II

(Säädökset, joita ei tarvitse julkaista)

KOMISSIO

KOMISSION PÄÄTÖS,

tehty 5 päivänä heinäkuuta 2000,

EY:n perustamissopimuksen 81 artiklan soveltamismenettelystä

(Asia COMP.F.1.36.516 – Nathan-Bricolux)

(tiedoksiannettu numerolla K(2000) 1853)

(Ainoastaan ranskankielinen teksti on todistusvoimainen)

(2001/135/EY)

EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO, joka

ottaa huomioon Euroopan yhteisön perustamissopimuksen,

ottaa huomioon 6 päivänä helmikuuta 1962 annetun neuvoston asetuksen N:o 17, perustamissopimuksen 85 ja 86 artiklan ensimmäisen täytäntöönpanoasetuksen [1], sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 1216/1999 [2], ja erityisesti sen 3 artiklan ja 15 artiklan 2 kohdan,

ottaa huomioon menettelyn aloittamisesta tässä asiassa 26 päivänä kesäkuuta 1998 tehdyn komission päätöksen,

on antanut asianomaisille yrityksille mahdollisuuden esittää huomautuksensa komission väitteistä asetuksen N:o 17 19 artiklan 1 kohdan ja neuvoston asetuksen N:o 17 19 artiklan 1 ja 2 kohdassa säädetyistä kuulemisista 25 päivänä heinäkuuta 1963 annetun komission asetuksen N:o 99/63/ETY mukaisesti [3],

on kuullut kilpailunrajoituksia ja määräävää markkina-asemaa käsittelevää neuvoa-antavaa komiteaa,

sekä katsoo seuraavaa:

[1] EYVL 13, 21.2.1962, s. 204/62.
[2] EYVL L 148, 15.6.1999, s. 5.
[3] EYVL 127, 20.8.1963, s. 2268/63.

I ASIASELOSTUS

A JOHDANTO

(1) Ranskan viranomaiset ilmoittivat komissiolle kirjeellä 21 päivänä huhtikuuta 1997, että tutkiessaan oppimateriaalin jakelua Ranskassa viranomaiset olivat havainneet useampia jäsenvaltioita koskevien kilpailunvastaisten sopimusten olemassaolon. Viranomaiset toimittivat komissiolle kirjeen 7 päivältä heinäkuuta 1997 ohessa tutkinnan aikana kerätyt asiakirjat.

(2) Komissio pyysi asetuksen N:o 17 11 artiklan nojalla kahdelta kilpailevalta ranskalaiselta oppimateriaalin valmistajalta ja niiden jakelijoilta eri jäsenvaltioissa tietoja yritysten välisistä liikesuhteista.

(3) Tämä menettely koskee yhtiön Editions Nathan ja sen yksinmyyjien Bricolux SA:n Belgian Valloniassa, Smartkidsin Ruotsissa ja Borgione Centro Didatticon Italiassa välisiä sopimuksia.

B OSAPUOLET

(4) Editions Nathan, jäljempänä 'Nathan', on Librairie Fernand Nathan – Fernand Nathan et Compagnien Ranskan oikeuden mukainen tytäryhtiö, joka puolestaan oli kyseisenä ajankohtana C.E.P. Communication -ryhmän tytäryhtiö. Sen jälkeen kun C.E.P. Communication sulautui Havasiin vuonna 1998, joka puolestaan sulautui Vivendiin, Editions Nathan on ollut Vivendin määräysvallassa. Vivendi on monialakonserni, joka toimii ympäristö- ja rakennusalalla sekä viestintäalalla kustannustoiminnan ja multimedian alalla. Sen liikevaihto oli 41,5 miljardia euroa vuonna 1999. Nathan toimii opetukseen ja kulttuuritarkoituksiin suunnattujen kirjojen, julkaisujen ja artikkeleiden kustantamisen, oston, myynnin ja levityksen markkinoilla. Vuonna 1996 sen liikevaihto oli [...] *, Ranskan frangia ([...] ecua). Sen toiminnasta oppimateriaalien alalla vastaa erityinen myyntiosasto, joka eroaa oppikirjojen myyntiosastosta.

(5) Bricolux SA on Belgian oikeuden mukainen yhtiö, joka on erikoistunut perinteisten koulutarvikkeiden ja oppimateriaalin toimittamiseen Belgian Valloniaan sekä tytäryhtiönsä kautta Luxemburgiin. Vuonna 1996 sen liikevaihto oli [...] Belgian frangia ([...] ecua).

(6) Borgione Centro Didattico srl on italialainen yhtiö, joka on toiminut oppimateriaalin jakelijana vuodesta 1977. Vuonna 1996 sen liikevaihto oli [...] Italian liiraa ([...] ecua).

(7) Vuonna 1995 Ruotsin oikeuden mukaan perustettu Smartkids AB -yhtiö on toiminut Nathanin oppimateriaalien jakelijana Ruotsissa vuodesta 1996. Vuonna 1997 sen liikevaihto oli [...] Ruotsin kruunua ([...] ecua).

C MERKITYKSELLISET MARKKINAT

(8) Nathanin ja sen yksinmyyjien väliset sopimukset koskevat varhaiskasvatusta tarjoaviin laitoksiin suunnatun oppimateriaalin markkinoita ja sopimukset määrittävät edellytykset, joiden mukaisesti sopimustuotteiden jakelu tapahtuu useammassa jäsenvaltiossa.

* Luottamuksellisten tietojen paljastamisen estämiseksi on päätöksen tätä toisintoa toimituksellisesti muutettu. Muutetut kohdat on merkitty hakasulkeilla.

1 **Tuotteet**

(9) Oppimateriaalit käsittävät tuotteita, jotka on suunniteltu edistämään alle yhdeksänvuotiaiden lasten kognitiivisten, sensomotoristen ja sosiaalisten taitojen oppimista ja kehittämistä pedagogisen toiminnan kautta, joka tapahtuu ammattitaitoisen opetushenkilökunnan johdolla kyseiseen tarkoitukseen varatuissa tiloissa [4].

(10) Tuotteiden tehtävänä on täyttää kaikki varhaiskasvatuksen pedagogisiin apuvälineisiin liittyvät tarpeet. Tuotteiden markkinointi tapahtuu pääasiassa vuosittain ilmestyvän kuvaston avulla, joka sisältää satoja varsin erihintaisia myyntiartikkeleita [5].

(11) Oppimateriaalit voidaan jaotella seuraavaan neljään, lapsen eri kehitysvaiheita vastaavaan pääluokkaan, joista jokainen täyttää täsmälliset ja erilaiset pedagogiset tavoitteensa [6]:

– tarkkaavaisuutta kehittävät ja käden taitoja harjaannuttavat materiaalit, joihin kuuluvat etenkin palapelit, lottopelit, askarelaatikot ja muut sovittelupelit, rakennuspalikat ja sensorisesti kehittävät välineet,

– perustietojen ja -taitojen oppimiseen suunnatut materiaalit, jotka liittyvät muun muassa kielen, kirjoittamisen, tekniikan alan, matematiikan ja luovien aineiden oppimiseen,

– toimintatilojen välineet, kuten piirustuspöydät ja -tarvikkeet, leikki-, askartelu- ja puuhanurkkaukset, kaapistot ja muut säilytystilat,

– muiden tilojen välineet, jotka käsittävät mm. ulkoleikkivälineet, välitunneilla tarvittavat välineet, polkupyörät ja telineet sekä tiloihin sopivat lastenvuoteet.

[4] Luonnollisesti kaksi- ja kahdeksanvuotiaiden lasten tarpeet ja niiden täyttämiseen tarvittavat oppimateriaalit eivät ole samanlaisia lukuun ottamatta erityisopetusta. Yhdeksää ikävuotta pidetään rajana, jonka jälkeen pedagogiikan tarkoituksena on pikemminkin tietojen oppiminen kuin lasten erilaisten taitojen harjaannuttaminen. Esimerkiksi Nathan arvioi, että sen tuotteet on suunnattu päiväkodeille ja 2–6-vuotiaille lapsille (Nathanin oppimateriaaliosaston johtajan selvitys Ranskan viranomaisille, jonka Nathan toimitti komissiolle).

[5] Esimerkiksi puiset sovittelulelut maksoivat 95 Ranskan frangia Nathanin vuoden 1997 kuvastossa, eli 33 kertaa vähemmän kuin motoriikan kehittämiseen tarkoitetut muoviset rakentelulelut.

[6] Varhaiskasvatusta tarjoavien laitosten toiminnalla pyritään lasten tasapainoisen kehityksen edistämiseen; näin ollen tuotteita, joita käytetään opetuksen apuvälineinä yhdessä aineessa, esimerkiksi kehittämään motoriikkaa, ei voida yleensä korvata tuotteilla, jotka tukevat toisen oppiaineen, esimerkiksi matematiikan, opetusta.

(12) Tarjontapuolella vuosittain julkaistavat myyntikuvastot sisältävät sekä oman tuotannon että jälleenmyyntiä varten hankittuja tuotteita. Markkinat rakentuvat kahdesta tasosta: tuotanto ja myynti jakelijoille (ensimmäinen taso) sekä osto jälleenmyyntiin, jolla vastataan lopulliseen kysyntään (toinen taso). Esimerkiksi Ranskan markkinoilla asemansa vakiinnuttaneet yritykset, kuten CAMIF tai Celda, jotka toimivat pelkkinä jakelijoina, kilpailevat muiden yritysten kanssa, jotka ovat sekä valmistajia että jakelijoita kuten Asco, Nathan ja Wesco.

(13) Pelkät jakelijat (esimerkiksi CAMIF) ostavat tuotteita useammalta eri valmistajalta ja sisällyttävät tarjonnan vuosittain julkaistavaan myyntikuvastoon. Valmistaja-jakelijoiden osalta (esimerkiksi Wesco) vuosikuvaston tarjonta käsittää oman tuotannon tuotteita ja jälleenmyyntiin hankittuja tuotteita, joilla täydennetään tarjontaa. Molemmissa tapauksissa pyritään kattamaan kaikki varhaiskasvatuksen tarpeet. On kuitenkin mahdollista, että valmistaja erikoistuu vain yhteen aloista. Nathan tunnetaan lasten kalusteisiin ja opettavaisiin peleihin erikoistuneena yrityksenä Ranskan markkinoilla. Sen etuna on myös tunnettu nimi, joka perustuu sen vahvaan asemaan ala- ja yläasteen oppikirjojen kustantajana ([10–50] prosenttia koko myynnistä Ranskassa). Oppimateriaalin myynnille on siis hyötyä oppikirjojen saamasta arvostuksesta.

(14) Kysyntä on peräisin pääasiassa esikouluista ja ala-asteelta, päiväkodeista, sairaaloista, vapaa-ajan keskuksista ja varhaiskasvatukseen erikoistuneista keskuksista. Myynti varhaiskasvatuslaitoksille perustuu paikan päällä tapahtuvaan markkinointiin ja tuote-esittelyihin. Tuotteet, hinnat, myyntikanavat ja jakelumenetelmät eivät eroa olennaisesti eri laitostyypeittäin, mutta kyse on kuitenkin suurelle yleisölle suunnatusta vähittäismyynnistä erillisestä kysynnästä.

(15) Kunkin tuotteen markkinalohkon suhteellinen merkitys riippuu opetusohjelmien sisällöstä varsinkin koulujen kohdalla, jotka muodostavat pääasiallisen kysynnän lähteen. Opetusohjelmat määrittävät urheilun, musiikin, kielenoppimisen tai matematiikan suhteellisen painoarvon ([7]). Kunkin oppiaineen merkitys määrittää puolestaan oppimateriaalin valinnan ja kunkin lohkon suhteellisen osuuden oppilaitosten hankkimista materiaaleista ([8]).

(16) Julkisen sektorin hankintaviranomaisten sekä yksityisen sektorin oppilaitosten opetushenkilöstön, ohjaajien ja johtajien valinnat vaikuttavat myös suoraan oppilaitosten oppimateriaalihankintojen määrään ja koostumukseen. Sama ei päde suureen yleisöön kohdistuvaan vähittäismyyntiin.

(17) Toisin kuin vähittäismyyntiliikkeissä myytyjen tuotteiden, oppilaitoksille myydyn oppimateriaalin on sovelluttava yhteiskäyttöön. Tämä johtaa kestävien materiaalien valintaan ja käyttötarkoitukseen soveltuvien muotojen käyttöön. Koska tuotetta ei ole tarkoitettu myytäväksi hyllyltä loppukäyttäjälle, pakkauksella on vähäisempi kaupallinen merkitys kuin vähittäismyynnissä myytyjen vastaavien lähituotteiden tapauksessa (lelut, pelit, piirustustarvikkeet).

(18) Tuotteiden pakkausten, jakelukanavien ja myyntimenetelmien (kuvastot, kohdennettu markkinointi tai esittely) ja oppilaitosten erityistarpeiden erot erottavat oppimateriaalit myös perinteisten koulutarvikkeiden muodostamista lähimarkkinoista (kynät, paperit, vihot jne.), oppikirjoista ja audiovisuaalisista tai atk-laitteista, vaikka varhaiskasvatuslaitokset hankkivat myös viimeksi mainittuja tuotteita talousarvionsa puitteissa.

(19) Nämä seikat osoittavat, että varhaiskasvatusta tarjoavien laitosten käyttöön tarkoitetun oppimateriaalin valmistaminen ja jakelu muodostavat lähimarkkinoista erilliset markkinat.

(20) Markkinat jakautuvat puolestaan eri tuotesegmentteihin, jotka täyttävät erillisiä pedagogisia vaatimuksia tai joiden väliset hintaerot ovat merkittävät. Nathan on sittemmin muuttanut komissiolle toimittamaansa arviota, jonka mukaan oppimateriaalit käsittäisivät erillisiä tuotemarkkinoita. Vastoin Nathanin komissiolle toimittamaa alustavaa arviota ([9]) tuotelohkot eivät muodosta merkityksellisistä markkinoista erillisiä oppimateriaalimarkkinoita.

([7]) Espanjalaiset 6-vuotiaat lapset käyttävät luovaan toimintaan 70 tuntia vuodessa ja samanikäiset belgialaislapset 143 tuntia vuodessa. (Ks. Eurydicen raportti, "L'Enseignement préscolaire et primaire dans l'UE" – Euroopan yhteisöjen virallisten julkaisujen toimisto 1994).

([8]) Esimerkiksi musiikillisesti kehittävien toimintojen sisällyttäminen ohjelmiin kannustaa valmistajia ja niitä avustavia pedagogisia tutkimusryhmiä kehittämään tähän soveltuvia tuotteita. Alalla toimiva kilpailija totesi tältä osin seuraavaa: "Oppimateriaalien suunnittelussa otetaan huomioon opetushenkilöstön odotukset ja pyritään liittämään tuotteet mahdollisimman tiiviisti opetusohjelmiin". Komission tietopyyntöön 1.10.1997 antamassaan vastauksessa Nathan yhdistää tähän myös ministeriön viralliseen opetusohjelmaan liittyvät materiaalin ja alat.

([9]) Nathanin 1.10.1997 antama vastaus komission tietopyyntöön, ks. johdanto-osan 116 kappale.

2 **Maantieteelliset markkinat**

(21) Lukuun ottamatta tuotteita, joissa kielellä on ratkaiseva merkitys, valmistajat ja maahantuojat ottavat eri kulttuurit ja tavat huomioon materiaaleja suunnitellessaan. Oppimateriaalin valmistus ja myynti ensimmäisellä jakelutasolla ei käsitä pelkästään kotimaanmarkkinoita. Ranskan markkinoilla toimivien suurimpien yritysten koko myynnistä muut jäsenvaltiot muodostavat noin 25 prosenttia (tuotteet jälleenmyydään sellaisenaan tai osana muita).

(22) Kuten muutkin valmistajat Nathan valmistaa ja jakelee tuotteita, joiden käyttö ei edellytä tietyn kielen osaamista. Tämä mahdollistaa tuotteiden levittämisen Ranskan ulkopuolelle. Ranskalaisten valmistajien myynti muissa jäsenvaltioissa sijaitsevien jakelijoiden kautta muodostaa 12 prosenttia niiden yhteisön laajuisesta myynnistä. On myös huomattava, että Belgian markkinoilla jakelijat käyttävät paljon kansainvälisiä hankintalähteitä ja pääosa tuotteista tuodaan muista jäsenvaltioista.

(23) Kilpailuolosuhteet toisella jakelutasolla (myynti laitoksiin) eivät ole yhdenmukaiset yhteismarkkinoilla. Kaikissa jäsenvaltioissa on varhaiskasvatukseen erikoistuneita laitoksia. Kansallisella tai paikallisella sääntelyllä on kuitenkin ratkaiseva merkitys kyseisten laitosten opetusohjelman määrittämisessä ([10]). Hankitun oppimateriaalin tyyppi ja uusimistiheys voivat vaihdella jäsenvaltioittain.

(24) Varhaiskasvatuslaitosten hankintapolitiikkaa sääntelevät määräykset eroavat myös jäsenvaltioittain. Laitoksille osoitetut määrärahat ja niiden käyttämät tarjouskilpailumenettelyt vaikuttavat ratkaisevasti niiden tekemiin valintoihin sen mukaan, perustuuko niiden toiminta julkisyhteisön kanssa tehtyyn sopimukseen vai toimivatko ne täysin vapaasti ([11]). Julkisten ja yksityisten varhaiskasvatuslaitosten (julkista tukea saavien tai ilman tukea toimivien) vastaanottamien lasten prosentuaalinen osuus vaihtelee myös huomattavasti ([12]) jäsenvaltioittain.

(25) Useimmissa jäsenvaltioissa paikallisella tasolla käytettävät koulutoimen sääntely- ja budjettivaltuudet voivat näin ollen rajata markkinat kansallisia markkinoita kapeammiksi. Esimerkiksi koulutoimen valtuuksien jakautuminen, opetusohjelmien erot ja kulttuurierot jakavat Belgian markkinat kahteen osaan, ranskankieliseen ja flaamilaiseen yhteisöön (ks. johdanto-osan 34 kappale).

(26) Tuotteiden laatu ja pedagoginen soveltuvuus ovat ehdottomia edellytyksiä myynnin kehittymiselle, mutta niitä on tuettava paikallisella myyntiedustuksella varsinkin tuote-esittelyjen ja tarvittavien neuvontapalvelujen järjestämiseksi. Lisäksi määrärahojensa puitteissa toimimaan joutuvat laitokset hankkivat tarvitsemansa oppimateriaalin pääasiassa paikallisella, alueellisella tai kansallisella tasolla, koska useampien jäsenvaltioiden tai tiettyjen jäsenvaltioiden useampien alueiden jakelijoiden todellinen kilpailuttaminen aiheuttaisi merkittäviä kustannuksia verrattuna tilausten arvoon.

(27) Esimerkiksi Ranskan markkinoilla vain toisella jakelutasolla toimivien jakelijoiden suora tai välillinen myynti loppukuluttajille toisiin jäsenvaltioihin on erittäin vähäistä (alle 1 prosenttia koko myynnistä yhteismarkkinoilla). Molemmilla jakelutasoilla toimivien ranskalaisten valmistajien ja jakelijoiden (Nathan, Edrasco/Asco, Wesco) myynnin osuus Ranskan ulkopuolisilla yhteismarkkinoilla on tähän verrattuna kaksitoistakertainen.

(28) Näistä seikoista johtuen oppimateriaalien valmistuksen ja tukkumyynnin merkitykselliset maantieteelliset markkinat kattavat useamman jäsenvaltion tarjonnan tason, kuten Nathanin tekemät ja tämän menettelyn kohteena olevat sopimukset osoittavat. Vähittäismyynti ja loppukysyntä on sen sijaan pikemminkin kansallista tai alueellista.

([10]) Varhaiskasvatuksen aloitusikä vaihtelee 2–4 vuoden välillä eri koulujärjestelmittäin ja opetuksen kokonaistuntimäärä ikäkausittain sekä samojen ikäkausien sisälläkin. Kuusivuotias lapsi saa Italiassa opetusta 1 080 tuntia vuodessa ja Yhdistyneessä kuningaskunnassa 773 tuntia vuodessa (edellä mainittu Eurydicen raportti).

([11]) Ensin mainitussa ryhmässä toimivat tavallisesti hallintoalueittain materiaalihankinnoista vastaavat ryhmittymät, jotka toimittavat tuotteet sitten kullekin laitokselle. Kahdella viimeksi mainitulla ryhmällä on suurempi toimintavapaus. Tilausten jonkinasteinen keskittäminen voi myös muuttaa neuvotteluasemia valmistajia ja jakelijoita kohtaan.

([12]) Yksityissektorin osuus (julkista tukea saavat tai saamattomat laitokset) on 13,6 prosenttia ranskalaisten lasten ja 39,5 prosenttia belgialaisten lasten varhaiskasvatuksesta. Julkisen sektorin osuus on vastaavasti 86,4 prosenttia Ranskassa ja 60,5 prosenttia Belgiassa (edellä mainittu Eurydicen raportti).

3 **Osapuolten markkina-asemat**

(29) Merkityksellisten markkinoiden arvoa kyseisissä jäsenvaltioissa on arvioitava niiden koon perusteella ([13]). Koska tarjonta ja kysyntä on hajautunutta ja kysyntä lisäksi heterogeenistä, julkisissa tilastoissa ei eroteta oppimateriaalin hankintakustannuksia oppilaitosten muista toimintakustannuksista eikä eritellä yksityisten varhaiskasvatuslaitosten hankintoja muunlaisten pikkulapsia vastaanottavien laitosten kuten lomasiirtoloiden ja sairaaloiden hankinnoista.

(30) Vuonna 1997 Nathanin kokonaisliikevaihto yhteisön oppimateriaalimarkkinoilla oli [75 000 000–100 000 000] Ranskan frangia, josta [65 000 000–90 000 000] oli peräisin Ranskasta. Sen myynti Borgionelle, Smartkidsille ja Bricoluxille oli yhteensä [...] Ranskan frangia, mikä muodosti [alle 10] prosenttia Nathanin kokonaismyynnistä yhteisössä ja [alle 10] prosenttia myynnistä Ranskassa.

a) *Yhteisö*

(31) Esimerkiksi vuoden 1997 osalta yhteisön markkinoiden kokonaisarvon voidaan arvioida olevan noin 3 774 miljoonaa Ranskan frangia ([14]). Nathanin ja Edrasco/Ascon, eli suurimman ja toiseksi suurimman ranskalaisen valmistaja/jakelijan osuus oli arvioiden mukaan noin 5 prosenttia kokonaismyynnistä vuonna 1997, mistä Nathanin osuus oli [alle 5] prosenttia.

b) *Ranska*

(32) Kuultujen yritysten arvioiden perusteella alan yhdeksän suurimman yrityksen hallussa oli 57,6 prosenttia Ranskan markkinoista, joiden arvoksi voidaan arvioida 654 862 000 Ranskan frangia vuonna 1997 ([15]). Oppimateriaalien hankintakustannusten määrä lasta kohden laskettuna on 89 frangia, kun kaikki laitosryhmät otetaan huomioon. Näin ollen Nathanin markkinaosuus olisi [5–15] prosenttia.

(33) Tuotemarkkinoiden eri segmenttien osalta on olemassa vain vähän luotettavia tietoja. Ranskan julkisen sektorin päiväkoteihin suunnatusta oppimateriaalista Nathanin markkinaosuus oli vuonna 1995 vähintään [5–15] prosenttia. Eri tuotelohkottain tarkasteltuna Nathanin asema Ranskassa oli merkittävä sekä oppimateriaalin ja pelien [10–25] prosenttia että huonekalujen alalla [25–35] prosenttia ([16]).

c) *Ranskankielinen Belgia*

(34) Koulutoimen toimivaltuuksien jakautuminen, opetusohjelmien erot ja kulttuurierot jakavat Belgian markkinat kahtia ranskankieliseen ja flaamilaiseen yhteisöön. Kuullut jakelijat myyvät tuotteita joko Flanderiin ja Brysseliin tai Valloniaan ja Brysseliin, mutta eivät Valloniaan ja Flanderiin. Eri jakelijat hoitavat Nathanin kuin myös Ascon tuotteiden jakelun Flanderissa ja Valloniassa.

(35) Ranskankielisessä Belgiassa alueellinen yksinoikeus on myönnetty Bricoluxille. Markkinoiden kokonaismyynti on noin 42 542 000 Ranskan frangia ([17]), josta Bricoluxin

([13]) "Enquête sur le marché du matériel éducatif", jonka komissio toimitti Nathanille ja Bricoluxille 30.9.1999.

([14]) Arvio on tehty Ranskassa lasta kohden laskettujen materiaalikulujen suhdeluvun perusteella ja ottamalla huomioon kaikki varhaiskasvatuksen laitostyypit, eli kertomalla 89 Ranskan ftangia 42,4 miljoonalla, joka kuvastaa alle yhdeksänvuotiaiden lasten lukumäärää 15 jäsenvaltiossa vuonna 1997. Koska kyseinen suhdeluku vaihtelee jäsenvaltioittain, Ranskan suhdelukua voidaan soveltaa koko yhteisöön keskiarvona sellaisten jäsenvaltioiden välillä, joissa kustannukset lasta kohden ovat pienemmät, ja sellaisten, joissa ne ovat suuremmat. Yhteisön tasoa koskeva arvio on ilmoitettu myyntilukuina ja huomioon otettavat markkinaosuudet koskevat eri yksinmyyntialueita.

([15]) Arvio on tehty komissiolle ilmoitettujen yhdeksän suurimman yrityksen liikevaihtojen summan perusteella. Summaa on korotettu 42,4 prosenttia, joka kuvaa muiden yritysten hallussa olevasta markkinaosuudesta esitettyjen arvioiden keskiarvoa ("Enquête sur le marché du matériel éducatif", joka toimitettiin Nathanille ja Bricoluxille 30.9.1999.

([16]) "Ressources et Dépenses des Ecoles Maternelles Publiques", Nielsen, heinäkuu 1996, s. 83. Tutkimuksessa analysoidut markkinat ovat laajemmat kuin tämän menettelyn kannalta merkitykselliset markkinat. Tutkimus kattaa kirjat sekä audiovisuaalisen materiaalin, jossa kielellä on ratkaiseva merkitys. Yksinomaan julkisia kouluja koskeva [5–15]* prosenttiosuus on siis liian alhainen pelkän oppimateriaalin osalta. Vähäinen [alle 5]* prosentin ero kaikkien laitos- ja oppimateriaalityyppien yhteenlasketuista markkinoista vuonna 1997 selittyy sillä, että Nathan toimii kilpailijoitaan aktiivisemmin muilla segmenteillä kuten seimet, hoitopaikat, sairaalat ja lomasiirtolat, jotka muodostavat 24,2 prosenttia kokonaiskysynnästä.

([17]) Yhteensä 478 000 lasta Belgian ranskankielisessä osassa (julkinen ja yksityinen sektori): kulut 89 Ranskan frangia lasta kohden (sovellettu Ranskan suhdelukua). Ranskan luku on huomattavasti korkeampi kuin Bricoluxin esittämä arvio (eli 75 Belgian frangia lasta kohden, joka esitettiin kirjeessä 26.9.1997) ja Bricoluxin kilpailijan Virouxin esittämä arvio (eli 300 Belgian frangia lasta kohden, joka esitettiin kirjeessä 17.6.1999) samasta suhdeluvusta ranskankielisessä Belgiassa.

markkinaosuus oli [5–15] prosenttia vuonna 1997 Nathanin tuotteiden myynnin osalta ([18]).

d) *Italia*

(36) Italian markkinoiden arvoksi vuonna 1997 voidaan arvioida 491 003 000 Ranskan frangia mukaan lukien kaikki varhaiskasvatuslaitokset ([19]), vaikka Borgione jakelee koulutarvikkeita vain Italian opetusministeriön alueellisille keskuksille (Direzzioni Didattiche, 59 prosenttia), kunnille (communi, 31 prosenttia) ja muille jälleenmyyjille (10 prosenttia). Nathanin valmistamat tuotteet muodostavat [20-30 prosenttia] sen liikevaihdosta.

(37) Kun otetaan huomioon Nathanin tuotteiden myynti korotettuna Borgionen myyntikatteella, Nathanin markkinaosuus olisi alle 5 prosenttia. Kuten Borgione ([20]) myös muut italialaiset jakelijat, joihin otettiin yhteyttä, vahvistavat myyvänsä oppimateriaalia yksinomaan Italiassa.

e) *Ruotsi*

(38) Kun otetaan huomioon alle yhdeksänvuotiaiden lasten määrä, markkinoiden arvoksi vuonna 1997 voidaan arvioida 102 430 000 Ranskan frangia. Nathanin valmistamia tuotteita myytiin [alle 5] miljoonan Ruotsin kruunun arvosta, joten kyseisenä vuonna Nathanin markkinaosuus oli [alle 5] prosenttia.

D NATHANIN JAKELUVERKKO EUROOPASSA JA YKSINMYYJIEN KANSSA TEHDYT SOPIMUKSET

1 **Nathanin jakeluverkko**

(39) Nathan hoitaa suoraan [50–70] prosenttia tuotteidensa jakelusta Ranskassa joko edustajiensa kautta (myyntiedustajat VRP), joiden osuus on [alle 30] prosenttia myynnistä, tai suoraan päätoimipaikkaan tehtävien kuvastotilausten perusteella, mikä muodostaa [30–40] prosenttia kaikista toimituksista.Tukkuliikkeet [alle 5] prosenttia ja vähittäismyyntiä harjoittavat kirjakaupat [alle 50] prosenttia myyvät myös Nathanin tuotteita erilaisille laitoksille tai yksityishenkilöille ([21]). Nathan toimii siis toimitusketjun alkupäässä valmistuksen ja jakelijoille suuntautuvan myynnin markkinoilla sekä merkittävässä määrin myös loppupäässä myymällä tuotteita suoraan oppilaitoksille Ranskassa. Ranskassa tapahtuvaan jälleenmyyntiin suunnattujen Nathanin tuotteiden vaihtoehtoinen kilpaileva hankintalähde voisi olla Ranskan ulkopuolisen verkoston kautta hankittujen tuotteiden jälleentuonti Ranskaan.

(40) Yhteisössä Nathanin tuotteita myydään 11 jäsenvaltiossa noin 20 jakelijan muodostaman verkoston avulla. Niiden myynti muodostaa [alle 20] prosenttia oppimateriaalin myynnistä Nathanille syntyvästä kokonaisliikevaihdosta. Espanjassa, Portugalissa, Italiassa, flaamin- ja ranskankielisessä Belgiassa, Ruotsissa ja Suomessa sekä joidenkin tuotteiden osalta Yhdistyneessä kuningaskunnassa ja Irlannissa yksi paikallinen jakelija vastaa yksinoikeudella jälleenmyynnistä ([22]).

2 **Eräiden yksinmyyjien kanssa tehdyt jakelusopimukset**

a) *Italia*

(41) Nathanin ja Borgionen 1 päivänä huhtikuuta 1993 tekemässä jakelusopimuksessa myönnetään Borgionelle yksinoikeus Nathanin valmistamaan oppimateriaaliin, joka sisältyy vuosittain Italiassa julkaistavaan kuvastoon. Sopimuksessa määrätään Nathanin myyntihinnasta Borgionelle, mikä on [alle 55] prosenttia Nathanin Ranskan kuvaston verollisista hinnoista. Hinnat on taattu vuodeksi kerrallaan. Alun perin kahdeksi vuodeksi tehtyä sopimusta on sittemmin jatkettu.

([18]) Nathanin kirje 28.10.1999, joka oli vastaus "Enquête sur le marché du matériel éducatif" -tutkimukseen, joka toimitettiin Nathanille ja Bricoluxille 30.9.1999. Nathan ilmoitti vuoden 1997 myyntinsä Bricoluxille olevan [alle 5 miljoonaa] Ranskan frangia. Summaa voidaan korottaa kertoimella [...], jota Bricolux sovelsi bruttokatteenaan.

([19]) Koska kilpailevat italialaiset yritykset eivät toimittaneet verrattavissa olevia arvioita, tämä arvio on tehty Ranskan laskeman suhdeluvun perusteella, jossa kustannusten katsotaan olevan 89 Ranskan frangia lasta kohden kaikki varhaiskasvatuksen laitostyypit yhteenlaskettuina.

([20]) Borgionen kirje 2.10.1997, joka on väitetiedoksiannon liitteenä.

([21]) Nathanin oppimateriaaliyksikön johtajan Ranskan viranomaisille esittämässä selvityksessä, jonka Nathan toimitti komissiolle, johtaja selitti seuraavaa: "Toimimme yhteistyössä myös kirjakauppojen kanssa (noin 200). Kirjakaupat toimivat eräänlaisina postilaatikkoina (...) Asiakkaamme voivat käyttää joko kuvastossa olevaa tilauskuponkia tai tehdä tilauksen kirjakaupassa. Kirjakauppiaat saavat [15–25] prosentin hyvityksen kuvastohinnoista välittämiensä tilausten mukaan."

([22]) Abacus on vuodesta 1989 toiminut Nathanin tuotteiden yksinmyyjänä Espanjassa ja Portugalissa. Vuodesta 1993 Notthingham Groupilla on yksinmyyntioikeus tiettyjen Nathanin kuvaston tuotteiden osalta Yhdistyneessä kuningaskunnassa ja Irlannissa. Näiden yritysten liikesuhteita Nathanin kanssa ei ole muodollisesti vahvistettu kirjallisella sopimuksella. Vastauksessaan komission tietopyyntöön Notthingham Group arvioi, ettei se ole Nathanin tuotteiden yksinmyyjä alueella.

(42) Sopimuksen 2 artiklan mukaan yksinoikeus koskee ”suoraa myyntiä kaikille italiankielisille ja Italian alueella sijaitseville esi- ja alkuopetusta tarjoaville laitoksille, kuten kouluille, eri-ikäisten lasten päiväkodeille ja lomakeskuksille”. Borgione puolestaan sitoutuu siihen, ettei se pidä kaupan ”näitä tuotteita yksinoikeusalueensa ulkopuolella” eikä ”Nathanin kilpailijoiden tuotteita” (3 artikla).

(43) Sopimuksen 3 artiklan mukaan Borgione sitoutuu myös ”toimittamaan Nathanille alueellaan myymiensä Nathanin tuotteiden hinnaston. Kyseiset hinnat saavat olla Ranskan frangeiksi muunnettuina korkeintaan 5 prosenttia korkeampia kuin samojen tuotteiden myyntihinnat Ranskassa ”.

(44) Tätä enimmäishintoja koskevaa määräystä on täydennetty sopimuksen 10 artiklalla, jossa todetaan Nathanin tuotteiden myyntiehdoista seuraavaa: ”Borgione pidättäytyy kaikesta sellaisesta liiketoiminnasta (tarjoukset, alennukset, hyvitykset, loppuunmyynti), joka voi vahingoittaa Nathanin merkkiä. Borgione saa myydä alennettuun hintaan Nathanin kuvaston tuotteet, joiden käyttöaika on päättymässä.”

(45) Nathanin arvioiden mukaan Borgionen ja Nathanin Ranskan myyntikuvaston hintaerot vuonna 1997 vaihtelevat [15–25] prosenttia edullisemmasta hinnasta [15–25] prosenttia kalliimpaan hintaan ([23]).

b) *Ruotsi*

(46) Smartkids on toiminut jakelijana Ruotsissa vuodesta 1995. Noin puolet sen vuoden 1997 liikevaihdosta syntyi Nathanin tuotteiden myynnistä. Smartkids toimii suhteellisen hajanaisilla markkinoilla ja se on Ruotsin kolmanneksi suurin oppimateriaalin myyjä, jos oppikirjoja ja tietokoneohjelmia ei oteta huomioon.

(47) Nathanin ja Smartkidsin välillä 1 päivänä heinäkuuta 1996 tehdyssä jakelusopimuksessa Smartkidsille myönnetään yksinoikeus sellaisen Nathanin vuosikuvastossa esitellyn oppimateriaalin myyntiin, joka on suunnattu ”myytäväksi kaikille ruotsinkielisille ja Ruotsin alueella sijaitseville esi- ja alkuopetusta tarjoaville laitoksille, kuten kouluille, eri-ikäisten lasten päiväkodeille ja lomakeskuksille” (2 artikla).

(48) Sopimuksessa määrätään Nathanin myyntihinnasta Smartkidsille, mikä on [alle 55] prosenttia Nathanin Ranskan kuvaston verottomista hinnoista (arvonlisäveroa lukuun ottamatta). Hinnat on taattu vuodeksi kerrallaan. Smartkids sitoutuu siihen, ettei se pidä kaupan ”näitä tuotteita yksinoikeusalueensa ulkopuolella” eikä ”Nathanin kilpailijoiden tuotteita, eikä mitään Ascon valmistamia tuotteita”. Lisäksi se sitoutuu sopimaan Nathanin kanssa siitä, etteivät muut Smartkidsin myymät tuotteet kilpaile Nathanin tuotteiden kanssa (3 artikla).

(49) Sopimuksen 3 artiklan mukaan Smartkids sitoutuu ”toimittamaan Nathanille Ruotsin markkinoilla tarjoamiensa Nathanin tuotteiden hinnaston. Verottomat hinnat saavat Ranskan frangeiksi muunnettuina olla enintään yhtä suuria kuin Nathanin verottomat hinnat kerrottuna 1,6:lla”.

(50) Kuten Borgionen tapauksessa, Nathanin ja Smartkidsin sopimuksessa määrätään liikesuhteista asiakkaisiin, että Smartkids ”pidättäytyy kaikesta sellaisesta liiketoiminnasta (tarjoukset, alennukset, hyvitykset, loppuunmyynti), joka voi vahingoittaa Nathanin merkkiä. Smartkids saa myydä alennettuun hintaan Nathanin kuvaston tuotteet, joiden käyttöaika on päättymässä”.

(51) Nathanin arvioiden mukaan Smartkidsin ja Nathanin Ranskan kuvaston hintaerot vuonna 1997 vaihtelevat siten, että myyntihinnat ovat Ruotsissa [40–50]–[75–85] prosenttia kalliimmat ([24]).

3 **Ranskankielinen Belgia**

(52) Bricolux on vuodesta 1986 toiminut Nathanin tuotteiden jakelijana Belgiassa. Nathanin ja Bricoluxin väliset liikesuhteet perustuvat vakiintuneisiin kauppatapoihin, eikä niitä ole virallistettu kirjallisella sopimuksella. Elokuusta 1992 alkaen osapuolet ovat neuvotelleet sopimuksesta, mutta eivät ole toistaiseksi saaneet laadittua sopimusta, joka kattaisi kaikki niiden liikesuhteita sääntelevät ehdot. Osapuolten välisestä kirjeenvaihdosta ilmenee, että Bricoluxilla on käytännössä alueellinen yksinoikeus sen vuosikuvastossa esiteltyihin Nathanin tuotteisiin, jotka on tarkoitettu myytäväksi Belgian ranskankielisellä alueella.

(53) Nathanin 12 päivänä marraskuuta 1992 (2 päivänä syyskuuta 1993 Bricoluxin mukaan) esittämän sopimusehdotuksen 3 artiklaan sisältyi Bricoluxin sitoumus olla ”pitämättä kaupan kyseisiä Nathanin tuotteita yksinoikeusalueen ulkopuolella”. Yksinoikeus koski myös esi- ja alkuopetuslaitoksia ja Bricoluxin velvoitteena oli toimittaa kaikki jälleenmyyjien tekemät tilaukset.

([23]) Nathanin huomatukset 27.10.1998, s. 13, liite 6.

([24]) Nathanin huomautukset 27.10.1998, s. 13, liite 6.

(54) Syyskuun 2 päivänä 1993 päivätyn sopimusluonnoksen mukaan Bricoluxin pitää myös "toimittaa Nathanille alueellaan tarjoamiensa Nathanin tuotteiden hinnasto. Hinnat saavat Ranskan frangeiksi muunnettuina olla noin 10 prosenttia korkeammat tai alemmat kuin samojen tuotteiden myyntihinnat Ranskassa".

(55) Bricolux vastasi 5 päivänä marraskuuta 1993 päivätyssä kirjeessä seuraavasti: "Vaikka onkin selvää, että pitkän aikavälin tavoitteena on myydä Nathanin tuotteet samaan hintaan joka puolella Eurooppaa, on vähintään yhtä selvää, että tavoitetta ei ole helppo toteuttaa (...)" ([25]).

(56) Nathanin kirjeessä 13 päivältä tammikuuta 1994 ([26]) todettiin, ettei sen ja Bricoluxin väliset liikesuhteet vuoden 1994 osalta määrittelevää sopimusta ole allekirjoitettu. Bricoluxin ehdotus hintakehityksen vahvistamisesta hyväksyttäisiin seuraavin ehdoin: "Hyväksymme vuoden 1994 osalta, että Nathanin tuotteiden enimmäishinnat Belgiassa vastaavat Belgian frangeiksi muunnettuja Ranskan myyntihintoja, joihin on lisätty 15 prosenttia. Toivomme kuitenkin, että aina kun on mahdollista, Belgian hinnat olisivat samat kuin Ranskan hinnat." Kirjeessä ehdotetaan Bricoluxille tuotteiden hankintahintaa, joka on [alle 55] prosenttia Nathanin Ranskan vuoden 1994 kuvaston verottomista hinnoista ([alle 55] prosenttia mukaan lukien verot).

(57) Pyrkimys Nathanin tuotteiden samanlaisiin myyntiehtoihin kaikkialla Euroopassa vahvistetaan kirjeessä Bricoluxille, jossa Nathan kuvailee yritysten välisiä keskusteluja: "Olemme myös käsitelleet jälleenmyyjien hyvityksiä. Vaikuttaa siltä, että Bricoluxin jakelijoilleen myöntämä [...] prosentin hyvitys on liian suuri. Muistutan, että Nathan myöntää [15–25] prosentin hyvityksen kirjakaupoille, mikä mahdollistaa kouluille sopivat jälleenmyyntihinnat." Koska Larousse, joka on Nathanin tapaan CEP Communicationin tytäryhtiö, piti kaupan vuonna 1991 Nathanin materiaalia Belgiassa, Larousse sitoutui Bricoluxin osalta seuraaviin ehtoihin: "Jos oppimateriaali esiintyy Nathanin ja MDI:n kuvastoissa, tehtävänämme on pelkästään siirtää tilaus eteenpäin toimitusta varten tai toimittaa se vain, jos toimitusongelmia esiintyy. Yhdenmukaistamme myyntihintamme Bricoluxin hintojen kanssa" ([27]).

(58) Tammikuun 24 päivänä 1994 päivätyssä kirjeessä Bricolux hylkäsi muiden sopimusluonnoksen lausekkeiden lisäksi kaikki ehdot, joilla pyrittiin myyntihintojen pysyvään vahvistamiseen. Bricolux toteaa noudattaneensa Nathanin ohjeita tiettyjen tuotteiden myyntihintojen vahvistamisesta seuraavin edellytyksin: "Haluamme kuitenkin ilmoittaa, että olemme ottaneet huomioon sopimuksemme noudattaa vuonna 1994 alennettuja jälleenmyyntihintoja tai samoja hintoja kuin vuonna 1993" ([28]). Näiden tuotteiden osalta Bricolux siirsi automaattisesti Ranskassa alentuneet tai samana pysyneet hinnat samojen tuotteiden Belgian hintoihin ja sovelsi samaa kerrointa.

(59) Komissio sai nämä tiedot vastauksena kysymykseen siitä, oliko alennusjärjestelyistä sovittu ja olivatko ne yleisiä. Bricolux selitti: "Voimme myöntää hyvitystä ammattilaisille järjestetyillä messuilla (enintään kaksi kertaa vuodessa). Yleensä emme järjestä yksittäisiä alennuskampanjoita, sillä oppimateriaaleja ei myydä tavanomaisena messumyyntinä" ([29]).

(60) Nathanin arvioiden mukaan erot Bricoluxin hintojen ja Nathanin vuoden 1997 Ranskan kuvaston hintojen välillä vaihtelevat [50–60] prosenttia edullisemmasta hinnasta [25–35] prosenttia kalliimpiin hintoihin ([30]).

(61) Nathanin tuotteiden jälleenmyyjiensä osalta Bricolux teki vuonna 1990 yksinoikeussopimuksen brysseliläisen kirjakaupan La Découverte kanssa. Koska Bricolux irtisanoutui sopimuksesta tammikuussa 1993, La Découverte alkoi hankkia Nathanin tuotteita toiselta jakelijalta Ranskasta, kirjakaupalta Vauban Maubeugessa ([31]). La Découverten ehdotuksesta Belgian Valloniassa ja Brysselissä jälleenmyytäviksi tarkoitetut tuotteet toimitetaan Ranskaan. Lopettaakseen yksinmyyntialueelleen suuntautuvan rinnakkaismyynnin Bricolux kirjoitti Vaubanille seuraavasti: "Vahvistuksena puhelinkeskustelullemme ja kirjeelle, jonka Grimbert Nathanilta on teille lähettänyt, toimintalinjamme on seuraava: ... Näiden syiden vuoksi edellytämme teidän lähettävän meille kirjeen, jossa vakuutatte, että ette enää toimita tuotteita La Découvertelle... Olemme tarkkailleet kahden vuoden ajan La Découverten toimintaa sen hankintalähteiden selvittämiseksi ja

([25]) Sopimusluonnos 2.9.1993. Bricoluxin kirje Nathanille 5.11.1993.
([26]) Nathanin kirje Bricoluxille.
([27]) Nathanin (Marrot) kirje Bricoluxille (Collard) 25.2.1993. Larousse Belgiquen pääjohtajan Hublaun kirje Bricoluxille (Collard) 9.12.1991.
([28]) Bricoluxin kirje Nathanille 24.1.1994. Faksissa 12.1.1994 Bricoluxille (Collard) Nathan (Marrot) toteaa seuraavaa: "Bricoluxin hyväksyntä sille, että säilytämme Belgian ja Luxemburgin kuvastoissa keltaiset merkit alennuksen tai samana pysymisen merkkinä, jotka siirretään Belgian frangeissa laskettuihin hintoihin." Sen viereen on käsin kirjoitettu ja Alain Collardin allekirjoituksella varustettu merkintä: "OK, hintajärjestely sopii."
([29]) Bricoluxin kirje komissiolle 2.12.1997, joka oli vastaus 24.11.1997 esitettyyn tietopyyntöön.
([30]) Nathanin huomautukset 27.10.1998, s. 14, liite 6.
([31]) Bricoluxin kirje 26.9.1997.

vasta maaliskuun alussa saimme todisteita siitä, että kyse on todellakin Vauban-kirjakaupasta" ([32]).

(62) Nathanin kirje Vaubanille, johon Bricolux viittaa, on päivätty 21 päivänä maaliskuuta 1995 ja siinä todetaan seuraavaa: "20 päivänä maaliskuuta käymämme puhelinkeskustelun perusteella vahvistan täten, että yrityksellämme on Belgiassa yksinmyyjä, jonka kanssa olemme vuosia tehneet yhteistyötä toimintamme edistämiseksi kyseisillä markkinoilla. Emme toivo jakelijan kärsivän rinnakkaistuonnin aiheuttamista haitoista. Jakelijalla on täysin lailliset perusteet kieltäytyä toimituksista tietyille asiakkaille, ja se on aina ilmoittanut tästä meille ennen päätöksentekoa" ([33]).

(63) Vastauksena Vaubanin toiveeseen jatkaa toimituksia La Découvertelle, Bricolux asetti sille seuraavat ehdot: "Koska kirjeestänne (14.4.1995) ilmenee, että jatkatte toimintaanne Belgiassa, ilmoitamme täten, että aiomme levittää kaikkiin Pohjois-Ranskan kuntiin ja kouluihin Nathanin ja Bricoluxin myyntikuvastot, joiden hinnat saavat yrityksenne hintatason näyttämään asiakkaista erittäin korkealta. Pohtikaa, onko toimintanne todella tämän arvoista ja haluatteko todella tällaista kauppasotaa. Ottakaa yhteyttä Nathaniin. He kyllä vahvistavat, että ... meillä on riittävät resurssit tämän politiikan toteuttamiseen" ([34]).

(64) Tämä Bricoluxin aikomus kilpailla aktiivisesti yksinmyyntialueensa ulkopuolella vastatoimena sen omalla alueella kohtaamaan kilpailuun on vahvistettu kirjeessä, jonka se lähetti 20 päivänä marraskuuta 1995 Ranskan kilpailuviranomaisille. Viranomaiset siirsivät sittemmin asian komission käsiteltäväksi. Kirjeessä todetaan seuraavaa: "On selvää, että jos Brysselissä toimiva kirjakauppa levittää Vaubanilta saamiaan Nathanin Ranskan myyntikuvastoja, lisää niihin käyvät hinnat Belgian frangeissa ja jakelee kuvastot asiakkaillemme, tämä aiheuttaa meille raskaita taloudellisia tappioita ja vahingoittaa mainettamme. Menetämme luotettavuutemme." Bricolux ei mainitse, että kilpaillakseen sen kanssa kyseisen myynnin on perustuttava Bricoluxia houkuttelevampiin hintoihin tai palveluihin. Kirje jatkuu seuraavasti: "Ymmärrän hyvin, että he eivät voi kieltäytyä myymästä tuotteita liikkeessään, mikä on Rooman sopimuksen vastaista. On kuitenkin kiellettyä tehdä tarjouksia Belgiassa Nathanin tai Ascon tavaroista ja laskuttaa niistä, koska tiedetään, että myynti on suojattu yksinoikeussopimuksella ... vaikka meillä on yksinoikeussopimus Belgiassa, Ranskassa markkinat ovat täysin vapaat. Mikä meitä siis estäisi levittämästä Bricolux-, Nathan- ja Asco- kuvastojamme joka puolelle Pohjois-Ranskaa sellaisin hinnoin, jotka saisivat Vaubanin toiminnan näyttämään omituiselta?" ([35]).

(65) Aktiiviseen kilpailuun ryhtymisen sijaan vaihtoehtoisia ratkaisuja Vaubanin aiheuttamaan ongelmaan etsittiin myös yhdessä Nathanin kanssa. Vuodesta 1995 suunniteltiin toimia, joilla estettäisiin se, että Vauban voisi "häiritä" Bricoluxin toimintaa. Nathan esitti Bricoluxille seuraavaa: "Vauban: tutkin Ranskan myyntijohtajan kanssa painostuskeinoja, joiden avulla voisimme estää La Découverten toimitukset belgialaisiin kouluihin. Ilmoitan myös tästä heti, kunhan olemme päättäneet jatkosta. Valitettavasti yhteisön oikeuden direktiivien mukaan toimituksista kieltäytyminen ei ole sallittua" ([36]). Vauban siis toimitti myös suoraan belgialaisille kouluille, mikä oli myös tarkoitus estää.

(66) Kaksi vuotta myöhemmin Bricolux ilmoitti Nathanille rinnakkaistuonnin jatkumisesta Ranskasta Belgiaan: "Vahvistuksena vuosien 95 ja 96 neuvotteluillemme, jotka käsittelivät Nathan-tuotteiden rinnakkaistuontia Belgiaan, ilmoitamme, että La Découverte myy edelleen Nathanin vuoden 1997 Ranskan kuvaston tuotteita belgialaisin hinnoin – kuten mekin. Se hankkii tuotteet edelleen Vaubanilta tai toiselta ranskalaiselta kirjakaupalta. Luulin, että hyvitysten poistaminen lopettaisi tämäntyyppisen toiminnan" ([37]).

(67) Bricolux vahvistaa Nathanin osallistuneen Vaubania koskeviin uhkailuihin toisessa kirjeessään, jonka se laati yli kaksi vuotta ensimmäisten Librairie Vaubanin vastaisten painostustoimien jälkeen: "Grimbert on tukenut minua toteamalla, että hyvitysten poistaminen Vaubanilta

([32]) Bricoluxin (Collard) kirje Librairie Vaubanille (Cagnon) 23.3.1995. Grimbert toimi vientijohtajana Nathanin oppimateriaaliosastolla.

([33]) Nathanin 14.1.1999 lähettämä kirje, joka sisälsi huomautuksia täsmentämään 3.12.1998 pidetyssä kuulemistilaisuudessa käsiteltyjä kysymyksiä.

([34]) Bricoluxin kirje 4.5.1995 Vaubanille. Bricolux toimitti kirjeen huomautuksineen 11.12.1998 täsmentämään 3.12.1998 pidetyssä kuulemistilaisuudessa käsiteltyjä kysymyksiä.

([35]) Bricoluxin kirje Lillen kilpailuviranomaisille (Alvain, Service de la Concurrence). Bricolux toimitti kirjeen komissiolle huomautuksineen 11.12.1998 täsmentääkseen 3.12.1998 pidetyssä kuulemisessa käsiteltyjä kysymyksiä.

([36]) Nathanin viennistä vastaavan Marrot'n faksi 25.10.1995 Collardille Bricoluxiin. Bricolux toimitti sen komissiolle huomautuksineen 11.12.1998 täsmentääkseen 3.12.1998 pidetyssä kuulemisessa käsiteltyjä kysymyksiä. Se lähetettiin kommentoitavaksi Nathanille. Nathan lähetti vastauksensa 14.1.1999 täsmentääkseen 3.12.1998 pidetyssä kuulemisessa käsiteltyjä kysymyksiä.

([37]) Bricoluxin Collardin faksi Nathanin vientiyksikköön 23.5.1997.

lopettaa toiminnan lyhyeen. Liitteenä olevasta asiakirjasta ilmenee, että näin ei ole ja että La Découverte jatkaa Nathanin tuotteiden myyntiä ohittaen meidän sopimuksemme ja aiheuttaen meille moraalisia ja kaupallisia ongelmia" ([38]).

II OIKEUDELLINEN ARVIOINTI

A PERUSTAMISSOPIMUKSEN 81 ARTIKLAN 1 KOHTA

(68) Perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdassa määrätään: "Yhteismarkkinoille soveltumattomia ja kiellettyjä ovat sellaiset yritysten väliset sopimukset (...), jotka ovat omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan ja joiden tarkoituksena on estää, rajoittaa tai vääristää kilpailua yhteismarkkinoilla ja joista seuraa, että kilpailu estyy, rajoittuu tai vääristyy yhteismarkkinoilla, ja erityisesti sellaiset sopimukset (...), joilla suoraan tai välillisesti vahvistetaan osto- tai myyntihintoja taikka muita kauppaehtoja (...) ja joilla jaetaan markkinoita tai hankintalähteitä (...)".

1 Yritysten väliset sopimukset

(69) Nathan, sen yksinmyyjät Bricolux, Borgione ja Smartkids sekä muut jakelijat toisissa jäsenvaltioissa harjoittavat taloudellista toimintaa valmistamalla tai ostamalla tuotteita jälleenmyyntiä varten, ja ne ovat sen vuoksi perustamissopimuksen 81 artiklan kohdassa tarkoitettuja yrityksiä

(70) Nathan on tehnyt Italiaa koskevan yksinmyyntiopimuksen Borgionen kanssa. Sopimuksen ehtoja on kuvailtu edellä johdanto-osan 41–45 kappaleessa ja ne ovat säännelleet yritysten liikesuhteita vuodesta 1993. Nathan on tehnyt Ruotsia koskevan yksinmyyntisopimuksen Smartkidsin kanssa. Sopimuksen ehtoja kuvaillaan johdanto-osan 46–51 kappaleessa, ja ne ovat säännelleet yritysten liikesuhteita vuodesta 1995. Bricolux on toiminut Nathanin kanssa yhteistyössä Nathanin oppimateriaalin jakelijana vuodesta 1986 Belgian Valloniassa johdanto-osan 52–67 kappaleesta ilmenevien ehtojen ja menettelytapojen mukaisesti. Nathan myy lisäksi tuotteitaan jälleenmyyntiin riippumattomille, ilman yksinoikeutta toimiville jakelijoille Ranskassa ja muissa yhteisön jäsenvaltioissa (johdanto-osan 39 ja 40 kappale).

(71) Nathanin ja sen jakelijoiden Borgionen ja Smartkidsin välisten yksinoikeussopimusten määräykset sekä ehdot, joiden mukaan Nathan ja Bricolux yhdessä tulkitsevat tai toimeenpanevat Bricoluxin yksinoikeutta Nathanin oppimateriaalin myyntiin Nathanin jakeluketjussa, ovat perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuja yritysten välisiä sopimuksia.

([38]) Bricoluxin Collardin faksi 30.5.1997 Nathanin pääjohtajalle Langlois-Meurinnelle.

2 Tarkoituksena tai vaikutuksena kilpailun rajoittuminen tai vääristyminen

(72) Nathanin, Borgionen, Smartkidsin ja Bricoluxin välisten sopimusten tarkoituksena on kilpailun rajoittaminen tai vääristäminen yhteismarkkinoilla, sillä niillä pyritään eristämään alueita estämällä tai rajoittamalla rinnakkaismyyntiä kyseisten alueiden sisällä tai niiden ulkopuolella ja vahvistamaan jälleenmyyntihinnat, kuten jäljempänä osoitetaan.

a) *Sopimusalueella ja siltä käsin tapahtuvan rinnakkaismyynnin rajoittaminen*

(73) Borgionen ja Smartkidsin kanssa tehtyjen sopimusten mukaan Nathan myöntää niille Italiassa ja Ruotsissa yksinoikeuden tuotteidensa myyntiin kaikille esi- ja alkuopetusta tarjoaville laitoksille, lukuun ottamatta Ranskan opetusministeriön alaisia laitoksia. Yksinoikeus sisältyy myös Nathanin ja Bricoluxin välisiin sopimuksiin ja se kattaa Vallonian ja ranskankieliset alueet Belgiassa. Nathan sitoutuu siirtämään jakelijoille kyseisiltä alueita tulevat tilaukset ja siis siihen, ettei se toimita suoraan näille alueille.

(74) Nathanin, Borgionen ja Smartkidsin välisissä sopimuksissa viimeksi mainitut yritykset sitoutuvat siihen, että ne eivät pidä kaupan kyseisiä tuotteita yksinoikeusalueensa ulkopuolella.

(75) Yhteisöjen tuomioistuimella on jo ollut tilaisuus todeta yhteisön alueella sovellettavaksi tarkoitettujen sopimusten osalta, että "sopimus, jolla on tarkoitus poistaa jälleenmyyjältä asiakkaidensa valintaa koskeva kaupallinen vapaus, kun siinä asetetaan jälleenmyyjälle velvollisuus myydä vain sopimusalueella sijaitseville asiakkaille, rajoittaa kilpailua perustamissopimuksen 85 artiklan 1 kohdassa tarkoitetulla tavalla" ([39]).

(76) Tämä velvollisuus kunnioittaa ehdottomasti yksinoikeusaluetta sisältyy myös Bricoluxin kanssa tehtyyn sopimukseen, ja sen vahvistaa myös tapa, jolla Nathan ja Bricolux ovat panneet sopimusta täytäntöön. Bricolux ei myy yksinmyyntialueensa ulkopuolella ja aikoo tehdä niin yksinomaan liiketoiminnallisena vastatoimenpiteenä toista jakelijaa Vaubania kohtaan, joka rikkoo sen yksinoikeutta myymällä Nathanin tuotteita suoraan tai välillisesti Valloniaan ja ranskankielisiin osiin Belgiaa, kuten Bricoluxin kirjeistä ilmenee (ks. johdanto-osan 63 ja 64 kappale). Tässä tapauksessa kyse on myynnistä ja toimituksista Ranskassa La Découvertelle, joka on jälleenmyyntiä harjoittava Bricoluxin kilpailija Belgiassa.

([39]) Ks. asia C-306/96, Javico International ja Javico AG v. Yves Saint Laurent Parfum SA, tuomio 28.4.1998, Kok. 1998, s. I-1983, 13 kohta, jossa mainitaan mm. asia 86/82, Hasselblad v. komissio, tuomio 21.2.1984, Kok. 1984, s. 883, 46 kohta, ja asia C-70/93, Bayerische Motorenwerke, tuomio 24.10.1995, Kok. 1995, s. I-3439, 19 ja 21 kohta.

(77) Nathan vetoaa Bricoluxin yksinoikeuteen huomauttaessaan Vatibanille Bricoluxin alueelle suuntautuvasta myynnistä. Se ei halua yrityksen toiminnan kärsivän toisten jakelijoiden tuonnista kilpailevalle belgialaiselle jakelijalle kyseisellä alueella (ks. johdanto-osan 62 kappale). Nathanin käsityksen mukaan yksinoikeudella voidaan siis laillisesti estää tällainen rinnakkaismyynti. Nathan pyrkii säilyttämään nimenomaan belgialaisten koulujen muodostaman asiakaskunnan Bricoluxin alueella tutkimalla painostuskeinoja, joilla se voisi estää Vaubanin toimitukset. Myös Bricolux vetoaa samoihin yksinoikeussopimuksiin ja Nathanin vakuutuksiin valittaessaan uudestaan Nathanille yksinoikeuden rikkomisesta siten, että belgialaiselle kilpailijalle on myyty tuotteita (ks. johdanto-osan 67 kappale).

(78) Yhteisöjen tuomioistuin on myös katsonut, että ”sopimuksella, jossa asetetaan jälleenmyyjälle velvollisuus olla myymättä sopimustuotteita sopimusalueen ulkopuolella, on tarkoitus estää rinnakkaistuonti yhteisön alueelle ja rajoittaa näin kilpailua yhteismarkkinoilla. Tällaiset ehdot, jotka sisältyvät yhteisön sisällä tapahtuvaa jakelua koskeviin sopimuksiin, ovat siis jo luonteensa puolesta kilpailun rajoituksia” ([40]).

(79) Nathanin ja sen yksinmyyjien välisillä sopimuksilla, jotka estävät markkinoinnin alueen ulkopuolella, kuten niiden toimeenpano osoittaa, pyritään siis estämään tai rajoittamaan myyntiä kilpaileville jakelijoille, jotka voivat myydä tuotteet edelleen yksinmyyntialueen sisällä tai kyseiselle alueelle sijoittautuneille asiakkaille. Sopimukset estävät tällä tavoin rinnakkaismyynnin ja antavat täydellisen aluesuojan näillä yksinmyyntialueilla.

(80) Estämällä yksinmyyjiä markkinoimasta Nathanin tuotteita alueensa ulkopuolella sopimuksilla suojellaan Nathanin jakeluverkkoa ja Belgian ranskankielisen osan, Italian ja Ruotsin ulkopuolisia eri jäsenvaltioiden myyntialueita Bricoluxin, Borgionen ja Smartkidsin myynniltä. Muista alueista on otettava huomioon erityisesti Ranska, jossa suojelun kohteena ovat Nathanin 200 riippumatonta jakelijaa (kirjakauppoja ja tukkukauppiaita) ja jopa Nathanin oma myynti.

(81) Kun otetaan huomioon ranskalaisen jakelijan maksaman hinnan [15–25] prosentin hyvitys kuvastohinnoista (ks. johdanto-osan 39 ja 57 kappale) ja Ranskan ulkopuolisten yksinmyyjien hinnan välinen ero [alle 55] prosentin hyvitys verottomasta hinnasta ja [alle 65] prosentin verollisesta (ks. johdanto-osan 41, 48 ja 56 kappale) on selvää, että yksinmyyjät pystyisivät mahdollisesti kilpailemaan myös ranskalaisten jakelijoiden kanssa.

(82) Näyttää siltä, että lähellä Ranskan rajaa toimivien Borgionen ja Bricoluxin perimät hinnat ovat tiettyjen tuotteiden osalta [...] prosenttia edullisempia (ks. johdanto-osan 45 ja 60 kappale) kuin Nathanin Ranskan myyntikuvaston hinnat. Kilpailevat ranskalaiset jakelijat pystyisivät vain vaivoin tarjoamaan edullisempia hintoja samoista tuotteista. Bricolux viittasikin mahdollisuuteen tarjota edullisempia hintoja Ranskassa, mutta vain varoituksena, jos sen alueellista yksinoikeutta ei kunnioiteta (ks. johdanto-osan 63 ja 64 kappale).

(83) Pyrkimys rajoittaa kilpailua yksinoikeusalueiden ulkopuolella selittää sen, että Nathan pyysi Bricoluxia noudattamaan samaa hinnoittelua kuin Ranskassa (ks. johdanto-osan 56 kappale). Se selittää myös Nathanin esittämät nuhteet, joiden mukaan Bricoluxin jakelijoilleen myöntämä [...] prosentin hyvitys on liian korkea verrattuna Nathanin ranskalaisille jakelijoilleen myöntämään [15–25] prosenttiin. Sama Nathanin tuotteiden hintojen yhdenmukaistamispyrkimys toistuu Larousse Belgiquen kohdalla, joka oli Nathanin tavoin CEP Communication -yhtymän tytäryhtiö tarkasteltavana ajankohtana (ks. johdanto-osan 57 kappale).

(84) Nathanin kokonaismyynnistään saamat voitot eivät riipu suoraan Bricoluxin yksinoikeusalueellaan myöntämistä alennuksista tai perimistä hinnoista, lukuun ottamatta sitä, että yksinoikeusalueensa ulkopuolelle edelleenvievän jakelijan suora tai välillinen myynti voi kilpailla Nathanin suoraan harjoittaman myyntitoiminnan kanssa Ranskassa ([50–70] prosenttia koko myynnistä) tai sen jakelijoiden myynnin kanssa (loput [30–50] prosenttia). Nathan saa tästä myynnistä kuitenkin paremman katteen kuin Bricoluxin ja Borgionen myynnistä.

(85) Tässä yhteydessä velvollisuus olla pitämättä kaupan sopimustuotteita yksinoikeusalueen ulkopuolella estää mahdollisia, erityisesti ranskalaisia asiakkaita hyötymästä edullisemmista hinnoista ja rajoittaa kilpailua paikallisten jakelijoina toimivien kirjakauppojen kanssa ja myös Nathanin itsensä kanssa, sen harjoittaman suoran myyntitoiminnan osalta. Belgialaiset laitokset kärsivät myös viime kädessä kilpailun rajoittumisesta, joka aiheutuu ranskalaisten jakelijoiden myynnin rajoituksista joko Bricoluxin alueella toimiville asiakkaille tai Bricoluxin kanssa kilpaileville belgialaisille jakelijoille, jotka hankkivat toimituksensa Ranskasta jälleenmyytäväksi Belgiassa.

([40]) Asia C-306/96, Javico International ja Javico AG v. Yves Saint Laurent Parfum SA, tuomio 28.4.1998, Kok. 1998, s. I-1983, 14 kohta, jossa mainitaan myös asia C-279/87, Tipp-Ex v. komissio, tuomio 8.2.1990, Kok. 1990, s. I-261, 22 kohta, ja asia 19/77, Miller v. komissio, tuomio 1.2.1978, Kok. 1978, s. 131, 7 kohta.

b) *Jälleenmyynnin hintatason vahvistaminen*

(86) Rajoitusta vapaudelle markkinoida tuotteita yksinoikeusalueen ulkopuolella tai ulkopuolelle täydennetään ja tuetaan Borgionen ja Smartkidsin tapauksessa kieltämällä kaikki tarjoukset, alennukset, hyvitykset tai loppuunmyynnit, jotka voivat aiheuttaa vahinkoa tavaramerkille Nathan (ks. johdanto-osan 44 ja 50 kappale). Vaikka ei ole selkeästi ja objektiivisesti määritelty sitä tasoa, jolloin tarjous, alennus tai hyvitys vahingoittaa merkki-imagoa, Borgionen ja Smartkidsin itsenäisyyttä alennusten myöntämisessä on rajoitettu verrattuna tilanteeseen, jossa ne voisivat täysin vapaasti vahvistaa kokonaishintansa eli kuvastohinnan, josta tarjous, hyvitys tai alennus vähennetään. Hintakilpailu on vääristynyttä tai rajoitettua, kuten komissio on arvioinut aikaisemmissa tapauksissa tämäntyyppisten sopimusehtojen kohdalla päätöksessään 87/17/ETY (IV/30937 – Pronuptia) ([41]). Ehtoon voidaan vedota myös esimerkiksi, kun hyvitykset olisivat suurempia kuin Nathanin jakelijoilleen Ranskassa myöntämät hyvitykset, mitä Nathan on kieltänyt Bricoluxia tekemästä.

(87) Sitä vastoin komissio ei enää katso, että yksistään velvollisuus soveltaa enimmäisjälleenmyyntihintaa eli tiettyä kerrointa Nathanin Ranskan myyntihintoihin (ks. johdanto-osan 43 ja 49 kappale), rajoittaisi kilpailua (ks. komission tiedonanto yhteisön kilpailusääntöjen soveltamisesta vertikaalisiin rajoituksiin) ([42]) Asetettu enimmäishintataso toimii kuitenkin kattona vahvistettaessa jälleenmyyntihintoja, ja alimman hintatason määrittää puolestaan alennuskielto. Tästä seuraa, että sopimuksissa vahvistetaan puitteet todelliselle jälleenmyyntihintatasolle (mukaan lukien alennukset ja hyvitykset).

(88) Jälleenmyyntihintatason vahvistaminen vääristää hintakehitystä markkinoilla, ja tavoitteena on kilpailun rajoittaminen. Jakelijat eivät voi olla ottamatta huomioon sopimussitoumuksia, jotka rajoittavat niiden vapautta hintapolitiikkansa määrittämisessä. Nathan pyrkii yhdenmukaistamaan keinotekoisesti hinnat ja alennukset Ranskaan verrattuna. Hintojen vahvistaminen, jolla pyritään vääristämään hintojen tavanomaista kehitystä markkinoilla, mainitaan nimenomaisesti perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdan a alakohdassa, kuten Euroopan yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin muistuttaa ([43]).

(89) Todisteet osoittavat kuitenkin, että Borgione ja Smartkids eivät ole noudattaneet jälleenmyyntihintojen enimmäistasoja, jotka sisältyvät niiden sopimuksiin Nathanin kanssa. Tältä osin ei voida kuitenkaan vedota siihen, ettei velvollisuutta tähän olisi mainittu sopimuksissa tai ettei Nathan voisi tukeutua velvollisuuteen tavoitteenaan yhdenmukaistaa hyvitykset Bricoluxin osalta. Ei ole kuitenkaan voitu osoittaa, että Bricolux olisi hyväksynyt vahvistetun hintatason tai noudattanut sitä soveltaessaan sopimustaan Nathanin kanssa huolimatta Nathanin toistuvista yrityksistä.

(90) Nathanin ja sen jakelijoiden väliset sopimukset sisältävät siis kilpailun rajoituksia, jotka vahvistavat toistensa vaikutusta, koska niissä kielletään tuotteiden markkinointi sopimusalueen ulkopuolella tai rajoitetaan vapautta hintojen vahvistamisen ja jälleenmyyntiehtojen osalta (Borgionen ja Smartkidsin tapauksessa). Tällä tavoin Nathan pyrkii edistämään tuotteidensa myyntiä yhteisössä, sikäli kun myynti ei kilpaile sen tärkeimmän markkina-alueen eli Ranskan myynnin kanssa. Nämä määräykset rajoittavat erikseen tai yhdessä sovellettuina kilpailua perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdassa tarkoitetulla tavalla.

3 **Tuntuva vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan**

(91) Tämän menettelyn kohteena olevissa sopimuksissa määrätään edellytykset, joiden mukaisesti Nathan myy valmistamansa ja Ranskassa jakelemansa tuotteet jakelijoilleen jälleenmyyntiä varten muissa jäsenvaltioissa. Nathanin ja sen jakelijoiden väliset sopimukset Belgian ranskankielisessä osassa, Italiassa ja Ruotsissa määräävät edellytykset, joiden mukaisesti Bricolux, Borgione ja Smartkids jälleenmyyvät Nathanilta hankkimansa tuotteet ja rajoittavat muihin jäsenvaltioihin suuntautuvaa myyntiään. Muissa jäsenvaltioissa Nathanin tuotteita myy parisenkymmentä riippumatonta jakelijaa. Ranskan myynnistä vastaa noin 200 riippumatonta jakelijaa. Rajoitukset, joilla pyritään estämään tai lopettamaan niiden myynti yksinmyyntialueille, ovat omiaan vaikuttamaan Ranskan, Belgian, Italian ja Ruotsin väliseen kauppaan.

(92) Nathanin sopimusten kaltaiset rajatylittävää kauppaa koskevat sopimukset kuuluvat perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdan soveltamisalaan ainoastaan, jos ne ovat omiaan vaikuttamaan jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Tämän lisäksi vaaditaan, ettei vaikutus ole vähäistä ([44]). Yhteisöjen tuomioistuimen mukaan tämä

([41]) EYVL L 13, 15.1.1987, s. 39, 12 kohdan c alakohta.
([42]) EYVL C 365, 26.11.1998, s. 3.
([43]) Asia T-13/89, ICI v. komissio, tuomio 10.3.1992, Kok. 1992, s. II-1021, 310 ja 311 kohta.
([44]) Ks. edellä mainittu tuomio asiassa Javico International, 15–17 kohta, jossa mainitaan myös asia 5/69, Völk, tuomio 9.7.1969, Kok. 1969, s. 295, 5 kohta.

merkitsee sitä, että sopimusten on tällöin ”oltava nähtävissä riittävällä todennäköisyydellä ja kaikkien asiaan vaikuttavien oikeudellisten ja tosiasiallisten seikkojen perusteella, että niillä voi tosiasiallisesti tai mahdollisesti olla välillistä tai välitöntä vaikutusta jäsenvaltioiden väliseen kauppaan tavalla, joka voisi haitata jäsenvaltioiden välisten yhtenäismarkkinoiden toteuttamista” ([45])

(93) Nathanin ja sen jakelijoiden välisten sopimusten mahdollista vaikutusta jäsenvaltioiden väliseen kauppaan on arvioitava ottamalla etenkin huomioon osapuolten asema ja markkinaosuudet oppimateriaalien markkinoilla ([46]). Asiassa, joka käsitteli sopimuksia, joilla pyrittiin eristämään jäsenvaltioiden markkinat vientikieltojen avulla, yhteisöjen tuomioistuin totesi, että sen lisäksi että otetaan huomioon tuottajan markkinaosuus kotimarkkinoilla, eli kyseisessä tapauksessa 5–6,1 prosenttia, ja tuotannon määrä, komission on asianmukaista tutkia myös, onko vientikieltoja todettu. Lisäksi komission olisi syytä tutkia noudatettua hintapolitiikkaa, jotta voitaisiin varmistaa, onko vaarana aiheuttaa tuntuvaa vaikutusta kyseisten jäsenvaltioiden väliseen kauppaan (ks. komission päätös 76/913/ETY (IV/29018 – Miller International Schallplatten GmbH ([47]) ja yhteisöjen tuomioistuimen tuomio tässä asiassa ([48]).

(94) Nathanin markkinaosuus sen päämarkkina-alueella Ranskassa on [5–15] prosenttia. Sitä suojelevat Bricoluxin, Borgionen ja Smartkidsin kanssa tehdyt sopimukset estämällä näiden yritysten suoran ja välillisen myynnin kyseisillä markkinoilla (ks. johdanto-osan 33 kappale). Eräillä markkinalohkoilla Nathanin markkinaosuus on [10–35] prosenttia. Omalla alueellaan Bricolux on saavuttanut Nathanin tuotteiden myynnillä noin [5–15] prosentin markkinaosuuden (ks. johdanto-osan 35 kappale). Nathan on lisäksi mahdollisessa kilpailutilanteessa Ranskan jakelijoiden kanssa (ks. johdanto-osan 39 kappale).

(95) Ylittämättä Nathanin myynnin arvoa Ranskassa, jossa se on yksi kolmesta suurimmasta valmistajasta, sen myyntivolyymi yhteismarkkinoilla Ranskan ulkopuolella muodostaa [alle 15] prosenttia kokonaismyynnistä. Bricoluxin, Borgionen ja Smartkidsin alueiden myynti vastaa [alle 10:tä] prosenttia myynnistä Ranskassa. Nämä myyntivolyymit ovat riittävän suuret, jotta Nathanin asema Ranskassa, jossa se myy tuotteitaan suoraan oppilaitoksille, voitaisiin asettaa kyseenalaiseksi jälleentuonnilla, joka sen sopimuksissa pyritään rajoittamaan tai estämään varsinkin tuonnin ollessa peräisin Ranskan naapurivaltioista Belgiasta tai Italiasta. Ei kuitenkaan ole mahdollista arvioida, minkälaisesta luvusta olisi kyse, jos Bricolux ja Borgione olisivat voineet esteettä harjoittaa kauppaa sopimusalueensa ulkopuolella. Rajoitusten sisällyttäminen sopimuksiin osoittaa kuitenkin, että Nathan katsoi mahdollisen myyntivolyymin voivan olla varsin suuri.

(96) Vaikka hinnat onkin sidottu hankittuihin määriin, huomattavasti alhaisemmat vientihinnat eli [alle 55] prosenttia Ranskassa perityistä verottomista hinnoista verrattuna [15–25] prosentin alennukseen, jonka Nathan myöntää jakelijoilleen Ranskassa (ks. johdanto-osan 39, 41 ja 57 kappale), johtavat siihen, että Bricoluxin hinnat Belgiassa ja Borgionen hinnat Italiassa olivat selvästi alhaisemmat kuin Ranskan hinnat. Tämä ero oli enimmillään [...] ja alimmillaan [...] prosenttia (ks. johdanto-osan 45 ja 60 kappale). Tämä tekisi jälleentuonnista Ranskaan taloudellisesti mahdollista, jollei markkinointia sopimusalueen ulkopuolelle olisi rajoitettu.

(97) Nathan ostaa itse tuotteita valikoimaansa tai jälleenmyytäväksi Ranskassa eri jäsenvaltioissa sijaitsevilta yrityksiltä ja kilpailee samalla tavoin toimivien yritysten kanssa. Kyseiset hankinnat muodostavat noin 20–25 prosenttia Ranskan markkinoiden tärkeimpien kilpailijoiden kustannuksista tai myynnistä (ks. johdanto-osan 21 kappale). Näin ollen kilpailun rajoitus, jolla pyritään suojaamaan Nathania Ranskan markkinoilla, vaikuttaa sen kilpailijoiden ostovolyymiin ja kyseessä olevien jäsenvaltioiden väliseen kauppaan.

(98) Näiden tosiseikkojen ja oikeudellisten seikkojen perusteella voidaan katsoa, että tällä hetkellä tai tulevaisuudessa Nathanin ja sen jakelijoiden väliset sopimukset voivat vaikuttaa välittömästi tai välillisesti ainakin Ranskan, Belgian, Italian ja Ruotsin väliseen kauppaan. Vaarana on lisäksi, että sopimukset voivat estää jäsenvaltioiden välisten yhtenäismarkkinoiden toteutumisen.

(99) Vaikka Nathanin tuotteiden asema on vähäisempi Italian ja Ruotsin markkinoilla kuin Ranskan ja ranskankielisen Belgian markkinoilla, sopimukset voivat siten vaikuttaa tuntuvasti jäsenvaltioiden väliseen kauppaan ja kilpailuun ainakin Ranskan ja ranskankielisen Belgian markkinoilla perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdan mukaisesti.

([45]) Ks. edellä mainittu tuomio asiassa Javico, 16 kohta.
([46]) Asia 99/79, Lancôme ja Cosparfrance Nederland, tuomio 10.6.1980, Kok. 1980, s. 2511, 24 kohta.
([47]) EYVL L 357, 29.12.1976, s. 40, johdanto-osan 4 ja 15–16 kappale.
([48]) Asia 19/77, Miller International Schallplatten v. komissio, tuomio 1.2.1978, Kok. 1978, s. 131, 8, 9, 10 ja 15 kohta.

B PERUSTAMISSOPIMUKSEN 81 ARTIKLAN 3 KOHTA

(100) Voidaan kuitenkin julistaa, että perustamissopimuksen 81 artiklan 1 kohdan määräykset eivät koske yritysten välistä sopimusta tai sopimusten ryhmää, joka osaltaan tehostaa tuotantoa tai tuotteiden jakelua taikka edistää teknistä tai taloudellista kehitystä jättäen kuluttajille kohtuullisen osuuden näin saatavasta hyödystä, asettamatta asianomaisille yrityksille rajoituksia, jotka eivät ole välttämättömiä edellä mainittujen tavoitteiden saavuttamiseksi.

1 **Ryhmäpoikkeus: komission asetukset (ETY) N:o 1983/83 (yksinmyyntisopimukset) ja (EY) N:o 2790/1999 (vertikaaliset sopimukset).**

(101) Komission asetuksen (ETY) N:o 1983/83 ([49]) johdantoosan 8 kappaleessa muistutetaan, että ”muista kilpailunrajoituksia sisältävistä määräyksistä, etenkään niistä, joilla rajoitetaan jälleenmyyjän vapautta määrätä hinnoistaan tai jälleenmyyntiehdoistaan (...), ei voida tehdä poikkeusta tällä asetuksella”. Nathanin, Borgionen ja Smartkidsin sopimukset rajoittavat yksinoikeusjakelijoiden vapautta määrätä hinnat ja jälleenmyyntiehdot, mikä merkitsee sitä, ettei sopimuksiin voida soveltaa asetusta (ETY) N:o 1983/83.

(102) Lisäksi saman asetuksen 3 artiklan ensimmäisen kohdan d alakohdan 2 alakohdassa säädetään, että ryhmäpoikkeusta ei sovelleta, ”jos toinen osapuoli tai kumpikin osapuoli vaikeuttaa välittäjien tai käyttäjien mahdollisuutta hankkia sopimustuotteita muilta yhteismarkkinoilla toimivilta jakelijoilta (...) ja jos erityisesti toinen osapuoli tai kumpikin osapuoli käyttää muita oikeuksia tai ryhtyy toimenpiteisiin estääkseen jakelijoita tai käyttäjiä hankkimasta sopimustuotteita sopimusalueen ulkopuolelta tai myymästä niitä sopimusalueella”.

(103) Kielto pitää kaupan Nathanin tuotteita yksinmyyntialueen ulkopuolella estää yksinmyyjien passiivisen myynnin Belgian Vallonian ja ranskankielisten alueiden, Italian ja Ruotsin ulkopuolella. Nathan ja Bricolux ovat uhkailleet Vaubania, jotta se ei myisi Nathanin tuotteita Bricoluxin yksinmyyntialueelle, mukaan luettuina Ranskaan toimitetut ja Belgiassa jälleenmyytäviksi tarkoitetut tuotteet.

(104) Näiden sopimusehtojen vuoksi sopimusten solmimishetkellä voimassa ollutta asetusta (ETY) N:o 1983/83 tai komission asetusta (EY) N:o 2790/1999 ([50]), ottaen huomioon sen 4 artikla, ei voida soveltaa.

2 **Yksittäispoikkeus 81 artiklan 3 kohdan nojalla**

(105) Komissio voi myöntää 81 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuun kieltoon yksittäispoikkeuksen 81 artiklan 3 kohdan nojalla. Poikkeus voidaan kuitenkin myöntää vain, jos yritykset ovat ilmoittaneet sopimuksestaan komissiolle tai jos sopimus on vapautettu ilmoitusvelvollisuudesta asetuksen N:o 17 4 artiklan 2 kohdan mukaan.

(106) Nathanin ja sen jakelijoiden välisistä yksinmyyntisopimuksista ei ole ilmoitettu komissiolle, ja ne eivät täytä kaikkia 81 artiklan 3 kohdan edellytyksiä.

(107) Vaikka sopimustuotteiden alueelliset yksinmyyntisopimukset edistäisivät sopimustuotteiden myyntiä ranskankielisen Belgian, Italian ja Ruotsin markkinoilla, täydellinen kaupan pitämisen kielto alueen ulkopuolella ei ole omiaan kehittämään oppimateriaalien valmistamista tai myyntiä eikä se ole missään tapauksessa välttämätön. Myyntitoiminnan keskittämistä sopimusalueelle koskeva perusteltu tavoite saavutetaan riittävällä tavalla rajoittamalla aktiivista kaupan pitämistä.

(108) Yksinmyyjien passiivista myyntitoimintaa koskevat rajoitukset näiden alueiden ulkopuolella eivät voi antaa varhaiskasvatuslaitoksille varsinkaan Ranskassa tasapuolista osuutta järjestelystä koituvista eduista, joita ne voisivat tilanteesta saada. Sitä vastoin on selvää, että kielto pitää kaupan alueen uIkopuolella poistaa näiltä laitoksilta mahdollisuuden sellaisiin edullisiin hintoihin ja myyntiehtoihin, jotka Bricolux ja Borgione olisivat voineet tarjota kilpaillessaan ranskalaisten jakelijoiden kanssa maan rajojen ulkopuolelta käsin, jos Nathanin kanssa tehdyt sopimukset eivät sitä estäisi.

(109) Varhaiskasvatuslaitosten kysynnän maantieteellinen liikkuvuus alueittain ei ole kovin suurta. Tällaisissa markkinaolosuhteissa välittäjinä toimivat pääasiassa jälleenmyyjät. Tästä seuraa, että kilpailu kyseisillä markkinoilla perustuu pääasiassa jälleenmyyjien mahdollisuuteen myydä ilman maantieteellisiä rajoituksia. Mahdollisuuden rajoittaminen estää siis varhaiskasvatuslaitoksia saamasta niille kuuluvaa osuutta alueellisten yksinmyyntisopimusten mahdollisista eduista verrattuna tilanteeseen, jossa lopullinen kuluttaja vastaa alueellisesta valinnasta. Nathan on pyrkinyt yhteistyössä Bricoluxin kanssa välttämään sen, että Bricoluxin kanssa kilpaileville belgialaisille jälleenmyyjille annettaisiin toimituksia, ja pitämään belgialaiset koulut vain Bricoluxin asiakkaina. Käyttäjät (jälleenmyyjät tai laitokset) eivät siis hyödy tästä millään tavoin.

([49]) EYVL L 173, 30.6.1983, s. 1.
([50]) EYVL L 336, 29.12.1999, s. 21.

(110) Tuotteiden myynnin edistämiseksi ei ole välttämätöntä rajoittaa Borgionen ja Smartkidsin vapautta määrätä hinnoista ja alennusten myöntämisestä. Ranskan hintojen perusteella vahvistetaan keinotekoisesti hintataso tai enimmäis- ja vähimmäishinnat, jotka vastaavat vähimmäishintaa tukkumyyjille. Ne eivät kuitenkaan vastaa paikallisten markkinoiden todellista taloudellista tilannetta eivätkä anna varhaiskasvatuslaitoksille mahdollisuutta hyötyä sopimusten mahdollisista eduista. Laitokset eivät voi hyötyä edullisemmista hinnoista yksinmyyntialueella eivätkä Ranskassa, jossa Nathan myy itse suurimman osan tuotteistaan.

(111) Alennusten ja tarjousten osalta huoli merkki-imagon säilyttämisestä vaikuttaa perustellulta. On kuitenkin todettava, että Nathan voi vapaasti vahvistaa jakelijoittensa myyntihinnat sille tasolle, jota se pitää sopivana kustannusten ja tuotteiden toivotun markkina-asemoinnin perusteella. On siis olemassa tätä sopimusehtoa vähemmän osapuolten toimintaa rajoittavia keinoja halutun tavoitteen saavuttamiseen.

(112) Tästä syystä kaikki 81 artiklan 3 kohdan edellytykset eivät täyty.

C NATHANIN JA BRICOLUXIN HUOMAUTUKSET VÄITETIEDOKSIANTOON

(113) Eräät komission 26 päivänä kesäkuuta 1998 lähettämään väitetiedoksiantoon sisältyneet väitteet tai arviot on poistettu tai niitä on muutettu tässä päätöksessä. Tähän päätökseen on sisällytetty ainoastaan huomautukset, jotka koskevat perusteita rikkomisen toteamiselle.

1 **Merkityksellisten markkinoiden maantieteellinen ulottuvuus, osapuolten markkina-asemat ja sopimusten vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan**

a) *Nathan korostaa, että kysynnällä on taipumusta suuntautua kansallisilla markkinoilla toimiviin yrityksiin. Tämä yhdessä kuljetuskustannusten ja kieleen liittyvien esteiden kanssa johtaa siihen, että markkinat ovat kansalliset. Nathan päättelee tästä syystä, että menettelytavat, joista Nathania on arvosteltu, eivät voi vaikuttaa jäsenvaltioiden väliseen kauppaan tai kilpailuun tuntuvalla tavalla.*

(114) Komissio toteaa, että tietyt tekijät haittaavat varhaiskasvatuslaitosten kysynnän liikkuvuutta yhteisössä. Tämä ei kuitenkaan muuta sitä tosiasiaa, että kyseessä olevat sopimukset koskevat myyntiä jakelijoille muissa jäsenvaltioissa kuin Ranskassa, jossa Nathan valmistaa ja myy tuotteitaan laitoksille tai kirjakaupoille. Se, että Nathan ja sen ranskalaiset kilpailijat harjoittavat todella rajatylittävää myyntiä jakelijoille toisiin jäsenvaltioihin, on kyse sitten yksinmyyjistä tai ei, ja että myynti on merkittävää, käy selvästi ilmi edellä esitetyistä seikoista, ellei sitten esitetä Nathanin myyvän markkinoille, joita ei ole olemassa.

(115) Jäsenvaltioiden väliseen kauppaan 81 artiklan 1 kohdassa tarkoitetulla tavalla ja kilpailuun aiheutuneen tuntuvan vaikutuksen osalta komissio viittaa johdantoosan 89–97 kappaleessa esitettyyn analyysiin.

b) *Nathan on esittänyt asemastaan kyseessä olevilla alueilla, että sen tuotteet muodostaisivat vain pienen osan Bricoluxin, Borgionen ja Smartkidsin myynnistä alueillaan. Laskettuaan uudelleen komission väitetiedoksiannon tiedot Nathan arvioi sen tuotteiden osuuden olevan kyseisillä yksinmyyntialueilla [alle 10] prosenttia. Nathan huomautti Ranskan osalta, että olemassa on muitakin kysyntäsegmenttejä kuin päiväkodit tai esikoulut, joiden perusteella sen kokonaismarkkinaosuus Ranskassa oli laskettu. Bricolux katsoo puolestaan, että sen osuus oppimateriaalien markkinoilla on 1,2 prosenttia.*

(116) Nathan on sittemmin muuttanut komissiolle toimittamaansa arviota, jonka mukaan oppimateriaalit käsittäisivät erillisiä tuotemarkkinoita. Arvio ja Nathanin markkinaosuudet esitettiin 16 päivänä kesäkuuta 1998 päivätyssä väitetiedoksiannossa. Komissio on ottanut huomioon Nathanin huomautukset ja muuttanut väitetiedoksiannossa esitettyä arviota erillisten tuotemarkkinoiden olemassaolosta. Eräillä tuotemarkkinoilla Nathanin osuus voisi olla jopa [25–35] prosenttia. Sen sijaan katsotaan, että kyse on vain erillisistä tuotelohkoista markkinoilla.

(117) Nathanin ja Bricoluxin huomautusten jälkeen komissio teki kyselytutkimuksen, jonka kohteena olivat tärkeimmät ranskalaiset, belgialaiset ja italialaiset valmistajat ja jakelijat. Tämän kyselyn tulokset toimitettiin luottamuksellisia osia ja liikesalaisuuksia lukuun ottamatta Nathanille ja Bricoluxille huomautuksia varten. Näiden huomautusten tarkastelun jälkeen kyselytutkimuksen sisältöä on käytetty pääasiallisena lähteenä johdanto-osan 31–38 kappaleessa Nathanin markkinaosuuksien määrittämiseen merkityksellisillä markkinoilla ([51]).

([51]) Lukuun ottamatta ranskankielistä Belgiaa. Kyseisen alueen osalta komissio on ottanut laskelmissaan huomioon 2 336 234 Ranskan frangin summan, jonka Nathan ilmoitti myynnikseen Bricoluxille vuonna 1997.

(118) Erilaiset laskuperustat selittävät erot väitetiedoksiannon arvioiden ja Nathanin näiden arvioiden perusteella tekemien laskelmien välillä sekä silloin kun tulokseksi saatu markkinaosuus on vähäisempi kuin Nathanin arvioima (Italia, Ruotsi) että silloin kun se on suurempi (Ranska ja Belgian ranskankielinen osa).

– Nathan ei ole kiistänyt arviota [alle 10] prosentin pudotuksesta sen osuuksissa päiväkotien ja esikoulujen hankinnoissa Ranskassa. Nathan on kuitenkin maininnut, että näiden lisäksi on myös muita kysyntälohkoja, muttei ole esittänyt objektiivista arviota kokonaisvolyymista.

– Belgian ranskankielistä aluetta tarkasteltaessa komission vuoden 1997 osalta esittämien arvioiden ja Nathanin oman, vuotta 1996 koskevan arvion välinen [alle 10] prosentin ([52]) ero tai Bricoluxin arvion 1,2 prosentin ero selittyy vuosien 1997 ja 1996 liikevaihtojen erojen lisäksi eri laskuperustojen käytöllä. Bricolux ei myöskään ota huomioon kaikkia tuotteita.

– Italian osalta komission arvio vuodelle 1997, [alle 5] prosentin osuus, on huomattavasti alhaisempi kuin Nathanin arvio vuodelle 1996 eli [alle 5] prosenttia ([53]). Ero selittyy sillä, että lukuun on sisällytetty myös muut varhaiskasvatuslaitokset kuin julkiset koulut, joihin Borgione myy vain vähän tuotteita tai ei lainkaan.

– Ruotsin osalta komission arvio vuodelle 1997, [alle 5] prosentin osuus, on huomattavasti alhaisempi kuin Nathanin arvio vuodelle 1996 eli [alle 5] prosenttia, joka perustuu Smartkidsin laskelmiin ([54]).

2 **Rinnakkaismyynnin esteiden ja varsinkin Vaubanille asetettujen esteiden osalta Nathan ilmoitti, että Vauban jatkoi myyntiä vuosina 1995–1997 eikä Nathan ole toteuttanut kostotoimia sitä vastaan kyseisenä aikana.**

(119) Pitää paikkansa, että komissiolla ei ole todisteita siitä, että Nathan olisi todella toteuttanut painostustoimia, joita se pohti Bricoluxin kanssa (toimitusten lopettaminen ja hyvitysten poistaminen), eikä siitä, että se olisi toiminut Bricoluxin tämänsuuntaisten pyyntöjen mukaisesti. Tämä ei kuitenkaan merkitse sitä, ettei Nathan olisi maininnut Vaubanille Bricoluxin yksinoikeudesta ranskankielisen Belgian alueella tapahtuviin toimituksiin. Nathanin 21 päivänä maaliskuuta 1995 Vaubanille lähettämään kirjeeseen sisältyvät viittaukset ja vientijohtajan puhelinsoitot (ks. johdanto–osan 62 kappale) osoittavat, että Nathan piti Vaubanin myyntiä tämän yksinoikeuden vastaisena, kuten Bricoluxkin (ks. johdanto–osan 67 kappale).

(120) Komissio päättelee, että passiivisen myynnin kieltäminen yksinmyyntialueille on osa Nathanin ja Bricoluxin välisiä sopimuksia, jotka komissio katsoo kilpailua rajoittaviksi. Kostotoimien toteuttaminen muita yrityksiä kohtaan olisi ollut vain raskauttava seikka rajoitusten täytäntöönpanossa, kuten suuntaviivoissa asetuksen N:o 17 15 artiklan 2 kohdan ja EHTY:n perustamissopimuksen 65 artiklan 5 kohdan mukaisesti määrättävien sakkojen laskennassa (suuntaviivat sakoista) todetaan ([55]).

3 **Nathan toteaa mahdollisesta kilpailusta Nathanin ja sen jakelijoiden välillä, että komissio syyttää sitä oman jakelijan puuttumisesta Ranskassa eli pyrkii päättämään siitä, miten sen on järjestettävä tuotteidensa jakelu.**

(121) Komissio on todennut, että Nathanin muut kilpailijat Ranskassa vastaavat itse jakelusta muissa jäsenvaltioissa. Komissio toteaa myös, että Nathanilla on Ranskassa johtava asema valmistamiensa tai jälleenmyytäväksi sen kuvastossa hankittujen tuotteiden myynnissä lopullisille asiakkaille. Näyttää myös siltä, että oman tuotannon puute ei ole esteenä Nathanin suorien kilpailijoiden aktiiviselle toiminnalle kouluihin myytävien tuotteiden markkinoilla Ranskassa. Myynti lopulliselle asiakkaalle vaatii asiantuntemusta, liiketoimintaorganisaatiota ja erilaista logistiikkaa kuin tuotanto ja myynti pelkästään jälleenmyyjille. Näissä olosuhteissa jakelija voi kilpailla hankintalähteensä kanssa, jos sen tarjoamat palvelut ovat tehokkaampia. Arviossaan komission on otettava huomioon sopimusten todellinen taloudellinen ympäristö. Tätä ei voida pitää puuttumisena Nathanin vertikaalisen integraation tasoon.

([52]) Nathanin huomautukset 27.10.1998 väitetiedoksiantoon, liite 5, Bricoluxin huomautukset 30.10.1998 s. 9.
([53]) Nathanin huomautukset 27.10.1998, liite 1.
([54]) Nathanin huomautukset 27.10.1998, liite 5.
([55]) EYVL C 9, 14.1.1998, s. 3.

D ASETUKSEN N:o 17 3 ARTIKLAN 1 KOHTA

(122) Asetuksen N:o 17 3 artiklan 1 kohdan nojalla, jos komissio toteaa, että perustamissopimuksen 81 artiklaa rikotaan, se voi määrätä yritykset lopettamaan rikkomisen.

(123) Vaikka Nathan kielsi rikkomisen, niiden tietojen mukaan, jotka se toimitti huomautuksissaan väitetiedoksiantoon, se muutti Borgionen, Smartkidsin ja Bricoluxin kanssa tekemiinsä sopimuksiin sisältyviä kiistanalaisia ehtoja. Nathan ei kuitenkaan ilmoittanut ilman yksinmyyntisopimusta toimiville jakelijoilleen, että ne voivat harjoittaa passiivista myyntiä joko suoraan tai jälleenmyyjille yksinoikeussopimusten kattamille alueille, jotka sijaitsevat sen jakeluverkon alueella yhteisössä.

(124) Passiivisen myynnin kielto on myös osa tässä päätöksessä todettua rikkomista, ja sen soveltamisesta on luovuttava.

E ASETUKSEN N:o 17 15 ARTIKLA

(125) Komissio voi määrätä yrityksille sakkoja asetuksen N:o 17 15 artiklan 2 kohdan nojalla, kyseisessä artiklassa vahvistetuissa rajoissa, jos yritykset tahallaan tai tuottamuksesta rikkovat perustamissopimuksen 81 artiklan määräyksiä. Sakon suuruutta määrättäessä komission on otettava huomioon kaikki asian kannalta merkitykselliset seikat ja erityisesti rikkomuksen vakavuus ja kesto. Komissio ottaa myös huomioon mahdolliset raskauttavat ja/tai lieventävät olosuhteet.

(126) Rikkominen tapahtui tahallisesti. Kilpailua rajoittavat sopimusehdot on sisällytetty tietoisesti Nathanin, Borgionen ja Smartkidsin välisiin sopimuksiin. Nathan ja sen yksinmyyjät eivät ole voineet olla tietämättä sopimusten määräyksistä, jotka kieltävät markkinoinnin yksinmyyntialueen ulkopuolella, eivätkä näiden määräysten kilpailunvastaisista tavoitteista.

(127) Bricoluxin tapauksessa kirjeenvaihto Bricoluxin ja Nathanin välillä osoittaa, että osapuolet ovat pyrkineet tahallisesti estämään kilpailevaa Vaubania jatkamasta materiaalin myyntiä kirjakauppa La Découvertelle, joka harjoittaa kilpailevaa jälleenmyyntiä Belgiassa Bricoluxin kanssa. Vaikka Bricoluxin ja Nathanin aloitteisiin Vaubania kohtaan ei liittynyt kaupallisia kostotoimia, niiden tarkoituksena oli saada Vauban luopumaan suorasta tai välillisestä myynnistä Belgiaan ja näin rajoittaa kilpailua siellä Bricoluxin eduksi. Bricolux puolestaan pidättäytyi tietoisesti myynnistä alueensa ulkopuolelle ja esitti vain sensuuntaisia uhkauksia, joiden tavoitteena oli saada Vauban lopettamaan myynti.

(128) Sopimuksista tai kirjeistä ilmenevällä Nathanin selkeällä ja toistuvalla pyrkimyksellä toimiin, joilla yhdenmukaistettiin jakelijoiden hintataso ja liiketoimintaedellytykset, pyrittiin tahallisesti rajoittamaan kilpailua.

(129) Nathanin ja Bricoluxin toiminnasta on syytä määrätä sakkoa. Vaikka Borgione ja Smartkids kuuluvat myös sopimuksiin, joita komissio pitää sääntöjenvastaisina, ja vaikka niillä voisikin objektiivisesti katsoen olla etua niiden täytäntöönpanosta, on kuitenkin selvää, että kyseisten sopimusten tekeminen useampien jakelijoiden kanssa sekä rajoitusten toteuttaminen kolmansia kohtaan keskittyy ainoastaan yhden yrityksen eli Nathanin ympärille. Bricoluxin tapauksessa voidaan kuitenkin todeta, että se teki aloitteen ja pyysi Nathania noudattamaan sopimuksia ja esittämään vastatoimenpiteitä muita Nathanin tuotteiden jälleenmyyjiä kohtaan.

(130) Tästä syystä komissio aikoo määrätä sakkoa Nathanille ja Bricoluxille.

– Koska Bricolux on pieni yritys ja se on toiminut yhteistyössä komission kanssa tutkintavaiheessa toimittamalla pyynnöstä tai oma-aloitteisesti monia asiakirjoja, joita ilman rikkomista ei olisi voitu osoittaa, ja koska sopimusten täytäntöönpanopyyntö koski komission hallussa olevien todisteiden mukaan vain yhtä kilpailevaa jakelijaa ja ottaen huomioon suuntaviivoissa sakoista määrätyn symbolisten sakkojen harkinnanvaraisuuden, Bricoluxille määrättävä sakko on luonteeltaan symbolinen eli 1 000 euroa.

– Nathanin tapauksessa sakon suuruuden määrittämisessä otetaan huomioon johdanto-osan 131–134 kappaleessa esitetyt seikat.

1 **Rikkomisen vakavuus**

(131) Hintatason ja jälleenmyynnin liiketoimintaedellytysten vahvistaminen sekä kansallisten markkinoiden eristäminen ovat vakavaa rikkomista ja vastoin yhteisön tavoitteita. Tätä vahvistaa myös laaja päätös- ja oikeuskäytäntö. Käsiteltävänä olevassa tapauksessa voidaan katsoa, että yhteismarkkinoiden siinä osassa, jossa rajoitukset on toimeenpantu eli Belgian ranskankielisessä osassa ja Ranskassa, toimeenpano ei kuitenkaan ole ollut järjestelmällistä komission hallussa olevien tietojen mukaan. Tästä seuraa, että tässä tapauksessa rikkominen voidaan luokitella vakavaa vähäisemmäksi. Rikkomisen vakavuuden perusteella on asianmukaista vahvistaa sakon suuruudeksi 84 000 euroa.

2 **Rikkomisen kesto**

(131) Kokonaisuutena tarkasteltuna sopimukset olivat voimassa niiden muuttamiseen asti eli vuosina 1993–1998. Sopimusten täytäntöönpanosta ja seurannasta on kuitenkin todisteita ainoastaan vuoden 1995 osalta. Näin ollen rikkominen on jatkunut keskipitkän ajan ja on asianmukaista määrätä sakkoon 20 prosentin korotus (eli 16 000 euroa).

3 **Sakon perusmäärä**

(133) Näin ollen sakon perusmäärä on 100 000 euroa.

4 **Raskauttavat tai lieventävät olosuhteet**

(134) Nathan on ilmoittanut halustaan lopettaa rikkominen väitetiedoksiannon saatuaan. Nathan on toiminut yhteistyössä komission kanssa tutkinnan aikana toimittaen pyynnöstä monia asiakirjoja, joita ilman rikkomista ei olisi voitu osoittaa. Näiden olosuhteiden vuoksi sakon perusmäärää on alennettava 40 prosenttia (eli 40 000 euroa).

5 **Nathanille asetetun sakon suuruus**

(135) Tässä päätöksessä todetusta rikkomisesta Nathanille määrättävä sakko on siis 60 000 euroa,

ON TEHNYT TÄMÄN PÄÄTÖKSEN:

1 artikla

Editions Nathan on rikkonut perustamissopimuksen 81 artiklaa sisällyttämällä jakelijoiden kanssa tehtyihin sopimuksiin rajoituksia, jotka koskevat jakelijoiden passiivista myyntitoimintaa yksinmyyntialueen ulkopuolella ja muiden jakelijoiden kyseisille alueille suuntautuvaa passiivista myyntitoimintaa sekä vapautta vahvistaa jälleenmyynnin hintataso ja liiketoimintaedellytykset.

Bricolux SA on rikkonut perustamissopimuksen 81 artiklaa yhdessä Editions Nathanin kanssa rajoittamalla yksinmyyntialueensa ulkopuolelle suuntautuvaa myyntiään ja kehottamalla Editions Nathania rajoittamaan myyntiä muille jakelijoille sen yksinmyyntialueella.

2 artikla

Määrätään 60 000 euron sakko Editions Nathanille ja 1 000 euron sakko Bricolux SA:lle 1 artiklassa tarkoitetusta rikkomisesta.

Sakot on maksettava euroina kolmen kuukauden kuluessa tämän päätöksen tiedoksi antamisesta Euroopan komission pankkitilille nro 642-0029000-95, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA, Avenue des Arts/Kunstlaan 43, B-1040 Bruxelles/Brussel.

Kun kyseinen määräaika on kulunut umpeen, sakosta peritään ilman eri toimenpidettä korkoa, jota Euroopan keskuspankki sovelsi perusrahoitusoperaatioissaan sen kuukauden ensimmäisenä päivänä, jona tämä päätös on tehty, ja johon lisätään 3,5 prosenttiyksikköä, eli 7,79 prosenttia.

3 artikla

Editions Nathanin ja Bricolux SA:n on lopetettava 1 artiklassa tarkoitettu rikkominen, jos ne eivät sitä ole jo tehneet, ilmoittamalla Editions Nathanin jakelijoille, että ne voivat harjoittaa passiivista myyntitoimintaa yksinmyyntialueille Editions Nathanin jakeluverkossa yhteisössä.

4 artikla

Tämä päätös on osoitettu seuraaville:

Editions Nathan
9, rue Méchain
F-75676 Paris CEDEX 14, France

Bricolux SA
2, Rue Saint Isidore, Z. Industriel
B-6900 Marloie, Belgique.

Tämä päätös on täytäntöönpanokelpoinen EY:n perustamissopimuksen 256 artiklan nojalla.

Tehty Brysselissä 5 päivänä heinäkuuta 2000.

Komission puolesta

Mario MONTI

Komission jäsen