II

(Πράξεις για την ισχύ των οποίων δεν απαιτείται δημοσίευση)

ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 26ης Ιουνίου 1997

με την οποία μια συγκέντρωση κηρύσσεται ασυμβίβαστη με την κοινή αγορά

(Υπόθεση IV/M.890 — Blokker/Toys "R" Us)

[κοινοποιηθείσα υπό τον αριθμό E(1997) 1884]

(Το κείμενο στην γαλλική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό)

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(98/663/ΕΚ)

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας,

τη συμφωνία για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο, και ιδίως το άρθρο 57 παράγραφος 2 στοιχεία α),

τον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 4064/89 του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1989, για τον ελέγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων[1], όπως τροποποιήθηκε από την πράξη προσχώρησης της Αυστρίας, της Φινλανδίας και της Σουηδίας, και ιδίως το άρθρο 8 παράγραφος 3, το άρθρο 8 παράγραφος 4 και το άρθρο 22,

την απόφαση της Επιτροπής της 21ης Φεβρουαρίου 1997 για την κίνηση της διαδικασίας σχετικά με την υπόθεση αυτή,

Αφού έδωσε στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις την ευκαιρία να γνωστοποιήσουν τις απόψεις τους όσον αφορά τις αντιρρήσεις της Επιτροπής,

Αφού έλαβε υπόψη της τη γνώμη της συμβουλευτικής επιτροπής για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων[2],

Εκτιμώντας ότι:

(1) Η υπό εξέταση διαδικασία αφορά την αίτηση που έλαβε η Επιτροπή στις 23 Ιανουαρίου 1997 από την κυβέρνηση των Κάτω Χωρών σύμφωνα με το άρθρο 22 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 4064/89 (κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων) σχετικά με την εξέταση της εξαγοράς από την επιχείρηση Blokker την δραστηριοτήτων της Toys "R" Us στην ολλανδική αγορά. Η συμφωνία (η οποία περιλαμβάνει διάφορες συμφωνίες εφαρμογής) βάσει της οποίας πραγματοποιείται η συγκέντρωση υπεγράφη από τα μέρη, με τη μορφή ανταλλαγής επιστολών, στις 24 Δεκεμβρίου 1996. Η πράξη αυτή κοινοποιήθηκε στις ολλανδικές αρχές με επιστολή της 13ης Ιανουαρίου 1997.

(2) Στις 21 Φεβρουαρίου 1997, η Επιτροπή εξέδωσε, βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο γ) και του άρθρου 22 του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων, απόφαση στην οποία αναφέρεται ότι η αίτηση είχε υποβληθεί εντός της προθεσμίας ενός μηνός που προβλέπεται στο άρθρο 22 παράγραφος 4 και ότι υπήρχαν σοβαρές αμφιβολίες όσον

[1] ΕΕ L 395 της 30.12.1989, σ. 1 (διορθωμένη έκδοση ΕΕ L 257 της 21.9.1990, σ. 13).

[2] ΕΕ C 363 της 25.11.1998.

αφορά το συμβιβάσιμο της συγκέντρωσης με την κοινή αγορά.

I. **ΤΑ ΜΕΡΗ**

(3) Η Blokker Holding BV (στο εξής «Blokker») αποτελεί σημαντική επιχείρηση λιανικού εμπορίου στις Κάτω Χώρες. Οι κυριότερες δραστηριότητές της είναι η λιανική πώληση ειδών οικιακής χρήσεως, παιχνιδιών και άλλων προϊόντων. Η Blokker διαχειρίζεται πολλές αλυσίδες καταστημάτων, είτε ως ιδιοκτήτης, είτε βάσει συμφωνιών franchise. Η Blokker διαχειρίζεται σήμερα 147 ιδιόκτητα καταστήματα παιχνιδιών με το εμπορικό σήμα «Bart Smit» και 196 καταστήματα παιχνιδιών με το εμπορικό σήμα «Intertoys» από τα οποία [. . .](*) λειτουργούν βάσει συμφωνιών franchise. Η Blokker διαθέτει επίσης μεγάλη ποικιλία παιχνιδιών στα καταστήματά της πώλησης ειδών οικιακής χρήσης, και ιδίως στα σημεία πώλησης, με τα εμπορικά σήματα «Blokker», «Marskramer» και «Familux» (431 καταστήματα, από τα οποία [. . .] λειτουργούν βάσει συμφωνιών franchise). Ο συνολικός κύκλος εργασιών της Blokker ανήλθε στο 1995 σε [. . .] εκατομμύρια Ecu.

(4) Η Blokker αναπτύσσει επίσης δραστηριότητες σε άλλα κράτη μέλη. Η επιχείρηση αυτή διαχειρίζεται περίπου 160 καταστήματα Blokker με είδη οικιακής χρήσης στο Βέλγιο, το Λουξεμβούργο, τη Γερμανία και τη Γαλλία, 15 καταστήματα Bart Smit στο Βέλγιο και 2 καταστήματα Intertoys στη Γερμανία.

(5) Η Toys "R" Us Inc. (US) είναι μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου παιχνιδιών σε παγκόσμια κλίμακα και αναπτύσσει δραστηριότητες στα περισσότερα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών της επιχείρησης αυτής ανήλθε το 1996 σε 7 523 εκατομμύρια Ecu. Η Toys "R" Us (Netherlands) BV είναι μια θυγατρική που ανήκει εξ ολοκλήρου στην Toys "R" Us Inc. (US) και ο συνολικός κύκλος εργασιών της ανήλθε το 1996 σε 27,5 εκατομμύρια Ecu. Οι επιχειρήσεις αυτές αναφέρονται στη συνέχεια ως «Toys "R" Us».

II. **Η ΠΡΑΞΗ**

(6) Η πράξη που περιγράφεται στη συμφωνία της 24ης Δεκεμβρίου 1996, η οποία αναφέρεται ως συμφωνία με την ανταλλαγή επιστολών («Letter agreement»), ολοκληρώθηκε με μια σειρά συμφωνιών: την κύρια συμφωνία υπεκμίσθωσης («Master Sublease agreement»), τη συμφωνία αγοράς στοιχείων ενεργητικού («Asset Purchase agreement»), τη συμφωνία franchise («Franchise agreement») και τη συμφωνία για την επιδότηση του μάρκετινγκ («Marketing subsidy agreement»). Από τα εννέα καταστήματα της Toys "P" Us, η Blokker εξαγοράζει τα έξι καταστήματα στις πόλεις Alkmaar, Ουτρέχτη, Breda, Beek, Muiden και Rotterdam-De Boog. Η Blokker διαχειρίζεται τα τρία καταστήματα στο Arnhem, το Rotterdam-Zuidplein και το Eindhoven βάσει συμφωνίας προσωρινής εκμετάλλευσης. Τα τελευταία αυτά καταστήματα θα κλείσουν μόλις βρεθεί νέος ενοικιαστής, ή μόλις επιτευχθεί συμφωνία με τους ιδιοκτήτες των κτιρίων. Η συναλλαγή ολοκληρώθηκε στις 3 Φεβρουαρίου 1997. Κατά την ίδια ημερομηνία, η Blokker άρχισε να εκμεταλλεύεται τα καταστήματα Toys "R" Us.

(7) Η Speelhoorn BV, μια θυγατρική η οποία ανήκει εξ ολοκλήρου στην Blokker, υπομισθώνει τα πέντε καταστήματα στο Alkmaar, Utrecht, Breda, Beek και Rotterdam-De Boog, τα οποία εκμισθώνει σήμερα η Toys "R" Us (Netherlands) BV. Η Speelhoorn μισθώνει επίσης το κατάστημα στο Muiden από την Toys "R" Us η οποία ανήκει στην Toys "R" Us Inc. (US). Τα μισθωτήρια λήγουν μεταξύ του έτους [. . .] και του [. . .] και τα συμβόλαια υπομίσθωσης, ή εκμίσθωσης στην περίπτωση του Muiden, ισχύουν για όσο διάστημα ισχύει η συμφωνία franchise. Η επιφάνεια κάθε καταστήματος θα μειωθεί από 3 000-4 000 m^2 σε [. . .] m^2 περίπου και ο υπόλοιπος χώρος θα υπομισθωθεί επίσης ανά τετραγωνικό μέτρο από την Toys "R" Us, στο μέτρο του δυνατού. Το ποσό του μισθώματος που καταβάλλει η Blokker στην Toys "R" Us είναι μικρότερο από το ποσό που καταβάλλει η Toys "R" Us σε κάθε έναν από τους ιδιοκτήτες των καταστημάτων.

(8) Η Blokker αγοράζει από την Toys "R" Us (Netherlands) BV τα στοιχεία ενεργητικού και τα αποθέματα και των εννέα καταστημάτων εκτός από το σύστημα των ταμειακών μηχανών και των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Η Blokker καταβάλλει στην Toys "R" Us [. . .] φλορίνια για τα αποθέματα και [. . .] φλορίνια για τα στοιχεία ενεργητικού (έπιπλα και άλλο εξοπλισμό). Η Blokker εξαγοράζει επίσης τις συμβάσεις απασχόλησης του συνόλου του προσωπικού όλων των καταστημάτων [. . .].

(9) Η συμφωνία franchise προβλέπει ότι η Blokker έχει το αποκλειστικό δικαίωμα χρησιμοποίησης του εμπορικού σήματος και του συστήματος Toys "R" Us στις Κάτω Χώρες. Η Toys "R" Us έχει καθορίσει ορισμένα πρότυπα όσον αφορά το είδος, την ποιότητα και την ποικιλία των προϊόντων που θα πωλούνται. Η Blokker έχει το δικαίωμα να προσθέσει άλλες κατηγορίες προϊόντων οι οποίες συνήθως δεν πωλούνται στα καταστήματα Toys "R" Us και είναι ελεύθερη να αποφασίσει για τα προϊόντα που θα συνεχίσει να πωλεί από κάθε κατηγορία, καθώς και την τιμή τους. Η συμφωνία franchise ισχύει δώδεκα έτη, ο δικαιοδόχος έχει το δικαίωμα να ανανεώνει τη συμφωνία για περιόδους δέκα ετών, υπό την προϋπόθεση ότι δεν έχει παραβεί κανέναν από τους όρους της συμφωνίας. Τα δικαιώματα franchise αντιπροσωπεύουν [. . .] του καθαρού κύκλου εργασιών και ο δικαιοδόχος οφείλει επίσης να καταβάλλει ποσό ύψους [. . .] επί της αξίας των αγοραζόμενων εμπορευμάτων, στην περίπτωση συντονισμένων αγορών [. . .].

(*) Η παρούσα διατύπωση της απόφασης εξασφαλίζει την τήρηση του επαγγελματικού απορρήτου.

(10) Η συμφωνία franchise παρέχει στην Blokker το δικαίωμα να αγοράζει παιχνίδια μέσω του συστήματος κεντρικών αγορών της Toys "R" Us. Βάσει της συμφωνίας, τα προϊόντα που αγοράζονται με τον τρόπο αυτό μπορούν να πωλούνται από τον δικαιοδόχο ή σε οποιοδήποτε κατάστημα που λειτουργεί με συμφωνία franchise.

(11) [. . .].

III. **ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ**

(12) Τα μέρη ισχυρίζονται ότι η πράξη δεν αποτελεί συγκέντρωση κατά την έννοια του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Αναφέρουν επίσης ότι η συμφωνία franchise αποτελεί τον πυρήνα της συναλλαγής, και ότι οι υπόλοιπες συμφωνίες είναι δευτερεύουσες και αποβλέπουν απλώς στη διευκόλυνση της εκτέλεσης της συμφωνίας franchise. Τα μέρη ισχυρίζονται ότι η Blokker δεν αποκτά τον έλεγχο κατά την έννοια του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων ούτε εξασφαλίζει μεγαλύτερη ασφάλεια από αυτήν που εξασφαλίζεται με οποιαδήποτε κλασική συμφωνία franchise. Ισχυρίζονται επίσης ότι μια συμφωνία franchise πρέπει να εξετάζεται βάσει του άρθρου 85 της συνθήκης ΕΚ και του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 4087/88 της Επιτροπής [3], κανονισμού απαλλαγής ορισμένων κατηγοριών συμφωνιών franchise, και ότι δεν μπορεί να αποτελεί στοιχείο συγκέντρωσης.

(13) Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων, πραγματοποιείται συγκέντρωση εφόσον μια επιχείρηση αποκτά άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας άλλης επιχείρησης, Το άρθρο 3 παράγραφος 3 ορίζει ότι ο έλεγχος απορρέει από δικαιώματα, συμβάσεις ή άλλα μέσα τα οποία παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικού επηρεασμού της δραστηριότητας μιας επιχείρησης, ιδίως από δικαιώματα κυριότητας ή επικαρπίας επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης. Για τους σκοπούς του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων, ο ελέγχος αποτελεί λοιπόν την δυνατότητα καθοριστικού επηρεασμού της δραστηριότητας μιας επιχείρησης. Ως εκ τούτου, η απόκτηση του ελέγχου δεν περιορίζεται στις περιπτώσεις εξαγοράς μιας νομικής οντότητας αλλά και στις περιπτώσεις εξαγοράς των περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης. Στην περίπτωση αυτή, τα εν λόγω περιουσιακά στοιχεία πρέπει να αποτελούν επιχειρηματική δραστηριότητα της οποίας μπορεί να προσδιοριστεί σαφώς ο κύκλος εργασιών στην αγορά [4].

(14) Το γεγονός ότι η συμφωνία franchise αποτελεί μέρος της πράξης δεν είναι αρκετό για να απαλλαγεί το σύνολο της πράξης από την εφαρμογή του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Αυτό που έχει μεγάλη σημασία είναι κατά πόσο η σειρά συμφωνιών που συνήφθησαν μεταξύ της Toys "R" Us και της Blokker εξασφαλίζει στην Blokker τον έλεγχο των δραστηριοτήτων της Toys "R" Us που εξακολουθούν να ασκούνται στην ολλανδική αγορά. Τα τρία καταστήματα που πρόκειται να κλείσουν και εξακολουθούν να λειτουργούν προσωρινά δεν αποτελούν μέρος της συγκέντρωσης, δεδομένου ότι η Blokker δεν αποκτά τον έλεγχό τους σε διαρκή βάση.

(15) Στο πλαίσιο της πράξης αυτής, η Blokker εξαγοράζει όλα τα στοιχεία ενεργητικού (συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης, εξοπλισμό και αποθέματα, προσωπικό, χρησιμοποίηση του σήματος) τα οποία συνθέτουν την επιχειρηματική δραστηριότητα της Toys "R" Us στις Κάτω Χώρες. Για τις δραστηριότητες αυτές μπορεί να υπολογιστεί σαφώς ο κύκλος εργασιών. Η πράξη οδηγεί σε διαρκή μεταβολή της διάρθρωσης των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, λαμβανομένης υπόψη της διάρκειας των συμφωνιών στην οποία στηρίζεται. Η Toys "R" Us δήλωσε επανειλημμένα ότι έχει αποφασίσει να εγκαταλείψει οριστικά την ολλανδική αγορά και ότι δεν πρόκειται να επιλέξει άλλον αγοραστή για τις δραστηριότητές της. Το γεγονός ότι η Blokker εκμεταλλεύεται τα καταστήματα στο πλαίσιο συμφωνίας franchise δεν αποκλείει την άσκηση ελέγχου από την Blokker. Η συμφωνία franchise δεν παρέχει στην Toys "R" Us δικαιώματα τα οποία οδηγούν στο συμπέρασμα ότι διατηρεί τον έλεγχο των δραστηριοτήτων αυτών. Στην περίπτωση αυτή, η επιλογή των προϊόντων στις συγκεκριμένες κατηγορίες, καθώς και ο καθορισμός των τιμών πώλησης γίνονται από τον δικαιοδόχο. Η Blokker επιβεβαίωσε στην επιστολή της της 7ης Φεβρουαρίου 1997 ότι η συμφωνία της με την Toys "R" Us της επιτρέπει να προσθέσει και άλλες κατηγορίες προϊόντων οι οποίες δεν διατίθενται συνήθως στα καταστήματα Toys "R" Us, όπως για παράδειγμα έπιπλα κήπου και είδη χριστουγεννιάτικης διακόσμησης. Η Blokker ανέφερε επίσης ότι επιθυμεί να δημιουργήσει ένα νέο τύπο καταστήματος ο οποίος θα διαφέρει σημαντικά από τον σημερινό τύπο καταστημάτων Toys "R" Us. Το στοιχείο αυτό επιβεβαιώνει ότι η Blokker όχι μόνον αποκτά τον έλεγχο των καθημερινών δραστηριοτήτων των καταστημάτων, άλλα ότι καθορίζει επίσης και τον τύπο των καταστημάτων. Συνεπώς, η Toys "R" Us δεν θα αποφασίζει πλέον για την πορεία των δραστηριοτήτων της, παραχωρώντας το δικαίωμα αυτό στην Blokker.

(16) Συνεπώς, η Blokker αποκτά τον έλεγχο διαφόρων τμημάτων μιας επιχείρησης κατά την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 και η πράξη συνιστά συγκέντρωση κατά την έννοια του άρθρου 3 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων.

IV. **ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ**

(17) Ο συνδυασμένος παγκόσμιος κύκλος εργασιών των μερών δεν υπερβαίνει τα 5 δισεκατομμύρια Ecu. Ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών της Blokker ανέρχεται σε [. . .] εκατομμύρια Ecu. Ο κύκλος εργασιών της Toys "R" Us (Netherlands) BV που αντιστοιχεί

[3] ΕΕ L 395 της 28.12.1988, σ. 46.

[4] Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την έννοια της συγκέντρωσης βάσει του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 4064/89, σημείο 11 (ΕΕ C 385 της 31.12.1994, σ. 5).

στα καταστήματα που εξαγοράζει η Blokker ανέρχεται, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Toys "R" Us, σε [. . .] εκατομμύρια Ecu. Συνάγεται λοιπόν το συμπέρασμα ότι η πράξη συγκέντρωσης δεν έχει κοινοτική διάσταση κατά την έννοια του άρθρου 1 του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων.

V. **ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕΤΑΞΥ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ**

(18) Το άρθρο 22 παράγραφος 3 του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων ορίζει ότι η πράξη πρέπει να επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών. Μια [. . .] αναλογία παιχνιδιών ([. . .] %) που πωλούνται από τον όμιλο Blokker, και γενικότερα στην ολλανδική αγορά, εισάγονται στις Κάτω Χώρες από άλλα κράτη μέλη. Επιπλέον, πριν από την πράξη, η πλειοψηφία των προϊόντων που πωλούσε η Toys "R" Us προερχόταν από το κέντρο εφοδιασμού της εταιρείας, στην Γερμανία. Αυτό δεν ισχύει πλέον. Η Blokker προμηθεύεται τα προϊόντα της από διάφορες πηγές, συμπεριλαμβανομένων των άμεσων εισαγωγών από κατασκευαστές στην Άπω Ανατολή και από ολλανδούς εισαγωγείς ή εμπορικούς αντιπροσώπους.

(19) Επιπλέον, η εξαγορά των καταστημάτων Toys "R" Us από την Blokker μπορεί να δυσχεράνει την πρόσβαση νέων ανταγωνιστών στην ολλανδική αγορά λιανικής πώλησης παιχνιδιών, συμπεριλαμβανομένων των ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη.

(20) Συνεπώς, η διαρθρωτική μεταβολή της ολλανδικής αγοράς λιανικής πώλησης παιχνιδιών, όπως εκτίθεται ανωτέρω, θα επηρεάσει σημαντικά, άμεσα ή έμμεσα, πραγματικά ή δυνητικά, το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών([5]).

VI. **ΣΥΜΒΙΒΑΣΙΜΟ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΗ ΑΓΟΡΑ**

A. **Λιανικό εμπόριο παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες**

Πληροφορίες όσον αφορά την αγορά λιανικής πώλησης παιχνιδιών

(21) Κατά γενικό κανόνα, το φάσμα προϊόντων που διατίθενται στα καταστήματα λιανικής πώλησης παιχνιδιών περιλαμβάνει κυρίως τις ακόλουθες κατηγορίες προϊόντων: παιχνίδια για βρέφη και νήπια, κούκλες, πάνινα και χνουδωτά παιχνίδια, ζωάκια, παιχνίδια κατασκευών, επιτραπέζια παιχνίδια, παζλ, συναρμολογούμενα παιχνίδια, παιχνίδια εξωτερικού χώρου, παιχνίδια εγρήγορσης και είδη χειροτεχνίας για παιδιά («κλασικά» παιχνίδια) και ηλεκτρονικά παιχνίδια, όπως παιχνίδια σε υπολογιστή και παιχνίδια για βίντεο. Η ταξινόμηση αυτή των παιχνιδιών που πωλούνται συνήθως στα καταστήματα λιανικής πώλησης, η οποία χρησιμοποιείται και στις υπάρχουσες μελέτες της αγοράς([6]), βρίσκει σε γενικές γραμμές σύμφωνες τις επιχειρήσεις του κλάδου και επιβεβαιώνεται από την έρευνα που διεξήγαγε η Επιτροπή μεταξύ των εμπόρων λιανικής πώλησης και προμηθευτών παιχνιδιών.

(22) Υπάρχουν μόνον δύο μελέτες που έχουν δημοσιευθεί και οι οποίες παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τη συνολική αξία που αντιπροσωπεύουν οι πωλήσεις παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες. Η μια μελέτη από αυτές δημοσιεύτηκε από το κέντρο έρευνας για το λιανικό εμπόριο/EIM([7]) και η άλλη από το Gfk Interact([8]). Και οι δύο μελέτες περιέχουν εκτιμήσεις όσον αφορά το σύνολο των λιανικών πωλήσεων παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες και εκτιμήσεις όσον αφορά τη σημασία των διαφόρων τρόπων με τους οποίους πωλούνται τα παιχνίδια στον τελικό καταναλωτή. Και οι δύο μελέτες αναφέρουν μια μείωση της αξίας των συνολικών πωλήσεων παιχνιδιών κατά τα τελευταία έτη. Σύμφωνα με τη μελέτη Gfk, ο αριθμός των παιχνιδιών που πωλούνται στις Κάτω Χώρες παρουσιάζει μικρή αύξηση κατά τα τελευταία τρία χρόνια, αλλά η μέση τιμή κάθε παιχνιδιού έχει μειωθεί, πράγμα που οδηγεί σε μείωση της συνολικής αξίας των πωλήσεων.

(23) Η λιανική πώληση παιχνιδιών έχει ιδιαίτερα εποχιακό χαρακτήρα. Περίπου 50 % των ετήσιων πωλήσεων πραγματοποιείται κατά την περίοδο μεταξύ 1ης Οκτωβρίου και 31ης Δεκεμβρίου. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ολλανδικής αγοράς από την άποψη αυτή αποτελεί η περίοδος της εορτής του Αγίου Νικολάου, η οποία αρχίζει τον Νοέμβριο και φθάνει στο αποκορύφωμά της το βράδυ της 5ης Δεκεμβρίου. Συνεπώς, η ετήσια αιχμή των πωλήσεων παρατηρείται νωρίτερα στις Κάτω Χώρες από ό,τι στις γειτονικές χώρες. Κάτι άλλο που χαρακτηρίζει επίσης την ολλανδική αγορά είναι το γεγονός ότι τα ποσά που διατίθενται για την αγορά παιχνιδιών για κάθε παιδί στις Κάτω Χώρες είναι κατά 20 % περίπου μικρότερα από το μέσο όρο της δυτικής Ευρώπης.

Συνολική αξία των πωλήσεων

(24) Σύμφωνα με εκτιμήσεις του κέντρου έρευνας για το λιανικό εμπόριο/EIM, η συνολική αξία των πωλήσεων παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες ανήλθε το 1996 σε 870 εκατομμύρια φλορίνια (410 εκατομμύρια Ecu). Σύμφωνα με το EIM, τα στοιχεία αυτά καλύπτουν τα κλασικά και άλλα παιχνίδια, όπως τα ηλεκτρονικά, αλλά όχι τα CD-ROM και τις βιντεοκασέτες για παιδιά. Οι εκτιμήσεις της EIM στηρίζονται στα στατιστικά στοιχεία του Dutch Central Bureau voor de Statistiek καθώς και σε δικά της στοιχεία.

(25) Σύμφωνα με τη μελέτη αγοράς της Gfk, το συνολικό ποσό των πωλήσεων παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες ανήλθε σε 734 εκατομμύρια φλορίνια περίπου (343 εκατομμύρια Ecu) το 1996. Η μελέτη αυτή

([5]) Απόφαση του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στην υπόθεση 56/65, Société Technique Minière κατά Maschinenbau Ulm, Συλλογή 1966.

([6]) Οι μελέτες αυτές εξετάζονται στην συνέχεια (σημεία 24 και 25).

([7]) EIM/Centrum voor Retail Research, Brancheschets Speelgoodetailhandel, 1966 και 1997.

([8]) Gfk Interact Consumer Panel, 1996.

αφορά όλες τις κατηγορίες παιχνιδιών, συμπεριλαμβανομένων των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και των παιχνιδιών για βίντεο, αλλά δεν καλύπτει τις βιντεοκασέτες και τα CD-ROM για παιδιά. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε σε αντιπροσωπευτική ομάδα 5 000 καταναλωτών, οι οποίοι απαντούσαν σε τακτά χρονικά διαστήματα σε ερωτηματολόγιο σχετικά με τις δαπάνες τους για παιχνίδια. Η μελέτη καλύπτει μόνο τις αγορές που υπερβαίνουν τα 10 φλορίνια (4,7 Ecu) και οι οποίες πραγματοποιούνται από άτομα ηλικίας άνω των 12 ετών. Σύμφωνα με δύο μεγάλους προμηθευτές (Lego και Mattel) τα στοιχεία της Gfk καλύπτουν μόνον 75-80°% των συνολικών πωλήσεων. Βάσει της υπόθεσης αυτής, το συνολικό ποσό των πωλήσεων ανέρχεται σε 980 εκατομμύρια φλορίνια (457 εκατομμύρια Ecu) για το 1996.

(26) Η Επιτροπή έλαβε μια μελέτη της αγοράς από την Lego σύμφωνα με την οποία οι πωλήσεις ανέρχονται συνολικά σε 1 053 εκατομμύρια φλορίνια. Η μελέτη αυτή δεν περιλαμβάνει τις βιντεοκασέτες και CD-ROM για παιδιά.

Β. **Η αγορά του σχετικού προϊόντος**

(27) Τα μέρη της συγκέντρωσης αναπτύσσουν δραστηριότητες στο λιανικό εμπόριο μεγάλου φάσματος παιχνιδιών, σε ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών ή καταστήματα που διαθέτουν ειδικευμένο τμήμα παιχνιδιών. Στις Κάτω Χώρες, η πώληση παιχνιδιών γίνεται κυρίως μέσω ειδικευμένων καταστημάτων τα οποία διαθέτουν μεγάλη ποικιλία παιχνιδιών καθόλη τη διάρκεια του έτους. Παιχνίδια πωλούνται επίσης και σε ορισμένα καταστήματα τύπου drugstores, πρατήρια καυσίμων, υπεραγορές, καταστήματα ηλεκτρονικών ειδών ή υπολογιστών, καταστήματα χονδρικής πώλησης τοις μετρητοίς και εταιρείες πωλήσεων δι' αλληλογραφίας.

(28) Η Επιτροπή είναι της γνώμης ότι η σχετική αγορά είναι η αγορά των σημείων λιανικής πώλησης τα οποία διαθέτουν μεγάλη ποικιλία παιχνιδιών στον τελικό καταναλωτή καθόλη τη διάρκεια του έτους. Στις Κάτω Χώρες, αυτά τα σημεία πωλήσεων περιλαμβάνουν ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών και καταστήματα που διαθέτουν ειδικευμένο τμήμα παιχνιδιών, όπως τα πολυκαταστήματα και τα καταστήματα ειδών οικιακής χρήσης. Τα σημεία αυτά πώλησης αναφέρονται ως ειδικευμένα σημεία πώλησης παιχνιδιών. Αντίθετα, τα μέρη ισχυρίζονται ότι ο ορισμός της σχετικής αγοράς πρέπει να είναι ευρύτερος, έτσι ώστε να συμπεριλαμβάνει όλους τους τρόπους πώλησης παιχνιδιών στον τελικό καταναλωτή.

(29) Τα μέρη υποστηρίζουν ότι η εξαίρεση των άλλων αυτών σημείων πώλησης είναι αυθαίρετη. Επιπλέον, τα μέρη ισχυρίζονται ότι ο ορισμός της σχετικής αγοράς πρέπει να περιλαμβάνει όλες τις πωλήσεις προϊόντων όπως τα CD, τις ηχητικές συσκευές, τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τις βιντεοκασέτες και τα αθλητικά είδη για τα παιδιά, εφόσον τα προϊόντα αυτά πωλούνται στα ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών όπως και στα άλλα σημεία πώλησης. Τα μέρη αναφέρονται επίσης σε μια μελέτη που πραγματοποίησε η Lego, σύμφωνα με την οποία η σχετική αγορά πρέπει να οριστεί βάσει των προϊόντων και των υπηρεσιών που τα παιδιά ζητούν για την ψυχαγωγία τους. Πρόκειται για τον λεγόμενο «κατάλογο επιθυμιών» των παιδιών. Τα μέρη ισχυρίζονται ότι το κριτήριο για τον ορισμό της αγοράς πρέπει να είναι ο ψυχαγωγικός χαρακτήρας που έχει ένα προϊόν για παιδιά. Τα μέρη αναφέρουν ως παράδειγμα το γεγονός ότι τα αθλητικά παπούτσια, τα CD-ROM, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια η ο εξοπλισμός στερεοφωνικών συγκροτημάτων θεωρούνται από τα παιδιά τέλεια υποκατάστατα των «παραδοσιακών» παιχνιδιών.

(30) Η Επιτροπή δεν δέχεται αυτή τη μέθοδο καθορισμού της σχετικής αγοράς βάσει του «καταλόγου επιθυμιών» των παιδιών. Δεδομένου ότι ο κατάλογος αυτός μπορεί να περιλαμβάνει και υπηρεσίες, ο ορισμός της σχετικής αγοράς θα επεκτεινόταν πέραν του λιανικού εμπορίου. Σύμφωνα με τον κανονισμό για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων, η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται. Ακόμη και αν ο ορισμός της αγοράς περιοριζόταν στη λιανική πώληση προϊόντων ψυχαγωγικού χαρακτήρα, θα έπρεπε να περιλαμβάνει και τη λιανική πώληση προϊόντων για τα οποία ασκείται ανταγωνισμός σε άλλες αγορές. Δεδομένου ότι πρόκειται για λιανικό εμπόριο, ο ορισμός της σχετικής αγοράς δεν μπορεί να επεκτείνεται σε όλες τις δυνατές εναλλακτικές λύσεις που προσφέρονται στον καταναλωτή.

(31) Τα ειδικευμένα σημεία πώλησης παιχνιδιών διαφέρουν από τους υπόλοιπους τρόπους διανομής, δεδομένου ότι προσφέρουν καθόλη τη διάρκεια του έτους ευρύτατη ποικιλία παιχνιδιών για παιδιά. Τα ειδικευμένα αυτά σημεία πώλησης προσφέρουν στον καταναλωτή μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Η Toys "R" Us ανέφερε κατά την ακρόαση ότι τα ειδικευμένα καταστήματα λιανικής πώλησης παιχνιδιών διαλέγουν τα προϊόντα τους κατά τέτοιο τρόπο ώστε να προσελκύουν τον μεγαλύτερο δυνατό αριθμό καταναλωτών. Ένα πλήρες φάσμα περιλαμβάνει συνήθως προϊόντα των ακόλουθων κατηγοριών: παιχνίδια για βρέφη και νήπια, κούκλες, πάνινα και χνουδωτά παιχνίδια, ζωάκια, παιχνίδια κατασκευών, επιτραπέζια παιχνίδια, παζλ, συναρμολογούμενα παιχνίδια, παιχνίδια εξωτερικού χώρου, παιχνίδια εγρήγορσης και είδη χειροτεχνίας για παιδιά («παραδοσιακά») παιχνίδια) και ηλεκτρονικά παιχνίδια, όπως τα παιχνίδια για ηλεκτρονικούς υπολογιστές και τα παιχνίδια για βίντεο. Η ταξινόμηση αυτή των παιχνιδιών χρησιμοποιείται στις υπάρχουσες μελέτες αγοράς, βρίσκει σύμφωνες τις επιχειρήσεις του κλάδου και επιβεβαιώνεται από τους έμπορους λιανικής πώλησης και τους προμηθευτές παιχνιδιών των οποίων τη γνώμη ζήτησε η Επιτροπή.

(32) Χαρακτηριστικό όλων αυτών των ειδικευμένων σημείων λιανικής πώλησης παιχνιδιών είναι ότι εκδίδουν ειδικούς καταλόγους παιχνιδιών για τις πωλήσεις κατά την περίοδο της εορτής του Αγίου Νικολάου, η οποία αποτελεί για τις Κάτω Χώρες την περίοδο αιχμής των πωλήσεων. Οι υπόλοιποι κατάλογοι, όπως αυτός που εκδίδει το κατάστημα τύπου «drugstore» Kruidvat, δεν αποτελούν κατάλογους παιχνιδιών, δεδομένου ότι χρησιμοποιούν τα παιχνίδια μόνο για τα προκαλέσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών και αντιπροσωπεύουν, στο σύνολο του καταλόγου, μικρό μόνον ποσοστό των διαφημιζόμενων προϊόντων.

(33) Η σύνθεση των προσφερόμενων παιχνιδιών μπορεί να διαφέρει από το ένα ειδικευμένο σημείο πώλησης στο άλλο, δεδομένου ότι ορισμένα δίνουν μεγαλύτερη έμφαση σε ορισμένες κατηγορίες ή, στο πλαίσιο μιας κατηγορίας, στο ένα ή το άλλο προϊόν. Επιπλέον, δεδομένου του δυναμικού χαρακτήρα της αγοράς και της εμφάνισης νέων παιχνιδιών, η σχετική σημασία των διαφόρων κατηγοριών μπορεί επίσης να μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου. Για παράδειγμα, προϊόντα όπως τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και τα παιχνίδια για βίντεο αποτελούν εδώ και μερικά χρόνια συνήθεις κατηγορίες παιχνιδιών. Την πλέον πρόσφατη εξέλιξη από την άποψη αυτή αποτελούν τα CD-ROM για παιδιά, τα οποία έχουν ήδη κάνει την εμφάνισή τους σε ορισμένα καταστήματα παιχνιδιών.

(34) Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του λιανικού εμπορίου παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες είναι ότι το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων παιχνιδιών (τουλάχιστον 80 %) πραγματοποιείται σε ειδικευμένα σημεία πώλησης. Τα σημεία πώλησης όπως τα καταστήματα ηλεκτρονικών υπολογιστών και ηλεκτρονικών ειδών συνήθως πωλούν μόνον παιχνίδια για βίντεο και παιχνίδια για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τα οποία αποτελούν μια μόνον από τις κατηγορίες παιχνιδιών που διαθέτουν τα ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών. Άλλα καταστήματα που διαθέτουν παιχνίδια, όπως οι υπεραγορές και τα καταστήματα τύπου drugstore, προσφέρουν περιορισμένο αριθμό προϊόντων, στο πλαίσιο ενός πολύ ευρύτερου φάσματος καταναλωτικών αγαθών. Οι υπεραγορές που πωλούν παιχνίδια διαθέτουν περιορισμένη ποικιλία μικρών συνήθως παιχνιδιών τα οποία δεν υπερβαίνουν ορισμένη τιμή. Τα καταστήματα τύπου drugstore διαθέτουν επίσης περιορισμένη ποικιλία η οποία περιορίζεται συνήθως σε ένα έως τρία εμπορικά σήματα. Ακόμη και η αλυσίδα καταστημάτων τύπου drugstore Kruidvat, η οποία παρουσιάζει το μεγαλύτερο κύκλο εργασιών από όλα τα άλλα, προσφέρει σε μόνιμη βάση 100 το πολύ διαφορετικά παιχνίδια αναγνωρισμένου σήματος Lego, Fisher Price και Barbie. Όλα τα άλλα παιχνίδια πωλούνται κατά περιόδους. Ο αριθμός αυτός είναι κατά πολύ μικρότερος από τον αριθμό των παιχνιδιών που διαθέτουν τα καταστήματα οικιακών ειδών Blokker στο τμήμα παιχνιδιών, το οποίο διαθέτει έως και [...] διαφορετικά είδη. Ορισμένα πρατήρια καυσίμων, και ιδίως τα πρατήρια της Shell, πωλούν περιορισμένο αριθμό παιχνιδιών αναγνωρισμένου σήματος (για παράδειγμα Lego), πολύ συχνά σε προσωρινή βάση. Τα προϊόντα αυτά συνήθως διαθέτουν ειδική συσκευασία για τα εν λόγω σημεία πώλησης και διαφέρουν ελαφρώς από τα προϊόντα που διατίθενται στα ειδικευμένα σημεία πώλησης παιχνιδιών.

(35) Εξάλλου, τα καταστήματα αυτά χρησιμοποιούν συχνά τα παιχνίδια ως ένα μέσο προσέλκυσης πελατών με στόχο την πώληση άλλων προϊόντων ή τις παρορμητικές αγορές. Αντίθετα, οι καταναλωτές επιλέγουν ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών διότι επιθυμούν να έχουν μεγάλες δυνατότητες επιλογής ή με την ελπίδα ότι στα καταστήματα αυτά θα βρουν ένα συγκεκριμένο παιχνίδι ή κατηγορία παιχνιδιών. Παρόλο που οι πωλήσεις μιας μικρής ποικιλίας προϊόντων αναγνωνισμένου σήματος σε μη ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών μπορούν να επηρεάσουν την τιμή των προϊόντων που πωλούνται στα ειδικευμένα καταστήματα, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι τα καταστήματα αυτά αποτελούν ανταγωνιστές, με όλη τη σημασία της λέξης, των ειδικευμένων καταστημάτων λιανικής πώλησης παιχνιδιών. Η άποψη αυτή επιβεβαιώθηκε από άλλους εμπόρους λιανικής πώλησης παιχνιδιών.

(36) Τα μέρη ισχυρίζονται ότι η υπεραγορά Maxis και το κατάστημα χονδρικής πώλησης τοις μετρητοίς Makro πρέπει να συμπεριληφθούν στον ορισμό της σχετικής αγοράς. Το κατάστημα Maxis διαθέτει ευρύ φάσμα προϊόντων, ανάλογο των καταστημάτων Blokker και θεωρείται ότι αποτελεί τμήμα της σχετικής αγοράς. Το Makro είναι ένα κατάστημα χονδρικής πώλησης τοις μετρητοίς το οποίο δεν είναι, καταρχήν, ανοικτό στο ευρύ κοινό. Οι πωλήσεις που οι εταιρείες πραγματοποιούν δι' αλληλογραφίας είναι αμελητέες.

(37) Το φάσμα προϊόντων που πωλούνται στα ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών μπορεί να περιλαμβάνει προϊόντα τα οποία συνήθως διατίθενται σε μεγαλύτερη ποικιλία σε άλλα σημεία πώλησης, όπως βιβλία, αθλητικά είδη, ρολόγια και, σε ορισμένα καταστήματα, ακόμη και ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Όσον αφορά τα είδη αυτά, ο ανταγωνισμός ασκείται σε γειτονικές αγορές λιανικής πώλησης. Το γεγονός ότι ένας μικρός αριθμός των ειδών αυτών μπορούν να πωλούνται σε ειδικευμένα καταστήματα παιχνιδιών δεν επηρεάζει σε τίποτε το συμπέρασμα αυτό. Για το λόγο αυτό, δεν πρέπει να ληφθούν υπόψη όλα αυτά τα προϊόντα κατά την εξέταση του ανταγωνισμού που ασκείται μεταξύ ειδικευμένων καταστημάτων λιανικής πώλησης παιχνιδιών. Εν πάση περιπτώσει, η διαφορά δεν θα ήταν ουσιαστική για την εξέταση της υπόθεσης αυτής ([9]). Οι βιντεοκασέτες για παιδιά πωλούνται σε διάφορα καταστήματα, συμπεριλαμβανομένων των ειδικευμένων καταστημάτων λιανικής πώλησης παιχνιδιών. Δεδομένου ότι το ερώτημα, κατά πόσον τα προϊόντα αυτά πρέπει να θεωρηθούν ότι αποτελούν μία κατηγορία παιχνιδιών, δεν έχει καθοριστική σημασία για την υπό εξέταση υπόθεση, μπορεί να μείνει αναπάντητο.

Γ. **Η σχετική γεωγραφική αγορά**

(38) Στις προηγούμενες αποφάσεις της σχετικά με πράξεις συγκέντρωσης στον τομέα του λιανικού εμπορίου, η Επιτροπή έχει κατά κανόνα εκφράσει την άποψη ότι μια αγορά στον τομέα του λιανικού εμπορίου μπορεί να θεωρηθεί εθνική κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις ([10]). Παρόλο που η περιοχή προσέλευσης πελατών ενός καταστήματος λιανικής πώλησης, η οποία μπορεί να βασίζεται στην απόσταση την οποία είναι διατεθειμένος να διανύσει ένας καταναλωτής προκειμένου να φθάσει σε αυτό, είναι τοπική ή περιφερειακή, η περιοχή αυτή δεν προσδιορίζει απαραίτητα τη γεωγραφική αγορά. Στην περίπτωση στην οποία πολλές αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης διαθέτουν δίκτυα καταστημάτων σε εθνική κλίμακα, οι σημαντικές παράμετροι του ανταγωνισμού καθορίζονται σε εθνική κλίμακα. Συνεπώς, ό,τι από την άποψη της εν λόγω περιοχής μπορεί να αποτελεί τοπική ή περιφερειακή αγορά, πρέπει να ανάγεται σε εθνική αγορά κάτω από αυτές τις περιστάσεις.

([9]) Δεδομένου ότι το ποσοστό των προϊόντων αυτών στον κύκλο εργασιών της Blokker φαίνεται ότι είναι υψηλότερο από αυτό των ανταγωνιστών της, η λήψη υπόψη των προϊόντων αυτών θα είχε ως μόνο αποτέλεσμα την αύξηση του μεριδίου που κατέχει στην αγορά η Blokker μεταξύ των ειδικευμένων λιανοπωλητών.

([10]) Απόφαση 97/277/ΕΚ της Επιτροπής στην υπόθεση IV/M.784 — Kesko/Tuko (ΕΕ L 110 της 26.4.1997, σ. 53, σημείο 21).

(39) Η αγορά ειδικευμένων καταστημάτων λιανικής πώλησης παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη αλυσίδων που λειτουργούν σε εθνική βάση. Η διαχείριση των καταστημάτων λιανικής πώλησης τόσο της Blokker όσο και της Toys "R" Us γίνεται σε εθνική βάση και, στην περίπτωση της Toys "R" Us , ακόμη και σε διεθνή βάση. Στο πλαίσιο των συστημάτων αυτών οι σημαντικές παράμετροι του ανταγωνισμού καθορίζονται στο κεντρικό επίπεδο της αλυσίδας.

(40) Οι αποφάσεις όσον αφορά τον καθορισμό των τιμών των παιχνιδιών που πωλούνται σε καταστήματα που ανήκουν στον όμιλο Blokker λαμβάνονται στο κεντρικό επίπεδο κάθε αλυσίδας. Ακόμη και τα καταστήματα Blokker και Intertoys, τα οποία λειτουργούν βάσει συμφωνιών franchise, είναι υποχρεωμένα να εφαρμόζουν τιμές που καθορίζονται σε κεντρικό επίπεδο. Οι δικαιοδόχοι της Blokker και της Intertoys είναι υποχρεωμένοι να ενημερώνουν τη διαχείριση της αλυσίδας σχετικά με τον τοπικό ανταγωνισμό, αλλά η κεντρική διοίκηση αποφασίζει για οποιαδήποτε αντίδραση στον ανταγωνισμό αυτό. Παρόλο που τα μέλη του Otto Simon δεν είναι υποχρεωμένα να εφαρμόζουν τις τιμές που καθορίζονται σε κεντρικό επίπεδο, τα περισσότερα από αυτά εφαρμόζουν τις τιμές αυτές.

(41) Η διαχείριση από τα καταστήματα λιανικής πώλησης διεξάγεται κυρίως σε εθνική κλίμακα, δεδομένου ότι οι κατάλογοι και τα διαφημιστικά φυλλάδια έχουν την ίδια εμφάνιση και διανέμονται στο σύνολο της χώρας. Επιπλέον, το φάσμα προϊόντων των αλυσίδων, και ιδίως των καταστημάτων λιανικής πώλησης που ανήκουν στον όμιλο Blokker καθορίζονται στο κεντρικό επίπεδο των αλυσίδων.

(42) Παρόλο που οι αλυσίδες τις οποίες διαχειρίζεται η Blokker αναπτύσσουν δραστηριότητες σε άλλα κράτη μέλη (Bart Smit και Blokker στο Βέλγιο, Intertoys στην Γερμανία) και τα καταστήματα Toys "R" Us καλύπτουν μεγάλα τμήματα της Ευρώπης, η γεωγραφική αγορά δεν μπορεί να οριστεί σε ευρύτερη βάση από την εθνική αγορά. Οι προτιμήσεις και οι συνήθειες των καταναλωτών διαφέρουν από ένα κράτος μέλος στο άλλο. Οι κατάλογοι των καταστημάτων λιανικής πώλησης εκδίδονται και διανέμονται μόνο σε εθνική κλίμακα. Οι φτωχές επιδόσεις της Toys "R" Us στις Κάτω Χώρες, η οποία εισήγαγε στην ολλανδική αγορά τη μορφή των γερμανικών καταστημάτων της Toys "R" Us και τα προϊόντα που έχουν επιλεγεί για τη γερμανική αγορά αποδεικνύει ότι η ολλανδική αγορά καταστημάτων λιανικής πώλησης παιχνιδιών είναι εθνική.

Δ. **Επιπτώσεις της συγκέντρωσης**

i) Διάρθρωση της προσφοράς στη σχετική αγορά

Ο όμιλος Blokker

(43) Ο όμιλος Blokker διαθέτει δύο αλυσίδες ειδικευμένων καταστημάτων παιχνιδιών: «Bart Smit» και «Intertoys». Τα 147 καταστήματα Bart Smit ανήκουν εξ ολοκλήρου στην Blokker. Η αλυσίδα καταστημάτων Intertoys περιλαμβάνει 196 καταστήματα από τα οποία [...] λειτουργούν βάσει συμφωνιών franchise και [...] ανήκουν εξ ολοκλήρου στην Intertoys.

(44) Η Blokker πωλεί επίσης μια σειρά παιχνιδιών στις αλυσίδες καταστημάτων της με είδη οικιακής χρήσεως: «Blokker», «Marskramer» και «Familux». Συνολικά, παιχνίδια πωλούνται σε 288 καταστήματα της Blokker. Από τα καταστήματα αυτά [...] ανήκουν στην Blokker ενώ [...] λειτουργούν βάσει συμφωνιών franchise. Η Blokker διαχειρίζεται επίσης 143 καταστήματα που λειτουργούν με την εμπορική επωνυμία Marskramer και Familux. Από αυτά, τα [...] λειτουργούν βάσει συμφωνιών franchise και τα [...] είναι ιδιόκτητα.

(45) Η θέση που κατέχει σήμερα η Blokker στην αγορά λιανικής πώλησης παιχνιδιών είναι σε μεγαλό βαθμό αποτέλεσμα εξαγορών. Το 1985 ο όμιλος Blokker εξαγόρασε την Bart Smit. Το 1994 ο όμιλος Blokker εξαγόρασε την Intertoys, Marskramer και Familux, στις οποίες κατείχε προηγουμένως μειοψηφική συμμετοχή.

Toys "R" Us

(46) Η Toys "R" Us εισήλθε στην ολλανδική αγορά το 1993, εισάγοντας μια νέα μορφή πολυκαταστημάτων στην περιφέρεια των αστικών κέντρων. Η Toys "R" Us διαχειριζόταν το 1996 στις Κάτω Χώρες εννέα πολυκαταστήματα. Λόγω του πολύ μεγάλου μεγέθους τους, τα καταστήματα αυτά περιλαμβάνουν το μεγαλύτερο δυνατό φάσμα παιχνιδιών. Στη σειρά προϊόντων της Toys "R" Us περιλαμβάνονται επίσης και άλλα προϊόντα, όπως ποδήλατα, πάνες για βρέφη και παιδικές τροφές.

Ο όμιλος Otto Simon

(47) Η Otto Simon BV [11] αποτελεί θυγατρική της Otto Simon Beheer BV, η οποία ανήκει στον γερμανικό όμιλο Vedes. Τα μέλη του συστήματος Otto Simon είναι ανεξάρτητοι λιανοπωλητές. Η Otto Simon προσφέρει στα μέλη της κοινές αγορές, εγγυάται την εξόφληση και προσφέρει υπηρεσίες μάρκετινγκ και άλλες παρεπόμενες υπηρεσίες.

(48) Ο όμιλος Otto Simon διαχειρίζεται τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες ειδικευμένων σημείων λιανικής πώλησης παιχνιδιών. Το «De Speelboom» είναι ένα ειδικευμένο κατάστημα παιχνιδιών το οποίο διαθέτει ευρύ φάσμα προϊόντων (100 καταστήματα). Το «Wigwam» αποτελεί ανεξάρτητο κατάστημα στο πλαίσιο καταστήματος («Shop in the Shop»), η διαχείριση του οποίου γίνεται σε συνδυασμό με άλλα σημεία πωλήσεων, όπως καταστήματα ειδών οικια-

[11] Ο Otto Simon BV ανέπτυσσε στο παρελθόν δραστηριότητες με την εμπορική επωνυμία Toy Partners BV.

κής χρήσεως, βιβλιοπωλεία, καταστήματα τύπου drugstore και διαθέτει μικρότερο φάσμα προϊόντων (241 καταστήματα). Το «Techno Hobby» είναι μια αλυσίδα που ειδικεύεται στα ομοιώματα τρένων σε μικρογραφία, τα τηλεκατευθυνόμενα παιχνίδια, τις μικρογραφίες αυτοκινήτων και τα έτοιμα στοιχεία για την κατασκευή ομοιωμάτων (45 καταστήματα)[12]. Από την 1η Μαΐου 1997, ο Otto Simon ανέλαβε τη διαχείριση των πέντε ειδικευμένων καταστημάτων παιχνιδιών του «Early Learning Centre» με τη σύναψη κύριας συμφωνίας franchise. Τα καταστήματα αυτά διαθέτουν ευρύ φάσμα εκπαιδευτικών παιχνιδιών για παιδιά ηλικίας έως και οκτώ ετών.

In Den Olifant

(49) Η In Den Olifant είναι μια αλυσίδα μικρών ειδικευμένων καταστημάτων παιχνιδιών που λειτουργούν βάσει συμφωνίας franchise. Η επιχείρηση αυτή διαχειρίζεται επτά καταστήματα στις Κάτω Χώρες.

Πολυκαταστήματα και υπεραγορές

(50) Στις Κάτω Χώρες υπάρχουν τρεις σημαντικές αλυσίδες πολυκαταστημάτων τα οποία διαθέτουν ειδικευμένα τμήματα παιχνιδιών: Vroom & Dressmann (63 καταστήματα από τα οποία 46 πωλούν παιχνίδια) τα οποία ανήκουν στην Vendex International, De Bijenkorf (έξι καταστήματα) και Hema [236 καταστήματα, τα οποία ανήκουν στην Koninklijke Bijenkorf Beheer (KBB)]. Η μόνη υπεραγορά στις Κάτω Χώρες είναι η Maxis, η οποία διαθέτει πέντε καταστήματα.

Άλλα ανεξάρτητα ειδικευμένα σημεία πώλησης παιχνιδιών

(51) Υπάρχει επίσης ένα αριθμός μικρών ανεξάρτητων ειδικευμένων καταστημάτων παιχνιδιών και ανεξάρτητων καταστημάτων ειδών οικιακής χρήσεως. Οι δραστηριότητές τους δεν είναι σημαντικές και φθίνουν συνεχώς. Επιπλέον, υπάρχει ένας αριθμός μικρότερων ανεξάρτητων πολυκαταστημάτων τα οποία πωλούν παιχνίδια.

[12] Η Techno Hobby δεν διαθέτει ευρύ φάσμα παιχνιδιών όπως αναφέρθηκε ανωτέρω. Το ερώτημα κατά πόσον αποτελεί τμήμα της σχετικής αγοράς μπορεί να μείνει αναπάντητο εφόσον δεν θα επηρέαζε σημαντικά την εκτίμηση. Για τους σκοπούς της υπόθεσης αυτής, περιλαμβάνεται στο μερίδιο αγοράς του ομίλου Otto Simon.

ii) Μερίδια αγοράς στην σχετική αγορά

(52) Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, η Επιτροπή έχει ορίσει την αγορά του σχετικού προϊόντος ως τη λιανική πώληση παιχνιδιών μέσω ειδικευμένων σημείων λιανικής πώλησης παιχνιδιών.

(53) Προκειμένου να καθοριστούν τα μερίδια αγοράς των μερών που αναπτύσσουν δραστηριότητες στη σχετική αγορά, η Επιτροπή απέστειλε ερωτηματολόγια στους προμηθευτές και τους εμπόρους λιανικής πώλησης σχετικά με το μέγεθος της συνολικής αγοράς, τη σχετική σημασία των διαφόρων κυκλωμάτων διανομής και τον κύκλο εργασιών των μερών που αναπτύσσουν δραστηριότητες στη σχετική αγορά. Με τη βοήθεια του ερωτηματολογίου αυτού, η Επιτροπή έχει υπολογίσει τα μερίδια αγοράς των κυριοτέρων επιχειρήσεων[13]. Το συνδυασμένο μερίδιο αγοράς των εναπομενόντων ανεξάρτητων ειδικευμένων καταστημάτων παιχνιδιών, των ανεξάρτητων καταστημάτων ειδών οικιακής χρήσεως και των ανεξάρτητων πολυκαταστημάτων υπολογίζεται ότι αντιπροσωπεύει 10 % των πωλήσεων στη σχετική αγορά, δεδομένου ότι είναι σχεδόν αδύνατο να βρεθούν στοιχεία όσον αφορά τον κύκλο εργασιών αυτών των σημείων πώλησης (το ποσοστό αυτό στηρίζεται στην μελέτη αγοράς της Gfk).

(54) Βάσει του αθροίσματος των σημερινών κύκλων εργασιών των μερών που αναπτύσσουν δραστηριότητες στη σχετική αγορά και την εκτίμηση του συνδυασμένου μεριδίου αγοράς των ανεξάρτητων καταστημάτων, η αξία των πωλήσεων στη σχετική αγορά υπολογίζεται ότι ανήλθε το 1996 σε 785 εκατομμύρια φλορίνια περίπου (366 εκατομμύρια Ecu).

(55) Τα μερίδια αγοράς των μερών που αναπτύσσουν δραστηριότητες στη σχετική αγορά, υπολογισμένα βάσει του κύκλου εργασιών τους, παρατίθενται στον πίνακα που ακολουθεί. Τα στοιχεία αυτά δεν έχουν μεταβληθεί σημαντικά στη διάρκεια των τελευταίων τριών ετών.

[13] Για τον σκοπό του υπολογισμού των μεριδίων αγοράς δεν λαμβάνονται υπόψη άλλα προϊόντα όπως τα βιβλία, τα αθλητικά είδη, τα ρολόγια και οι βιντεοκασέτες για παιδιά. Δεδομένου ότι δεν πωλούν όλοι οι ανταγωνιστές της Blokker CD-ROM στα τμήματα παιχνιδιών τους (πολυκαταστήματα), τα CD-ROM δεν έχουν ληφθεί υπόψη στον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς της Blokker. Για τους λόγους αυτούς, η Επιτροπή χρησιμοποίησε για τον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς της Blokker τον κύκλο εργασιών της.

Μερίδια αγοράς στη σχετική αγορά το 1996

Bart Smit	[. . .]	[20-30 %]
Intertoys	[. . .]	[20-30 %]
Marskramer/Familux	[. . .]	[< 5 %]
Blokker	[. . .]	[5-15 %]
Σύνολο ομίλου Blokker	[. . .]	[55-65 %]
Toys "R" Us	[. . .]	[3-10 %]
Blokker + Toys "R" Us	[. . .]	[. . .]
Otto Simon	[. . .]	[10-20 %]
Vroom & Dreesmann	[. . .]	[3-10 %]
Bijenkorf	[<5 %]	
Hema	[<5 %]	
In den Olifant	[<5 %]	
Άλλοι (συμπεριλαμβανομένης της Maxis)	[10 %]	Συνδυασμένο μερίδιο αγοράς (κατ' εκτίμηση)
Σύνολο σχετικής αγοράς	100 %	

(56) Κατά τον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς της Blokker, έχουν ληφθεί υπόψη όλες μαζί οι αλυσίδες καταστημάτων. Σύμφωνα με την Blokker, κάθε μία από τις αλυσίδες καταστημάτων Bart Smit, Intertoys και Blokker έχει τη δική της εμπορική πολιτική όσον αφορά τις αγορές, τον καθορισμό των σειρών των προϊόντων και τις λιανικές τιμές [. . .]. Ωστόσο, ο ισχυρισμός αυτός δεν οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η Blokker, η Bart Smit και η Intertoys είναι ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Αυτό που έχει καθοριστική σημασία είναι το γεγονός ότι όλες οι αλυσίδες καταστημάτων λειτουργούν υπό τον έλεγχο της κεντρικής διοίκησης του ομίλου Blokker ο οποίος μπορεί να ελέγχει την ανταγωνιστική συμπεριφορά και των τριών αλυσίδων καταστημάτων [. . .].

(57) Εξάλλου, παρόλο που η Blokker ισχυρίζεται ότι δεν υπάρχει συντονισμός μεταξύ των αλυσίδων όσον αφορά τις αγορές, από την έρευνα της Επιτροπής προκύπτει ότι όντως υπάρχει ένας βαθμός συντονισμού μεταξύ των τριών αλυσίδων όσον αφορά τους όρους αγοράς. Ορισμένοι προμηθευτές ανέφεραν ότι παρόλο που οι αλυσίδες καταστημάτων της Blokker πραγματοποιούν τις αγορές τους ξεχωριστά, οι τιμές και οι όροι που επιβάλλονται είναι οι ίδιοι. Επιπλέον, ορισμένοι προμηθευτές ανέφεραν ότι εφαρμόζουν ένα σύστημα πριμοδότησης στο πλαίσιο του οποίου οι πριμοδοτήσεις βασίζονται στο συνολικό όγκο των αγορών όλων των αλυσίδων καταστημάτων Blokker. Επιπλέον, ο όμιλος Blokker πραγματοποιεί ορισμένες πωλήσεις ως όμιλος, όπως έχει επιβεβαιώσει η ίδια η Blokker.

(58) [. . .].

iii) Η θέση της Blokker πριν από την πράξη

Μερίδιο αγοράς

(59) Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποίησε η Επιτροπή, το μερίδιο αγοράς του ομίλου Blokker, πριν από τη συγκέντρωση, ήταν περίπου [55-65 %] στην ειδικευμένη αγορά λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών. Από αυτό και μόνο το υψηλό μερίδιο αγοράς τεκμαίρεται η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης [14], ιδίως αν ληφθεί υπόψη η κατακερματισμένη δομή της υπόλοιπης αγοράς. Ο πλησιέστερος ανταγωνιστής, η Otto Simon, είναι τρεις φορές μικρότερη από τον όμιλο Blokker, με μερίδιο αγοράς [10-20 %]. Η Vroom and Dreesmann διαθέτει μεταξύ [< 3 %] και [< 10 %] όπως και η Toys "R" Us, ενώ το σύνολο των άλλων ανταγωνιστών διαθέτουν μερίδια αγοράς κατά πολύ μικρότερα του 5 %.

Διαφοροποίηση των μεθόδων πώλησης

(60) Πριν από την πράξη, η Blokker χρησιμοποιούσε ήδη τρεις διαφορετικές κατηγορίες ειδικευμένων σημείων λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών που στο σύνολό τους βρίσκονταν στις εμπορικές οδούς του κέντρου των πόλεων και των αστικών εμπορικών

[14] Απόφαση 97/277/ΕΚ στην υπόθεση IV/M.784 — Kesko/Tuko ΕΕ L 110 της 26.4.1997, σ. 53, σημείο 106).

κέντρων. Η Bart Smit είναι περισσότερο παρούσα στις μεσαίες και μεγάλες περιοχές εφοδιασμού ενώ η Intertoys είναι κυρίως παρούσα στις μεσαίου μεγέθους πόλεις και κοινότητες. Κατά το μέσο όρο, το μέγεθος των καταστημάτων δεν ξεπερνά τα [...] τετραγωνικά μέτρα.

(61) Η Bart Smit και η Intertoys παρέχουν και οι δύο τους ένα ευρύ αλλά όχι πλήρες φάσμα προϊόντων. Αυτό οφείλεται στο υψηλό κόστος μίσθωσης καταστημάτων λιανικής πωλήσεως στα κέντρα των πόλεων και στα εμπορικά κέντρα, πράγμα που συνεπάγεται τη δημιουργία μικρών σχετικά καταστημάτων. Οι δύο αλυσίδες διαθέτουν στο εμπόριο είδη τα οποία σε συγκεκριμένη στιγμή έχουν μεγάλη ζήτηση από το κοινό. Τα ράφια με τα παιχνίδια των καταστημάτων Blokker προτείνουν πιο περιορισμένη σειρά προϊόντων από τα καταστήματα της Bart Smit και της Intertoys (για παράδειγμα, τα καταστήματα Blokker δεν πωλούν ούτε παιχνίδια για βίντεο ούτε λογισμικά). Το φάσμα των προϊόντων που πωλούν η Bart Smit, η Intertoys και η Blokker διαφέρουν μέχρις ενός ορισμένου σημείου, πράγμα που επιβεβαιώνεται τόσο από την ίδια την Blokker όσο και από την εξέταση των καταλόγων των αλυσίδων από την Επιτροπή. Ωστόσο, αν ληφθούν υπόψη από κοινού, οι αλυσίδες προτείνουν ένα ιδιαίτερα ευρύ φάσμα παιχνιδιών.

(62) Το γεγονός ότι η Blokker χρησιμοποιεί τρεις διαφορετικές κατηγορίες καταστημάτων τα οποία προσφέρουν ιδίως μεγάλη ποικιλία προϊόντων αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι διαφορές μεταξύ των σειρών προϊόντων περιορίζουν τη συνολική διαφάνεια των τιμών έναντι των ανταγωνιστών και των καταναλωτών. Επιπλέον, η Blokker μπορεί έτσι, στο επίπεδο της αλυσίδας μάλλον παρά του ομίλου στο σύνολό του, να μεταβάλλει τα προϊόντα ή τις τιμές ή να αντιδρά σε τέτοιες μεταβολές, πράγμα που ενισχύει την ευελιξία της έναντι των ανταγωνιστών της.

Οικονομίες κλίμακας που πραγματοποιούνται στα προϊόντα χωρίς αναγνωρισμένο σήμα και στα προϊόντα που φέρουν το σήμα διανομέων

(63) Στις Κάτω Χώρες, το μερίδιο που αντιπροσωπεύουν στην αγορά λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών τα προϊόντα χωρίς αναγνωρισμένο σήμα και τα προϊόντα που φέρουν το σήμα διανομέων και αγοράζονται απευθείας από την Άπω Ανατολή είναι υψηλότερο σε σχέση με τις γειτονικές χώρες. Σύμφωνα με πολλούς ανταγωνιστές, οι αλυσίδες Blokker έχουν τη φήμη ότι προτείνουν μεγάλο ποσοστό προϊόντων χωρίς αναγνωρισμένο σήμα και προϊόντα που φέρουν το σήμα διανομέων. Ο όμιλος Blokker ισχυρίζεται από την πλευρά του ότι οι άμεσες αγορές του από την Άπω Ανατολή περιλαμβάνουν και προϊόντα αναγνωρισμένου σήματος.

(64) Η υψηλότερη αναλογία των προϊόντων χωρίς αναγνωρισμένο σήμα και των προϊόντων που φέρουν το σήμα διανομέων στην ολλανδική αγορά οφείλεται, σύμφωνα με τα μέρη, στο σχετικά υψηλό κόστος των λιανικών πωλήσεων λόγω του υψηλού μισθώματος των καταστημάτων στις κεντρικές αρτηρίες των πόλεων. Κατά συνέπεια, οι έμποροι λιανικής πωλήσεως έχουν την τάση να αντισταθμίζουν τα λιγότερο σημαντικά κέρδη από τα προϊόντα αναγνωρισμένου σήματος, των οποίων οι τιμές είναι γενικά εναρμονισμένες από τους προμηθευτές σε ευρωπαϊκό επίπεδο, με την εφαρμογή υψηλότερων τιμών στα προϊόντα που δεν φέρουν αναγνωρισμένο σήμα, καθώς και στα προϊόντα που πωλούνται με το σήμα διανομέων.

(65) Η Blokker μπορεί, σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές της, να πραγματοποιήσει οικονομίες κλίμακας όσον αφορά τις αγορές εξαιτίας του γεγονότος ότι διαθέτει στην αγορά μεγάλη αναλογία προϊόντων χωρίς αναγνωρισμένο σήμα, προϊόντα που πωλούνται με το σήμα διανομέων και προϊόντα αναγνωρισμένου σήματος τα οποία αγοράζει απευθείας, καθώς και επειδή διαθέτει σημαντικό μερίδιο αγοράς. Αυτές οι οικονομίες κλίμακας δίνουν στον όμιλο Blokker σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επιπλέον, ο υψηλός όγκος προϊόντων χωρίς αναγνωρισμένο σήμα και προϊόντων που πωλούνται με το σήμα διανομέων παρέχει επίσης στη Blokker μεγαλύτερη ανεξαρτησία στην αγορά όσον αφορά τη στρατηγική καθορισμού των τιμών δεδομένου ότι δεν υπόκειται, όπως συμβαίνει στην περίπτωση των προϊόντων αναγνωρισμένου σήματος, σε άμεσες συγκρίσεις τιμών από τους ανταγωνιστές και τους πελάτες.

(66) Τα μέρη ισχυρίζονται ότι οι τιμές καθορίζονται από τις τιμές των προϊόντων χωρίς αναγνωρισμένο σήμα των παρόμοιων ανταγωνιστικών προϊόντων αναγνωρισμένου σήματος. Κατά συνέπεια, η Blokker δεν μπορεί να καθορίζει με πλήρη ελευθερία τις τιμές των προϊόντων χωρίς αναγνωρισμένο σήμα. Μολονότι τα προϊόντα χωρίς αναγνωρισμένο σήμα και τα προϊόντα που φέρουν το σήμα διανομέων δεν θα πωλούνται σε τιμές υψηλότερες από τις τιμές των προϊόντων αναγνωρισμένου σήματος, αυτό δεν σημαίνει ότι η Blokker δεν θα διαθέτει μεγάλα περιθώρια ελιγμών για την εφαρμογή ανεξάρτητης πολιτικής όσον αφορά τον καθορισμό των τιμών.

Ο ρόλος «φύλακα» της Blokker

(67) Όσον αφορά τη θέση της Blokker, ορισμένοι προμηθευτές επιβεβαίωσαν ότι λόγω του υψηλού μεριδίου της στην αγορά η Blokker διαδραματίζει το ρόλο του «φύλακα» όσον αφορά την πρόσβαση στην αγορά λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών. Για να διαθέσει ένα νέο παιχνίδι στην αγορά, ένας προμηθευτής πρέπει να έχει πρόσβαση στα κυριότερα κυκλώματα διανομής έτσι ώστε να μπορέσει να επιτύχει τον κρίσιμο όγκο πωλήσεων που θα του επιτρέψει να καλύψει τις επενδύσεις του σε ραδιοφωνική και τηλεοπτική διαφήμιση. Ένας από τους μεγαλύτερους προμηθευτές δήλωσε ότι για να αποσβέσει το κόστος διάθεσης ενός νέου προϊόντος στην αγορά, θα έπρεπε τουλάχιστον δύο από τις τρεις υφιστάμενες κατηγορίες καταστημάτων της Blokker να του παράσχουν πρόσβαση και στήριξη για να κατορθώσει να διαθέσει αυτό το προϊόν σε συνδυασμό με μια διαφημιστική εκστρατεία. Εξάλλου, δύο άλλοι μεγάλοι προμηθευτές δήλωσαν ότι δεν σκοπεύουν να διαθέσουν νέο προϊόν στην ολλανδική αγορά χωρίς να είναι παρόντες στα σημεία πώλησης της Blokker. Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι η Blokker μπορεί να επηρεάσει το φάσμα των προϊόντων που διατίθενται στην ολλανδική αγορά. Αυτό αναφέρθηκε επίσης και από ορισμένους άλλους ανταγωνιστές οι οποίοι παραπονέθηκαν ότι δεν ήταν σε θέση να αποφασίσουν την αγορά διαφόρων σειρών προϊόντων ανεξάρτητα από την Blokker.

Το επιχείρημα που προβλήθηκε από τα μέρη ως προς τις τιμές

(68) Τα μέρη ισχυρίζονται ότι οι τιμές είναι χαμηλές στις Κάτω Χώρες και ότι οι ολλανδοί καταναλωτές προ-

σέχουν ιδιαίτερα τις τιμές, πράγμα που κατά τη γνώμη τους αποτελεί ένδειξη ότι η Blokker δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση. Η Επιτροπή δέχεται ότι, κατά μέσο όρο, η αξία των παιχνιδιών που πωλούνται στην ολλανδική αγορά μπορεί να είναι χαμηλότερη από την αξία τους στις γειτονικές αγορές. Ωστόσο, επειδή τα ίδια τα μέρη δηλώνουν ότι το «επίπεδο των τιμών των προϊόντων αναγνωρισμένου σήματος είναι γενικά εναρμονισμένο σε ευρωπαϊκό επίπεδο», η υποτιθέμενη σχετικά χαμηλή μέση τιμή ανά παιχνίδι αφορά κυρίως τα προϊόντα χωρίς αναγνωρισμένο σήμα ή τα προϊόντα που φέρουν το σήμα διανομέων τα οποία αντιπροσωπεύουν μεγάλο τμήμα των πωλήσεων παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες και για τα οποία δεν υπάρχει παράμετρος που να επιτρέπει συγκρίσεις μεταξύ των τιμών. Εξάλλου, ένας από τους κυριότερους προμηθευτές δίνει και μια άλλη ερμηνεία, αναφέροντας ότι αυτό μπορεί να οφείλεται στη συνήθεια των ολλανδών να κάνουν πολλά μικρά δώρα στη γιορτή του Αγίου Νικολάου αντί για ένα μεγάλο δώρο.

iv) Η θέση των ανταγωνιστών

Otto Simon

(69) Όπως προαναφέρθηκε, το σωρευτικό μερίδιο αγοράς των τριών διακριτικών τίτλων Otto Simon είναι μικρότερο από το ένα τρίτο του μεριδίου του ομίλου Blokker. Επιπλέον, η δομή του ομίλου Otto Simon είναι σχετικά χαλαρή. Δεδομένου ότι η εμφάνιση των καταστημάτων μπορεί να διαφέρει, τα μέλη του διακριτικού τίτλου Speelboom δεν δίνουν υποχρεωτικά την εντύπωση ότι ανήκει στην ίδια αλυσίδα. Σε επίπεδο κεντρικής οργάνωσης, ο όμιλος Otto Simon διαχειρίζεται ένα κοινό σύστημα αγορών, παρέχει συμβουλές όσον αφορά το φάσμα προϊόντων και παρέχει ορισμένες υπηρεσίες υποστήριξης. Ωστόσο, τα μέλη μπορούν να καθορίζουν τα ίδια το φάσμα των προϊόντων τους. Μολονότι αυτή η ευελιξία μπορεί να αποτελεί πλεονέκτημα στο βαθμό που επιτρέπει στα μέλη του ομίλου να υιοθετούν δικές τους στρατηγικές εμπορίας, η χαλαρή σχετικά οργανωτική δομή, σε συνδυασμό με το σχετικά χαμηλό μερίδιο αγοράς, περιορίζει την δυνατότητα της Otto Simon, ως ομίλου, να ανταγωνιστεί σε μόνιμη βάση τον όμιλο Blokker.

(70) Σύμφωνα με την Otto Simon, μεταξύ του 1992 και του 1997, άνω των 30 μελών της Otto Simon εγκατέλειψαν έναν από τους διακριτικούς τίτλους Otto Simon για να υιοθετήσουν τον διακριτικό τίτλο Intertoys του ομίλου Blokker. Η Blokker ανέφερε ότι η απόκτηση της Intertoys έγινε το 1994 και όχι το 1992. Ωστόσο, το 1992 η Blokker διέθετε ήδη σημαντική αλλά μη ελέγχουσα συμμετοχή στην Intertoys. Τα λόγια του κ. Blokker, προέδρου του διοικητικού συμβουλίου της Blokker, στο πλαίσιο συνεντεύξεως που δημοσιεύθηκε στο οικονομικό περιοδικό Quote τον Δεκέμβριο του 1994, δείχνουν τη σημασία που αποδίδει η Blokker στον ανταγωνισμό του ομίλου Otto Simon: «εδώ και ορισμένο χρονικό διάστημα προσπαθήσαμε να επαναφέρουμε ορισμένο αριθμό από αυτά τα καταστήματα (μέλη του ομίλου Otto Simon) στον ορθό δρόμο» και «αν δεν επιλέξουν την Intertoys, διατρέχουν τον κίνδυνο να δουν ένα από τα καταστήματά μας να εγκαθίσταται δίπλα από την πόρτα τους». Στο πλαίσιο αυτό πρέπει να αναφερθεί ότι η Blokker δεν πωλεί παιγνίδια σε όλα της τα καταστήματα πώλησης οικιακών ειδών. Έχει συνεπώς τη δυνατότητα να δημιουργήσει στα καταστήματά της χώρους πωλήσεως παιχνιδιών όπου και όταν το κρίνει σκόπιμο.

Toys "R" Us

(71) Η Toys "R" Us πρωτοεμφανίστηκε στην ολλανδική αγορά το 1996 και το 1996 διαχειριζόταν στις Κάτω Χώρες εννέα καταστήματα.

(72) Η αντίληψη της Toys "R" Us βασίζεται σε ένα εμπορικό και οργανωτικό σύστημα που εξασφαλίζει τη συνεχή ύπαρξη σε απόθεμα του μεγαλύτερου δυνατού φάσματος προϊόντων. Για να επιτευχθεί η οικονομική βιωσιμότητα, οι πωλήσεις πρέπει στην περίπτωση αυτή να φθάνουν σε ορισμένο κρίσιμο κατώτατο όριο. Σύμφωνα με την Toys "R" Us, δεν θα ήταν δυνατόν να επιτευχθεί αυτό το κρίσιμο κατώτατο όριο πωλήσεων ούτε ο αριθμός των απαιτούμενων καταστημάτων για την επίτευξη αποδεκτής αποδοτικότητας στις μικρότερου μεγέθους ευρωπαϊκές αγορές (όπως των Κάτω Χωρών). Για το λόγο αυτό, σε αυτές τις μικρές αγορές, η στρατηγική της Toys "R" Us συνίστατο στη διείσδυση από μεγαλύτερες γειτονικές αγορές, χρησιμοποιώντας την υφιστάμενη σε αυτές τις μεγαλύτερες αγορές υποδομή.

(73) Η γερμανική θυγατρική Toys "R" Us διαχειριζόταν τις δραστηριότητες της Toys "R" Us και εξασφάλιζε τον εφοδιασμό της. Ωστόσο, αντιγράφοντας την γερμανική προσέγγιση Toys "R" Us στις Κάτω Χώρες χωρίς να μεταβάλει το φάσμα προϊόντων,η Toys "R" Us υποτίμησε τις σημαντικές διαφορές μεταξύ των προτιμήσεων των ολλανδών και των γερμανών καταναλωτών, πράγμα που επηρέασε αρνητικά τις πωλήσεις στις Κάτω Χώρες.

(74) Επιπλέον, όλοι γνωρίζουν ότι κατά το πρώτο έτος δραστηριότητάς της η Toys "R" Us δεν είχε πλήρη επίγνωση της ιδιαιτερότητας της γιορτής του Αγίου Νικολάου στις Κάτω Χώρες, ημερομηνία κατά την οποία οι πωλήσεις παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες ανέρχονται σε πολύ υψηλά επίπεδα. Η παρουσίαση των καταστημάτων έδινε έμφαση στα Χριστούγεννα μάλλον παρά στην εορτή του Αγίου Νικολάου.

(75) [. . .].

(76) Κατά συνέπεια, φαίνεται ότι η Toys "R" Us αντιμετώπισε διαρθρωτικές αδυναμίες και έκανε σφάλματα στο επίπεδο του μάρκετινγκ τα οποία περιόρισαν σε μεγάλο βαθμό την ικανότητά της να αποτελέσει ισχυρό ανταγωνιστή στην ολλανδική αγορά. Η Blokker, η αγορά εν γένει και η ίδια η Toys "R" Us παραδέχονται αυτές τις αδυναμίες. Εξαιτίας των προαναφερομένων, η Toys "R" Us δεν μπόρεσε να γίνει ένας ισχυρός ανταγωνιστικός παράγοντας στην ολλανδική αγορά.

Μεγάλα καταστήματα και άλλα ειδικευμένα σημεία πώλησης

(77) Τα μεγάλα καταστήματα διαθέτουν σωρευτικά μερίδιο αγοράς μεταξύ 5 και 10 %. Μολονότι ανήκουν

όλα τους σε μεγάλους ομίλους διανομής, τα μερίδα αγοράς τους στη σχετική αγορά είναι ωστόσο μικρά. Σύμφωνα με ένα μεγάλο κατάστημα, τα παιχνίδια θεωρούνται ως ένα απαραίτητο συστηματικό μέρος του συνολικού φάσματος προϊόντων που προτείνονται από αυτά τα καταστήματα. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι η ανταγωνιστική τους ικανότητα δεν παραμένει περιορισμένη λόγω του μικρού μεριδίου τους στην αγορά.

(78) Όλοι οι άλλοι φορείς στη σχετική αγορά διαθέτουν μερίδια αγοράς κατά πολύ κατώτερα του 5 %. Στις περισσότερες περιπτώσεις, πρόκειται για επιχειρηματικούς φορείς που είναι παρόντες σε ειδικευμένα σημεία πωλήσεως και δεν έχουν τη δυνατότητα ή τη βούληση να ανταγωνιστούν τους εμπόρους λιανικής πωλήσεως που προτείνουν ευρύτερο φάσμα προϊόντων.

Ανταγωνιστικές πιέσεις από άλλα σημεία πώλησης

(79) Η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι τα ειδικευμένα σημεία λιανικής πωλήσεως παιχιδιών αντιμετωπίζουν μέχρις ορισμένου σημείου τον ανταγωνισμό άλλων σημείων πώλησης παιχνιδιών, ιδίως κατά την περίοδο πωλήσεως παιχνιδιών. Όπως προαναφέρθηκε, οι πωλήσεις παιχνιδιών πραγματοποιούνται κυρίως μέσω ειδικευμένων σημείων λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών. Αντιδρώντας στο αίτημα της ολλανδικής κυβέρνησης που υπολογίζει τη σπουδαιότητα των άλλων σημείων πώλησης σε 5 % του συνολικού όγκου πωλήσεων, η Blokker εκτιμά ότι αυτό το ποσοστό αντιπροσωπεύει 20 % των συνολικών πωλήσεων κατ' ανώτατο όριο.

(80) Όσον αφορά τα ονομαζόμενα παραδοσιακά παιχνίδια, ορισμένα άλλα σημεία λιανικής πωλήσεως, μπόρεσαν να διαθέσουν με σχετική επιτυχία στο εμπόριο ορισμένα από αυτά τα παιχνίδια. Αυτά τα σημεία λιανικής πωλήσεως δεν προσφέρουν ευρύ φάσμα παιχνιδιών αλλά μεμονωμένα είδη ή περιορισμένο αριθμό προϊόντων που προέρχονται από περιορισμένο αριθμό προμηθευτών (μεταξύ ενός και τριών). Αυτά τα προϊόντα χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν τους διερχόμενους πελάτες προσφέροντας ιδιαίτερα ελκυστικές τιμές ή είναι σχεδιασμένα με τρόπο που να προκαλούν αυθόρμητες αγορές. Για παράδειγμα, η Shell πωλεί έτσι σημαντικό αριθμό προϊόντων Lego στα πρατήρια καυσίμων. Τη στιγμή αυτή, η αλυσίδα καταστημάτων Kruidvat πωλεί προϊόντα Lego, κούκλες Barbie και προϊόντα Fisher Price σε μόνιμη βάση, καθώς και ορισμένα είδη χωρίς αναγνωρισμένο σήμα στο πλαίσιο πωλήσεων με έκπτωση. Αυτές οι πωλήσεις μπορούν να έχουν ανταγωνιστικό αντίκτυπο στα ίδια ή στα ομοειδή προϊόντα που προτείνονται από τα ειδικευμένα σημεία λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών. Ωστόσο, ο αντίκτυπός τους στη συνολική θέση των ειδικευμένων σημείων λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών είναι περιορισμένος. Επιπλέον, στο βαθμό που αυτές οι πωλήσεις έχουν προσωρινό χαρακτήρα, ο ανταγωνιστικός τους αντίκτυπος είναι επίσης χρονικά περιορισμένος. Κατά συνέπεια, αυτός ο ανταγωνισμός που ασκείται από τα καταστήματα τύπου «drugstores», τις υπεραγορές και τα πρατήρια πώλησης καυσίμων δεν θεωρείται επαρκής για να περιορίσει την ισχύ της Blokker στην σχετική αγορά.

(81) Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και τα παιχνίδια για βίντεο είναι περισσότερο διαδεδομένα χάρη σε άλλα κυκλώματα λιανικής πωλήσεως, όπως τα καταστήματα πληροφορικής και ηλεκτρονικών ειδών καθώς και τα καταστήματα πωλήσεως δίσκων. Η πώληση αυτών των ειδών στο πλαίσιο άλλων σημείων πώλησης μπορεί να επηρεάσει τις τιμές των ειδών που πωλούνται στα ειδικευμένα σημεία λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών της Blokker. Ωστόσο, ο αντίκτυπος αυτών των πωλήσεων στον ανταγωνισμό αφορά μια μόνο κατηγορία προϊόντων μεταξύ του ευρέως φάσματος που προτείνουν τα σημεία λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών, δεδομένου ότι αντιπροσωπεύουν στην καλύτερη περίπτωση το 10 % του συνολικού κύκλου εργασιών αυτών των σημείων πωλήσεων. Επιπλέον, τα σημεία λιανικής πωλήσεως Bart Smit και Intertoys, που ανήκουν στον όμιλο Blokker, παραμένουν οι πιο σημαντικοί πωλητές αυτών των προϊόντων.

Συμπέρασμα

(82) Με βάση τα προαναφερόμενα στοιχεία, η Επιτροπή θεωρεί ότι ο όμιλος Blokker διέθετε ήδη πριν από τη συγκέντρωση, δεσπόζουσα θέση στην αγορά των ειδικευμένων σημείων λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών.

v) Θέση της Blokker μετά τη συγκέντρωση

Μερίδιο αγοράς

(83) Το μερίδιο αγοράς της Toys "R" Us στα εννέα καταστήματα των Κάτω Χωρών υπολογίζεται σε [3-10 %]. Σύμφωνα με την Toys "R" Us, τα έξι καταστήματα που έχουν εξαγοραστεί από την Blokker αντιπροσωπεύουν [...] % του συνολικού κύκλου εργασιών της, πράγμα που αντιπροσωπεύει μερίδιο αγοράς τουλάχιστον [...] %.

(84) [...]

(85) Η συγκέντρωση των δραστηριοτήτων της Blokker με τις δραστηριότητες της Toys "R" Us στις Κάτω Χώρες θα οδηγήσει σε συνδυασμένο μερίδιο αγοράς ύψους τουλάχιστον [60-70 %].

(86) Αυτός ο υπολογισμός όσον αφορά την αύξηση του μεριδίου αγοράς του ομίλου Blokker δεν περιλαμβάνει την αύξηση του μεριδίου αγοράς που οφείλεται στα τρία καταστήματα τα οποία θα κλείσουν. Μπορεί να αναμένεται ότι ένα σημαντικό τμήμα του μεριδίου αγοράς των τριών αυτών καταστημάτων θα ανακτηθεί είτε από τις υφιστάμενες αλυσίδες του Blokker είτε από τα εναπομένοντα καταστήματα Toys "R" Us. Ως εκ τούτου, μετά τη συγκέντρωση, το σωρευτικό μερίδιο αγοράς θα είναι στην πραγματικότητα υψηλότερο.

(87) Τα μέρη ισχυρίζονται ότι η αύξηση του περιδίου αγοράς είναι ασήμαντη και δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι ενισχύει μια δεσπόζουσα θέση. Τα μέρη ισχυρίζονται εξάλλου ότι «ανεξαρτήτως του αν θα επιτραπεί ή όχι η πράξη, η αύξηση του μεριδίου αγοράς θα είναι ανεπαρκής για να μεταβάλει κατά τρόπο ουσιαστικό τη διάρθρωση της αγοράς από πλευράς ανταγωνισμού».

(88) Κατά τη γνώμη της Επιτροπής, η αύξηση των μεριδίων αγοράς σε συνδυασμό με ορισμένους παράγοντες οι οποίοι, στο σύνολό τους, αποδεικνύουν ότι το δυναμικό της εξαγοραζόμενης επιχείρησης είναι κατά πολύ μεγαλύτερο από ό,τι αφήνει να διαφανεί το πραγματικό μερίδιο αγοράς της, θα έχει ως αποτέλεσμα την ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης του ομίλου Blokker.

Στρατηγική αξία και συμπληρωματικότητα της Toys "R" Us σε σχέση με την Blokker

(89) Η απόκτηση των έξι καταστημάτων Toys "R" Us προσθέτει ένα τέταρτο διακριτικό τίτλο καταστήματος παιχνιδιών στους τρεις υφιστάμενους. Αυτός ο τέταρτος διακριτικός τίτλος διαφέρει από τους τρεις που ελέγχει ήδη ο όμιλος Blokker όσον αφορά την τοποθεσία, το μέγεθος και το φάσμα των προϊόντων.

(90) [. . .]

(91) Ο διακριτικός τίτλος Toys "R" Us αποτελείται από πολυκαταστήματα των οποίων το μέγεθος είναι σημαντικό και βρίσκονται έξω από το κέντρο των πόλεων και των αστικών εμπορικών κέντρων, πράγμα που καθιστά εύκολη την πρόσβαση σε αυτά τα καταστήματα με αυτοκίνητο. Η Toys "R" Us πωλεί παιχνίδια σε παρόμοια καταστήματα με εκείνα μιας υπεραγοράς που αποσκοπούν στο να καταστήσουν αποτελεσματική την αγορά χωρίς να παρέχουν άλλες υπηρεσίες, όπως, για παράδειγμα, οι συσκευασίες για δώρα. Λόγω της πολύ μεγάλης έκτασής τους, τα καταστήματα Toys "R" Us μπορούν να προσφέρουν ευρύ φάσμα προϊόντων (σύμφωνα με την Toys "R" Us, «τη μεγαλύτερη δυνατή επιλογή») που περιλαμβάνει κατά συνέπεια επίσης το ευρύτερο δυνατό φάσμα παιχνιδιών αναγνωρισμένου σήματος και, επίσης, τα μεγαλύτερα σε μέγεθος παιχνίδια. Ο διακριτικός τίτλος Toys "R" Us δεν αφορά μόνο στα παιχνίδια αλλά και άλλα προϊόντα που αφορούν το παιδί όπως πάνες, παιδικές τροφές και έπιπλα για βρέφη. Αυτά τα προϊόντα μπορούν να χρησιμοποιούνται για να προσελκύουν τους καταναλωτές και να αυξάνουν τη συχνότητα των επισκέψεών τους στο κατάστημα. Η Toys "R" Us ξεχωρίζει εξάλλου από το γεγονός ότι ένα μέρος των αποθεμάτων της δημιουργείται στα ίδια τα καταστήματα. Η Toys "R" Us επιβεβαιώνει κατά συνέπεια ότι μπορεί να εγγυηθεί ότι αυτά τα προϊόντα θα βρίσκονται πάντα σε απόθεμα.

(92) Δεδομένου ότι τα πολυκαταστήματα Toys "R" Us βρίσκονται στο σύνολό τους στην περιφέρεια των πόλεων, αυτή η απόκτηση θα επιτρέψει στη Blokker να έχει σχετικά εύκολη πρόσβαση στην αγορά της μεγάλης ημιαστικής διανομής, πράγμα που θεωρείται ότι έχει ιδιαίτερη σημασία για το μέλλον των λιανικών πωλήσεων. Αυτή είναι η εκτίμηση της πλειοψηφίας των προμηθευτών. Η Blokker θα επωφεληθεί κατά συνέπεια από ένα σημαντικό πλεονέκτημα, δεδομένου ότι θα είναι ο πρώτος όμιλος που θα διεισδύσει σε αυτήν την αγορά. Μολονότι η ολλανδική κυβέρνηση χαλάρωσε πρόσφατα την πολιτική της στον τομέα της διανομής ευρείας κλίμακας, η λιανική πώληση ευρείας κλίμακας σε ημιαστικές περιοχές προϊόντων όπως τα παιχνίδια επιτρέπεται μόνο σε 13 ημιαστικά κέντρα («stedelijke knooppunten»). Μέχρι τώρα η Toys "R" Us είναι η μοναδική ειδικευμένη εταιρεία λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών σε αυτήν την αγορά.

(93) Η κύρια συμφωνία franchise επιτρέπει στην Blokker να αγοράζει παιχνίδια μέσω του κέντρου προμηθειών τα οποία προορίζονται για πώληση από το δικαιοδόχο ή από κάθε κατάστημα που έχει τη σχετική άδεια εκμετάλλευσης franchise. Αυτό παρέχει στη Blokker πρόσθετο πλεονέκτημα το οποίο μπορεί να είναι ακόμη πιο πολύτιμο στο βαθμό που θα μπορούσε επίσης να ξεπερνά το πλαίσιο των καταστημάτων Toys "R" Us και να εφαρμόζεται απευθείας στις άλλες αλυσίδες του ομίλου Blokker. Μολονότι τα μέρη ισχυρίζονται ότι ο όμιλος Blokker δεν έχει λάβει την άδεια να χρησιμοποιεί το κέντρο προμηθειών για άλλα σημεία πώλησης παρά μόνο για τα σημεία πώλησης της Toys "R" Us, η διατύπωση της συμφωνίας franchise δεν επειβεβαιώνει αυτή την ερμηνεία. Τα μέρη ισχυρίζονται επιπλέον ότι οι από κοινού αγορές είναι ήσσονος σημασίας δεδομένου ότι αντιπροσωπεύουν περίπου [. . .] των πωλήσεων των καταστημάτων Toys "R" Us. Ωστόσο, αυτό το επιχείρημα δεν αποδυναμώνει τη σπουδαιότητα που αντιπροσωπεύουν οι από κοινού αγορές.

(94) Επιπλέον, με την απόκτηση του ελέγχου του διακριτικού τίτλου καταστήματος Toys "R" Us, η Blokker μπορεί να επιδιώκει να εξασφαλίσει τη μεγαλύτερη δυνατή συμπληρωματικότητα μεταξύ των τεσσάρων διακριτικών τίτλων όσον αφορά το φάσμα προϊόντων και τιμών. [. . .]. Βεβαίως, η Blokker θα πρέπει να διατηρήσει τη φήμη της Toys "R" Us ότι πωλεί σε ελκυστικές τιμές έτσι ώστε να προσελκύει τους καταναλωτές και εκτός των κέντρων των πόλεων αλλά θα μπορεί επίσης να παρεμποδίσει των αποτελεσματικό ανταγωνισμό μεταξύ των καταστημάτων Toys "R" Us και των καταστημάτων Bart Smit και Intertoys ακολουθώντας, για παράδειγμα, επιλεκτικές στρατηγικές χαμηλών τιμών για τα προϊόντα που δεν πωλούνται παρά μόνο στα καταστήματα Toys "R" Us ή ακολουθώντας συμπληρωματικές στρατηγικές όσον αφορά το φάσμα προϊόντων. Το γεγονός ότι η Blokker διαθέτει στο εμπόριο μεγάλη αναλογία προϊόντων χωρίς αναγνωρισμένο διακριτικό σήμα καθιστά ακόμη πιο πιθανή την εφαρμογή μιας τέτοιας στρατηγικής. Πρέπει να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι η συμφωνία franchise παρέχει στη Blokker σημαντικά περιθώρια ελιγμών στο πλαίσιο των κατηγοριών προϊόντων που διαθέτει η Toys "R" Us.

Το δυναμικό της Toys "R" Us στο πλαίσιο του ομίλου Blokker

(95) Μολονότι η εμπορική επιτυχία της Toys "R" Us στις Κάτω Χώρες ήταν σχετικά περιορισμένη και η εταιρεία βρισκόταν σε δυσχερή οικονομική κατάσταση, ο διακριτικός τίτλος των καταστημάτων της αντιπροσωπεύει πάντα ένα σημαντικό εμπορικό δυναμικό, ιδίως στα χέρια της Blokker η οποία έχει την απαιτούμενη γνώση της ολλανδικής αγοράς. Η Toys "R" Us είναι ένα πολύ ισχυρό αναγνωρισμένο εμπορικό σήμα. Σύμφωνα με την Toys "R" Us, αυτό το σήμα έχει τη φήμη ότι διαθέτει το ευρύτερο δυνατό φάσμα προϊόντων σε συμφέρουσες τιμές. Στην περίπτωση που ένας τοπικός εταίρος γίνει δικαιοδόχος των καταστημάτων Toys "R" Us, αυτά τα καταστήματα θα συνεχίσουν να είναι συνδεδεμένα με το δίκτυο καταστημάτων μιας από τις μεγαλύτερες σε παγκόσμιο επίπεδο εταιρείες λιανικής πώλησης παιχνιδιών και θα μπορούν να επωφελούνται από όλες τις υπηρεσίες που παρέχονται από το δίκτυο καθώς και από το σήμα του.

(96) Η Toys "R" Us απολαύει σημαντικών πλεονεκτημάτων, δεδομένου ότι αυτή τη στιγμή τη διαχείρισή της έχει αναλάβει ο μεγαλύτερος, και μάλιστα κατά πολύ, φορέας στη σχετική αγορά. Συγκεκριμένα, η Blokker θα προσφέρει τις σημαντικές γνώσεις της όσον αφορά τις προτιμήσεις και τις συνήθειες των

καταναλωτών στην εθνική αγορά. Είναι σε θέση να επιλέγει τα προϊόντα και είναι πιθανόν να το κάνει κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται καλύτερα στις προτιμήσεις των ολλανδών καταναλωτών. Η Blokker δεν θα αντιμετωπίσει τις ίδιες διαρθρωτικές αδυναμίες με την Toys "R" Us και είναι απίθανο να διαπράξει τα ίδια σφάλματα στον τομέα του μάρκετινγκ [...]. Εξάλλου, όλα τα πλεονεκτήματα των οικονομιών κλίμακας, συμπεριλαμβανομένων των εκπτώσεων, θα εξακολουθήσουν να ισχύουν. Επιπλέον, η Toys "R" Us μπορεί να επωφεληθεί από τα πλεονεκτήματα που αντιπροσωπεύει η συνεργασία με ένα μεγάλο ολλανδό φορέα λιανικής πώλησης, ιδίως όσον αφορά την πρόσβαση στη διαφήμιση, τη διαχείριση του προσωπικού και τις υπηρεσίες υποστήριξης (για παράδειγμα, καθαρισμός και ασφάλεια).

(97) Τα προαναφερόμενα στοιχεία δείχνουν ότι η Toys "R" Us, ελεγχόμενη από ένα τοπικό εταίρο που έχει την απαιτούμενη γνώση της εθνικής αγοράς, θα επιτύχει αισθητά καλύτερα αποτελέσματα σε σχέση με το παρελθόν, θα αυξήσει το μερίδιό της στην αγορά σε αξιοσημείωτο βαθμό και θα έχει τη δυνατότητα να αυξήσει τον αριθμό των καταστημάτων της [...].

(98) Αυτό το επιχείρημα ενισχύεται επίσης από τη δήλωση της Toys "R" Us στο πλαίσιο της οποίας αναφέρεται στην επιτυχία των εταιρικών της σχέσεων με τοπικούς διανομείς σε άλλα κράτη μέλη. Η φτωχή επίδοση της Toys "R" Us στις μικρότερες αγορές περιοριζόταν μόνο στην ολλανδική αγορά. Παρόμοιες καταστάσεις έλαβαν χώρα στη Σουηδία και τη Δανία. Οι δραστηριότητες της Toys "R" Us στη Σουηδία και στη Δανία άρχισαν το 1994 και αρχικά η διαχείριση όπως και ο εφοδιασμός γινόταν από το Ηνωμένο Βασίλειο. Οι δραστηριότητες στη Δανία (ένα κατάστημα) και στη Σουηδία (τρία καταστήματα) δεν οδήγησαν στην απαιτούμενη από την Toys "R" Us οικονομική απόδοση το 1994 και το 1995. Το 1996, η δραστηριότητα μεταφέρθηκε σε τοπικούς φορείς λιανικής πωλήσεως που αναπτύσσουν τις δραστηριότητές τους στο πλαίσιο μιας συμφωνίας franchise. Όταν οι νέοι δικαιοδόχοι διέθεσαν στο εμπόριο ένα συνδυασμό προϊόντων ειδικά για τη συγκεκριμένη αγορά, οι πωλήσεις ανά κατάστημα αυξήθηκαν αισθητά τόσο στη Σουηδία όσο και στη Δανία. Στη Δανία, ο αριθμός των καταστημάτων αυξήθηκε από ένα σε εννέα το 1996.

vi) Παρατηρήσεις των προμηθευτών

(99) Στο πλαίσιο της έρευνάς της, η Επιτροπή ήλθε σε επαφή με ορισμένους προμηθευτές της Blokker, καθώς και με την Ornes, τον οργανισμό στον οποίο αντιπροσωπεύονται οι ολλανδικές θυγατρικές των κατασκευαστών παιχνιδιών διεθνούς αναγνωρισμένου σήματος και οι ολλανδοί προμηθευτές παιχνιδιών αναγνωρισμένου σήματος.

(100) Σε ατομική βάση, οι προμηθευτές έχουν την τάση να τηρούν στάση ουδετερότητας ή να επιδεικνύουν αδιαφορία όσον αφορά τη συγκέντρωση, αν και αναγνωρίζουν την ήδη ισχυρή θέση της Blokker. Ορισμένοι ωστόσο τηρούν περισσότερο κριτική στάση έναντι αυτής της συγκέντρωσης ενώ για άλλους προμηθευτές η συγκέντρωση παρουσιάζει τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα. Η θέση της Ornes είναι η εξής: «η Toys "R" Us εισάγει στην αγορά ένα διακριτικό τίτλο καταστήματος που είναι απαραίτητος για την εξυγίανση και την επίτευξη ισορροπίας στην αγορά παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες. Η εξαγορά της Toys "R" Us είναι αυτή τη στιγμή αναγκαία για να εξασφαλιστεί η συνέχιση των δραστηριοτήτων αυτής της επιχείρησης στις Κάτω Χώρες. Το γεγονός ότι αυτός ο διακριτικός τίτλος καταστήματος θα περιέλθει στην κατοχή ενός φορέα που γνωρίζει την ολλανδική αγορά παιχνιδιών, θα ευνοήσει σε μεγάλο βαθμό τους ολλανδούς καταναλωτές. Η ενδεχόμενη εξαγορά των δραστηριοτήτων της Toys "R" Us από την Blokker δεν θα μεταβάλλει σε μεγάλο βαθμό την κατάσταση από την άποψη του ανταγωνισμού».

(101) Στο πλαίσιο συνεδριάσεως με τις υπηρεσίες της Επιτροπής, η Ornes επιβεβαίωσε ότι στηρίζει τη συγκέντρωση προβάλλοντας και ιδίως το επιχείρημα ότι σε διαφορετική περίπτωση η Toys "R" Us θα έπρεπε να σταματήσει τις δραστηριότητές της σε αυτή την αγορά. Στη συνεδρίαση αυτή επιβεβαίωσε επίσης ότι, στα χέρια της Blokker, η Toys "R" Us έχει πολλές πιθανότητες επιτυχίας.

(102) Πρέπει εξ αρχής να λεχθεί ότι σε μια αγορά λιανικής πωλήσεως, τα συμφέροντα των προμηθευτών και των καταναλωτών δεν συμπίπτουν κατ' ανάγκη. Η συγκέντρωση της προσφοράς στα χέρια ενός μόνον παράγοντα δεν αποβαίνει προς όφελος του καταναλωτή. Επιπλέον, πρέπει να σημειωθεί ότι τα ολλανδικά καταστήματα Toys "R" Us δεν εφοδιάζονταν στο παρελθόν από τους ολλανδικούς οργανισμούς πωλήσεων αλλά από τη γερμανική θυγατρική της Toys "R" Us. Ως εκ τούτου, από την άποψη αυτή, οι ολλανδικοί οργανισμοί πωλήσεων θα αποκομίσουν οφέλη από την πράξη όσον αφορά τις πωλήσεις, πράγμα που αναγνωρίστηκε ρητά από πολλούς προμηθευτές.

vii) Η ικανότητα αντίδρασης των ανταγωνιστών

(103) Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η συγκέντρωση θα έχει ως αποτέλεσμα να βελτιώσει ακόμη περισσότερο το σημαντικό προβάδισμα της Blokker έναντι των ανταγωνιστών της. Οι τελευταίοι θα είναι ακόμη λιγότερο σε θέση να ανταγωνιστούν την Blokker, ιδίως λόγω του γεγονότος ότι ο ένας από τους ισχυρούς δυνητικά ανταγωνιστές θα ελέγχεται στο εξής από την Blokker. Εξάλλου, η Blokker θα μπορεί να περιορίσει στο ελάχιστο κάθε αρνητικό αντίκτυπο που ενδέχεται να έχει η αύξηση του μεριδίου αγοράς της Toys "R" Us στις άλλες δραστηριότητές της υιοθετώντας το δικό της φάσμα προϊόντων και τη δική της στρατηγική τιμών.

(104) Η Blokker θα ενισχύσει τον έλεγχό της επί των προϊόντων με τα οποία εφοδιάζεται η ολλανδική αγορά, ιδίως επί των προϊόντων αναγνωρισμένου σήματος, επειδή θα αγοράζει στο εξής τα προϊόντα των καταστημάτων Toys "R" Us των οποίων ο εφοδιασμός γίνεται από τον γερμανικό οργανισμό πωλήσεων. Το γεγονός αυτό θα αποδυναμώσει ακόμη περισσότερο τη διαπραγματευτική ισχύ των ανταγωνιστών έναντι των προμηθευτών σε σύγκριση με τη θέση της Blokker.

viii) Φραγμοί στην είσοδο στην αγορά και δυνητικός ανταγωνισμός

Φραγμοί στην είσοδο στην αγορά

(105) Δεν υπάρχουν κανονιστικής φύσεως εμπόδια στην είσοδο στην αγορά λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών εξαιρουμένων των ενδεχόμενων περιορισμών όσον αφορά την κατασκευή καταστημάτων μεγάλου μεγέθους. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, τρεις νέοι διακριτικοί τίτλοι καταστημάτων πραγματοποίησαν την είσοδό τους στην ολλανδική αγορά: η Toys "R" Us , η Early Learning Centre και η In Den Olifant. Ωστόσο, το μερίδιο αγοράς των δύο τελευταίων διακριτικών τίτλων είναι ελάχιστο. Επιπλέον, η Toys "R" Us και η Early Learning Centre των οποίων η διαχείριση γίνεται εκτός των Κάτω Χωρών έχουν ήδη εξαγοραστεί από ολλανδικούς φορείς. Αυτό καθιστά ανάγλυφες τις δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν οι νέοι φορείς που επιθυμούν να διεισδύσουν με επιτυχία στην ολλανδική αγορά. Εξάλλου, η δεσπόζουσα θέση της Blokker αποτελεί καθαυτή ένα εμπόδιο στην είσοδο στην αγορά. Επιπλέον, η μείωση της αξίας των λιανικών πωλήσεων παιχνιδιών στην ολλανδική αγορά δεν αποτέλεσε κίνητρο για την είσοδο νέων φορέων σε αυτήν την αγορά, κατά τα τελευταία έτη.

Δυνατότητες εισόδου στη σχετική αγορά

(106) Οι αντιδράσεις των ολλανδών λιανοπωλητών με τους οποίους ήλθε σε επαφή η Επιτροπή δείχνουν ότι στο εγγύς μέλλον υπάρχουν ελάχιστες πιθανότητες να επιχειρήσουν και άλλοι ολλανδοί λιανοπωλητές να εισέλθουν στην αγορά λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών. Δεν υπάρχει καμία ένδειξη ότι αυτοί οι λιανοπωλητές, οι οποίοι προτείνουν ήδη περιορισμένο φάσμα παιχνιδιών, έχουν την πρόθεση να δημιουργήσουν προσεχώς σημεία λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών.

(107) Η Argos, μια σημαντική εταιρεία λιανικών πωλήσεων βάσει καταλόγου στο Ηνωμένο Βασίλειο σχεδιάζει να διεισδύσει στην ολλανδική αγορά το 1998 και θα αρχίσει να αναπτύσσει τις δραστηριότητές της στο πλαίσιο πέντε καταστημάτων. Η μέθοδος πωλήσεων που έχει αναπτυχθεί από την Argos βασίζεται στη δημοσίευση ενός καταλόγου που παρουσιάζει κυρίως ένα ευρύ φάσμα προϊόντων αναγνωρισμένου σήματος τα οποία ο καταναλωτής μπορεί να αγοράσει σε ένα κατάστημα της Argos. Μεταξύ αυτών των προϊόντων, η Argos θα προτείνει ένα ειδικό συνδυασμό παιχνιδιών. Αρχικά η Argos θα αναπτύξει τις δραστηριότητές της σε περιορισμένη σχετικά κλίμακα. Βραχυπρόθεσμα ή μεσοπρόθεσμα υπάρχουν ελάχιστες πιθανότητες να αποτελέσει σημαντικό ανταγωνιστή. Δεν υπάρχει επίσης καμία ένδειξη ότι θα προσπαθήσουν να εισέλθουν στην αγορά άλλες εταιρείες λιανικής πωλήσεως από γειτονικές χώρες.

ix) Συμπέρασμα

(108) Η Επιτροπή θεωρεί ότι για τους προαναφερόμενους λόγους η συγκέντρωση οδηγεί σε ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της Blokker στην αγορά των σημείων λιανικής πώλησης παιχνιδιών.

VII. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΥΣΧΕΡΕΙΕΣ

(109) Η Toys "R" Us πρόβαλε το επιχείρημα ότι οι δραστηριότητές της στις Κάτω Χώρες δεν είναι οικονομικώς αποδοτικές χωρίς τη στήριξη ενός τοπικού εταίρου και πρόβαλε το «επιχείρημα της προβληματικής επιχείρησης». Δήλωσε ότι αν δεν επιτραπεί η συγκέντρωση θα τερματίσει τις δραστηριότητές της στις Κάτω Χώρες. Ενώ αρχικά η Toys "R" Us επεσήμανε ότι το μερίδιο αγοράς της Toys "R" Us θα περιέλθει αναπόφευκτα στην Blokker, αργότερα ανέφερε ότι η Blokker θα ανακτήσει επίσης και το μεγαλύτερο τμήμα του μεριδίου αγοράς της Toys "R" Us. Τα μέρη ισχυρίζονται επίσης ότι δεν υπάρχει εναλλακτική λύση που να είναι λιγότερο αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού.

(110) Η Επιτροπή έχει αποφανθεί σε προηγούμενες υποθέσεις([15]) ότι σε γενικές γραμμές μια συγκέντρωση δεν θεωρείται ότι οδηγεί σε επιδείνωση της ανταγωνιστικής δομής αν είναι βέβαιο ότι η εξαγοραζόμενη επιχείρηση θα εκλείψει σε σύντομο χρονικό διάστημα από την αγορά, ότι η εξαγοράζουσα επιχείρηση θα ανακτήσει το μερίδιο αγοράς της εξαγοραζόμενης επιχείρησης εάν η τελευταία υποχρεωθεί να εκλείψει από την αγορά και ότι δεν υπάρχει εναλλακτική λύση αγοράς λιγότερο αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Στο σημείο αυτό πρέπει να λεχθεί ότι το βάρος της αποδείξεως φέρουν τα μέρη.

(111) Η θεωρία της «προβληματικής επιχείρησης», όπως αναπτύχθηκε σε αυτές τις υποθέσεις και επιβεβαιώθηκε από το γενικό εισαγγελέα Tesauro([16]) βασίζεται στην έλλειψη αιτιώδους συνάφειας μεταξύ της συγκέντρωσης και της δημιουργίας ή της ενίσχυσης δεσπόζουσας θέσης. Αυτό δεν σημαίνει ότι η δεσπόζουσα θέση δημιουργείται ή ενισχύεται από τη συγκέντρωση καθαυτή, αλλά από την εξαφάνιση της προβληματικής επιχείρησης η οποία θα ήταν αναπόφευκτη ακόμη και σε περίπτωση που δεν πραγματοποιηθεί η συγκέντρωση.

(112) Στην προκειμένη περίπτωση δεν έχει αποδειχθεί αυτή η έλλειψη αιτιώδους συνάφειας μεταξύ της συγκέντρωσης και των επιπτώσεών της στην αγορά. Δεν έχει αποδειχθεί ότι το σύνολο του μεριδίου

([15]) Απόφαση 94/449/ΕΚ της Επιτροπής στην υπόθεση IV/M.308 — Kali & Salz/MdK/Treuhand (ΕΕ L 186 της 21.7.1994, σ. 38, σημείο 71)· απόφαση 97/610/ΕΚ της Επιτροπής στην υπόθεση IV/M.774 Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM (ΕΕ L 247 της 10.9.1997, σ. 1, σημείο 247).

([16]) Γνωμοδότηση του γενικού εισαγγελέα Tesauro της 6ης Φεβρουαρίου 1997 στις συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-68/94 και C-30/95, Γαλλία κατά Επιτροπής, Συλλογή 1998, I-1375, σκέψεις 49 και επόμενες.

αγοράς της Toys "R" Us θα περιέλθει στην Blokker. Επιπλέον, δεν είναι μόνο το κέρδος από πλευράς αύξησης του μεριδίου αγοράς, αλλά επίσης το δυναμικό της Toys "R" Us, ως μέλους του ομίλου Blokker, που οδηγεί σε επιδείνωση των όρων ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, δεν μπορεί να λεχθεί ότι η εξαφάνιση των δραστηριοτήτων της Toys "R" Us θα οδηγήσει στα ίδια αποτελέσματα με αυτά της συγκέντρωσης, δηλαδή στην επιδείνωση της κατάστασης όσον αφορά τον ανταγωνισμό.

(113) Επιπλέον, η Toys "R" Us δεν προσκόμισε αποδεικτικά στοιχεία από τα οποία να προκύπτει ότι δεν υπάρχει άλλη εναλλακτική λύση αγοράς λιγότερο αντίθετη προς τους κανόνες του ανταγωνισμού. Ο ισχυρισμός της Toys "R" Us σύμφωνα με τον οποίο μόνον ο όμιλος Blokker πληρούσε τον απαιτούμενο όρο επαρκούς γνώσης της ολλανδικής αγοράς στον τομέα της λιανικής πώλησης παιχνιδιών και είχε τις απαραίτητες υποδομές, δεν αποτελεί καθαυτός ένα επιχείρημα ότι δεν υπήρχαν άλλοι δυνητικοί αγοραστές. Αντίθετα, ενισχύει μάλλον την εκτίμηση σύμφωνα με την οποία η Toys "R" Us επέλεξε τον ισχυρότερο φορέα της αγοράς. Στην περιγραφή της των άλλων δυνητικών αγοραστών, η Toys "R" Us ανέφερε ότι είχε απορρίψει τις προτάσεις των μερών τα οποία δεν είχαν ειδικές γνώσεις όσον αφορά τις συνθήκες της αγοράς στις Κάτω Χώρες ή τους φορείς οι οποίοι ήταν δυνητικοί ανταγωνιστές της σε άλλα κράτη μέλη.

VIII. **ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

(114) Για τους προαναφερόμενους λόγους, η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η απόκτηση από την Blokker των δραστηριοτήτων στις Κάτω Χώρες της Toys "R" Us ενισχύει μια δεσπόζουσα θέση στην αγορά λιανικής πωλήσεως παιχνιδιών στις Κάτω Χώρες, πράγμα που έχει ως αποτέλεσμα τον αισθητό περιορισμό του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στις Κάτω Χώρες.

IX. **ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 8 ΠΑΡΑΓΡΑΦΟΣ 4 ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΙΣ**

(115) Το άρθρο 8 παράγραφος 4 αναφέρει ότι σε περίπτωση που έχει ήδη πραγματοποιηθεί συγκέντρωση, η Επιτροπή μπορεί να ζητήσει με απόφαση που λαμβάνεται βάσει του άρθρου 8 παράγραφος 3, είτε το διαχωρισμό των επιχειρήσεων ή των στοιχείων του ενεργητικού που συγκεντρώθηκαν ή κάθε άλλη κατάλληλη ενέργεια προκειμένου να αποκατασταθεί ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός.

(116) Η Επιτροπή σημειώνει την ύπαρξη μιας πρόσθετης συμφωνίας [. . .]. Στην κοινοποίηση των αιτιάσεων η Επιτροπή αναφέρθηκε στη συμφωνία αυτή και επισήμανε ότι η αποκατάσταση αποτελεσματικού ανταγωνισμού μπορεί να επιτευχθεί αν ζητηθεί από την Blokker να καταγγείλει όλες τις συμφωνίες με τις οποίες τίθεται σε εφαρμογή η συμφωνία της 24ης Δεκεμβρίου 1996 που πραγματοποιήθηκε με ανταλλαγές επιστολών («Letter agreement»).

(117) Στις 4 Ιουνίου 1997, η Blokker και η Toys "R" Us κοινοποίησαν στην Επιτροπή τις δεσμεύσεις που αναλαμβάνουν προκειμένου να επιλυθούν τα προβλήματα που ανακύπτουν στην υπόθεση αυτή από την άποψη του ανταγωνισμού. Τα μέρη ζήτησαν από την Επιτροπή, υπό το φως των δεσμεύσεων αυτών, να εκδώσει απόφαση με την οποία θα εγκρίνει τη συγκέντρωση, βάσει του άρθρου 9 παράγραφος 2 του κανονισμού για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων. Στη συνέχεια, παρασχέθηκαν περαιτέρω διευκρινίσεις όσον αφορά τα προτεινόμενα μέτρα, τα οποία επίσης συμπληρώθηκαν σε ορισμένα σημεία.

(118) Επισημαίνεται ότι η Blokker έχει θέσει σε λειτουργία την επιχείρηση Toys "R" Us από τις 3 Φεβρουαρίου 1997. Ως εκ τούτου, η συγκέντρωση έχει ολοκληρωθεί από την ημερομηνία αυτή [. . .].

(119) Για τους λόγους αυτούς, η Επιτροπή κρίνει σκόπιμο να διατηρήσει σε ισχύ την απόφαση βάσει του άρθρου 8 παράγραφος 3 του κανονισμού περί συγκεντρώσεων και θεωρεί τις προτάσεις που υπέβαλαν τα μέρη ως μέσο διαχωρισμού των δραστηριοτήτων που πρέπει να εξεταστεί υπό το φως του άρθρου 8 παράγραφος 4 μάλλον, παρά του άρθρου 8 παράγραφος 2 του κανονισμού περί συγκεντρώσεων.

(120) Συνοπτικά, οι δεσμεύσεις που ανέλαβαν η Blokker και η Toys "R" Us περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

(121) Η Blokker αναλαμβάνει την υποχρέωση να μεταβιβάσει στη θυγατρική της Speelhoorn BV (Speelhoorn), της οποίας είναι πλήρης κύριος: i) όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της Blokker βάσει της συμφωνίας franchise, ii) όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της Blokker βάσει της συμφωνίας για την επιδότηση του μάρκετινγκ και iii) όλα τα στοιχεία του ενεργητικού που απέκτησε η Blokker βάσει της συμφωνίας για την αγορά στοιχείων ενεργητικού.

(122) Η Blokker αναλαμβάνει την υποχρέωση μόλις είναι πρακτικά δυνατόν μετά την κοινοποίηση της παρούσας απόφασης να αρχίσει διαπραγματεύσεις με τους ενδιαφερόμενους τρίτους προκειμένου να μεταβιβάσει τουλάχιστον το 60 % του μετοχικού κεφαλαίου της Speelhoorn σε μια βιώσιμη και ανεξάρτητη επιχείρηση που δεν συνδέεται ούτε με την Blokker ούτε με την Toys "R" Us, και η οποία θα είναι σε θέση να διατηρήσει στην αγορά την ολλανδική Toys "R" Us και να τηρήσει τις κοινωνικές δεσμεύσεις που ανέλαβε η Blokker. Η επιλογή μιας τέτοιας ανεξάρτητης επιχείρησης θα υπόκειται στην εύλογη έγκριση της Επιτροπής.

(123) Η Blokker αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην κατέχει μειοψηφική συμμετοχή στην Speelhoorn πάνω από 20 %. Η Blokker αναλαμβάνει την υποχρέωση να μεταβιβάσει στην Toys "R" Us μία μειοψηφική συμμετοχή που αντιστοιχεί στη δική της συμμετοχή. Η Blokker και η Toys "R" Us θα έχουν και οι δύο δικαίωμα συμμετοχής με μία έδρα στο

διοικητικό συμβούλιο της Speelhoorn, το οποίο θα περιλαμβάνει πέντε μέλη. Επιπλέον, η Blokker και η Toys "R" Us δεν θα διαθέτουν ειδικά δικαιώματα πέραν εκείνων που παρέχονται συνήθως στους εταίρους της μειοψηφίας. Η Blokker αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην εμποδίζει την ελευθερία της Speelhoorn να καθορίζει ανεξάρτητα την εμπορική της πολιτική.

(124) Πριν από την ολοκλήρωση της μεταβίβασης σε τρίτη επιχείρηση πλειοψηφικής συμμετοχής στην Speelhoorn, η Blokker θα εξασφαλίσει τη διαχείριση της Speelhoorn και της ολλανδικής Toys "R" Us ως ξεχωριστών και δυνάμενων να πωληθούν επιχειρήσεων με δικούς τους λογαριασμούς διαχείρισης. Κατά το χρονικό αυτό διάστημα, η Blokker θα εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα και την αγοραία αξία αυτών των καταστημάτων και θα παρέχει για το σκοπό αυτό επαρκείς χρηματοδοτικούς πόρους για την τακτική επιχειρησιακή δραστηριότητα.

(125) [. . .]

(126) [. . .]

(127) [. . .]

(128) Τα μέρη εν συνεχεία διευκρίνισαν και συμπλήρωσαν τα μέτρα αυτά ως εξής: ο τρίτος συμβαλλόμενος θα είναι μια ανεξάρτητη επιχείρηση που δεν συνδέεται με τον όμιλο Blokker και η οποία θα είναι σε θέση να διατηρήσει και να μετατρέψει την επιχείρηση Toys "R" Us σε ενεργή ανταγωνιστική δύναμη στην αγορά. Η Blokker θα παύσει να συμμετέχει στο διοικητικό συμβούλιο της Speelhoorn μετά από [. . .] χρόνια μετά τη μεταβίβαση πλειοψηφικής συμμετοχής σε τρίτη επιχείρηση [. . .]. Η Blokker θα υποβάλλει στην Επιτροπή κάθε μήνα γραπτές εκθέσεις σχετικά με τις εξελίξεις των διαπραγματεύσεών της ή των διαπραγματεύσεων της τράπεζας με τους ενδιαφερόμενους τρίτους για τη μεταβίβαση μειοψηφικής συμμετοχής στην Speelhoorn.

Αξιολόγηση και μέτρα βάσει του άρθρου 8 παράγραφος 4 του κανονισμού περί συγκεντρώσεων

(129) Κατά την άποψη της Επιτροπής, με την εφαρμογή όλης της δέσμης των μέτρων που δέχθηκαν τα μέρη θα αποκατασταθούν συνθήκες αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά. Ως εκ τούτου, η δέσμη των μέτρων μπορεί να γίνει δεκτή εναλλακτικά ως διαταγή για διαχωρισμό των δραστηριοτήτων βάσει του άρθρου 8 παράγραφος 4 αντί της διαταγής για άμεση παύση της πράξης, όπως αναφέρεται στην κοινοποίηση των αιτιάσεων.

(130) Η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι η μεταβίβαση μέχρι του 80 % του μετοχικού κεφαλαίου της Speelhoorn (μέχρι 20 % στην Toys "R" Us και το υπόλοιπο σε ανεξάρτητο τρίτο) παρέχει την ευκαιρία σε μια ανεξάρτητη επιχείρηση να αποκτήσει σημαντικά συμφέροντα στην επιχείρηση Toys "R" Us και, εφόσον το επιθυμεί, να αποκτήσει ολόκληρο το μετοχικό κεφάλαιο της Speelhoorn αμέσως ή μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα. Κατά την άποψη της Επιτροπής, ουσιώδες στοιχείο για την αποκατάσταση συνθηκών αποτελεσματικού ανταγωνισμού είναι ο αγοραστής της πλειοψηφικής συμμετοχής να είναι ανεξάρτητη επιχείρηση που δεν συνδέεται με τον όμιλο Blokker και που είναι σε θέση να διατηρήσει και να μετατρέψει την Toys "R" Us σε ενεργή ανταγωνιστική δύναμη στην αγορά.

(131) Επιπλέον, η Επιτροπή πρέπει να είναι σε θέση να αξιολογήσει κατά πόσον ο επιλεγείς αγοραστής πληροί τις προαναφερθείσες απαιτήσεις. Ως εκ τούτου, η Blokker θα πρέπει να εξασφαλίσει την έγκριση της Επιτροπής προτού συνάψει δεσμευτική συμφωνία με την εν λόγω τρίτη επιχείρηση. Για να δοθεί η έγκριση αυτή, πρέπει να προσκομιστούν αποδείξεις ότι η τρίτη επιχείρηση πληροί τις προαναφερθείσες απαιτήσεις, ώστε να είναι η Επιτροπή σε θέση να αξιολογήσει την επιλογή της εν λόγω επιχείρησης. Εάν η Επιτροπή δεν δηλώσει επίσημα τη διαφωνία της με την επιλογή της τρίτης επιχείρησης ούτε ζητήσει περαιτέρω αποδεικτικά στοιχεία ότι η τελευταία πληροί τις προαναφερθείσες απαιτήσεις, εντός δύο εβδομάδων από την υποβολή της αίτησης, μπορεί να γίνει ελεύθερα η μεταβίβαση του εταιρικού κεφαλαίου σε τρίτη επιχείρηση.

(132) Η Επιτροπή αναγνωρίζει επίσης ότι, ενόψει των ειδικών περιστάσεων της υπόθεσης, και ιδιαίτερα λόγω των χαμηλών επιδόσεων της επιχείρησης Toys "R" Us στις Κάτω Χώρες από την ίδρυσή της το 1993, ενδέχεται να υπάρξουν δυσκολίες στην προσέλκυση τρίτων για την αγορά του συνόλου της επιχείρησης Toys "R" Us. Για το λόγο αυτό, η Επιτροπή θεωρεί ότι η συνέχιση της μειοψηφικής συμμετοχής της Blokker με ποσοστό 20 % σε συνδυασμό με την ενεργό παρουσία της στο διοικητικό συμβούλιο της Speelhoorn μπορεί, τουλάχιστον για ορισμένο χρονικό διάστημα, να χρησιμεύσει τόσο ως απόδειξη της εμπιστοσύνης της Blokker στη μελλοντική βιωσιμότητα της εταιρείας όσο και ως εγγύηση για τη δημιουργία μιας βιώσιμης επιχείρησης κατά το χρονικό αυτό διάστημα. Ωστόσο, ενόψει των ειδικών περιστάσεων της υπόθεσης, η Επιτροπή θεωρεί ότι η εκπροσώπηση της Blokker στο διοικητικό συμβούλιο θα πρέπει όχι μόνο να περιοριστεί αλλά, μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα, στην περίπτωση αυτή, [. . .] χρόνια μετά τη μεταβίβαση των μετοχών στην τρίτη επιχείρηση, να παύσει ολοσχερώς.

(133) Για τη διατύπωση αυτού του συμπεράσματος, η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη τις ακόλουθες περιστάσεις της υπόθεσης. Το διοικητικό συμβούλιο μιας μικρής εταιρείας λιανικής πώλησης όπως η Speelhoorn είναι φυσικό να απαρτίζεται από μικρό αριθμό μελών, τα οποία συμμετέχουν εκ του σύνεγγυς στην εμπορική πολιτική της εταιρείας. Παρόλο που η Blokker αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην εμποδίζει την ελευθερία της Speelhoorn να καθορίζει ανεξάρτητα την εμπορική της πολιτική, η παρουσία της στο διοικητικό συμβούλιο θα της παρέχει πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με τις εμπορικές αποφάσεις, τις οποίες μπορεί να χρησιμο-

ποιεί για τη δική της ανταγωνιστική στρατηγική καθώς και σε σχέση με την ανταγωνιστική στρατηγική της επιχείρησης Toys "R" Us που υπάγεται στη Speelhoorn. Η δυνατότητα αυτή πρέπει να αξιολογηθεί ειδικότερα βάσει του γεγονότος ότι, για ορισμένο χρονικό διάστημα, η Blokker θα εκμεταλλεύεται την επιχείρηση Toys "R" Us για δικό της λογαριασμό καθώς και ότι, ακόμη και μετά την πραγματοποίηση του διαχωρισμού των δραστηριοτήτων που αναφέρεται στις προτάσεις, η Blokker έχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θεωρεί αναγκαίο, για να εξασφαλιστεί η αποκατάσταση συνθηκών αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά, να καταργηθεί η ενεργή παρουσία της Blokker στο διοικητικό συμβούλιο, μόλις αποκατασταθεί η βιωσιμότητα της εταιρείας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί επιβάλλοντας στη Blokker να παύσει να συμμετέχει στο διοικητικό συμβούλιο [. . .] χρόνια μετά τη μεταβίβαση σε τρίτη επιχείρηση μιας πλειοψηφικής συμμετοχής στην Speelhoorn.

(134) Η ενεργή παρουσία της Blokker στην Speelhoorn μπορεί επίσης να παύσει δίνοντας στην τρίτη επιχείρηση την ευκαιρία, εάν το επιθυμεί, να εξαγοράσει το μετοχικό κεφάλαιο της Speelhoorn που κατέχει η Blokker [. . .].

(135) Η Επιτροπή θεωρεί αναγκαία και σκόπιμη την εκ μέρους της Blokker υποβολή προς αυτήν μηνιαίων γραπτών εκθέσεων σχετικά με τις εξελίξεις στις διαπραγματεύσεις που διεξάγει η ίδια ή η τράπεζα με τρίτες επιχειρήσεις για τη μεταβίβαση πλειοψηφικής συμμετοχής στην Speelhoorn.

(136) Η Επιτροπή υπογραμμίζει ότι τα μέρη είναι ελεύθερα, σε οποιοδήποτε στάδιο, κατά το προαναφερθέν χρονικό διάστημα, να λύσουν τις συμφωνίες που περιέχονται στη συμφωνία με ανταλλαγή επιστολών της 24ης Δεκεμβρίου 1996, προκειμένου να μεταβιβαστούν εκ νέου στην Toys "R" Us όλα τα δικαιώματα, οι υποχρεώσεις και τα στοιχεία του ενεργητικού που απέκτησε η Blokker. Επιπλέον, η Blokker δεν υποχρεούται να λύσει οποιεσδήποτε συμβάσεις εργασίας,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΠΟΦΑΣΗ:

Άρθρο 1

Η συγκέντρωση με την οποία η Blokker Holding BV αποκτά τις ολλανδικές επιχειρήσεις της Toys "R" Us Inc. κηρύσσεται ασυμβίβαστη με την κοινή αγορά και με τη συμφωνία για τον ΕΟΧ.

Άρθρο 2

Η Blokker υποχρεούται:

α) να μεταβιβάσει τα ακόλουθα στοιχεία ενεργητικού, δικαιώματα και υποχρεώσεις στη θυγατρική της Speelhoorn BV, επί της οποίας έχει πλήρη κυριότητα: i) όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της Blokker δυνάμει της συμφωνίας franchise της 3ης Φεβρουαρίου 1997 μεταξύ της Blokker και της Toys "R" Us, ii) όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της Blokker βάσει της συμφωνίας για την επιδότηση του μάρκετινγκ της 3ης Φεβρουαρίου 1997 μεταξύ της Blokker και της Toys "R" Us και iii) όλα τα στοιχεία του ενεργητικού που απέκτησε η Blokker βάσει της συμφωνίας για την αγορά στοιχείων ενεργητικού της 3ης Φεβρουαρίου 1997 μεταξύ της Blokker και της Toys "R" Us. Η μεταβίβαση αυτή πρέπει να πραγματοποιηθεί μόλις αυτό είναι δυνατόν από την κοινοποίηση στην Blokker της παρούσας απόφασης και εν πάση περιπτώσει το αργότερο μέχρις ότου η Blokker δεσμευτεί με επιστολή έναντι μιας τρίτης επιχείρησης για την πώληση πλειοψηφικής συμμετοχής στη Speelhoorn BV·

β) να διαθέσει τουλάχιστον το 80 % του συνολικού μετοχικού κεφαλαίου της Speelhoorn BV, κατά τον ακόλουθο τρόπο: μέχρι το 20 % του συνολικού μετοχικού κεφαλαίου της Speelhoorn BV θα μεταβιβαστεί στην Toys "R" Us. Τουλάχιστιον το 60 % του συνολικού μετοχικού κεφαλαίου της Speelhoorn BV θα μεταβιβαστεί σε τρίτη επιχείρηση. Η εν λόγω τρίτη επιχείρηση θα έχει τη δυνατότητα να εξαγοράσει το σύνολο του μετοχικού κεφαλαίου της Speelhoorn BV ή τουλάχιστον το 80 % που κατέχει η Blokker. Η τρίτη επιχείρηση πρέπει να είναι ανεξάρτητη και να μην συνδέεται με τον όμιλο Blokker καθώς και να είναι σε θέση να διατηρήσει και να μετατρέψει τη Speelhoorn BV σε βιώσιμη και ενεργό ανταγωνιστική δύναμη στην αγορά των ειδικευμένων καταστημάτων λιανικής πώλησης παιχνιδιών. Η Blokker μπορεί να κατέχει μία έδρα στο διοικητικό συμβούλιο της Speelhoorn BV, υπό τον όρο ότι η τρίτη επιχείρηση θα έχει τουλάχιστον τρεις έδρες και η Toys "R" Us μία έδρα. Η Blokker δεν μπορεί να διατηρήσει την έδρα αυτή για πάνω από [. . .] χρόνια, μετά τη μεταβίβαση πλειοψηφικής συμμετοχής σε τρίτη επιχείρηση·

γ) να ορίσει μια τράπεζα με αναγνωρισμένη εμπειρία στην πώληση επιχειρήσεων, η οποία θα προβεί για λογαριασμό της στην πώληση πλειοψηφικής συμμετοχής στην Speelhoorn BV, εάν δεν έχει δεσμευτεί με επιστολή για την πώληση πλειοψηφικής συμμετοχής στην Speelhoorn BV μέχρι τις [. . .]·

δ) να υποβάλλει στην Επιτροπή γραπτές εκθέσεις κάθε μήνα σχετικά με τις εξελίξεις των διαπραγματεύσεων που διεξάγει η ίδια ή η τράπεζα με τρίτες επιχειρήσεις για τη μεταβίβαση πλειοψηφικής συμμετοχής στην Speelhoorn BV·

ε) να ζητήσει την έγκριση της Επιτροπής προτού δεσμευτεί με επιστολή για την εν λόγω πώληση σε τρίτη επιχείρηση. Για να δοθεί η έγκριση αυτή, πρέπει να προσκομιστούν αποδεικτικά στοιχεία ότι η τρίτη επιχείρηση πληροί τις προϋποθέσεις που αναφέρονται στο στοιχείο β) ώστε να είναι η Επιτροπή σε θέση να αξιολογήσει την επιλογή της τρίτης επιχείρησης. Αν η Επιτροπή δεν δηλώσει επίσημα ότι διαφωνεί με την επιλογή της τρίτης επιχείρησης ούτε ζητήσει περαιτέρω αποδεικτικά στοιχεία ότι η τελευταία πληροί τις απαιτήσεις που αναφέρονται στο στοιχείο β) εντός δύο

εβδομάδων από την υποβολή της αίτησης, μπορεί να γίνει ελεύθερα η μεταβίβαση του μετοχικού κεφαλαίου σε τρίτη επιχείρηση.

Άρθρο 3

Σε περίπτωση που η Blokker δεν δεσμευτεί με επιστολή έναντι τρίτης επιχείρησης πριν από τις [...] όπως αναφέρεται στο άρθρο 2, υποχρεούται να μεταβιβάσει όλα τα δικαιώματα, τις υποχρεώσεις και τα στοιχεία του ενεργητικού που απέκτησε βάσει της συμφωνίας με ανταλλαγή επιστολών της 24ης Δεκεμβρίου 1996 στην Toys "R" Us [...]. Η Blokker δεν υποχρεούται να λύσει οποιεσδήποτε συμβάσεις εργασίας.

Άρθρο 4

Η παρούσα απόφαση απευθύνεται στην:

Blokker Holding BV
Van der Madeweg 13
NL-1099 BS Amsterdam.

Βρυξέλλες, 26 Ιουνίου 1997.

Για την Επιτροπή
Karel VAN MIERT
Μέλος της Επιτροπής