes sammenlignelighed, jf. artikel 2, stk. 10, i forordning (EØF) nr. 2423/88. Som angivet i betragtning 34 i forordningen om midlertidig told foretog

Kommissionen i denne forbindelse justeringer af de amerikanske hjemmemarkedspriser, der blev anvendt ved sammenligningerne, for at tage hensyn til alle rabatter, nedslag, provisioner og emballeringsomkostninger.

- (34) For så vidt angår genemballering viste undersøgelsen, at kinesisk AKP altid er pakket i sække, der sendes til Fællesskabet i fragtkontainere. Visse importører/distributører i Fællesskabet hævdede imidlertid, at disse sække ikke er af en kvalitet, der er acceptabel for deres kunder, og at det derfor er nødvendigt at komme varen i nye sække, før den videresælges. I denne forbindelse bør det bemærkes, at Kommissionen som nævnt i forordningen om midlertidig told allerede har justeret den amerikanske hjemmemarkedspris nedad for at tage hensyn til alle emballeringsomkostninger, som blev afholdt af de amerikanske producenter, og at der derfor ikke kan foretages yderligere justeringer eller gives flere indrømmelser.
- (35) Argumentet om, at oplagringsomkostninger er indeholdt i de amerikanske priser, men ikke i de kinesiske eksportpriser, findes ikke realistisk. Det anses faktisk for uundgåeligt, at de kinesiske eksportpriser også indeholder et vist beløb til oplagringsomkostninger, da varen skal oplagres, indtil den forefindes i tilstrækkelige mængder til, at en eksport kan være økonomisk forsvarlig, og/eller for at overholde bestemmelserne om leveringsfrister i salgskontrakterne. Der kan derfor ikke konstateres nogen forskelle vedrørende oplagringsomkostningerne, der anses for at være indeholdt i både de amerikanske og kinesiske priser.
- (36) For så vidt angår finansieringsomkostninger, der er indeholdt i de amerikanske hjemmemarkedspriser, men ikke i de kinesiske eksportpriser, bør det huskes, at under frie markedsøkonomiske forhold har alle selskaber sådanne omkostninger, uanset om de er importører, distributører, producenter, handelsfirmaer osv. Dette ville også været tilfældet for de kinesiske eksportører og producenter, hvis de også skulle operere under frie markedsvilkår. Da dette ikke er tilfældet, findes dette argument irrelevant i forbindelse med denne procedure. For så vidt angår de kinesiske eksportørers betalingsbetingelser i forbindelse med eksport til Fællesskabet og de samarbejdende amerikanske producenters betalingsbetingelser for deres hjemmemarkedsalg fandtes disse betingelser at ligne hinanden. Det var derfor ikke nødvendigt at foretage justeringer i denne forbindelse.
- (37) Med hensyn til spørgsmålet om omkostninger til faglige tjenesteydelser, udvikling og kvalitetssikring viste undersøgelsen, at skønt de kinesiske eksportører garanterer kvaliteten af den leverede vare i deres salgskontrakter og derfor burde pådrage sig omkostninger til kvalitetssikring, yder de ikke faglig bistand til eller foretager produktudvikling for deres kunder. Da AKP er en kundeorienteret (dvs. brugerorienteret) vare, og producenterne

meget ofte udvikler specifikke kvaliteter til bestemte kunders behov, fandtes det, at disse udgiftstyper udgør en del af de amerikanske producenters salgsomkostninger, skønt de er anført i virksomhedernes regnskaber under omkostninger til »forskning og udvikling«. Følgelig blev der foretaget en justering af hver enkelt amerikansk producenters hjemmemarkedspriser for at tage hensyn til de pågældende producenters faktiske omkostninger til faglig bistand og produktudvikling.

## 5. Dumpingmargener

- (38) Det fremgik af ovenstående konklusioner vedrørende fastsættelsen af den normale værdi og eksportprisen, og sammenligningen imellem dem viste den endelige undersøgelse af kendsgerningerne, at der fandt dumping sted af den pågældende vare med oprindelse i Den Kinesiske Folkerepublik.
- (39) Idet der tages hensyn til den ændring, der blev foretaget vedrørende den alternative sammenligning for én AKP-kvalitet, den korrekte fordeling af visse provisioner og en justering af den normale værdi for omkostninger til faglig bistand og produktudvikling, er den vejede gennemsnitlige dumpingmargen 69,9 % af prisen frit Fællesskabets grænse, ufortoldet.

## F. SKADE

### 1. Forbruget i Fællesskabet

- (40) En part fremførte, at for så vidt angår en undersøgelse af udviklingen i forbruget i Fællesskabet skulle Kommissionen have taget ikke blot perioden fra 1990 til undersøgelsesperioden i betragtning, men også tidligere år, da dette ville have påvist et fald i forbruget (i stedet for den lille stigning på 3,3 %, der konstateredes i perioden 1990 til 1993). Det påstås, at hvis en sådan analyse over en længere periode var blevet gennemført, ville virkningen af lukningen af et stort AKP-produktionsanlæg i Tyskland før 1990 have givet en anden udvikling for så vidt angår forbruget i Fællesskabet.
- (41) Det er almindelig praksis for Fællesskabsinstitutionerne at undersøge udviklingen i forbrug, importmængder, markedsandele, priser osv. over en periode på flere år (sædvanligvis fire år, herunder undersøgelsesperioden). Denne praksis blev fulgt i dette tilfælde, da den fandtes hensigtsmæssig for at give et objektivt billede af udviklingen af markedsituationen for alle berørte parter. Det skal dog bemærkes, at selv hvis den undersøgte periode var blevet forlænget, og udviklingen i forbruget skulle ændre sig, ville udviklingen i fællesskabsproducenternes markedsandel (dvs. et fald) og i importen fra Kina (dvs. en stigning) alligevel være den samme.

- (42) Visse importører/distributører hævdede også, at betydelige mængder AKP blev sendt til Fællesskabet fra Den Kinesiske Folkerepublik, men i virkeligheden aldrig bragt i »fri omsætning« (dvs. ved at blive oplagt på frilager og derefter videregivet til tredjelande uden for Fællesskabet). Det blev også fremført, at kinesisk AKP blev bragt i fri omsætning i Fællesskabet, men derefter genudført til tredjelande. For at klarlægge denne situation anmodede Kommissionen om konkrete oplysninger og dokumentation fra de berørte parter. Disse parter fremlagde imidlertid ikke de nødvendige oplysninger, som ville gøre det muligt for Kommissionen at fastslå det faktiske indførselsår for denne videreeksport af kinesisk AKP, så der kunne tages hensyn til deres påstande om, at der faktisk var forbrugt en mindre mængde AKP i Fællesskabet, end det fremgik af Kommissionens undersøgelse.

## 2. Dumpingimportens omfang og markedsandel

- (43) Ud over de argumenter, der er gengivet i den forudgående bemærkning i denne forordning, blev der ikke fremført nye bemærkninger vedrørende dumpingimportens omfang og markedsandel. Konklusionerne i betragtning 37-44 i forordningen om midlertidig told bekræftes derfor.

## 3. Priserne på dumpingimporten og underbud

- (44) Som ved de sammenligninger, Kommissionen foretog for at fastslå, om der var tale om dumping, blev det igen fremført af visse interesserede parter, at sammenligninger i forbindelse med underbud mellem fællesskabsproducerede AKP-kvaliteter og AKP-kvaliteter importeret fra Den Kinesiske Folkerepublik burde foretages på grundlag af uafhængige laboratorieanalyser.

Det blev også fremført, at de tekniske specifikationer for de forskellige AKP-kvaliteter, som anvendtes af Kommissionen ved sammenligningerne, var ufuldstændige.

I betragtning 46 og 47 i forordningen om midlertidig told samt i betragtning 27-31 i denne forordning er der redegjort for, hvorfor de sammenligninger, der blev foretaget på grundlag af tilgængelige tekniske specifikationer og anvendelser, blev anset for tilstrækkelige i forbindelse med denne undersøgelse. Kommissionen benyttede de kommercielle tekniske specifikationer, som producenterne i Fællesskabet selv havde udsendt, samt de tekniske specifikationer for kinesisk AKP, som normalt ledsager importørernes købskontrakter.

- (45) Det bør også bemærkes, at selv om alle interesserede parter blev gjort bekendt med Kommissionens sammenligninger i god tid før indførelsen af midlertidige foranstaltninger, stillede ingen interes-

serede parter forslag om specifikke alternative sammenligninger eller blot justeringer for forskelle i fysiske egenskaber mellem forskellige AKP-kvaliteter. Man kunne have forventet, at importørerne/distributørerne, som i visse tilfælde også handler med fællesskabsproduceret AKP, har den nødvendige ekspertviden til at fremskaffe ovennævnte oplysninger, hvis de havde ønsket at gøre dette.

- (46) Det blev hævdet, at markedsprisen på kinesisk AKP i Fællesskabet ligger på samme eller i nogle tilfælde et højere niveau end fællesskabsproducenternes priser. Skønt det udmærket kan være tilfældet, at nogle eksporttransaktioner for kinesiske AKP-kvaliteter finder sted til samme eller endda højere priser som visse transaktioner, der vedrører nogle af fællesskabsproducenternes kvalitet (se betragtning 48 i forordningen om midlertidig told), bør det ikke glemmes, at fællesskabsproducenternes priser samlet set blev underbudt i betydelig grad af dumpede kinesiske importpriser.

- (47) For så vidt angår det faktiske underbudsniveau, der blev konstateret, bør det erindres, at fællesskabsproducenternes vejede gennemsnitlige salgspriser af fabrik i Fællesskabet til brugere for hver enkelt kvalitets vedkommende blev sammenlignet med de vejede gennemsnitlige importpriser på de tilsvarende kinesiske kvaliteter, justeret til nettopriser, af lager, efter told.

Det blev imidlertid fremført, at ved at hæve de kinesiske importpriser, så de var af lager og derved sammenlignelige med fællesskabsproducenternes salgspriser af fabrik, havde Kommissionen ikke taget hensyn til alle omkostninger for importørerne/distributørerne i Fællesskabet og heller ikke til en passende fortjenstmargen. Dette er ukorrekt, da de kinesiske cif-importpriser — som meddelt de samarbejdende parter under undersøgelsen — af denne grund blev justeret opad med 27 %.

- (48) Det skal understreges, at dette tal udgør det vejede gennemsnit af alle omkostninger, som de samarbejdende importører påberåbte sig (betalt told, transport, lageromkostninger, genemballering, finansiering, afskrivninger osv.), samt en rimelig fortjeneste baseret på importørernes/distributørernes regnskaber over fortjeneste og tab. I overensstemmelse med den justering, der blev foretaget for at fastsætte den normale værdi med hensyn til omkostninger til faglig bistand og kundespecifik produktudvikling, der antages ikke at indgå i de kinesiske priser, blev det med henblik på den endelige underbudsberegning ikke desto mindre besluttet at foretage en justering i nedadgående retning af hver enkelt fællesskabsproducents salgspriser for at tage hensyn til den pågældende producents salgsmarktkostninger i undersøgelsesperioden.

- (49) På dette grundlag er der beregnet reviderede underbudsmargener på op til 35 %. Det vejede gennemsnit af disse reviderede underbudsmargener er imidlertid på 21 %.

#### 4. Situationen for erhvervsgrænsen i Fællesskabet

- (50) Da der ikke blev fremført nye argumenter vedrørende produktion, produktionskapacitet, lagre, salg og markedsandele, fortjeneste og beskæftigelse (betragtning 51-59) i forordningen om midlertidig told, bekræftes konklusionerne herom.

#### 5. Konklusioner vedrørende skade

- (51) På grundlag af ovenstående, og da der ikke foreligger andre begrundede argumenter, bekræftes konklusionerne i betragtning 60 og 61 i forordningen om midlertidig told om, at den pågældende erhvervsgrænse i Fællesskabet har lidt væsentlig skade som omhandlet i artikel 4, stk. 2, i forordning (EØF) nr. 2423/88.

#### G. ÅRSAGSSAMMENHÆNG

##### 1. Generelle bemærkninger

- (52) En række interesserede parter gentog tidligere fremsatte påstande vedrørende årsagen til skaden. Disse parter hævdede, at Kommissionen, da den drog sine midlertidige konklusioner og offentliggjorde de væsentlige kendsgerninger og overvejelser, som lå til grund for dens planer om at indføre endelige foranstaltninger, ikke i tilstrækkeligt omfang havde taget hensyn til de argumenter, som de havde fremført. Som det vil fremgå nedenfor, er dette ikke korrekt, da de pågældende spørgsmål udtrykkeligt blev behandlet af Kommissionen i betragtning 62-71 i forordningen om midlertidig told.
- (53) Importørerne fortsatte med at anføre, at der havde været et fald i efterspørgslen efter AKP i Fællesskabet mellem 1990 og undersøgelsesperioden forårsaget af den teknologiske udvikling og øget brug af genanvendeligt aktivt kul. Kommissionen erkendte i betragtning 70 i forordningen om midlertidig told, at der kan have været en voksende efterspørgsel efter disse alternative varer, men dette betyder dog ikke nødvendigvis, at efterspørgslen efter AKP er faldet. Som anført i betragtning 42, 62 og 70 i forordningen om midlertidig told, steg efterspørgslen (dvs. forbruget i Fællesskabet) faktisk med 3,3 % mellem 1990 og undersøgelsesperioden. Den vigtigste faktor i denne forbindelse er dog, at fællesskabsproducenternes salg faldt, mens importen (og navnlig dumpingimporten fra Kina) steg betydeligt.
- (54) Det blev også fremført, at lukningen af et stort tysk AKP-produktionsanlæg før 1990 (nævnt i betragtning 40 i denne forordning) havde forårsaget en stigning i importen fra Kina, da denne producenters salgspartner hævdede, at den var »nødt til» at

erstatte den fællesskabsproducerede vare med kinesisk AKP, selv om dette selskab også fungerede som distributør af AKP fremstillet af andre fællesskabsproducenter og som importør/distributør af AKP fra flere tredjelande. Omend det godtages, at denne salgspartner måtte foretage sine indkøb af AKP andre steder, ændrer en sådan begrundelse for en øget import af kinesisk AKP imidlertid ikke den kendsgerning, at den pågældende import blev foretaget til dumpingpriser, der lå betydeligt under fællesskabsproducenternes priser og derved forårsagede væsentlig skade.

- (55) En part, som henviste til betragtning 45 og 46 i forordningen om midlertidig told, fremførte, at importen af kinesisk AKP ikke kunne have forvoldt skade for erhvervsgrænsen i Fællesskabet, da de gennemsnitlige priser på denne import steg med 10,6 % mellem 1990 og 1993, og da de gennemsnitlige AKP-salgspriser for fællesskabsproducenterne under ét også steg i denne periode. I denne forbindelse bør det også erindres, at den samlede stigning i fællesskabsproducenternes priser i denne periode kun var på 1,4 %, og at priserne på fællesskabsproduceret AKP i visse tilfælde endda faldt. Når det betydelige prisunderbud på 21,0 %, der konstateredes for 1993, tages i betragtning, må der derfor drages den konklusion, at der var et endnu større underbud i 1990 (da importen fra Kina begyndte at trænge ind på fællesskabsmarkedet), og ikke den konklusion, at der ikke er nogen årsagssammenhæng mellem den kinesiske dumpingimport og den skade, som erhvervsgrænsen i Fællesskabet har lidt.
- (56) Det blev fremført, at fællesskabsproducenternes finansielle vanskeligheder ikke er forårsaget af importen fra Kina, men i stedet hovedsagelig af væsentlige stigninger i producenternes produktionsomkostninger og, for én producentes vedkommende, særlig høje råvarepriser.
- Skønt fællesskabsproducenterne skulle kunne forvente at sælge deres varer til priser, der dækker alle omkostninger, på et marked med loyal konkurrence, undersøgte Kommissionen på baggrund af bemærkninger fremsat af flere interesserede parter den samlede situation vedrørende udviklingen i de samarbejdende fællesskabsproducenters produktionsomkostninger. Der blev draget den konklusion, at for at afspejle det normale omkostningsniveau skulle visse yderligere råvareomkostninger af ekstraordinær art, som afholdtes af en fællesskabsproducent i undersøgelsesperioden, ikke tages i betragtning ved fastsættelsen af det niveau, der kan afhjælpe skaden. Denne fremgangsmåde bekræftes.
- (57) Visse af de interesserede parter fortsatte også med at fremsætte bemærkninger vedrørende indvirkningen på fællesskabsmarkedet af importen af AKP fra Malaysia, der tilsyneladende fandt sted til lave priser. Disse parter fremsatte imidlertid ingen nye

vægtige argumenter, og Kommissionen finder, at ræsonnementet i betragtning 67 og 68 i forordningen om midlertidig told i tilstrækkeligt omfang besvarer de allerede rejste spørgsmål.

- (58) Som forklaret i betragtning 68 i grundforordningen om midlertidig told havde Kommissionen ingen beviser for, at der fandt dumpingimport sted fra Malaysia i undersøgelsesperioden. Der blev fremlagt visse beviser for Kommissionen om påstået dumpingeksport fra Malaysia, men disse vedrørte 1994 (et år efter undersøgelsesperioden), og der kunne derfor ikke etableres nogen forbindelse mellem en mulig malaysisk dumping i 1994 og den skade, som erhvervsghrenen i Fællesskabet havde lidt.
- (59) Visse af de interesserede parter fremlagde en beregning, der forsøgte at vise, at selv hvis fællesskabsproduceret AKP svarende til hele den kinesiske import i stedet var blevet solgt af producenterne i Fællesskabet i undersøgelsesperioden, ville disse fællesskabsproducenter stadig have lidt betydelig tab. Denne beregning overser imidlertid det forhold, at de faktiske salgsmængder og -værdier, som fællesskabsproducenterne opnåede i denne periode, i virkeligheden var påvirket af den kinesiske lavprisdumpingimport og derfor ikke kunne danne grundlag for en sådan teoretisk beregning. Denne beregning anses derfor for at være behæftet med fejl og kan ikke anskueliggøre fællesskabsproducenternes hypotetiske finansielle situation, hvis der ikke havde været import af kinesisk AKP til stede på fællesskabsmarkedet.
- (60) Det hævdedes også af visse parter, at fællesskabsproducenterne solgte AKP uden for Fællesskabet til meget lavere priser end i Fællesskabet, og at prisniveauet på fællesskabsmarkedet ikke var den eneste årsag til deres aktuelle økonomiske situation. Som angivet i betragtning 69 i forordningen om midlertidig told fandt Kommissionen, at fællesskabsproducenternes salg uden for Fællesskabet var fortjenstgivende og derfor skete til meget højere priser end på det AKP, der solgtes i Fællesskabet med tab. Den vejede gennemsnitlige salgspris for alle AKP-kvaliteter solgt uden for Fællesskabet af de samarbejdende fællesskabsproducenter steg faktisk fra 1 792 ECU pr. ton i 1990 til 1 839 ECU pr. ton i undersøgelsesperioden. Den fremsatte påstand er derfor baseret på ukorrekte forudsætninger. Virkningen af fællesskabsproducenternes faldende salg uden for Fællesskabet erkendes ikke desto mindre i betragtning 69 og 71 i forordningen om midlertidig told.

## 2. Konklusioner vedrørende årsagerne til skaden

- (61) I betragtning af ovenstående og i mangel på andre relevante og underbyggede argumenter bekræftes konklusionerne i betragtning 71 i forordningen om midlertidig told.

## H. FÆLLESSKABETS INTERESSER

- (62) Som nævnt i betragtning 4 i denne forordning henvendte Kommissionen sig til 22 selskaber i seks forskellige medlemsstater, hvoraf de fleste var blevet nævnt af visse importører/distributører som »store« brugere af AKP, efter indførelsen af midlertidige foranstaltninger. Der blev kun modtaget relevante oplysninger fra tolv af disse brugere, som tegnede sig for omkring 6 % af det samlede forbrug i Fællesskabet.
- (63) For så vidt angår disse tolv brugeres køb af AKP erklærede fem, at deres forbrug af AKP var stabilt, fire, at de havde et faldende forbrug, og tre, at de havde et stigende forbrug.
- (64) Af de brugere, der besvarede spørgeskemaet eller fremsatte bemærkninger, angav syv, at priserne på AKP fra Fællesskabet og Kina var sammenlignelige, men kun to af dem anførte handelsnavnet på de kvaliteter, som de havde sammenlignet. En undersøgelse af specifikationer for de fællesskabsproducerede kvaliteter, som disse to brugere havde sammenlignet, viste imidlertid, at den kinesiske vare var fællesskabsvaren teknisk overlegen, og de var derfor ikke sammenlignelige for så vidt angår denne undersøgelse. To andre brugere angav også, at kinesisk AKP er meget billigere end samme kvalitet AKP fremstillet i Fællesskabet. Tre brugere angav, at de havde valgt kinesisk AKP på grund af varens kvalitet i direkte forbindelse med dens pris. På den anden side erklærede en anden bruger, at den havde valgt fællesskabsvaren af præcis samme årsag. To andre brugere havde skiftet fra kinesisk AKP til AKP fremstillet i Fællesskabet. I betragtning af de modstridende oplysninger, der blev modtaget fra brugerne, kan der ikke drages nogen afgørende konklusion fra disse oplysninger.
- (65) Selv om de blev anmodet herom, fremsatte brugerne desuden ingen underbyggede bemærkninger vedrørende den virkning, som antidumpingforanstaltningerne over for kinesisk AKP ville have på deres driftsbudget. De fleste af brugerne fremførte dog, at en høj antidumpingtold kunne føre til, at den kinesiske import blev udelukket fra fællesskabsmarkedet, hvorved konkurrencen muligvis ville blive reduceret.

- (66) I denne forbindelse bør det gentages, at formålet med foranstaltninger til beskyttelse af handelen er at fjerne de handelsforvridende virkninger af den skadelige dumping og genoprette en reel konkurrence. Følgelig kunne der ikke drages andre konklusioner end dem, der er angivet i betragtning 75 og 76 i forordningen om midlertidig told.
- (67) En svensk importør/distributør fremførte, at indførelsen af antidumpingforanstaltninger over for kinesisk AKP ville have en gennemgribende skadelig virkning på dens forretning. Dette selskab erklærede imidlertid, at der ikke blev importeret kinesisk AKP til dets skandinaviske salgsområde (Sverige, Finland og Danmark) i undersøgelsesperioden. Denne importør fremførte endvidere, at Kommissionen skulle have taget Sverige og Finland i betragtning i sin undersøgelse, skønt de ikke var medlemmer af Fællesskabet i undersøgelsesperioden. I denne forbindelse bemærker Kommissionen, at det samlede forbrug af AKP i Sverige og Finland anslås til ca. 700 tons om året eller omkring 2 % af det samlede forbrug i Fællesskabet. Da der heller ikke blev importeret kinesisk AKP i undersøgelsesperioden, er Kommissionen af den opfattelse, at selv om der var taget hensyn til oplysninger for disse to nye medlemsstater om import, salg og forbrug i resultaterne, ville virkningen have været ubetydelig.
- (68) I betragtning af ovenstående finder Kommissionen, at dens konklusioner i forordningen om midlertidig told vedrørende Fællesskabets interesser bør bekræftes. Der er ikke fundet overbevisende grunde til at konkludere, at en vedtagelse af endelige foranstaltninger ikke vil være i Fællesskabets interesse.

#### I. TILSAGN

- (69) Den eneste samarbejdende kinesiske eksportør stillede forslag om et tilsagn baseret på en kombination af en minimumspris og et kvantitativt loft for eksporten af kemisk aktiveret AKP. Det blev foreslået af denne eksportør, at de kinesiske myndigheder kunne garantere overvågningen af gennemførelsen af et sådant tilsagn; de kinesiske myndig-

heder gav imidlertid ikke selv et sådant tilsagn. Forslaget indeholdt dog ikke nogen specifik pris eller mængde og henviste heller ikke til selskabets eksport af dampaktiveret AKP til Fællesskabet. I denne forbindelse bør det huskes, at AKP findes i mange forskellige kvaliteter, som har forskellige priser. Et tilsagn med en gennemsnitlig minimumspris kunne derfor ikke godtages. Hvis et tilsagn baseret på hver enkelt kvalitet var blevet tilbudt, ville det desuden have været næsten umuligt at overvåge, da de præcise kvaliteter, som det pågældende selskab vil eksportere til Fællesskabet, ikke kan kontrolleres gennem de officielle statistikker (som ikke henviser til importdata for enkelte kvaliteter).

- (70) Det skal også bemærkes, at skønt denne kinesiske eksportør, der i virkeligheden er et handelsselskab, nok er den største eksportør af kinesisk AKP til Fællesskabet, men ikke tegner sig for hele eller blot hovedparten af den kinesiske eksport af AKP til Fællesskabet. I betragtning af, at der er flere andre eksportører, og at de kinesiske myndigheder selv ikke har udtrykt vilje til at garantere gennemførelsen af et sådant tilsagn, anses denne fremgangsmåde ikke for hensigtsmæssig i dette tilfælde.
- (71) Eksportøren blev følgelig underrettet om, at et tilsagn ikke kunne godtages. Denne fremgangsmåde bekræftes.

#### J. TOLD

- (72) For så vidt angår de detaljerede beregninger, der blev anvendt til at fastsætte det niveau, der var nødvendigt for at afhjælpe skaden i forordningen om midlertidig told, blev de faktiske vejede gennemsnitlige salgspriser af fabrik på de fællesskabsproducerede AKP-kvaliteter, der ansås for sammenlignelige med de importerede kinesiske kvaliteter, hævet på individuelt grundlag med det vejede gennemsnitlige tab for alle fællesskabsproducenterne til niveauer, der gav en rimelig fortjenstmargen på 5 %. I denne forbindelse fremførte CEFIC, at den rimelige fortjenstmargen, der skulle tillægges fællesskabsproducenterens nulpunktssalgspriser på AKP for at fastslå skadesaf-

hjælpningsniveauet, kun skulle baseres på fællesskabsproducenternes rentable salg af aktivt kul og ikke på en gennemsnitlig fortjeneste, der også omfattede tabsgivende salg af AKP. Det blev endvidere fremført, at en fortjeneste på 5 % før skat er for lav til at sikre et rimeligt afkast af investeringer, navnlig da fællesskabsproducenterne i 1990 før den betydelige kinesiske indtrængen på markedet i gennemsnit havde en fortjeneste på 9,6 % på deres salg af AKP i Fællesskabet.

(73) I denne forbindelse skal det gøres klart, at de gennemsnitlige fortjenstmargener for hver af de tre samarbejdende fællesskabsproducenter på deres samlede omsætning for alle aktiviteter i forbindelse med aktivt kul, dog ikke AKP solgt i Fællesskabet med tab, lå fra 4,1 % til 5,4 % i undersøgelsesperioden. Det skal også bemærkes, at eftersom kun 70 % af det salg af AKP, som fællesskabsproducenterne har mistet mellem 1990 og undersøgelsesperioden, er overtaget af dumpingimport fra Kina, er det i forbindelse med denne undersøgelse urimeligt at hæve fællesskabsproducenternes nulpunktspriser med hele den fortjenstmargen på 9,6 %, som var gældende i 1990.

(74) I betragtning af alle de ovennævnte bemærkninger, der blev fremsat af interesserede parter, er visse aspekter af den metode, som blev benyttet i forbindelse med de midlertidige foranstaltninger, dog blevet undersøgt, og en alternativ metode anses nu for den mest hensigtsmæssige med henblik på at beregne nulpunktspriser (dvs. fuldstændige produktionsomkostninger) og rimelige overskudsgivende priser for de forskellige fællesskabsproducerede kvaliteter, som blev sammenlignet med hver enkelt kinesisk kvalitet.

(75) I denne forbindelse tog man de fuldstændige produktionsomkostninger pr. kvalitet for hver fællesskabsproducent, om nødvendigt justeret (se betragtning 56 i denne forordning), og hertil blev der lagt en fortjeneste på 5 %. For at foretage korrekte sammenligninger blev disse teoretiske overskudsgivende priser derefter justeret nedad for at tage hensyn til de omkostninger til faglig bistand og produktudvikling, som hver af disse producenter havde haft i undersøgelsesperioden (se betragtning 48 i denne forordning).

(76) Den gennemsnitlige salgspris ab lager (dvs. cif-importprisen plus importørernes/distributørernes avance på 27 %) for hver importeret kinesisk

kvalitet blev derefter sammenlignet med en enkelt vejet gennemsnitlig overkudsgivende fællesskabsproducentpris. Denne fællesskabsproducenternes enhedspris for hver enkelt kinesisk kvalitet blev beregnet med henblik på afhjælpning af skaden, idet de enkelte kvaliteters priser efter fællesskabsproducent som fastlagt i den foregående betragtning (vejet efter de mængder, der blev solgt af hver enkelt fællesskabsproducent) blev anvendt.

(77) De forskelle, der fremgik af ovennævnte sammenligning (vejet efter de importerede mængder) var skadesafhjælpningsmængden. Den samlede mængde, der var nødvendig for at afhjælpe skaden, blev derefter udtrykt i procent af den samlede kinesiske cif-importværdi.

(78) Ovennævnte metode bekræftes, og den reviderede mængde, som er nødvendig for at afhjælpe skaden, er 38,6 % af importprisen, frit Fællesskabets grænse.

Da dette reviderede skadesafhjælpningsniveau stadig er lavere end den konstaterede reviderede dumpingmargen (se betragtning 39 i denne forordning) bør der indføres endelig antidumpingtold på grundlag af skadesafhjælpningsniveauet.

Med hensyn til den endelige tolds form, bør det tages i betragtning, at strukturen i den statskontrollerede økonomi giver de kinesiske eksportører et betragteligt råderum til at nedsætte deres eksportpriser. For at mindske risikoen for, at de kinesiske eksportører absorberer tolden, er det i dette tilfælde mere hensigtsmæssigt at fastsætte en bestemt told (dvs. et fast beløb pr. ton) end en værditold eller variabel told.

Tolden er beregnet til 323 ECU/ton (netto vægt). Rådet har bekræftet dette.

(79) Kommissionen vil undersøge markedssituationen efter indførelsen af antidumpingforanstaltningerne, og begrundet omstændighederne det, navnlig prisudviklingen, en ændring heraf, vil der blive taget skridt hertil to år efter vedtagelsen af de endelige foranstaltninger.

#### K. OPKRÆVNING AF MIDLERTIDIG TOLD

(80) Da toldens form er ændret, anser Kommissionen det i dette tilfælde ikke for rimeligt, endeligt at opkræve den midlertidige antidumpingtold —



## UDSTEDT FØLGENDE FORORDNING:

*Artikel 1*

1. Der indføres en endelig antidumpingtold på importen af aktivt kul i pulverform henhørende under KN-kode ex 3802 10 00 (Taric-tillægskode 3802 10 00\*91) med oprindelse i Den Kinesiske Folkerepublik.

2. Den endelige antidumpingtold fastsættes til 323 ECU/ton (nettovægt).

3. Gældende bestemmelser vedrørende told finder anvendelse, medmindre andet er angivet.

*Artikel 2*

Denne forordning træder i kraft dagen efter offentliggørelsen i *De Europæiske Fællesskabers Tidende*.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Luxembourg, den 3. juni 1996.

*På Rådets vegne*

C. A. CIAMPI

*Formand*

---

## II

(Retsakter hvis offentliggørelse ikke er obligatorisk)

## KOMMISSIONEN

## KOMMISSIONENS BESLUTNING

af 20. september 1995

om en procedure i henhold til Rådets forordning (EØF) nr. 4064/89

IV/M.553 — RTL/Veronica/Endemol

(Kun den engelske udgave er autentisk)

(96/346/EF)

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE  
FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 4064/89 af 21. december 1989 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser<sup>(1)</sup>, særlig artikel 8, stk. 3, og artikel 22,

under henvisning til Kommissionens beslutning af 22. maj 1995 om at indlede procedure i sagen,

efter at have givet de deltagende virksomheder lejlighed til at fremsætte deres bemærkninger til de af Kommissionen rejste indsigelser,

efter høring af Det Rådgivende Udvalg for Kontrol med Fusioner og Virksomhedsovertagelser<sup>(2)</sup>, og

ud fra følgende betragtninger:

- (1) Den 21. april 1995 modtog Kommissionen en henvendelse fra den nederlandske regering, som under henvisning til artikel 22 i forordning (EØF) nr. 4064/89 (fusionsforordningen) anmodede Kommissionen om at tage stilling til et planlagt joint venture, Holland Media Groep SA (HMG), mellem RTL 4 SA (RTL), Vereniging Veronica Omroeporganisatie (Veronica) og Endemol Enter-

tainment Holding BV (Endemol). Den nederlandske regering havde fået kendskab til fusionen den 23. marts 1995 via en pressemeddelelse, som parterne havde sendt den. Anmodningen i henhold til artikel 22 blev således fremsat inden for den i artikel 22, stk. 4, fastsatte frist på en måned.

- (2) Efter gennemgang af anmodningen fastslog Kommissionen, at den opfyldte betingelserne i fusionsforordningens artikel 22, og at fusionen gav anledning til alvorlig tvivl angående dens forenelighed med fællesmarkedet. Ved beslutning af 22. maj 1995 indledte Kommissionen derfor proceduren efter fusionsforordningens artikel 6, stk. 1, litra c), sammenholdt med artikel 22.

## I. PARTERNE

- (3) RTL er et selskab stiftet efter luxembourgsk ret, der udbyder hovedsagelig nederlandsksprogede tv- og radioprogrammer, som transmitteres af Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT). CLT ejer — direkte eller indirekte — 47,27 % af RTL's kapital. CLT er et tv-selskab stiftet efter luxembourgsk ret, som beskæftiger sig med tv- og radio-transmission, forlagsvirksomhed og dertil knyttede aktiviteter i forskellige lande. CLT havde i 1993 en konsolideret omsætning på 1 937 mio. ECU. Det nederlandske forlag NV Verenigd Bezit (VNU) ejer indirekte 38 % af RTL. RTL sender to reklamefinansierede tv-kanaler på nederlandsk, RTL 4 og RTL 5, som er rettet mod Nederlandene.

<sup>(1)</sup> EFT nr. L 395 af 30. 12. 1989, s. 1 (berigtiget i EFT nr. L 257 af 21. 9. 1990, s. 13).

<sup>(2)</sup> EFT nr. C 160 af 5. 6. 1996, s. 3.

- (4) Veronica er en forening stiftet efter nederlandsk ret, som indtil september 1995 optrådte på det nederlandske tv- og radiomarked som offentligt tv-selskab. Veronica var det ene af de tre offentlige tv-selskaber, der sendte deres programmer på den offentlige kanal »Nederland 2«. I 1994 bebudede Veronica, at selskabet ville træde ud af det offentlige tv-system og herefter operere som et privat, kommercielt tv-selskab. Beslutningen om at trække sig ud af det offentlige system blev bindende i januar 1995, da Veronica undlod at ansøge om ny koncession som offentligt tv-selskab fra 1. september 1995.
- (5) Endemol er et selskab stiftet efter nederlandsk ret. Endemol er resultatet af en fusion mellem JE Entertainment BV og John de Mol Communications BV i 1994. Endemol er en uafhængig producent af tv-programmer, hvis virksomhed er koncentreret i Nederlandene.

## II. TRANSAKTIONEN

- (6) Formålet med transaktionen er at etablere et nyt selskab, HMG, som skal sammensætte og udbyde tv- og radioprogrammer, som transmitteres til Nederlandene og Luxembourg af HMG selv, af CLT, Veronica eller andre. De almindeligt gældende bestemmelser i fusionsforordningen om, at gennemførelsen af fusioner skal stilles i bero, indtil de er endelig godkendte, gælder ikke i sager, der behandles efter artikel 22, og parterne har allerede gennemført denne fusion, som beskrevet mere indgående nedenfor.

RTL besidder 51 % af aktierne i HMG, medens Veronica og Endemol — via holdingselskabet Veronica Media Groep (VMG) — har de resterende 49 %. RTL har også overtaget 20 % af aktiekapitalen i Veronica Blad BV (som er et Veronica-datterselskab, der udgiver Veronicas tv-ugeblad) og 24,99 % af kapitalen i Endemol.

- (7) Alle parternes nuværende radio- og tv-aktiviteter rettet mod Nederlandene er blevet overført til HMG.

De aktiver, som RTL har overført til HMG, omfatter tv-kanalerne RTL 4 og RTL 5 og dertil knyttede aktiver, RTL's rock-radiokanal, rettighederne til at udnytte CLT's sendetilladelse (koncession), alle aktiviteter i forbindelse med udbydning og sammensætning af primært nederlandsksprogede tv- og radioprogrammer, som skal transmitteres til Nederlandene og Luxembourg, og RTL's aktiepost på 50 % i IPN SA (IPN), som er et reklameselskab, der sælger sendetid til reklamer på RTL 4 og RTL 5.

- (8) De aktiver, som Veronica og Endemol har overført omfatter Veronicas tv-kanal og dertil knyttede aktiver samt Endemols radioaktiviteter (dvs. Holland FM Radio-kanalen).

- (9) HMG's tv-programmer er siden 1. september 1995 blevet transmitteret på tre særskilte kanaler. RTL 4 og RTL 5 transmitteres under CLT's koncession i Luxembourg. Veronica-kanalen sendes inden for rammerne af en nederlandsk koncession på kommerciel tv-transmission.

## III. FUSION

- (10) Transaktionen udgør en fusion efter fusionsforordningens artikel 3. HMG er et joint venture, der er oprettet i fusionsøjemed.

[...](\*)

- (11) [...].

Selv i tilfælde af, at den fortolkning af artikel 3, stk. 4, som parterne nu har fremført, skulle være korrekt, [...] vil HMG efter Kommissionens opfattelse stadig være kontrolleret af parterne i fællesskab. At et af de stiftende selskaber har udslagsgivende stemme i tilfælde af, at man ikke kan nå til enighed trods enhver bestræbelse herpå fra alle parter side, betyder ikke nødvendigvis, at der ikke er tale om fælles kontrol (jf. meddelelsen om fusionsbegrebet, EFT nr. C 385 af 31. 12. 1994, s. 5 (nr. 37)). Det gælder specielt, når hvert moderselskab yder et bidrag til sit joint venture, som har afgørende betydning for dets drift (nr. 34). I den foreliggende sag er det grundlæggende formål med oprettelsen af dette joint venture at få lagt de to RTL-kanaler sammen med den nye kommercielle Veronica-kanal og sikre programleverancer fra Endemol, hvilket ifølge parternes udsagn er af afgørende betydning for at opretholde HMG-kanalernes programprofil. Både fra RTL's og fra Veronica/Endemols side ydes der således et bidrag af afgørende betydning for HMG's drift. Under disse omstændigheder vil HMG's moderselskaber kun kunne drive deres joint venture, når alle er enige om de vigtigste strategiske beslutninger. RTL vil derfor i praksis kun udnytte sin udslagsgivende stemme i ekstraordinære situationer, og den er ikke til hinder for at dette joint venture må anses at være kontrolleret af parterne i fællesskab.

- (12) Selv om det antages, at der ikke er tale om fælles kontrol med HMG efter fusionsforordningens artikel 3, ville der alligevel foreligge en fusion i denne sag, i form af RTL's erhvervelse af enekontrollen med de aktiver, VMG overfører til HMG. Under de særlige omstændigheder, der gør sig gældende i denne sag, ville det ikke ændre noget ved den vurdering, der foretages nedenfor, specielt ikke med hensyn til fusionens virkninger på markedet for produktion af programmer, eftersom der fortsat ville bestå en strukturel forbindelse mellem Endemol og HMG (jf. betragtning 100).

(\*) Alle skarpe parenteser angiver tal og andre data, der er udeladt, fordi de udgør forretningshemmeligheder.

- (13) Da moderselskaberne overfører praktisk taget alle deres aktiviteter på HMG's marked (kommercielt tv og radio i Nederlandene) til det nye joint venture, er der ikke mulighed for nogen samordning af moderselskabernes konkurrenceadfærd uden for deres joint venture.

#### IV. INGEN FÆLLESSKABSDIMENSION

- (14) På grundlag af de af parterne opgivne tal når de ikke op på de 5 mia. ECU, der er kriteriet for deres samlede verdensomsætning. Den planlagte fusion er derfor ikke af fællesskabsdimension efter fusionsforordningens artikel 1.
- (15) Det er derfor ikke nødvendigt at afgøre, om VNU er en deltagende virksomhed efter fusionsforordningens artikel 1 eller ej. Er VNU ikke en deltagende virksomhed, når kun en af parterne (RTL) op på en samlet omsætning inden for EU på over 250 mio. ECU.

#### V. PÅVIRKNING AF SAMHANDELEN MELLEM MEDLEMSSTATER

- (16) Fusionen påvirker samhandelen mellem medlemsstater som omhandlet i fusionsforordningens artikel 22, stk. 3. Etableringen af det nye joint venture vil få indflydelse på nye konkurrenters mulighed for at få adgang til det nederlandske marked for tv-transmission og for tv-reklamer, og det gælder også konkurrenter fra lande uden for Nederlandene. Den vil også få virkning på markedet for køb af fremmedsprogede (specielt engelske) programmer i Nederlandene. Desuden er det nye joint venture, HMG, selv baseret i Luxembourg, og i hvert fald de to kanaler RTL 4 og RTL 5 transmitteres under luxembourgsk koncession. Endvidere sendes de offentlige nederlandske tv-kanaler også via kabelnet i Belgien. Ændringer i strukturerne på det nederlandske tv-marked vil derfor i det mindste indirekte påvirke tv-markederne i Belgien. Endvidere gælder, at hvis der sker ændringer i den retlige situation i Belgien i relation til VTM, således at der bliver mulighed for øget konkurrence fra udenlandske kanaler på det belgiske marked, vil denne konkurrence sandsynligvis hovedsagelig komme fra kommercielle nederlandske kanaler, bl.a. HMG's kanaler.

#### VI. VURDERING EFTER FUSIONSFORORDNINGENS ARTIKEL 2

##### A. Relevante produktmarkeder

- (17) Fusionen har virkninger på følgende produktmarkeder:

##### i) tv-transmission

Som det beskrives mere indgående nedenfor, konkurrerer alle tv-selskaber med hinanden om seertal. Det kan ganske vist anføres, at der ikke består noget direkte forretningsforhold mellem de tv-selskaber, der sender tv »gratis«, og deres seere, og at der derfor ikke findes noget marked for tv-transmission i streng økonomisk forstand. Men da dette spørgsmål er uden betydning i denne sag, er det ikke nødvendigt at tage nærmere stilling til det. Under alle omstændigheder taler alle implicerede normalt om »markedet for tv-transmission« og »seermarkedet«, og den analyse, der foretages i denne beslutning, benytter således blot den terminologi, der er almindeligt anvendt i branchen

##### ii) markedet for tv-reklamer

iii) markedet for uafhængigt producerede nederlandske tv-programmer, dvs. andre tv-produktioner end de nederlandske tv-selskabers egenproduktioner.

I betragtning af konkurrencestrukturerne på radiomarkedet og af, at de radiostationer, der overføres til HMG, kun har ganske små markedsandele på dette marked, finder Kommissionen ikke, at fusionen vil skabe eller styrke nogen dominerende stilling på markederne for radiotransmission og radioreklamer.

- (18) Parterne har gjort gældende, at Kommissionen i denne sag udelukkende bør beskæftige sig med markedet for tv-reklamer, da det var på markedet for tv-reklamer i Nederlandene, at den nederlandske regering opfordrede Kommissionen til at undersøge, om fusionen ville skabe eller styrke en dominerende stilling, der ville føre til, at den effektive konkurrence ville blive betydeligt hæmmet. Men da den nederlandske regering ikke pegede på konkurrenceproblemer på andre markeder, ville Kommissionen efter parternes opfattelse overskride det mandat, der var indeholdt i den nederlandske regerings anmodning, hvis den også undersøgte andre markeder.
- (19) Kommissionen kan ikke tilslutte sig parternes opfattelse. For det første udtales det udtrykkeligt i artikel 22, stk. 3, at Kommissionen skal tage stilling til den pågældende fusion og ikke til særlige aspekter i forbindelse med den, som f.eks. bestemte produktmarkeder. I den forbindelse adskiller artikel 22 sig fra artikel 9. I henhold til artikel 9 kan

Kommissionen kun henviser behandlingen af en fusion med hensyn til et særskilt marked i en medlemsstat under hensyn til de pågældende varer eller tjenesteydelser og det geografiske referencemarked (artikel 9, stk. 3). De markeder, hvor der opstår konkurrenceproblemer, kan generelt først identificeres efter den undersøgelse af fusionen, som Kommissionen skal gennemføre efter anmodningen fra den pågældende regering. I den forbindelse er den procedure, der er fastlagt i artikel 22, den samme som i de sager, der er af fællesskabsdimension. Desuden ville det være vanskeligt for en medlemsstat at få det fulde overblik over de markeder, hvor der eventuelt kan opstå konkurrenceproblemer, når den, som i den foreliggende sag, ikke har nogen egentlige undersøgelsesbeføjelser, fordi der ikke findes nogen nationale regler om fusionskontrol.

#### i) TV-transmission

- (20) Inden for tv-transmission — dvs. på seermarkedet — konkurrerer tv-selskaberne om seertal. Det gælder specielt for kommercielt tv, som finansieres af reklamer, og for de offentlige tv-selskaber, der i det mindste delvis finansieres af reklamer, idet et tv-selskabs seertal har afgørende betydning for, hvor mange reklamer det kan tiltrække. Desuden kan der også være konkurrence om seertallene mellem reklamefinansierede tv-selskaber og offentlige tv-selskaber, der udelukkende finansieres af licensbetalinger, eller betalings-tv-stationer, der finansieres via abonnemeter. Selv for de tv-selskaber, der ikke sender reklamer, er seertallet en vigtig indikator for, hvor stor tilslutning kanalerne har hos det brede publikum.

I lyset af ovenstående kan seermarkedet siges at omfatte alle tv-selskaber. Men ser man på forholdet mellem tv-selskaberne som udbydere og seerne som efterspørgere, må der sondres mellem på den ene side markedet for tv-reklamer, hvor tv-selskaberne konkurrerer indbyrdes om reklameindtægter, og markedet for betalings-tv, hvor betalings-tv-udbydere konkurrerer om abonnenter.

- (21) I Nederlandene er de offentlige tv-selskaber såvel licens- som reklamefinansierede. Desuden findes der en betalings-tv-udbyder. Af de ovennævnte grunde er alle de tv-selskaber, hvis programmer distribueres i Nederlandene, medtaget i den nedenstående analyse af seermarkedet.

Traditionelt har alle tilgængelige oplysninger om seertal i Nederlandene altid omfattet tallene for hjemmevideo. Hjemmevideo anses ganske vist ikke

at indgå i markedet for tv-transmission, men indgår alligevel i den analyse af seertallene, der foretages i det følgende. Det berører dog ikke analysens resultat, da seertallene for hjemmevideo ikke har indflydelse på tv-selskabernes position på markedet for tv-reklamer.

#### ii) Markedet for tv-reklamer

- (22) Konkurrencen på markedet for tv-reklamer udspilles enten via direkte handelsrelationer mellem tv-selskaber og annoncører eller via reklamebureauer, der repræsenterer annoncørerne i deres relationer med tv-selskaberne.

- (23) Markedet for tv-reklamer adskiller sig fra markerne for reklamer i andre medier, specielt de trykte. Der kan være stor forskel på, hvilke typer af forbrugere de forskellige typer af reklamer henvender sig til. Desuden er der forskel på, hvilken teknik, der benyttes (f.eks. korte filmspots ved tv-reklamer, grafik i magasiner), og hvad produktionsomkostningerne er i de forskellige medier. Endvidere er der forskelle på prisen på reklamerne, beregnet efter hvor mange forbrugere de henvender sig til. I Nederlandene lå kontaktpriisen pr. 1 000 seere i 1993 på 11,22 US \$ for tv-reklamer (gennemsnit over en hel dag), medens den lå på 5,04 US \$ for annoncer i trykte medier<sup>(1)</sup>. Selv om der kan være et vist samspil mellem tv-reklamer og reklamer i andre medier som beskrevet mere indgående nedenfor, må det konkluderes, at markedet for tv-reklamer og markedet for reklamer i trykte medier er to forskellige markeder.

#### iii) Markedet for uafhængigt producerede nederlandske tv-programmer, dvs. andre produktioner end tv-selskabernes egenproduktion

- (24) Som beskrevet mere indgående under nr. 89 og 90 udgør uafhængigt producerede nederlandske tv-programmer et relevant produktmarked, som ikke er det samme marked som markedet for tv-selskabernes egenproduktion. Tv-selskaberne producerer i alt væsentligt programmer til egen brug, og deres produktioner konkurrerer ikke med de uafhængige producenter. Markedet for uafhængig tv-produktion er præget af det forretningsforhold, der består mellem tv-selskaberne, der har brug for programmer, som de kan sende på deres kanaler, og de uafhængige producenter, der kan levere disse programmer.

<sup>(1)</sup> Kilde: Young & Rubicam, Media in Europe, European Media Cost Comparison 1993.

## B. Det geografiske marked

### Tv-transmission

- (25) Det relevante geografiske marked for tv-transmission er i denne sag begrænset til kun at omfatte Nederlandene. Blandt de relevante faktorer, der skal tages med i betragtning ved afgrænsningen af det geografiske marked, indgår gældende lovgivning, sprogbarrierer, kulturelle faktorer og andre konkurrencevilkår (som f.eks. strukturen på markedet for kabelnet), og disse faktorer peger helt klart i retning af, at det geografiske marked kun omfatter Nederlandene.
- (26) For så vidt angår Flandern i Belgien er lovgivningsforskellene (f.eks. med hensyn til det særlige offentlige tv-system i Nederlandene og VTM's ene-koncession på kommerciel tv-transmission i Belgien) af en sådan karakter, at markedet for tv-transmission rettet mod Nederlandene rent geografisk er et helt andet marked end markedet selv i nabolandet Belgien. Desuden distribueres RTL 4 og RTL 5 ikke i Belgien. Nederland 1, 2 og 3 kan modtages i Belgien via de belgiske kabel-tv-net. I 1994 nåede de imidlertid kun op på en seerandel på henholdsvis 3 %, 4 % og 2 % i den bedste sendetid (18.00-24.00), hvilket skal ses i forhold til en seerandel på henholdsvis 16 %, 17 % og 18 % i Nederlandene. Den kommercielle belgiske tv-kanal VTM kan ikke modtages i Nederlandene, da den udelukkende distribueres via kabelnettene i Belgien. De offentlige flamske kanaler TV 1 og TV 2 er med i kabel-tv-nettene i Nederlandene, men havde i 1994 kun en seerandel på henholdsvis 2 % og 1 % i den bedste sendetid i Nederlandene (medens de tilsammen havde en andel på 22 % af det belgiske tv-marked). Kulturelle barrierer udgør en væsentlig hindring for, at nederlandske og belgiske tv-kanaler kan trænge ind på hinandens markeder. TV-programmerne sendes på samme sprog i Belgien og Nederlandene. Men forskelle i sprogbrug, smag og præferencer for bestemte tv-personligheder bevirker ifølge parterne og alle de andre tv-selskaber og produktionsselskaber, Kommissionen har været i kontakt med, at tv-markederne i Nederlandene og den flamske del af Belgien må betragtes som forskellige geografiske markeder.

### TV-reklamer

- (27) Der findes også et særskilt geografisk marked for tv-reklamer rettet mod nederlandske forbrugere, som er et andet marked end markedet for tv-reklamer i Belgien.
- (28) Konkurrencen om reklameindtægter udspilles på vidt forskellige vilkår i de to lande. I Nederlandene konkurrerer RTL's 50 %-ejede datterselskab IPN

med STER, som er et joint venture mellem de offentlige tv-organisationer, om reklameindtægter. I Belgien var VTM indtil for nylig den eneste kommercielle kanal med ret til at sende reklamer. Det nederlandske selskab STER (som er det eneste, der skal tages i betragtning, eftersom RTL 4 og RTL 5 ikke sendes i Belgien), som sælger sendetid til reklamer for de offentlige nederlandske tv-selskaber, tager ikke hensyn til reklamernes virkning i den flamske del af Belgien og medregner således ikke de flamske seere i sine seertal. På samme måde sælger VTM heller ikke sendetid til reklamer i Nederlandene. Desuden gælder der ikke samme lovgivning for reklamer i Belgien og Nederlandene (i Belgien er der f.eks. fastlagt begrænsninger for reklamer rettet med børn før og efter børneprogrammer og for oplysninger om priser i tv-reklamer). Endvidere findes der ligesom for tv-udsendelser som nævnt ovenfor også kulturelle barrierer (forskelle i sprogbrug, smag, præferencer for bestemte reklameaktører osv.), som der må tages hensyn til ved vurderingen af det geografiske marked, og som fører til den konklusion, at der findes et særskilt geografisk marked for tv-reklamer, som udelukkende omfatter Nederlandene.

### Uafhængige nederlandske tv-produktioner

- (29) Der findes et særskilt geografisk marked for uafhængige nederlandske tv-produktioner. Den flamske del af Belgien indgår ikke i dette marked. Kulturforskellene er så store, at de belgiske tv-kanaler praktisk taget ikke køber nogen nederlandske produktioner, ligesom der omvendt ikke købes flamske produktioner i Nederlandene. Det bekræftes af de undersøgelser, Kommissionen har foretaget i denne sag — af alle nederlandske produktionsselskaber, som Kommissionen har henvendt sig til — heriblandt også Endemol — oplyste kun tre, at de havde solgt nogle tv-produktioner til Belgien. Dette salg var dog af ubetydelig værdi sammenholdt med den samlede værdi af markedet for uafhængige tv-produktioner i Nederlandene. Forskellene mellem tv-produktioner i de to lande har særlig betydning ved underholdningsprogrammer, som f.eks. shows og situationskomedier, og for programmer med politisk og kulturelt indhold. Det er vanskeligt at tiltrække flamske seere med et program, hvis stjerner er velkendte i Nederlandene, men ikke i Flandern, og på samme måde er det vanskeligt at tiltrække nederlandske seere med programmer, der er møntet på et belgisk publikum.

## C. Fusionens virkninger

- (30) De tre ovenfor beskrevne markeder er knyttet indbyrdes sammen på en måde, der bevirker, at HMG's eller moderselskabernes position på et af

disse markeder får direkte indvirkning på deres position på de to andre. Seertallene på tv-markedet har afgørende betydning for deres position på markedet for tv-reklamer. Store reklameindtægter åbner mulighed for at købe flere attraktive programmer og rettigheder til sportsudsendelser, hvilket igen styrker positionen på tv-markedet. Fortrinsadgang til de mest attraktive programmer resulterer i en stærkere position på både markedet for tv-reklamer og på tv-markedet, og forbindelsen mellem Endemol og det største tv-selskab i Nederlandene styrker Endemols position på markedet for uafhængige produktioner. Specielt bemærkes, at som det beskrives nærmere nedenfor, bevirker kombinationen af HMG-parternes stærke position på deres respektive markeder, at HMG og også Endemol kommer til at stå meget stærkt i forhold til deres respektive konkurrenter.

### 1. Tv-transmission

#### i) *Strukturen på det nederlandske marked for tv-transmission før etableringen af HMG*

- (31) I Nederlandene findes der såvel offentlige som private selskaber, der transmitterer tv. Ud over de kanaler, der er specielt møntet på Nederlandene,

— AVRO	(uafhængigt liberal	648 000 medlemmer)
— EO	(evangelisk	532 000 medlemmer)
— KRO	(romersk-katolsk	615 000 medlemmer)
— NCRV	(kristelig	548 000 medlemmer)
— TROS	(uafhængig, folkelig	530 000 medlemmer)
— VARA	(socialdemokratisk	531 000 medlemmer)
— VOO (Veronica)	(uafhængig, unge	1 036 000 medlemmer)
— VPRO	(samfundskritisk	543 000 medlemmer).

Medlemmerne af disse organisationer (i alt 4 983 000) tegner sig for i alt 89 % af de nederlandske husstande. Organisationerne deles således om de enkelte tv-kanaler:

NED1	NED2	NED3
AVRO	EO	VARA
KRO	TROS	VPRO
NCRV	VOO	NOS

Den nederlandske mediestyrelse, »Commissariaat voor de Media«, afgør, hvor stor en andel de enkelte organisationer skal have af den samlede sendetid, og på hvilke dage eller tidspunkter på dagen de må sende. Desuden tildeler styrelsen også sendetid på de tre kanaler til mere end 35 andre tv-organisationer — der kan være tale om uddannelsesorganisationer (EDUCOM, NOT, TVU og Teleac), kirker

findes der også to udenlandske kanaler, som ikke henvender sig specielt til Nederlandene, og som sendes via det nederlandske kabel-tv-net.

- (32) Den offentlige tv-sektor består af tre kanaler, nemlig Nederland 1, 2 og 3. Disse kanaler drives af Nederlandse Omroepprogramma Stichting (NOS) på vegne af otte store tv-organisationer (Algemene Omroepvereniging (AVRO), Vereniging Evangelische Omroep (EO), Katholieke Radio Omroep (KRO), Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRV), TROS, Omroepvereniging VARA (VARA), Veronica Omroep Organisatie (VOO) - Veronica - og Omroepvereniging VPRO (VPRO). NOS er en paraplyorganisation, som varetager administrative funktioner, og som også selv transmitterer tv, hovedsagelig nyheds- og sportsudsendelser. Disse organisationer har »A«-status (som giver dem ret til hver at sende 676 timers tv om året på en bestemt kanal), og denne status gives til organisationer med mindst 450 000 medlemmer. Traditionelt har disse forskellige organisationer afspejlet forskellige kulturelle og politiske observanser i Nederlandene og har bl.a. repræsenteret protestanter, katolikker, liberale og socialister. Ifølge OMROEP Handboek 1994/95 (side 2) gør følgende grundtræk sig gældende for de otte store organisationer.

(f.eks. IKON, RKK), sociale og kulturelle grupper (f.eks. HOS, Socutera), indenrigsministeriet og de politiske partier.

- (33) Denne konstellation har resulteret i en kompleks og lidet fleksibel offentlig tv-sektor. Tv-organisationerne er nødt til at drøfte mange spørgsmål sammen for at være i stand til at transmittere. Der er for øjeblikket problemer med deres indbyrdes koordinering af programlægningen. Den nederlandske regering har over for Kommissionen oplyst, at den har forsøgt at forbedre den nuværende programkoordinering mellem organisationerne, dels for at fremme en bedre vertikal koordinering mellem de organisationer, der sender på samme kanal, og dels for at få indført en horisontal koordinering mellem de forskellige kanaler. Det er imidlertid tvivlsomt, om disse bestræbelser vil føre til nogen større ændring i situationen inden for de kommende fem år. Der er så store forskelle i opfattelser og politisk observans, at det i praksis fortsat

vil være vanskeligt at nå frem til en vertikal koordinering i det mindste i nogle år fremover, og der vil sandsynligvis også kun blive tale om en begrænset horisontal koordinering i relation til det nuværende indhold af programmerne.

- (34) Blandt de kommercielle tv-kanaler i Nederlandene findes der både kanaler, der sender på nederlandsk, og kanaler der sender på andre sprog. Nederlandsprogede kanaler omfatter RTL 4 og RTL 5 og en række special- eller nichekanaler som f.eks. Kindernet og Eurosport. Desuden er der kommet flere nye kanaler til, bl.a. SBS 6, som ventes at begynde at sende fra september 1995, og specialkanaler som TV 10 Gold og The Music Factory (Arcade-kanaler), der begyndte at sende i maj 1995. Blandt de kanaler, der sender på andre sprog, kan nævnes ARD, WDR, BBC, TV 5 og RAI.
- (35) Medens de offentlige kanaler distribueres via kabel og jordbaseret transmission (omfattende ca. 98 % af alle nederlandske husstande), distribueres de kommercielle tv-kanaler hovedsagelig via kabelnet. I 1994 nåede RTL 4 og RTL 5 ud til ca. 93 % af alle nederlandske husstande. For at kunne sende i Nederlandene må en kanal være i stand til at nå ud til mindst 30 % af alle kabeltilsluttede husstande i det første år, den transmitterer, og 60 % af befolkningen i det andet år. Dette lovfæstede krav vil dog måske blive ophævet i fremtiden, ifølge de aktuelle forslag om ændring af medielovgivningen.
- (36) RTL begyndte at sende i Nederlandene i 1989, hvor RTL 4 blev introduceret. Før da tegnede de offentlige kanaler sig for ca. 80 % af det nederlandske seermarked. I 1992 var deres andel faldet til 53 % af de nederlandske seere. Gennemsnitligt har de største tv-kanaler i Nederlandene følgende markedsandele på det nederlandske tv-marked (1994-tal for den bedste sendetid, dvs. 18.00-24.00):

— Nederland 1:	16 %
— Nederland 2:	17 %
— Nederland 3:	18 %
— RTL 4:	26 %
— RTL 5:	6 %
— Andre (udenlandske kanaler, betalings-tv, video):	17 %.

I 1994 havde de offentlige tv-kanaler en markedsandel på 51 %, RTL 4 og RTL 5 havde tilsammen 32 %, medens alle de andre kanaler tilsammen havde 17 %. I løbet af de tre første måneder af 1995 steg RTL 4's og RTL 5's markedsandel til 34,3 %.

### ii) Strukturen på det nederlandske marked for tv-transmission efter fusionen

- (37) Som nævnt havde Veronica tidligere bebudet at ville forlade det offentlige tv-system ved begyndelsen af 1995 for derefter at blive et rent kommercielt tv-selskab, der skulle sende syv dage om ugen i stedet for to og en halv, og Veronica har fået koncession fra de nederlandske myndigheder til at drive en kommerciel kanal, der begyndte at sende den 1. september 1995.
- (38) Uden HMG ville Veronica være blevet RTL 4's og RTL 5's største konkurrent i den kommercielle tv-sektor. Med etableringen af dette joint venture vil RTL 4's, RTL 5's og Veronicas programmer imidlertid blive samlet i HMG, som følgelig vil blive det største tv-selskab i Nederlandene.
- (39) Ifølge HMG's driftsplan (som blev opstillet i januar 1995) regnede parterne med, at de tre kanaler tilsammen ville få en seerandel på [...] i 1996 ([...] til RTL 4, [...] til RTL 5 og [...] til Veronica). Parterne har nu meddelt, at disse tal bør justeres ud fra den betragtning, at den nye kommercielle tv-kanal, SBS, der begyndte at sende i slutningen af august 1995, vil få en større markedsandel, end parterne oprindeligt regnede med. Parterne forventer nu, at HMG vil få en markedsandel på [...], hvis SBS når op på 4 %, og [...], hvis SBS når op på 8 %.
- (40) HMG's position på markedet for tv-transmission vil dels afhænge af, hvor stærk denne kombination reelt bliver, og dels af, i hvilket omfang de offentlige selskaber og de øvrige kommercielle selskaber, specielt SBS, vil kunne tage konkurrencen op med HMG.

### iii) HMG's særlige fordele i konkurrencen

- (41) RTL 4 og RTL 5 har hidtil været de eneste kommercielle tv-kanaler i Nederlandene, der har sendt programmer i hele sendetiden. RTL 4, som har sendt tv i Nederlandene siden 1989, er nået op på en gennemsnitlig årlig andel af seerne på 26 %. Kanalens programmer henvender sig primært til familier. En særlig målgruppe er husmødre. RTL 4 kan beskrives som »stjernernes kanal«, idet kanalens image især beror på underholdningsudsendelser. Til illustration af RTL 4's succes på dette område kan nævnes, at 33 af de 56 ikke-sportsudsendelser, der havde de højeste seertal i sæsonen 1993/94, blev sendt af RTL 5. RTL 5 blev introduceret i 1993 og er i mellemtiden nået op på en gennemsnitlig årlig andel af seerne på 6 %. Kanalen henvender sig især til unge.

I kraft af sit tilhørsforhold til CLT-gruppen har RTL 4 adgang til alle ressourcer i denne koncern, der også driver stærke og succesrige tv-kanaler i andre europæiske lande.



- (42) Veronica betragtes almindeligvis som det mest populære af de offentlige tv-selskaber. På de dage, hvor Veronica sender på Nederland 2, har selskabet et seertal, som svinger mellem 17 % i juni og juli 1994 og 25 % i november 1994. Veronica er den tv-organisation, der har langt det største medlemstal (over 1 mio., mod hver af de andre organisationers 5-600 000). Veronicas primære målgruppe er de unge, især aldersgruppen 20-34 år, herunder unge familier. Veronica satser desuden lidt mere på mandlige seere end RTL-kanalerne. I overensstemmelse med sit slogan — »young, wild and exciting» — har Veronica et image som en moderne, dynamisk tv-station. Veronicas populære programmer omfatter bl.a. det ugentlige show »All you need is love», som målt efter seertal er et af de mest sete ikke-sportsprogrammer.
- (43) Kombinationen af de tre tv-kanaler RTL 4, RTL 5 og Veronica vil sætte HMG i stand til at koordinere deres programlægning på en sådan måde, at de kan tiltrække det størst mulige antal seere og tage kampen op mod enhver konkurrerende kanal. I modsætning til den situation, hvor Veronica var en selvstændig kommerciel kanal, bliver der ikke tale om nogen konkurrence mellem Veronica og RTL-kanalerne. Tværtimod vil HMG kunne koordinere den måde, hvorpå programmerne tilrettelægges for de enkelte målgrupper, og sende programmer, der komplementerer hinanden, på alle tre kanaler hele dagen.
- (44) RTL 4 og Veronica dækker de vigtigste målgrupper. RTL 5 kan derfor bruges som en »fighting channel», som kan tage kampen op mod de programmer, som sendes af de konkurrerende kanaler og specielt nytilkomne kanaler. I det »trend letter», HMG udsendte til HMG's personale, udtalte HMG's programchef således, at RTL 5 skal fungere som »fighting channel» og blive den mest smidige tv-station i Nederlandene, der via sin programlægning vil kunne reagere øjeblikkeligt mod konkurrerende kanaler.
- (45) Denne kombination af RTL-kanalerne og Veronica forstærkes yderligere af HMG's strukturelle forbindelse til Endemol, som også er moderselskab i HMG. Som nærmere beskrevet nedenfor (se betragtning 91-97), er Endemol langt det største tv-produktionsselskab i Nederlandene. Endemol har rettighederne til og producerer de mest populære tv-programmer. Endemol har fortrinsadgang til succesrige tv-program-formater og har kontrakter med de mest populære tv-personligheder, for fleres vedkommende på eksklusivt grundlag. Endemol var allerede i forvejen den største programleverandør til såvel RTL 4 og RTL 5 som til Veronica. Forholdet mellem dem vil imidlertid nu være baseret på en strukturforbindelse, der vil give garanti for, at de tre kanaler får fortrinsadgang til de mest succesrige af Endemols tv-produktioner. Denne fortrinsadgang følger ikke alene af selve den strukturelle forbindelse mellem dem, men fremgår også af den produktionsaftale, der er indgået mellem HMG og Endemol [...].
- (46) En anden af HMG's aktionærer er VNU, som er et af de førende bladforlag i Nederlandene. VNU udgiver et stort antal ugeblade (f.eks. Libelle, Margriet, Panorama, Story og Nieuwe Revue), som indeholder oplysninger om tv-programmer og artikler om bestemte programmer og stjerner. En strukturforbindelse mellem et tv-selskab og et trykt medie, som bl.a. beskæftiger sig med tv-stof, kan bruges til at promovere tv-selskabets programmer. Det kan ske, også selv om ugebladets vedtægter indeholder bestemmelser om redaktionel uafhængighed, for erfaringerne viser, at der er tendens til, at mediernes observans påvirkes af, hvem der ejer dem. Består der er forbindelse mellem et tv-selskab og ejeren af et trykt medie, kan der også blive tale om direkte samarbejde. Eksempelvis kan nævnes sundheds- og skønhedsmagasinet »Top Santé», hvoraf VNU ejer 40 %. Dette magasin har forbindelse til det tv-program, der sendes under samme navn af RTL 4. Intet andet nederlandsk tv-selskab har tilsvarende forbindelser til de trykte medier.
- I den sammenhæng er det også værd at bemærke, at Veronica-organisationen ejer »Veronica Gids», som er det største nederlandske tv-blad med et ugentligt oplag på over 1,2 mio. eksemplarer og en andel på ca. 25 % af markedet for tv-blade. Det giver HMG's tre kanaler en væsentlig konkurrencefordel, når det drejer sig om at promovere deres programmer.
- iv) *De offentlige tv-selskabers muligheder for at tage konkurrencen op*
- (47) I modsætning til HMG er de offentlige tv-selskaber ikke i stand til at koordinere programlægningen på de tre offentlige kanaler, således at deres programmer kommer til at komplementere hinanden. Som beskrevet ovenfor (betragtning 33) gør de forskellige offentlige tv-organisationers forskellige opservans det i sig selv vanskeligt for dem at koordinere deres programlægning på de enkelte kanaler og give hver kanal et særligt image eller identitet. Det er derfor vanskeligere for Nederland 1, 2 og 3 hver især at få dækket de vigtigste målgrupper blandt seerne ind, end det er for RTL 4, RTL 5 og Veronica. Desuden har erfaringerne vist, at de generelle rammer omkring offentlig tv-transmission i Nederlandene gør det vanskeligt at få koordineret programlægningen mellem de tre kanaler. Det forekommer, at samme type program sendes på

samme tid på mere end én offentlig kanal. Selv om der gøres forsøg på at forbedre den horisontale og den vertikale koordinering af den offentlige tv-transmission, vil det inden for de kommende fem år af de ovenfor anførte grunde nok kun lykkes i begrænset omfang. Enhver større forbedring vil formentlig kræve radikale ændringer i selve det offentlige tv-system.

- (48) Parterne har gjort gældende, at de offentlige tv-selskaber har en garanteret indtægtskilde i form af seernes licensbetalinger, der i 1994 beløb sig til over 900 mio. hfl., og sammen med reklameindtægterne til over 1,4 mia. hfl., hvilket hævdes at give de offentlige foretagender en væsentlig konkurrencefordel. Det må imidlertid bemærkes, at licensindtægterne og indtægterne fra radio- og tv-reklamer ikke udelukkende går til NOS og de otte store tv-organisationer. De indtægter, det nederlandske kulturministerium i 1994 havde til rådighed for hele det offentlige nederlandske tv-system, bestod af 968 mio. hfl. fra licensafgifter, 460 mio. hfl. fra reklamer i radio og tv og 18 mio. hfl. i renteindtægter. Det samlede beløb på 1,446 mia. hfl. blev brugt således:

	(mio. hfl.)
Offentlig transmission af radio og tv i hele landet	1 059
NOB (transmission, studier, arkiver, radioorkester osv.)	120
Den nederlandske »world radio«	79
Regional tv- og radiotransmission	24
Fonde m.v. (f.eks. til fremme af nederlandske tv-produktioner)	72
Reserver	87
Andet	5
I alt	1 446

Det fremgår, at dette budget — og specielt også licensindtægterne — skal dække et stort antal forskellige udgiftsposter og ikke blot går til at finansiere NOS og de otte store tv-organisationer. Selv de ca. 1 mia. hfl., der er øremærket til landsdækkende transmission, kan ikke kun bruges til disse organisationers tv-aktiviteter. Det skal også bruges til at finansiere de offentlige radiostationer (217 mio. hfl.) og de over 35 organisationer og institutioner, der som nævnt ovenfor også sender på de tre offentlige kanaler. Af statens samlede licens- og reklameindtægter modtog hver af de otte tv-organisationer i 1994 58,5 mio. hfl. NOS fik 180

mio. hfl. (129 mio. hfl. til programmer af generelt indhold, 35 mio. hfl. til særlige arrangementer, 8 mio. hfl. til teletekst, 7 mio. hfl. til udsendelser rettet til mindretal og Friesland). Alle reklameindtægterne (460 mio. hfl.) er øremærket til landsdækkende radio- og tv-transmission. (Det samlede budget til disse aktiviteter på 1 059 mio. hfl. dækkes med 600 mio. hfl.). Reklameindtægterne tegner sig således for ca. 43 % af hele budgettet for alle de landsdækkende offentlige radio- og tv-aktiviteter.

Af det ovenstående kan drages den konklusion, at licensafgifterne skal finansiere et bredt og komplekst offentligt radio- og tv-system. NOS (i egenskab af tv-selskab) og de otte andre store tv-organisationer får kun en del af licensindtægterne. Desuden spiller reklameindtægterne en stor rolle for dem.

- (49) Når man ser på størrelsen af de offentlige tv-selskabers garanterede indtægter fra licensbetalinger, må man også tage hensyn til, at de offentlige tv-selskaber må have et langt større personale — og dermed også større generalomkostninger — end deres kommercielle konkurrent RTL 4. De ni store offentlige tv-organisationer har omkring 2 300 ansatte, medens RTL 4 og RTL 5 drives med ca. 350 ansatte. HMG vil ligesom de offentlige selskaber skulle drive tre kanaler, men med ca. 500 ansatte. Det er stadig under en fjerdedel af de offentlige selskabers personale. Mere generelt må fastslås, at den komplekse karakter af det offentlige tv-system i Nederlandene og specielt det store antal tv-organisationer, der hver især opererer med deres egne ressourcer, ikke kan undgå at bevirke, at de offentlige selskaber har relativt større omkostninger end de kommercielle tv-selskaber.
- (50) Parterne har peget på, at de offentlige tv-selskaber i 1995 ud over de normale licensindtægter også vil få rådighed over yderligere 67 mio. hfl. Det bemærkes imidlertid, at disse merindtægter, som kommer fra de offentlige tv-selskabers reserver, nok kun bliver en engangsindtægt.

- (51) Derimod vil de offentlige tv-selskaber, som det beskrives nærmere nedenfor, på længere sigt miste betydelige beløb i reklameindtægter efter etableringen af HMG som følge af den position, HMG kommer til at indtage på markedet for tv-reklamer. Denne indtægtsnedgang vil få direkte indvirkning på de offentlige tv-selskabers produktionsbudget, hvilket igen vil få indvirkning på deres position på seermarkedet. Virkningerne vil blive særlig markante, hvis de offentlige tv-selskaber enten taber retten til at transmittere større sportsbegiven-

heder til HMG eller bliver nødt til at byde meget store summer for at bevare disse rettigheder<sup>(1)</sup>. Parterne hævder, at transmissionsrettighederne til kampene i den nederlandske fodboldliga, der for øjeblikket koster 17 mio. hfl., nok må ventes at stige til 75 mio. hfl. i 1995/96.

Generelt har parterne anført, at køb af sportsrettigheder udgør en betragtelig investering, som ikke kan opvejes af de reklameindtægter, der kan opnås, og at det derfor primært er de offentlige, statsligt finansierede tv-selskaber, som vil være rede til at betale for disse rettigheder. HMG's formand har imidlertid i [...].

(52) Også den strukturelle forbindelse mellem HMG og Endemol, der vil give HMG fortrinsadgang til Endemols mest attraktive formater og programmer, vil skade de offentlige tv-selskaber. Det betyder, at de offentlige tv-selskaber formentlig ikke vil kunne få disse programmer. Det vil gøre det særdeles vanskeligt at udfylde det hul, Veronicas udtræden af det offentlige tv-system efterlod, da den succes, Veronicas programmer fik, for en væsentlig dels vedkommende skyldtes Endemols produktioner.

(53) Af de ovennævnte grunde, som udgør væsentlige strukturelle faktorer på det nederlandske tv-marked, vil de offentlige tv-selskaber kun få begrænsede muligheder for at tage konkurrencen op med det nye joint venture, HMG, på seermarkedet. Mere generelt begrænser selve det offentlige tv-systems karakter de offentlige selskabers muligheder for at tage kampen op med et kommercielt tv-selskab som HMG. HMG kan optimere sin programlægning ud fra kommercielle overvejelser for at tiltrække flest mulige seere, men det kan de offentlige tv-selskaber ikke gøre på grund af de »public service«-krav, de skal opfylde netop i deres egenskab af offentlige virksomheder. Disse »public service«-krav indebærer, at de tre offentlige kanaler skal sende et vist minimum af programmer rettet mod hele spektret af seere, herunder også programmer, som kun interesserer et begrænset antal seere (f.eks. kunst- og andre kulturprogrammer, informationsprogrammer til mindretal osv.).

v) *SBS's indtrængning på markedet*

(54) Den 28. august 1995 begyndte det nye kommercielle nederlandske tv-selskab SBS at sende i Nederlandene. SBS lancerede en kanal, der hovedsagelig skal sende underholdningsprogrammer (SBS 6), hvoraf 45 % vil være nederlandsksprogede. SBS

ejes af Scandinavian Broadcasting System (SBS), der blev oprettet i 1990, og som driver kommercielle tv-kanaler i Skandinavien og siden februar 1995 har haft en nederlandsksproget kanal (VT 4) rettet mod den flamske del af Belgien. SBS-koncernen havde i 1994 en samlet omsætning på omkring 70 mio. US \$.

(55) Parterne har gjort gældende, at SBS bliver en stærk konkurrent til HMG's tre kanaler. Det fremgår imidlertid, at SBS's konkurrencepotentiale på det nederlandske marked ikke er så stort som HMG's. RTL 4 og RTL 5 er veletablerede kommercielle kanaler i Nederlandene, og Veronica, som ganske vist ikke tidligere har transmitteret som en kommerciel kanal, er kendt af det store nederlandske publikum og ikke mindst af de over 1 mio. seere, der er medlem af organisationen. I forhold hertil er SBS en helt ny kanal på det nederlandske marked, som vil være nødt til at skabe sig et image helt fra grunden. Desuden vil SBS kun kunne sende på én kanal, mod de tre kanaler, HMG får, hvilket vil sætte HMG i stand til at koordinere sin programlægning, sende komplementære programmer og nå ud til alle seergrupper.

(56) Parterne har fremhævet, at SBS har bebudet, at SBS 6 vil få et årligt programbudget på 70 mio. hfl. Heraf udleder de, at SBS vil blive en førende aktør på det nederlandske marked og vil få en markedsandel på mindst 8 %, om ikke mere. Et budget på 70 mio. hfl. til en hel kommerciel kanal i Nederlandene forekommer imidlertid ikke at være noget stort programbudget. Ifølge HMG's driftsplan vil Veronica alene få et programbudget på ca. [...].

(57) Parterne påstår yderligere, at SBS' største aktionærer er de amerikanske selskaber ABC og Viacom, og at SBS derfor kunne støtte sig til disse selskabers økonomiske ressourcer og programressourcer. Det bemærkes imidlertid, at Viacom ikke har direkte interesser i SBS, men kun option på at overtage 6 %. Endvidere er SBS i sig selv et ret lille selskab, bl.a. i sammenligning med CLT-koncernen.

I modsætning til CLT, der har en strategisk interesse i at støtte det førende tv-selskab i Nederlandene, kan der desuden sættes spørgsmålstegn ved, om et amerikansk medieselskab — såsom ABC, der ejer 23,4 % af SBS — vil have en tilsvarende strategisk interesse i at støtte en relativt lille nederlandsk kanal ud over sin interesse i at få fodfæste i Nederlandene. Det bemærkes tillige, at ABC ikke selv har nogen filmrettigheder. Det er rigtigt, at SBS har indgået en aftale med Viacom-datterselskabet Paramount Pictures, som giver SBS adgang til Paramounts filmsamling. Men SBS vil i hvert fald ikke inden for de kommende to-tre år kunne udnytte denne adgang, for [...].

<sup>(1)</sup> Som medlem af EBU (European Broadcasting Union) har NOS forret til at transmittere visse sportsbegivenheder, men disse rettigheder omfatter bl.a. ikke kampene i den nederlandske fodboldliga.

- (58) Parterne har endvidere anført, at SBS kunne få fortrinsadgang til Walt Disney Corporations filmrettigheder via Walt Disneys planlagte overtagelse af Capital Cities — ABC. Hertil bemærkes dog, at CLT for nylig gik ind i et joint venture sammen med Walt Disney, som skal drive den nye tyske tv-kanal Super RTL. Denne transaktion må antages at være et led i et bredere samarbejde mellem CLT og Walt Disney om fælles udvikling af Disneykanaler i Europa. Tillige bemærkes, at ABC har interesser i den tyske tv-kanal RTL 2, som også CLT er aktionær i [...].
- (59) Generelt lægger den nederlandske lovgivnings krav om, at en ny kommerciel kanal skal have adgang til kabelnet med mindst 30 % af alle husstande i mindst fem provinser, desuden for øjeblikket væsentlige hindringer i vejen for, at nye kommercielle kanaler, som ikke i forvejen er kendt af seerne, kan trænge ind på markedet. I betragtning af dette krav stod de kabelselskaber, SBS måtte forhandle med for at opfylde dette kriterium og nå frem til en tilstrækkelig bred dækning af de nederlandske seere (for øjeblikket 45 %), meget stærkt i forhandlingerne. Derimod har Veronica, som allerede var et populært tv-selskab i Nederlandene, fuld adgang til alle nederlandske kabelsystemer. Selv om kravet om en vis dækning i det nederlandske kabelnet blev afskaffet i fremtiden, ville det i praksis stadig være nødvendigt at dække en betydelig andel af de nederlandske kabel-tv-husstande for at komme ind på det nederlandske tv-marked, da jordfrekvenserne i Nederlandene er forbeholdt de offentlige tv-selskaber, og da der som følge af kabelnettenes brede dækning kun findes forholdsvis få satellitmodtagende husstande i Nederlandene. Nødvendigheden af at sende via kabelnetten og kabeloperatørernes kontrol med kapaciteten i disse net giver under alle omstændigheder de nederlandske kabeloperatører en meget stærk position i deres forhandlinger med ethvert nyttilkomment tv-selskab, hvilket udgør en væsentlig adgangsbarriere for det pågældende selskab. Denne situation må ventes at ville blive forværret af, at kabeloperatørerne ifølge forslagene om at ændre den nugældende medielovgivning vil blive i stand til selv at drive tv-kanaler og udbyde deres egne kanalpakker, hvilket vil give dem yderligere fordele i forhandlinger.
- (60) Endelig er SBS særdeles sårbar over for muligheden af, at HMG benytter RTL 5 som »fighting channel« mod nye konkurrenter på markedet. Under høringen udtalte SBS, at RTL's programplan, som for nylig er blevet offentliggjort, er en tro kopi af den programplan, SBS tidligere havde udsendt til annoncørerne. SBS har derfor været nødt til at ændre sin programplan i et forsøg på at skille sig ud fra HMG og frygter nu for, at denne ændring vil gøre det vanskeligere for SBS 6 at nå op på det nødvendige seertal på en aften.
- (61) Heraf følger, at medens det under alle omstændigheder vil være vanskeligt at trænge ind på det nederlandske marked, vil etableringen af HMG gøre det endnu vanskeligere for SBS at vinde indpas på det nederlandske tv-marked.
- vi) *Andre kanaler*
- (62) Der findes en række andre små nederlandsksprogede kanaler i Nederlandene, hovedsagelig specialkanaler som Kindernet (der henvender sig til børn), Eurosport (sportsprogrammer) og regionale eller lokale stationer. Ingen af disse kanaler er hidtil nået op på nogen nævneværdig markedsandel.
- Desuden har det nederlandske selskab Arcade for nylig lanceret to kanaler, The Music Factory og TV 10 Gold. Den førstnævnte er en musikkanal. Hvis den opnår en vis markedsandel, vil det hovedsagelig ske på bekostning af den paneuropæiske musikkanal MTV, der sendes via det nederlandske kabel-tv-net. TV 10 Gold er en kanal, der hovedsagelig sender genudsendelser, bl.a. ældre tv-serier.
- (63) Alle de ovennævnte kanaler har kun et begrænset programudbud. Ved ethvert forsøg fra deres side på at udvide deres programudbud i større omfang ville de skulle tage kampen op mod HMG's tre stærke kanaler. Etableringen af HMG kan derfor ikke undgå at afskrække dem og må antages at ville afholde dem fra at forsøge sig. Hvad de offentlige tv-organisationer angår, bemærkes, at de havde samme mulighed som Veronica for at blive kommercielle kanaler. De ansøgte imidlertid alle i årets begyndelse om en offentlig koncession for de næste fem år. I det mindste i den periode vil der derfor ikke blive lanceret nogen ny kommerciel kanal fra de offentlige tv-selskabers side.
- vii) *Konklusion*
- (64) Af alle de ovennævnte grunde må det konkluderes, at HMG vil komme til at indtage en meget stærk position på det nederlandske marked for tv-transmission. HMG antages at ville få en markedsandel på ca. 42-43 %, hvilket betyder, at de tre HMG-kanaler vil få en større markedsandel end de tre offentlige kanaler tilsammen. Under alle omstændigheder vil HMG's markedsandel i hvert fald ligge på omkring 40 %, således at de tre HMG-kanaler og de tre offentlige kanaler vil få nogenlunde lige stor markedsandel. For vurderingen af konkurrencesituationen i denne sag er det imidlertid ikke nødvendigt at tage stilling til den nøjagtige seerandel, da seerandelens væsentligste betydning ligger i, at den er det vigtigste parameter for vurderingen af markedsstyrke på markedet for tv-reklamer. Som nærmere beskrevet nedenfor, er det Kommissionens opfattelse, at HMG kommer til at indtage en dominerende stilling på markedet for tv-reklamer i begge situationer.

## 2. Markedet for tv-reklamer

i) *Markedets struktur før etableringen af HMG*

(65) I 1994 havde gruppen af offentlige tv-selskaber og RTL hver især en markedsandel på det nederlandske marked for tv-reklamer på ca. 50 %. Det bemærkes, at RTL havde et lavere seertal end de offentlige selskaber, men alligevel nogenlunde samme andel af reklamemarkedet. For RTL 4 og RTL 5 lå bonusfaktoren på 1,3 (hvis der ses bort fra de kanaler, der ikke sender direkte til det nederlandske marked, og som tegner sig for 17 % af seerne, lå RTL 4's og RTL 5's seerandel i 1994 på 38,6 %, hvilket med en markedsandel på markedet for tv-reklamer på 50 % giver en bonusfaktor på 1,3). RTL's bonusfaktor hænger bl.a. sammen med de begrænsninger, som de offentlige kanaler i henhold til den nederlandske medielovgivning er underlagt. De må således kun sende reklamer i 6,5 % af den samlede sendetid. Desuden har de offentlige tv-selskaber ikke lov til at afbryde programmerne for at sende reklamer. I modsætning hertil er RTL i sin egenskab af kommercielt tv-selskab ikke underlagt andre begrænsninger end dem, der følger af de bestemmelser, som er vedtaget i henhold til direktivet om radio- og fjernsynsvirksomhed fra 1989 (der fastsætter, at reklamer højst må tegne sig for 15 % af den samlede sendetid, og at der på visse betingelser må sendes reklamer midt i programmerne). I praksis giver muligheden for at afbryde udsendelserne med reklamer RTL en betydelig kommerciel fordel. Som kommercielt tv-selskab har Veronica nu fået de samme fordele i forhold til de offentlige selskaber.

(66) Mere generelt har RTL-kanalerne hidtil haft en række konkurrencefordele på markedet for tv-reklamer i forhold til de offentlige selskaber, og de fordele vil HMG-kanalerne også få i fremtiden. RTL kunne give sine kanaler en bestemt profil ved at fokusere på bestemte målgrupper (hvilket HMG også vil kunne gøre i fremtiden), medens det er meget vanskeligere for de offentlige selskaber at oparbejde et særligt image. Da flere offentlige tv-selskaber må deles om den samme kanal, må de også skiftes til at sende. Da de forskellige offentlige tv-organisationer har forskellig observans, er det vanskeligt, om ikke umuligt, for en offentlig kanal at nå frem til en sammenhængende programplan og dermed også vanskeligt for dem at udvikle deres egen permanente identitet og profil. Hertil kommer, at de særlige »public service«-krav, der stilles til de offentlige tv-selskaber, og deres organisatoriske struktur gør det langt vanskeligere for dem permanent at tilbyde en programsætning, der kan tiltrække reklamebranchen. Disse »public service«-krav indebærer bl.a., at 10 % af de offentlige selskabers programmer skal have et kulturelt indhold (kunst skal tegne sig for mindst 5 %), medens 15 % skal have et informations- og uddannelsesmæssigt sigte. Det bemærkes desuden, at ikke

alene licensbetalingerne, men også reklameindtægterne (som tilfalder STER) i første omgang tilflyder den nederlandske stat. Som beskrevet ovenfor får NOS derefter tildelt sin del af disse indtægter på basis af et budget, der godkendes af den nederlandske regering. De andre otte store tv-organisationer får hver samme andel af indtægterne fra licensbetalinger og reklamer. Der er klart, at et sådant system fjerner nogle af incitamenterne for, at de offentlige tv-føretagender tilrettelægger deres programmer på en måde, så de kan opnå størst mulige reklameindtægter.

ii) *Situationen efter etableringen af HMG*

(67) I deres driftsplan regner parterne med at nå op på en markedsandel på [...] på det nederlandske marked for tv-reklamer målt efter indtægterne af reklamespots i 1996, og denne andel ventes at ville stige til [...] i 1999. Parterne har nu gjort gældende, at dette tal bør revideres, da SBS' konkurrencepotentiale må ventes at blive større end antaget ved årets begyndelse. Ifølge parterne vil HMG's markedsandel komme til at ligge på [...], hvis SBS får en markedsandel på 4 % og på [...], hvis SBS kommer op på 8 %. Parterne har nu sat HMG's bonusfaktor til [...].

(68) Som beskrevet ovenfor, vil HMG's tre kanaler antagelig få en seerandel på 42-43 %. En seerandel på 42 % på det samlede tv-marked er lig med en markedsandel på 50,6 %, når der ses bort fra de udenlandske stationer. På basis af en bonusfaktor på 1,3 % (som var RTL 4's og RTL 5's hidtidige bonusfaktor) vil HMG-kanalerne få en markedsandel på markedet for tv-reklamer på 65,8 %. Med [...] bonusfaktor på 1,2 vil de tre HMG-kanaler få en markedsandel på 60,7 % på reklamemarkedet.

(69) Kommissionen lod et konsulentfirma med særligt kendskab til det nederlandske mediemarked foretage en økonomisk undersøgelse. (Et eksemplar af undersøgelsesrapporten blev sendt til parterne). Undersøgelsen er baseret på en økonometrisk markedsmodel og tager udgangspunkt i en række grundparametre, der er relevante for udviklingen på det nederlandske marked for tv-reklamer og de forskellige aktørers position på dette marked. Med denne model blev markedsandelen på markedet for tv-reklamer beregnet på basis af alternative hypoteser angående de nederlandske tv-selskabers fremtidige seertilslutning.

(70) I det første scenario lægges [...], men tallet er korrigeret for SBS 6's forventede markedsandel på 4 % (!). Undersøgelsen når frem til følgende resultater angående markedsandelene i 1996:

(!) I undersøgelsen er det SBS/Arcade, der står for de 4 %. Som beskrevet nærmere ovenfor vil Arcades markedsandel imidlertid primært blive taget fra MTV og kan derfor indregnes i de udenlandske kanalers markedsandele.

## Anslåede seerandele i 1996

(sendetid 18.00-24.00)

Veronica	16,4 %
<u>RTL 4 og RTL 5</u>	<u>26 %</u>
HMG	42,4 %
NED <sup>(1)</sup>	36,6 %
SBS 6	4 %
Udenlandske kanaler	17 %

<sup>(1)</sup> Nederland 1, Nederland 2 og Nederland 3 tilsammen.

På basis af disse antagelser vil markedet for tv-reklamer i 1996 fordele sig således:

## Andel af reklameindtægterne i 1996

Veronica	24,2 %
<u>RTL 4 og RTL 5</u>	<u>38,5 %</u>
HMG	62,7 %
NED	31,7 %
SBS 6	5,6 %

- (71) Det andet scenario svarer til det første, bortset fra, at SBS 6 antages at få en markedsandel på 8 %. Det vil give følgende seerandele:

## Anslåede seerandele i 1996

(sendetid 18.00-24.00)

Veronica	15,5 %
<u>RTL 4 og RTL 5</u>	<u>24,8 %</u>
HMG	40,3 %
NED	34,7 %
SBS 6	8 %
Udenlandske kanaler	17 %

På basis heraf vil markedet for tv-reklamer fordele sig således:

## Andel af reklameindtægterne i 1996

Veronica	22,8 %
<u>RTL 4 og RTL 5</u>	<u>36,3 %</u>
HMG	59,1 %
NED	29,9 %
SBS 6	11 %

Begge scenarier er baseret på den antagelse, at de tre HMG-kanaler tilsammen vil kunne samle flere seere end de offentlige kanaler.

- (72) En anden serie scenarier var baseret på den antagelse, at de tre HMG-kanaler ville få samme andel af seermarkedet som de offentlige tv-selskaber.

På basis af en seerandel på 39,5 % for både de offentlige tv-selskaber og for HMG og på 4 % for SBS 6, blev markedsandelene på markedet for tv-reklamer beregnet således:

## Andel i reklameindtægterne i 1996

Veronica	22,3 %
<u>RTL 4 og RTL 5</u>	<u>37,2 %</u>
HMG	59,5 %
NED	34,9 %
SBS 6	5,6 %

På basis af en seerandel på 37,5 % for både de offentlige selskaber og for HMG og på 8 % for SBS 6, blev der beregnet følgende markedsandele på markedet for tv-reklamer:

## Andel af reklameindtægterne i 1996

Veronica	21 %
<u>RTL 4 og RTL 5</u>	<u>35 %</u>
HMG	56 %
NED	32,9 %
SBS 6	11 %

- (73) I tre af de fire ovennævnte scenarier fik HMG en markedsandel på markedet for tv-reklamer på ca. 60 % eller derover. Kun i et scenario lå den på 56 %<sup>(1)</sup>.

- (74) I betragtning af parternes ovenfor beskrevne forventninger, bonusfaktoren for HMG og resultaterne af den økonomiske modelberegning er det yderst sandsynligt, at HMG vil få en markedsandel på markedet for tv-reklamer på mindst 60 %.

<sup>(1)</sup> Den seerandel, der blev til grund i dette scenario, forekommer imidlertid ikke særlig realistisk. Det samme gælder andre teoretiske scenarier, som man beregnede i undersøgelsesmodellen.

(75) Der er tre faktorer, der tyder på, at markedsandelen bliver noget større i 1996 eller i hvert fald på længere sigt. De vigtigste parametre for, hvordan HMG's position på markedet for tv-reklamer vil udvikle sig i fremtiden, er:

- forbedrede seertal og seerandele
- fleksibilitet i udbydningen af reklametid på de tre HMG-kanaler, bl.a. til reklameindslag under udsendelserne
- mulighed for at tilbyde annoncørerne pakkeløsninger
- sponsorering.

(Det bemærkes, at der i ovennævnte undersøgelse ikke blev taget fuldt hensyn til alle disse parametre).

(76) I betragtning af de strategiske fordele, HMG har i kraft af, at selskabet råder over tre kanaler som beskrevet ovenfor, og HMG's fortrinsadgang til Endemols mest populære produktioner, må HMG's andel af seermarkedet og seertal antages at ville stige i tidens løb. Det gælder ikke mindst, hvis HMG bliver i stand til at købe rettighederne til vigtige sportsbegivenheder, som f.eks. kampene i den nederlandske fodboldliga. Selv om parterne har fremført, at reklameindtægterne i forbindelse med sportsprogrammer som oftest ikke kan dække omkostningerne ved at købe rettighederne til transmission af disse programmer, kan transmission af sportsprogrammer have afgørende betydning for en kanals sendeprofil, og det kan derfor være fornuftigt ud fra et økonomisk synspunkt at investere i sådanne rettigheder. Da HMG skal drive tre kanaler, vil selskabet desuden have gode muligheder for at udnytte disse rettigheder bedst muligt, både i relation til programmer og reklamer.

(77) Muligheden for at afbryde udsendelserne med reklamer giver generelt de kommercielle kanaler en konkurrencefordel. Denne fordel forstærkes yderligere, når et kommercielt tv-selskab har tre kanaler, som koordineres fuldstændigt indbyrdes. HMG kan øge sine muligheder for at afsætte reklametid til reklamebranchen ved f.eks. at tilbyde sendetider rettet mod bestemte målgrupper på de tre kanaler og få dem til at komplementere hinanden.

(78) Mere generelt kan HMG tilbyde annoncørerne pakkeløsninger, der ikke udelukkende er baseret på den normale praksis med at yde rabat på basis af den samlede værdi af den købte reklametid. Ved udbydning af reklametid kan HMG koble annoncering på en kanal sammen med annoncering på en eller flere af dens andre kanaler. Det kan ske ved at udforme takststrukturen på en sådan måde, at det bliver særlig attraktivt for annoncørerne at købe sådanne pakker. Det kan også ske ved at tilbyde

annoncørerne skjulte rabatter, f.eks. ved at give dem en vis gratis reklametid på en kanal, der ikke klarer sig så godt som de andre. I princippet kan STER også tilbyde de tre offentlige kanaler programpakker, fordi STER fungerer som salgsorganisation for alle offentlige tv-selskaber. De pakker, HMG kan tilbyde, må imidlertid antages at være mere attraktive end STER's, da det i betragtning af det offentlige tv-systems struktur er vanskeligt at give hver af de offentlige kanaler deres egen programprofil og få dækket bestemte målgrupper ind.

(79) En anden vigtig faktor på markedet for tv-reklamer er sponsorering. Det bemærkes, at de ovenfor beregnede markedsandele på reklamemarkedet kun drejer sig om reklamespots og ikke omfatter andre former for reklame. De andre former for reklame er:

- »bill-boarding«, dvs. angivelse af, at et program sponsoreres af et bestemt mærke
- »in-script advertising«, dvs. præsentation af et bestemt produkt eller mærke under et talkshow
- »in-programme branding«, dvs. præsentation af produkter, der udsættes som præmier i konkurrencer
- »charity programmes«, dvs. reklamer for velgørende organisationer
- annoncørfinansierede lotterier
- forbrugerprogrammer der sponsoreres af f.eks. banker eller sundhedsorganisationer
- produktplacering, dvs. promovring af bestemte mærker i en film eller anden produktion ved at henlede seernes opmærksomhed på de mærker, der benyttes i programmet.

(80) Det anslås, at disse former for sponsorering tegner sig for mindst 10 % af det samlede marked for tv-reklamer i Nederlandene. I betragtning af de begrænsninger, de offentlige tv-selskaber er underlagt med hensyn til sponsorering, er det hovedsagelig RTL 4 og RTL 5, der sender sådanne sponsorindslag. Det er derfor sandsynligt, at HMG med sine tre kanaler vil kunne befæste denne position i fremtiden. Det er klart, at sponsoraftaler også kan være knyttet sammen med salg af reklamespots. HMG's position på den del af reklamemarkedet, der er baseret på sponsorering, vil derfor også styrke HMG's position på det egentlige reklamemarked.

### iii) Annoncørernes markedsstyrke

(81) Parterne har anført, at markedet for tv-reklamer generelt er købers marked, hvor annoncørerne køber reklametid fra både STER, der repræsenterer de offentlige tv-selskaber, og fra IPN, der repræsenterer RTL 4 og RTL 5, og at de let kan skifte fra den ene til den anden.

Ifølge parterne viser også den kendsgerning, at priserne på reklamer siden 1990 er faldet med gennemsnitligt 6,3 % (inflationskorrigeret), at der er hård konkurrence på det nederlandske marked for tv-reklamer.

- (82) Med denne argumentering har man imidlertid for det første overset, at den hidtidige konkurrencesituation vil undergå gennemgribende ændringer som følge af etableringen af HMG. I modsætning til hidtil, hvor RTL kun drev to kanaler og primært (med den vigtigste kanal, RTL 4) henvendte sig til familier i de ældre aldersgrupper og husmødre, vil HMG, der også kommer til at råde over Veronica, som er rettet mod unge familier, fortrinsvis mænd, komme til at dække alle de målgrupper, der har størst betydning for annoncørerne. I betragtning af HMG's forventede seerandel og de ovenfor

beskrevne konkurrencefordele på markedet for tv-reklamer vil det blive yderst vanskeligt for annoncørerne at komme uden om at købe reklametid på HMG's kanaler. Annoncørerne vil derfor være afhængige af IPN, og det vil være så godt som umuligt for dem at spille STER ud mod IPN og forhindre, at der opstår en situation, hvor HMG kan sætte priserne.

For det andet er det ganske vist rigtigt, at der med udgangspunkt i 1990 har været tale om et prisfald på 6,3 %. Men det skyldes, at priserne faldt kraftigt mellem 1990 og 1991 efter RTL 4's tilsynekomst på markedet. Tager man derimod udgangspunkt i 1991, er prisudviklingen helt klart gået i retning af stigende priser, når der korrigeres for inflationen. Ifølge statistikker fra VEA (reklamebureauernes organisation) har kontaktpriiserne pr. 1 000 seere udviklet sig således:

Indeks (1991 = 100)	1991	1992	1993	1994	1995 Prognose
kl. 00.00-24.00	100	107	102	108	114
kl. 18.00-24.00	100	108	104	111	120

(I oversigten er der ikke taget hensyn til udviklingen i de særlige rabatter, annoncørerne har fået, eftersom der ikke foreligger officielle oplysninger herom. VEA anslår, at 1994-indekset for sendetiden 00.00-24.00 som følge af en vis stigning i disse rabatter nok ligger på omkring 104 i stedet for 108. Det betyder imidlertid, at der stadig er tale om en betydelig prisstigning målt i faste priser i den periode, med et indeks (eksl. rabatter) på 107 i 1995 for sendetiden 00.00-24.00 og på 110 for sendetiden 18.00-24.00).

Det fremgår heraf, at RTL 4's tilsynekomst skabte øget konkurrence på markedet og på kort tid førte til et kraftigt prisfald. Siden 1991, dvs. efter at RTL var blevet kørt ind på markedet, har udviklingen i reklamepriserne dog imidlertid helt klart ligget over den generelle inflationstakt, og prisstigningerne har været særlig høje i den bedste sendetid mellem kl. 18.00 og kl. 24.00. Det er derfor tvivlsomt, om markedet også tidligere kunne siges at være præget af hård konkurrence, således som parterne har påstået og under alle omstændigheder tyder en prisudvikling som den ovenfor beskrevne ikke just på, at det er købers marked.

højere grad kunne tilskrives ændringer i reklamestrategien end ændringer i priserne. Det fremgår af, at der var en kraftig, vedvarende vækst på markedet for tv-reklamer, selv om de inflationskorrigerede prisstigninger for reklamer i aviser og ugeblade var mindre end for reklamer i tv i årene fra 1991 til 1995 (indeks 1995: ugeblade 106, aviser 103).

#### iv) Potentielle nye konkurrenter

- (83) Parterne har desuden anført, at reklamemarkedet ikke kan betragtes i tidsmæssig isolation, eftersom annoncørerne over tiden skifter mellem tv-reklamer og reklamer i trykte medier. Det er rigtigt, at der i tidens løb kan ske ændringer i, hvor stor en andel af en annoncørs reklamer der sendes i tv, men et vist antal annoncører vil altid være nødt til at placere i hvert fald en del af deres reklamer i tv. Ændringer i reklamernes mediefordeling vil i

- (84) Parterne anfører, at der i fremtiden vil blive en kraftig vækst på det nederlandske marked for tv-reklamer, som derfor vil tiltrække mange nye selskaber. Ifølge de generelle forventninger i branchen må en gennemsnitlig årlig vækst på 8 % nok anses at være realistisk. En vækst på 8 % målt i værdi er imidlertid ikke nødvendigvis det samme som en vækst på 8 % i salget af reklametid. De 8 % omfatter også inflationsbetingede prisstigninger samt — ligesom hidtil — reelle prisstigninger.



- (85) En gennemsnitlig årlig vækst i reklameindtægterne på ca. 8 % i de kommende fire år vil imidlertid kun give begrænset plads til nye konkurrenter. Ifølge parternes driftsplan ventes deres indtægter af reklamespots at stige med [...] i 1997, [...] i 1998 og [...] i 1999. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækst på [...]. I betragtning af parternes store markedsandel (mindst 60 % i 1996), kan en gennemsnitlig årligt vækst i HMG's indtægter af tv-reklamer, der ligger over den forventede generelle vækst på markedet, ikke undgå at føre til en situation, hvor størstedelen af væksten på markedet for tv-reklamer vil komme HMG til gode. Desuden må det forventes, at de andre tv-selskaber, der opererer på det nederlandske marked for tv-reklamer, vil søge at fastholde deres markedsandel, som allerede i 1996 vil ligge på et relativt lavt niveau. Til trods for den forholdsvis kraftige fremtidige vækst på det nederlandske marked for tv-reklamer kan der derfor ikke ventes at blive tilstrækkelig plads til nye konkurrenter.
- (86) HMG's ovenfor beskrevne konkurrencefordele udgør desuden en væsentlig hindring for nye konkurrenters adgang til markedet. Det vil være vanskeligt for en nyttilkommen konkurrent at oparbejde en programsætning for det nederlandske marked, der vil være attraktiv for annoncørerne, fordi HMG i forvejen dækker alle de vigtigste målgrupper. Enhver ny konkurrent vil blive stillet over de tre kanaler, der er samlet i HMG, og HMG vil være i stand til omgående at reagere over for nye konkurrenter, bl.a. ved at bruge RTL 5 som »fighting channel«. Selve eksistensen af HMG vil derfor kunne afskrække enhver potentiel ny konkurrent fra at søge ind på markedet.
- v) *Konklusion*
- (87) Af de ovennævnte grunde vil HMG komme til at indtage den klart førende position på det nederlandske marked for tv-reklamer, idet HMG vil få en langt større markedsandel end alle de andre aktører på markedet og blive i stand til at modvirke alle aktive forsøg fra de eksisterende konkurrenters side på at tage konkurrencen op og desuden gøre det yderst vanskeligt for nye konkurrenter at trænge ind på markedet. Det er i den sammenhæng værd at bemærke, at mange reklamebureauer og annoncører, der køber reklamer i medierne, ganske vist generelt hilste Veronicas beslutning om at blive en kommerciel tv-station velkommen, men gav udtryk for bekymring over, at RTL-kanalerne og Veronica vil blive samlet i HMG.
- På grundlag af ovenstående analyse har Kommissionen draget den konklusion, at etableringen af HMG vil skabe en dominerende stilling på det nederlandske marked for tv-reklamer.
3. Markedet for uafhængige nederlandske tv-produktioner
- i) *Den nuværende situation*
- (88) Nederlandsksprogede tv-programmer produceres enten af uafhængige produktionsselskaber eller af de nederlandske tv-selskaber selv, dvs. som egenproduktion. Medens RTL 4 og RTL 5 kun har en begrænset egenproduktion, producerer de offentlige tv-selskaber selv en stor del af deres programmer. Det gælder specielt for NOS, der selv producerer over 80 % af de programmer, selskabet transmitterer (målt efter sendetid og baseret på tallene for de programmer, der blev sendt i marts og november 1994). For de øvrige offentlige tv-selskaber spænder deres transmission af programmer produceret af uafhængige produktionsselskaber — målt i forhold til samlet sendetid — fra under 10 % for VPRO's vedkommende til ca. 50 % for Veronicas og TROS' vedkommende. Disse tal er imidlertid beregnet på basis af det samlede antal sendetimer, der også omfatter programmer købt i udlandet. De er desuden baseret på sendetimer og ikke på værdien af de pågældende produktioner. Specielt for Veronica og TROS, der sender flest uafhængigt producerede programmer, tegner underholdningsudsendelser, som normalt, er ret dyre, sig for mellem halvdelen og to tredjedele af de uafhængige produktioner. De uafhængige produktioners andel vil derfor normalt være større målt i værdi end målt i sendetid. I den sammenhæng bemærkes desuden, at de offentlige tv-selskabers egenproduktion ofte består af programmer med kort levetid (såsom nyheder, lavbudget-konkurrencer, talkshows), der kun sendes én gang. De udgør derfor ikke noget reelt aktiv. Store underholdningsudsendelser og tv-dramaer, som primært produceres af de uafhængige produktionsselskaber, sendes derimod normalt flere gange og udgør følgelig et aktiv.
- (89) De offentlige tv-selskabers egenproduktion produceres primært til eget brug. De udbydes undertiden på det internationale marked, men normalt ikke til andre tv-selskaber på det nederlandske marked. Der er derfor ingen direkte konkurrence mellem egenproduktion og de uafhængigt producerede programmer, der udbydes på markedet. Parterne har imidlertid anført, at egenproduktionen bør medregnes i det samlede marked for nederlandske tv-produktioner, eftersom et tv-selskab altid vil være nødt til at træffe beslutning om, hvorvidt det skal producere et program selv eller købe det af et produktionsselskab. Dette er imidlertid ikke rigtigt. Et offentligt tv-selskab med en betydelig egenproduktion vil have foretaget betragtelige investeringer i produktionsudstyr og vil specielt have ansat det personale, der er nødvendigt herfor, hvilket er en vigtig omkostningsfaktor. At de offentlige tv-selskaber som beskrevet ovenfor har langt flere ansatte end de kommercielle, skyldes i vid udstrækning det personale, der er beskæftiget med egenproduktion. Under disse omstændigheder kan et offentligt tv-selskab ikke frit vælge, om det vil

producere et program selv eller lade det producere hos en uafhængig producent. Hvis et offentligt tv-selskab begynder at købe flere programmer hos de uafhængige producenter, vil det stadig skulle betale de store drifts- og personaleudgifter til sine egenproduktionsfaciliteter uden at få noget til gengæld i form af producerede programmer. Det vil derfor ikke kunne betale sig, i hvert fald ikke på længere sigt. Der findes følgelig et marked, der udelukkende omfatter uafhængige tv-produktioner, og som ikke omfatter programmer produceret til eget brug.

- (90) I den forbindelse er det desuden værd at bemærke, at egenproduktionen generelt forekommer at være koncentreret om bestemte programtyper, såsom nyheder, anden information, kulturprogrammer, ungdomsprogrammer, dokumentariske programmer, sports- og visse underholdningsprogrammer. På disse segmenter af markedet er de offentlige tv-selskaber i kraft af deres erfaring og knowhow ikke henvist til at købe programmer hos de uafhængige produktionsselskaber. Men de offentlige tv-selskaber har generelt ikke ry for at producere storstilede underholdningsprogrammer som f.eks. Endemols, og de har udtalt, at det ville være meget vanskeligt for dem at gå over til selv at producere sådanne programmer. Som helhed har de offentlige tv-selskabers egenproduktion en sådan struktur, at den ikke i nævneværdigt omfang vil kunne danne modvægt mod den position, Endemol indtager på markedet for uafhængige tv-produktioner.

- (91) Markedet for uafhængige tv-produktioner i Nederlandene har følgende struktur:

- én meget stor producent (Endemol)
- et par ret små, men betydelige producenter
- et stort antal ganske små producenter (1-10 ansatte).

Målt i forhold til værdien af de programmer, der blev produceret i 1994, er markedsandelen fordelt således:

- |                    |                 |
|--------------------|-----------------|
| — Endemol:         | klart over 50 % |
| — IDTV:            | 5-10 %          |
| — 4 producenter:   | 2-5 % hver      |
| — 5 producenter:   | 1-2 % hver      |
| — Resten (ca. 75): | under 1 % hver. |

Denne markedsstruktur viser tydeligt Endemols overvældende position på dette marked. Endemol

er i realiteten et resultat af en fusion i 1994 mellem de to producenter, der tidligere var størst på det nederlandske marked, nemlig JE Entertainment BV og John de Mol Communications BV.

Parterne har anført, at markedsandelene burde beregnes på basis af antallet af producerede sendetimer og ikke programmernes værdi. Det ville imidlertid give et helt misvisende billede af aktørerne på markedet. Ifølge Kommissionens undersøgelse spænder værdien af deres tv-produktioner fra 30 000 hfl. i timen for f.eks. billige dokumentariske udsendelser til 300 000 hfl. i timen for f.eks. dyre tv-dramaer og underholdningsprogrammer. Under disse omstændigheder er det eneste rigtige at beregne markedsandelen på basis af værdi og ikke volumen.

- (92) Ud over en overvældende stor markedsandel i forhold til sine konkurrenter står Endemol stærkt på en række andre områder og indtager i kraftig heraf en position på markedet, der placerer Endemol langt foran alle konkurrenterne.

Endemol ejer et stort antal af de mest populære nederlandske programformater og har i kraft af sin størrelse og enorme ressourcer målt i forhold til de øvrige uafhængige produktionsselskaber let adgang til udenlandske formater, som derefter tilpasses til det nederlandske publikum. Eksempelvis kan nævnes, at igenem de seneste tre år var mere end [...] af de programmer, JE Entertainment BV eller John de Mol producerede, baseret på udenlandske formater, som de havde fået direkte licens på. (Parterne har påstået, at mange af disse formater blev sendt i 1992, 1993 og 1994, og at kun [...] programmer i denne periode blev produceret af Endemol på basis af udenlandske formater direkte ejet af Endemol).

- (93) Endemol har kontrakt med et stort antal af de mest populære tv-personligheder i Nederlandene og eksklusivkontrakt med mange af dem. Endemol har for øjeblikket [...] eksklusivkontrakter med tv-personligheder og har i de seneste to år kun mistet [...] stjerner, [...]. Desuden er Endemol det eneste nederlandske produktionsselskab, der kan give tv-stjerner mulighed for optræden i andre medier (f.eks. teatershows), da selskabet er aktivt i andre dele af underholdningsbranchen, f.eks. teatre og turnéer. Endelig har Endemol sit eget agentur for stjerner. Med disse faciliteter er Endemol i stand til at opbygge stjerner og binde dem til selskabet på en måde, som ingen anden nederlandsk producent har mulighed for at gøre.

(94) Parterne har anfægtet rigtigheden af, at Endemol har de mest succesrige formater og let adgang til udenlandske formater. De har også anfægtet, at Endemol har kontrakter med de mest succesfulde stjerner. Men under de undersøgelser, Kommissionen har foretaget, gav netop disse faktorer anledning til alvorlig bekymring hos et stort antal uafhængige produktionsselskaber og hos de offentlige og de andre kommercielle tv-selskaber. De bekræftede alle de konklusioner, Kommissionen som beskrevet ovenfor havde draget.

(95) Ved hjælp af de ovenfor beskrevne ressourcer producerer Endemol de mest populære underholdningsprogrammer i Nederlandene. I sæsonen 1993-1994 blev f.eks. 28 af de 56 programmer (om andet end sport), der havde de højeste seertal, produceret af Endemol. Endemols programmer sendes normalt i den bedste sendetid. De er en væsentlig del af årsagen til den succes, RTL 4 og Veronica har fået, og har desuden ydet et væsentligt bidrag til profileringen af disse kanaler.

(96) Endemol har desuden vidtrækkende aktiviteter uden for Nederlandene. Værdien af Endemols internationale produktioner beløber sig for øjeblikket til ca. [...] hfl. om året, hvilket skal ses i forhold til ca. [...] hfl. for de nederlandske produktioner. Disse internationale aktiviteter forstærker yderligere Endemols position med hensyn til adgangen til udenlandske formater og øger selskabets indtjening, hvilket igen er med til at forstærke dets position på det nederlandske produktionsmarked. Ingen af Endemols konkurrenter i Nederlandene har tilsvarende internationale aktiviteter.

(97) Af de ovennævnte grunde må der drages den konklusion, at Endemol allerede indtager en dominerende stilling på markedet for uafhængige nederlandsksprogede tv-produktioner i Nederlandene.

ii) *Virkningerne af etableringen af HMG*

(98) Som et af HMG's moderselskaber har Endemol ved etableringen af dette joint venture opnået en strukturel forbindelse til det tv-selskab, der i fremtiden vil være det førende i Nederlandene. Det er rigtigt, at Endemol også før etableringen af HMG var den største programleverandør til RTL 4 og RTL 5 samt til Veronica. Men i modsætning til tidligere har Endemol i kraft af sin deltagelse i HMG nu fået et stort afsætningsgrundlag, der er sikkert og ikke kan angribes af konkurrenter. At det forholder sig sådan, fremgår af den garanti, Endemol har fået i den ovennævnte produktionsaftale mellem HMG og Endemol. Ifølge denne aftale forpligter HMG sig til at købe [...] (målt i værdi) af sine nederlandsksprogede programmer hos Endemol. Det betyder, at allerede i 1996 vil Endemol få garanti

for leverancer af tv-produktioner på [...] hfl. [...] hfl. og det viser klart, hvor stor strategisk betydning Endemols forbindelse til HMG har.

(99) Yderligere er ovennævnte beløb det garanterede mindstebeløb for Endemols leverancer til HMG. I sin egenskab af moderselskab kan Endemol bruge sin indflydelse i HMG til at skaffe sig endnu flere ordrer fra HMG. Intet andet produktionsselskab i Nederlandene har tilsvarende muligheder for at sikre sin afsætning og få indflydelse på et tv-selskabs indkøb af programmer.

(100) Parterne har nu anført at Endemol ikke vil få nogen relevant indflydelse på HMG, eftersom Endemol efter deres opfattelse ikke har del i kontrollen med HMG. Som anført ovenfor, har Kommissionen imidlertid draget den konklusion, at HMG kontrolleres i fællesskab af RTL på den ene side og af Veronica og Endemol (via VMG) på den anden side. Selv i mangel af en sådan fælles kontrol er Endemol via strukturforbindelsen til HMG i stand til at påvirke HMG's generelle programlægning og programindkøb på en måde, der forstærker Endemols nuværende position på markedet for uafhængige tv-produktioner.

Rent økonomisk er VMG et middel til at samle Veronicas og Endemols interesser i HMG, hvori de tilsammen har 49 % af kapitalen. RTL og VMG er ligeligt repræsenteret på HMG's generalforsamling, hvor de vigtigste strategiske beslutninger om HMGs forretningsadfærd træffes. Endemols andel i HMG udgør 23 % (47 % af 49 %). En andel på 23 % i et selskab, der er aktivt på et marked i et senere omsætningsled, må betragtes som en strategisk snarere end en økonomisk betinget interesse. Det gælder ikke mindst, når denne andel kombineres med, at aktionæren i væsentligt omfang er repræsenteret i det pågældende selskabs beslutningstagende organ. Aktionæren vil få adgang til alle oplysninger om strategiske beslutninger og vil deltage i drøftelserne og beslutningstagningen, hvor han bl.a. kan påvirke beslutninger angående det marked i tidligere omsætningsled, hvor han selv er aktiv.

Disse generelle betragtninger gælder i særlig høj grad i denne sag i betragtning af det leverandørforhold, der består mellem Endemol og RTL og Veronica, der tidligere fik størstedelen af deres programmer fra Endemol. Parterne har selv udtalt, at dette leverandørforhold havde afgørende indflydelse på fastlæggelsen af RTL 4's, RTL 5's og Veronicas image, og at det også ville få væsentlig betydning for HMG's fremtidige succes. På baggrund af disse omstændigheder vil det være urealistisk at antage, at Endemols deltagelse i HMG udelukkende er økonomisk betinget og ikke giver Endemol nogen relevant indflydelse.

(101) Med etableringen af HMG vil Endemol få forstærket sin allerede stærke position på det nederlandske marked for tv-produktioner betydeligt. Endemol kan forhindre andre producenter i at få adgang til HMG, der bliver det største tv-selskab i Nederlandene, og specielt også forhindre dem i at få adgang til Veronica, der får brug for mange flere programmer, når kanalen skal sende alle ugens dage. Parterne har selv fremhævet, at Endemols produktioner vil få afgørende indflydelse på RTL 4's, RTL 5's og Veronicas image.

(102) Med hensyn til salg af produktioner til andre tv-selskaber vil Endemol efter etableringen af HMG i kraft af sin store, garanterede salgsbase få endnu bedre muligheder for at tage konkurrencen op med andre uafhængige produktionsselskaber. Det samme gælder adgangen til attraktive programformater og eksklusivkontrakterne med de mest populære tv-stjerner.

(103) Parterne har anført, at der i fremtiden til være øget efterspørgsel efter nederlandsksprogede programmer, både fra Veronica, der som kommerciel kanal får brug for flere programmer, fra de offentlige tv-selskaber, der skal udfylde huller efter Veronicas udtræden af det offentlige system, og fra SBS 6, der er ny på markedet. Det må imidlertid bemærkes, at størstedelen af denne mere efterspørgsel efter nederlandske produktioner vil komme fra Veronica, som får brug for flere programmer, når selskabet skal til at sende 4½ dage mere om ugen. Derimod vil de offentlige selskaber kun skulle udfylde et hul på 2½ dage efter Veronicas udtræden. I betragtning af de offentlige selskabers tab af reklameindtægter efter etableringen af HMG er det i den sammenhæng også tvivlsomt, om de offentlige selskabers øgede programindkøb vil blive af samme værdi som Veronicas. Med hensyn til SBS bemærkes, at Veronica som nævnt ovenfor har et næsten tre gange så stort programbudget som SBS 6. Det må således antages at blive Veronica, der kommer til at tegne sig for størsteparten af mere efterspørgslen målt i værdi, og det vil blive Endemol, der kommer til at levere alle programmerne. Også for de andre programaftageres vedkommende står Endemol som beskrevet ovenfor i en langt stærkere position end konkurrenterne.

(104) I kraft af sit garanterede salg til HMG og sin indflydelse på sendetiderne på HMG-kanalerne må Endemol antages at få held med at trænge ind på markedssegmenter, hvor selskabet ikke hidtil har haft nogen nævneværdig aktivitet, som f.eks. markedet for dokumentarprogrammer. Det vil få yderligere negative konsekvenser for de små nederlandske tv-produktionsselskaber.

### iii) Konklusion

(105) Af de ovennævnte grunde er Kommissionen nået frem til den konklusion, at etableringen af HMG vil resultere i en styrkelse af Endemols domine-

rende stilling på markedet for uafhængige nederlandske tv-produktioner.

### iv) Artikel 22

(106) Parterne hævder, at det i henhold til artikel 22, stk. 3, ikke drejer sig om, hvorvidt fusionen på nogen måde påvirker samhandelen mellem medlemsstater, men derimod i hvilket omfang den påvirker samhandelen mellem medlemsstater. Efter parternes opfattelse vil de virkninger, fusionen får på det nederlandske marked for tv-transmission og for tv-reklamer og specielt det nederlandske marked for tv-produktioner, ikke påvirke samhandelen mellem medlemsstater i tilstrækkelig grad til, at det giver Kommissionen adgang til at skride ind over for HMG.

(107) Parternes argumentering på dette punkt er ret uklar. De ser ud til at mene, at Kommissionen kun kan skride ind med hjemmel i artikel 22 over for en påvirkning af samhandelen mellem medlemsstater. Det ville betyde, at den undersøgelse, der foretages i henhold til artikel 22, kun skulle kunne omfatte de aspekter, der strækker sig ud over markedet i den medlemsstat, der indgav anmodningen. I så fald ville artikel 22 være helt uden mening og i strid med indholdet af artikel 22, stk. 5, hvori det hedder, at "Kommissionen kun træffer de foranstaltninger, som er strengt nødvendige for at sikre eller genoprette en effektiv konkurrence i den pågældende medlemsstat".

En anden mulighed er, at parterne mener, at der her må gælde særlige kriterier for påvirkning af samhandelen mellem medlemsstater, der adskiller sig fra dem, der normalt gælder, f.eks. i relation til artikel 86. Hvilke kriterier det i så fald skulle være, er helt uklart. Artikel 22, stk. 3, fastsætter, at den pågældende fusion skal påvirke samhandelen mellem medlemsstater. Der nævnes intet om, at der må være tale om en kraftigere påvirkning end efter de andre EU-retlige konkurrenceregler.

(108) Parternes argumentering giver kun mening, hvis de opfattes således, at Kommissionen ikke skulle kunne basere en negativ beslutning efter artikel 22 på en dominerende stilling på et bestemt produktmarked eller geografisk marked, hvis fusionen ikke påvirker samhandelen mellem medlemsstater på et sådant marked, selv om den påvirker andre af de markeder, fusionen berører. Selv om styrkelsen af Endemols dominerende stilling på markedet for uafhængige nederlandske tv-produktioner ikke i sig selv direkte påvirker samhandelen mellem medlemsstater, er de tre berørte markeder som beskrevet ovenfor indbyrdes forbundet, og fusionens indvirkninger på produktionsmarkedet fører

til ændringer i konkurrencevilkårene på de andre markeder. Desuden har parterne selv udtalt, at Endemols deltagelse i HMG er nødvendig for at forbedre Endemols position på markedet for tv-produktioner uden for Nederlandene. I den sammenhæng er det også værd at bemærke, at fusionen fører til en yderligere forøgelse af Endemols kapacitet til at indkøbe udenlandske programformater, fordi Endemol får fortrinsadgang til det største kommercielle tv-selskab i Nederlandene.

- (109) Parterne har videre anført, at Kommissionen ikke i en procedure efter artikel 22 har beføjelse til at erklære en fusion uforenelig med fællesmarkedet uden at have undersøgt, om andre forholdsregler vil være tilstrækkelige til at genoprette konkurrencen. Efter parternes opfattelse følger dette af den ovennævnte bestemmelse i artikel 22, stk. 5. Denne opfattelse er imidlertid baseret på en misforståelse af denne bestemmelses formål og funktion. På grundlag af artikel 22, stk. 3, har Kommissionen beføjelse til at vedtage de beslutninger, der er nævnt i artikel 8, stk. 2, andet afsnit, samt stk. 3 og 4. Hvis Kommissionen i mangel af fyldestgørende tilsagn fra parterne efter artikel 8, stk. 2, ser sig nødsaget til at træffe en negativ beslutning efter artikel 8, stk. 3, kan den også træffe en beslutning efter artikel 8, stk. 4, med det formål at genoprette en effektiv konkurrence, hvis fusionen allerede er gennemført. I denne situation begrænser bestemmelserne i artikel 22, stk. 5, de forholdsregler, der kan træffes, til, hvad der er strengt nødvendigt for at genoprette en effektiv konkurrence i den pågældende medlemsstat. Er fusionen endnu ikke gennemført, sikrer bestemmelserne i artikel 22, stk. 5, at Kommissionens negative beslutning udelukkende omfatter den dominerende stilling, der vil blive skabt eller styrket i den medlemsstat, der fremsatte anmodningen med det formål at genoprette en effektiv konkurrence i denne medlemsstat.

v) *Andre argumenter fremført af parterne*

- (110) Parterne har anført, at etableringen af HMG med den nuværende struktur er en nødvendighed for dem, for at de skal kunne konkurrere med de multinationale selskaber på tv-markedet og være i stand til at fungere på fremtidens multimediamarked. I den forbindelse må imidlertid bemærkes, at CLT allerede selv er en stor multinational mediekoncern. Det er vanskeligt at se, hvorfor parterne på det nederlandske tv-marked har brug for en så stærk position, der vil være til skade for andre nederlandske tv-selskaber. Med hensyn til fremtidens multimediamarkeder og specielt fremtidens digital-tv, bemærkes, at HMG for øjeblikket primært skal operere inden for det nuværende

analoge tv-miljø. Under alle omstændigheder er det vanskeligt at se, hvorfor parterne — hvis de ønsker at være aktive inden for fremtidens digital-tv — har brug for at skabe denne særlige kombination af førende tv-kanaler og dominerende produktionsselskab. I betragtning af, hvor stærkt parterne hver især står på deres markeder, må HMG antages at ville blive den eneste store aktør på fremtidens marked for digital-tv. Det kunne endog lægge hindringer i vejen for udviklingen af digital-tv i Nederlandene.

## VII. TILSAGN FRA PARTERNE

- (111) For at imødegå den tvivl, der er blevet rejst om fusionens forenelighed med fællesmarkedet, har parterne foreslået at afgive en række tilsagn. Hovedpunkterne i de foreslåede tilsagn er følgende:

[...].

- (112) De tilsagn, der foreslås afgivet i relation til RTL 5, er ikke tilstrækkelige til at forhindre HMG i at komme til at indtage en dominerende stilling på markedet for tv-reklamer. I kraft af [...] i RTL 5 vil HMG til trods for de foreslåede tilsagn bevare en væsentlig indflydelse på kanalen. [...] RTL 5 kan derfor ikke forventes at ville påføre HMG-kanalerne aktiv konkurrence, [...].

[...]. Parternes forslag i relation til RTL 5 kan derfor ikke betragtes som en løsning, der i tilstrækkelig grad kan sikre, at RTL 5 bliver en rentabel, uafhængig konkurrent.

Der er ydermere risiko for, at det vil være umuligt at afhænde RTL 5, fordi man i sidste instans ikke vil kunne finde nogen køber. Og selv om det lykkedes, er det på indeværende stadium umuligt at vurdere, om en sådan afhændelse ville være tilstrækkelig til at begrænse HMG's markedsstyrke til et niveau, hvor der ikke længere var tale om dominans. [...].

RTL 5's konkurrencepotentiale vil desuden også komme til at afhænge af, hvordan kanalen bliver drevet i tiden forud for dens afhændelse til en tredjepart. I den sammenhæng bemærkes, at [...].

- (113) Med hensyn til det tilsagn, der drejede sig om Endemol, [...]. Det er imidlertid ikke nødvendigt at tage endelig stilling til spørgsmålet, om tilsagnet som helhed kan løse konkurrenceproblemerne på det nederlandske marked for tv-produktioner, eftersom tilsagnet angående RTL 5 ikke er tilstrækkeligt til at løse konkurrenceproblemerne på tv-reklamemarkedet, og fusionen kan følgelig ikke godkendes på grundlag af de af parterne foreslåede tilsagn.

## VIII. ACCESSORISKE BEGRÆNSNINGER

- (114) Kommissionen finder ikke, at den produktionsaftale, der er indgået mellem HMG og Endemol, kan betragtes som en accessorisk begrænsning efter fusionsforordningens artikel 8, stk. 2, andet afsnit. Den garanti, Endemol har fået for at kunne levere [...] (i værdi) af de nederlandsksprogede tv-produktioner, HMG har brug for, og [...], som følger af denne aftale, er begrænsninger, som ikke er nødvendige for fusionens gennemførelse.

## IX. KONKLUSION

- (115) Af de ovenfor anførte grunde er Kommissionen nået frem til den konklusion, at fusionen vil føre til skabelse af en dominerende stilling på markedet for tv-reklamer i Nederlandene og til styrkelse af Endemols dominerende stilling på markedet for uafhængige nederlandsksprogede tv-produktioner i Nederlandene, som vil føre til, at den effektive konkurrence i Nederlandene vil blive betydeligt hæmmet. Fusionen må derfor erklæres uforenelig med fællesmarkedet, jf. fusionsforordningens artikel 8, stk. 3, sammenholdt med artikel 22, stk. 3.
- (116) Den her omhandlede fusion er allerede blevet gennemført, eftersom HMG nu er etableret og har fået overført alle aktiverne, og tv-transmission inden for HMG's rammer startede den 1. september 1995.

Kommissionen har besluttet ikke at træffe nogen af de i artikel 8, stk. 4, omhandlede forholdsregler i denne beslutning, der vedtages i henhold til artikel 8, stk. 3. Kommissionen vil senere vedtage en særskilt beslutning efter artikel 8, stk. 4, for at sikre genoprettelsen af en effektiv konkurrence på de ovennævnte markeder. Før en sådan beslutning træffes, opfordrer Kommissionen parterne til senest tre måneder efter meddelelsen af denne beslutning at foreslå, hvilke foranstaltninger der kan træffes for at genoprette en effektiv konkurrence på markedet for tv-reklamer og markedet for uafhængige nederlandsksprogede tv-produktioner i Nederlandene —

## VEDTAGET FØLGENDE BESLUTNING:

*Artikel 1*

Fusionen i form af etableringen af joint venture-selskabet Holland Media Groep er uforenelig med fællesmarkedet. Kommissionen opfordrer parterne til senest tre måneder efter meddelelsen af denne beslutning at fremsætte forslag til egnede foranstaltninger, der kan genoprette en effektiv konkurrence på markedet for tv-reklamer og uafhængige nederlandske tv-produktioner i Nederlandene.

*Artikel 2*

Denne beslutning er rettet til:

- 1) Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion SA (CLT)  
45, Boulevard Pierre Frieden  
L-1543 Luxembourg
- 2) NV Verenigd Bezit VNU (VNU)  
Ceylonpoort 5-25  
NL-2036 AA Haarlem
- 3) RTL 4 SA  
Villa Louvigny  
Allée Marconi  
L-2850 Luxembourg  
P.O. Box 1122  
L-1011 Luxembourg
- 4) Veronica Omroeporganisatie (VOO) BV  
Laapersveld 75  
NL-1213 VB Hilversum
- 5) Endemol Entertainment Holding  
Zevenend 45  
NL-1251 RL Laren

Udfærdiget i Bruxelles, den 20. september 1995.

*På Kommissionens vegne*  
Karel VAN MIERT  
*Medlem af Kommissionen*