II

(Besluiten waarvan de publicatie niet voorwaarde is voor de toepassing)

COMMISSIE

BESCHIKKING VAN DE COMMISSIE

van 5 juli 2000

in een procedure op grond van artikel 81 van het EG-Verdrag

(Zaak COMP.F.1. 36.516 — Nathan-Bricolux)

(Kennisgeving geschied onder nummer C(2000) 1853)

(Slechts de tekst in de Franse taal is authentiek)

(2001/135/EG)

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening nr. 17 van de Raad van 6 februari 1962, eerste verordening over de toepassing van de artikelen 85 en 86 van het Verdrag [1], laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 1215/1999 [2], en met name op artikel 3 en artikel 15, lid 2,

Gelet op het besluit van de Commissie van 26 juni 1998 in deze zaak de procedure in te leiden,

Na de betrokken ondernemingen overeenkomstig artikel 19, lid 1, van Verordening nr. 17 en Verordening nr. 99/63/EEG van de Commissie van 25 juli 1963 over het horen van belanghebbenden en derden overeenkomstig artikel 19, leden 1 en 2, van Verordening nr. 17 van de Raad [3] de gelegenheid te hebben gesteld hun standpunt terzake van de punten van bezwaar van de Commissie kenbaar te maken,

Na raadpleging van het Adviescomité voor mededingingsregelingen en economische machtsposities,

Overwegende hetgeen volgt:

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

I. DE FEITEN

A. Inleiding

(1) Bij schrijven van 21 april 1997 hebben de Franse autoriteiten de Commissie meegedeeld dat zij bij onderzoeken in de Franse sector van de distributie van onderwijsmateriaal het bestaan hadden vastgesteld van mededingingverstorende overeenkomsten die verscheidene lidstaten betroffen. Bij schrijven van 7 juli 1997 hebben deze autoriteiten de Commissie de bescheiden doen toekomen die zij tijdens hun onderzoek hadden verzameld.

(2) De Commissie heeft, op grond van artikel 11 van Verordening nr. 17, aan twee concurrerende Franse producenten van onderwijsmateriaal en hun distributeurs in diverse lidstaten om inlichtingen over hun commerciële relaties gevraagd.

(3) De onderhavige procedure betreft de tussen Editions Nathan en haar exclusieve distributeurs Bricolux SA (voor Franstalig België), Smartkids (voor Zweden) en Borgione Centro Didattico (voor Italië) gesloten overeenkomsten.

B. DE PARTIJEN

(4) Editions Nathan, hierna: „Nathan" genoemd, is een vennootschap naar Frans recht; zij is een dochteronderneming van Librairie Fernand Nathan — Fernand Nathan et Compagnie, die op het ogenblik van de feiten een dochter was van de groep CEP Communication. Nadat CEP Communication in 1998 was opgegaan in Havas die zelf opging in Vivendi, staat Nathan thans onder de uiteindelijke zeggenschap van Vivendi. Vivendi is een concern dat gediversifieerd is in sectoren als milieu en bouw en — binnen de sector communicatie — uitgeverij en multimedia; zij behaalde in 1999 een omzet van 41,5 miljard EUR. Nathan is werkzaam op de markten voor het uitgeven en de aankoop, verkoop en distributie van boeken, onderwijs- en culturele publicaties en artikelen. Haar omzet bedroeg in 1996 [...] *, miljoen FRF ([...] miljoen ECU). Haar activiteiten op het gebied van onderwijsmateriaal verlopen via een verkoopdivisie, die los staat van die voor schoolboeken.

(5) Bricolux SA, hierna: „Bricolux" genoemd, is een onderneming naar Belgisch recht, die gespecialiseerd is in de distributie van klassieke schoolbenodigdheden en onderwijsmateriaal in scholen in Franstalig België en — via een filiaal — in Luxemburg. Haar omzet bedroeg in 1996 [...] * miljoen BEF ([...] miljoen ECU).

(6) Borgione Centro Didattico srl, hierna: „Borgione" genoemd, is een onderneming naar Italiaans recht die sinds 1977 pedagogisch materiaal distribueert. Haar omzet bedroeg in 1996 [...] * miljard ITL ([...] miljoen ECU).

(7) Smartkids AB, hierna: „Smartkids" genoemd, werd in 1995 opgericht als een onderneming naar Zweeds recht, die sinds 1996 in Zweden onderwijsmateriaal van Nathan distribueert. Haar omzet bedroeg in 1997 [...] * miljoen SEK ([...] ECU).

C. DE BETROKKEN MARKT

(8) De overeenkomsten tussen Nathan en haar exclusieve distributeurs hebben betrekking op de markt van onderwijsmateriaal voor kinderopvangcentra en basisscholen en leggen de voorwaarden vast waaronder de contractproducten in een aantal lidstaten worden gedistribueerd.

1. **Het product**

(9) Onderwijsmateriaal omvat producten die ontworpen zijn voor en als hoofddoel hebben via pedagogische activiteiten van gekwalificeerd personeel in daartoe bestemde instellingen bij te dragen tot het aanleren en stimuleren van cognitieve, zintuiglijke, motorische en sociale vermogens van kinderen jonger dan negen jaar [4].

(10) Al deze producten zijn bedoeld om te voldoen aan alle behoeften van de kinderopvangcentra en basisscholen op het gebied van pedagogische ondersteuning. In hoofdzaak worden de producten op de markt gebracht door een jaarlijkse catalogus, waarin honderden artikelen zijn samengebracht, met soms aanzienlijke, onderlinge prijsverschillen [5].

(11) Het onderwijsmateriaal kan worden onderverdeeld in vier belangrijke segmenten, die overeenstemmen met de verschillende ontwikkelingsstadia; zij voldoen aan precieze en onderscheiden pedagogische behoeften [6]:

— fantasie- en bewegingsmateriaal, met onder meer puzzels, lotto's, bouwmateriaal en materiaal voor zintuiglijke ontwikkeling;

— materiaal voor de verwerving van basisvaardigheden op het gebied van taal, grafische vaardigheden, technologie, rekenen, creatieve activiteiten enz.;

— uitrusting voor activiteitenruimten zoals schildersmeubeltjes, doehoekjes en opbergmeubeltjes enz.;

— uitrusting voor leefruimtes met onder meer openluchtspeeltoestellen, cursusmateriaal voor speelplaatsen, fietsen en wagentjes, en aan de behoeften van kinderopvangcentra en basisscholen aangepaste bedden en bedjes.

* Sommige gedeelten van deze beschikking zijn bewerkt om ervoor te zorgen dat geen vertrouwelijke gegevens openbaar worden gemaakt; deze gedeelten zijn tussen vierkante haken geplaatst.

[4] Het spreekt vanzelf dat de behoeften van peuters van twee jaar en het daaraan aangepaste materiaal verschillen van die voor kinderen van acht, behalve bij gespecialiseerd onderricht. Negen jaar wordt beschouwd als een grens; daarboven is de inhoud van pedagogische activiteiten meer gericht op kennisverwerving dan op het stimuleren van de vermogens van kinderen. Zo is Nathan van oordeel dat haar producten gericht zijn op kinderdagverblijven en kinderen tussen twee en zes jaar (verklaring van de directeur van de divisie onderwijsmateriaal van Nathan tegenover de Franse autoriteiten, door Nathan aan de Commissie meegedeeld).

[5] Zo wordt het houten bouwmateriaal in de catalogus van Nathan voor 1997 verkocht tegen 95 FRF, dat is 33-maal goedkoper dan de plastic speelbouwsels die de motoriek helpen te bevorderen.

[6] Aangezien de activiteiten van de instellingen gericht zijn op een evenwichtige ontwikkeling van de kinderen, houdt een en ander in de regel ook in dat producten die het pedagogische proces in één sector (bv. motoriek) ondersteunen, niet substitueerbaar zijn met producten die bijvoorbeeld rekeninitiatie ondersteunen.

(12) Wat het aanbod betreft, bevatten de jaarlijkse catalogi zowel producten van eigen fabrikaat als voor wederverkoop ingekochte producten. Ook de markt is op twee niveaus gestructureerd: productie en verkoop aan distributeurs (eerste niveau) en inkoop voor wederverkoop aan de eindverbruiker (tweede niveau). Zo concurreren goed op de Franse markt ingevoerde ondernemingen zoals CAMIF of Celda die zuivere distributeurs zijn, met andere ondernemingen zoals Asco, Nathan en Wesco die fabrikanten én distributeurs zijn.

(13) Bij de zuivere distributeurs (zoals CAMIF) is de inkoop van producten gespreid over verscheidene leveranciers en worden alle producten samen gepresenteerd in één jaarlijkse catalogus. Fabricanten/distributeurs (zoals Wesco) nemen in hun jaarlijkse catalogus behalve producten van eigen fabrikaat ook producten op die als aanvulling op het eigen aanbod zijn ingekocht. In beide gevallen is het de bedoeling alle behoeften van de kinderopvangcentra en basisscholen te dekken. Wel is het mogelijk dat een leverancier zich in één van de voormelde marktsegmenten specialiseert. Op de Franse markt wordt Nathan als een specialist in kindermeubilair en educatieve spelletjes gezien. Zij profiteert ook van haar naamsbekendheid door haar sterke positie als uitgeverij van schoolboeken voor basis- en middelbaar onderwijs ([tussen 10 en 50 %] * van de totale verkoop in Frankrijk). De verkoop van het onderwijsmateriaal komt ook aan de bekendheid van de schoolboeken ten goede.

(14) De vraag gaat met name uit van kleuter- en basisscholen, kinderdagverblijven, ziekenhuizen en centra voor recreatie en bijzonder onderwijs voor peuters en kleuters. De verkoop aan deze instellingen is gebaseerd op commerciële prospectie ter plaatse en op demonstraties. De producten, de prijzen, de distributiekanalen en -methoden verschillen niet wezenlijk naargelang de verschillende soorten instellingen; dit deel van de vraag valt te onderscheiden van de detailverkoop aan een groot publiek.

(15) Het relatieve belang van elk segment op de productmarkt is afhankelijk van de inhoud van de pedagogische programma's, met name voor onderwijsinstellingen die het hoofddoel van de vraag uitmaken. In deze programma's wordt het relatieve belang bepaald van sport, muziek, de verwerving van taal- of rekenmechanismen [7]. Het belang van elk onderdeel van de pedagogische ontwikkeling is dan weer bepalend voor de keuze en het relatieve aandeel van het type onderwijsmateriaal dat aan deze behoeften kan voldoen [8].

(16) De keuzen van de autoriteiten die moeten zorgen voor de uitrusting van de instellingen in de openbare sector — en van de onderwijzers, animatoren en directeuren in het geval van particuliere instellingen — hebben ook rechtstreeks invloed op de omvang en de precieze samenstelling van het door deze instellingen aangekochte onderwijsmateriaal; dit is echter niet het geval bij kleinhandelsverkoop aan het grote publiek.

(17) In tegenstelling tot in de kleinhandel verkochte artikelen moet door instellingen aangeschaft onderwijsmateriaal zich lenen tot een collectief gebruik. Dit vertaalt zich in het gebruik van sterke materialen en aan dit gebruik aangepaste vormen. Omdat het product voorts niet bestemd is om in de winkelrekken aan de eindverbruiker te worden verkocht, speelt de verpakking commercieel gesproken een minder grote rol dan voor aanverwante artikelen die in de kleinhandel worden verkocht (speelgoed, spelletjes, grafisch materiaal).

(18) Door de verschillen inzake productverpakking, distributiekanalen en -methoden (catalogus, verkoopacties of doelgerichte demonstraties) en de specifieke behoeften van de kinderopvangcentra en basisscholen valt het onderwijsmateriaal ook te onderscheiden van de aanverwante markten voor klassieke schoolbenodigdheden (potloden, papier, boeken enz.), schoolboeken en audiovisuele of computeruitrusting, al worden deze laatste ook geleverd aan kinderopvangcentra en basisscholen en spelen zij een rol bij de binnen de begrotingsruimte gemaakte keuzen.

(19) Kortom, deze factoren wijzen erop, dat de productie en distributie van onderwijsmateriaal voor kinderopvangcentra en basisscholen een markt is die van de aanverwante markten die kunnen worden afgebakend, moet worden onderscheiden.

(20) Deze markt is op haar beurt opgesplitst in productsegmenten die voldoen aan onderscheiden pedagogische behoeften of aanzienlijke prijsverschillen vertonen. Nathan heeft de door haar aan de Commissie meegedeelde analyse volgens welke onderwijsmateriaal onderscheiden productmarkten omvatte aangepast. In tegenstelling tot deze aanvankelijk aan de Commissie meegedeelde analyse [9], vormen deze segmenten geen productmarkten die te onderscheiden zijn van die voor onderwijsmateriaal. De relevante markt is in deze zaak dus die voor onderwijsmateriaal.

---

[7] Zo besteden Spaanse leerlingen 70 uur per jaar aan artistieke activiteiten, terwijl dit voor Belgische leerlingen 143 uur per jaar bedraagt. (Eurydice-rapport, L'enseignement préscolaire et primaire dans l'UE — Bureau voor officiële publicaties der Europese Gemeenschappen, 1994).

[8] Het opnemen van activiteiten om muzikale vermogens te stimuleren zal de producenten, daarin gesteund door pedagogische onderzoeksteams, aanzetten om aangepaste producten te ontwikkelen. Om de woorden van een concurrent uit de sector te gebruiken: „Bij het ontwerpen van onderwijsmateriaal wordt rekening gehouden met de verwachtingen van onderwijzers en opvoeders en wordt geprobeerd zo nauw mogelijk aan te sluiten bij de schoolprogramma's". Ook Nathan legt in haar antwoord van 1 oktober 1997 op het verzoek van de Commissie om inlichtingen de band tussen het ontwerp van het materiaal en van de marktsegmenten en het officiële programma van het ministerie.

[9] Antwoord van Nathan van 1 oktober 1997 op het verzoek om inlichtingen van de Commissie. Zie overweging 116.

2. **De geografische markt**

(21) Met uitzondering van de producten waar de taalcomponent de belangrijkste rol speelt, integreren producenten en importeurs bij het concipiëren van hun materiaal meer culturen en gebruiken. De productie en verkoop van onderwijsmateriaal op het eerste distributieniveau is geen uitsluitend nationaal gegeven. Voor de voornaamste ondernemingen op de Franse markt maken uit andere lidstaten ingekochte producten (die als dusdanig worden verkocht of als bestanddelen worden gebruikt) ongeveer 25 % uit van het totaal.

(22) Zoals de andere producenten produceert en distribueert Nathan producten waarvan het gebruik niet afhankelijk is van de kennis van een bepaalde taal. Daardoor kunnen deze producten ook buiten Frankrijk worden gedistribueerd. Via distributeurs in andere lidstaten zetten Franse producenten 12 % van hun verkoop in de Gemeenschap af. Tevens dient te worden gewezen op de sterke internationalisering van de Belgische markt wat de bevoorrading van de distributeurs betreft, daar de meeste van de daar gedistribueerde producten uit andere lidstaten worden ingevoerd.

(23) De concurrentiesituatie op het tweede distributieniveau (verkoop aan instellingen) is daarentegen op de gemeenschappelijke markt niet homogeen. In alle lidstaten bestaan kinderopvangcentra en basisscholen. Toch speelt de wetgeving, die op nationaal of plaatselijk niveau kan worden vastgelegd, bij de bepaling van de pedagogische programma's van deze instellingen een wezenlijke rol ([10]). Het soort onderwijsmateriaal en de periode waarbinnen het vervangen wordt, kunnen naargelang de lidstaten verschillen.

(24) Ook de wetgeving inzake aankopen door de instellingen verschilt van lidstaat tot lidstaat. Zo hebben de begrotingsmiddelen waarover de instellingen beschikken en de aanbestedingsprocedures een bepalende invloed op keuzemogelijkheden, naargelang het gaat om openbare instellingen, instellingen uit de particuliere sector met een contract of instellingen uit de vrije particuliere sector ([11]). De verhouding tussen kinderen in openbare en (al dan niet gesubsidieerde) particuliere instellingen verschilt sterk naargelang de lidstaten ([12]).

(25) Het feit dat voor onderwijs bevoegdheden inzake regelgeving en begroting in de meeste lidstaten op plaatselijk niveau worden uitgeoefend, kan er dus toe leiden dat de markt enger moeten worden omschreven dan de nationale markt. Zo zorgen bijvoorbeeld de bevoegdheidsverdeling inzake onderwijs en de verschillen inzake onderwijsprogramma's en inzake cultuur ervoor dat de Belgische markt is opgesplitst tussen de Franse en de Vlaamse Gemeenschap.

(26) Bovendien is het zo dat zelfs indien de kwaliteit van de producten en hun pedagogische geschiktheid een noodzakelijke voorwaarde zijn voor de uitbouw van de verkoop, deze toch noodzakelijkerwijs moet worden ondersteund door een plaatselijke commerciële aanwezigheid, met name met het oog op demonstraties ter plaatse. Voorts, gelet op de omvang van de kosten in vergelijking met de waarde van de bestellingen in het geval van daadwerkelijke concurrentie tussen de leveranciers van de diverse lidstaten of zelfs tussen de gewesten van een aantal lidstaten, bevoorraden de instellingen zich voornamelijk plaatselijk, gewestelijk of nationaal.

(27) Zo is de rechtstreekse of indirecte verkoop aan eindafnemers in andere lidstaten door distributeurs die slechts op het tweede niveau op de Franse markt actief zijn, verwaarloosbaar (minder dan 1 % van het totaal op de gemeenschappelijke markt). Ter vergelijking: Franse producenten/distributeurs die op twee niveaus werkzaam zijn (Nathan, Edrasco/Asco, Wesco) verkopen op de gemeenschappelijke markt buiten Frankrijk twaalf keer meer.

(28) Uit deze factoren vloeit voort, dat de omschrijving van de relevante geografische markt voor de productie en grootdistributie van onderwijsmateriaal aan de aanbodzijde meer lidstaten betreft, zoals blijkt uit de overeenkomsten die Nathan heeft gesloten en die het voorwerp uitmaken van de onderhavige procedure. Daarentegen is deze markt bij de kleinhandel en bij het eindverbruik voornamelijk beperkt tot een nationale of gewestelijke omvang.

([10]) Zo loopt de leeftijd waarop kinderen voor het eerst naar school gaan, uiteen van twee tot vier jaar, afhankelijk van de onderwijssystemen. Ook het totale aantal uren onderwijs verschilt naargelang de leeftijdsgroepen en binnen de leeftijdsgroepen. Voor een leerling van zes jaar wordt in Italië voorzien in 1 080 uur per jaar, tegenover 773 uur per jaar in het Verenigd Koninkrijk (zie het eerder geciteerde Eurydice-rapport).

([11]) Bij de eerste instellingen worden de aankopen van materiaal meestal gegroepeerd per administratieve regio, om nadien aan iedere instelling te worden geleverd. De twee laatste groepen beschikken over een grotere autonomie. Naargelang zij hun bestellingen min of meer bundelen, verandert ook hun aankoopmacht tegenover producenten en distributeurs.

([12]) Twee voorbeelden: 13,6 % van de leerlingen in Frankrijk in (al dan niet gesubsidieerde) particuliere instellingen, tegenover 39,5 % in België. Openbare instellingen worden in Frankrijk door 86,4 % van de leerlingen bezocht, tegenover 60,5 % in België (zie het eerder geciteerde Eurydice-rapport).

3. **Het marktaandeel van de partijen**

(29) De omvang van de waarde van de relevante markt in de betrokken lidstaten dient te worden berekend op basis van een raming ([13]). Gelet op de grote spreiding van het aanbod en de overigens heterogene vraag wordt in de statistische gegevens van de overheid geen onderscheid gemaakt tussen onderwijsmateriaal en andere werkingsuitgaven van scholen, worden de aankopen door particuliere scholen niet vermeld, en al helemaal niet die van kinderopvangcentra zoals vakantiekolonies en ziekenhuizen.

(30) In 1997 behaalde Nathan voor onderwijsmateriaal binnen de Gemeenschap een omzet van [tussen 75 miljoen en 100 miljoen FRF] *, waarvan [tussen 65 miljoen en 90 miljoen FRF] * in Frankrijk. De verkoop aan Borgione, Smartkids en Bricolux ter waarde van [...] * bedroeg samen [minder dan 10 %] * van de totale verkoop in de Gemeenschap en [minder dan 10 %] * van de verkoop van Nathan in Frankrijk.

a) *De Gemeenschap*

(31) Ter informatie kan voor 1997 de totale communautaire markt worden geraamd op een grootteorde van 3,774 miljard FRF ([14]). In 1997 hadden Nathan en Edrasco/Asco — de nummers één en twee onder de Franse producenten/distributeurs — een aandeel van 5 % van het totaal, waarvan [minder dan 5 %] * voor Nathan.

b) *Frankrijk*

(32) Uitgaande van de ramingen van de ondervraagde ondernemingen zouden de negen grootste ondernemingen 57,6 % van de Franse markt in handen hebben. De omvang van de Franse markt kan voor 1997 op 654 862 000 FRF ([15]) worden geraamd. Een en ander betekent dat voor onderwijsmateriaal 89 FRF per kind wordt uitgegeven, berekend als gemiddelde voor alle soorten instellingen. Bijgevolg zou het marktaandeel van Nathan [tussen 5 en 15 %] * bedragen.

(33) Voor de verschillende segmenten van de productmarkt is betrouwbaar gecumuleerd cijfermateriaal slechts beperkt beschikbaar. Binnen de verschillende soorten instellingen zou het aandeel van Nathan in 1995 voor alle onderwijsmateriaal voor Franse openbare kleuterscholen [tussen 5 en 15 %] * bedragen. Wat de verschillende productsegmenten betreft, had Nathan in Frankrijk een belangrijk marktaandeel voor de segmenten van het leer- en spelmateriaal [tussen 10 en 25 %] * en voor het meubilair [tussen 25 en 31 %] * ([16]).

c) *Franstalig België*

(34) De bevoegdheidsverdeling inzake onderwijs en de verschillen inzake onderwijsprogramma's en cultuur zorgen ervoor dat de Belgische markt is opgesplitst tussen de Franse en de Vlaamse Gemeenschap. Zo komt het ook dat de ondervraagde distributeurs in Vlaanderen en Brussel of in Wallonië en Brussel verkopen, maar niet in Vlaanderen én Wallonië. Opgemerkt zij ook dat de producten van Nathan in Vlaanderen en Wallonië door verschillende distributeurs worden verdeeld; dit is ook het geval voor de producten van Asco.

(35) In Franstalig België, de regio waarvoor Bricolux exclusiviteit kreeg, heeft de totale markt een waarde van rond 42 542 000 FRF ([17]). Een en ander geeft voor Bricolux in

([13]) Zie de op 30 september 1999 aan Nathan en Bricolux meegedeelde „Enquête sur le marché du matériel éducatif".

([14]) Raming op basis van de uitgaven in Frankrijk per kind (en waarbij alle soorten instellingen worden meegerekend), namelijk 89 FRF per kind, op een bevolking van 42,4 miljoen kinderen jonger dan negen jaar in de 15 lidstaten in 1997. Aangezien de uitgaven per kind naargelang de lidstaat verschillen, komt de extrapolatie van het Franse percentage op de hele Gemeenschap erop neer dat dit bedrag wordt gebruikt als gemiddelde tussen lidstaten waar minder per kind wordt uitgegeven en die waar meer wordt uitgegeven. De raming voor de Gemeenschap geeft een grootteorde aan, terwijl de in aanmerking te nemen marktaandelen die zijn van de verschillende gebieden waarvoor exclusiviteit werd verleend.

([15]) Deze raming is gebaseerd op het totaal van de aan de Commissie meegedeelde omzetten van de negen grootste ondernemingen, verhoogd met 42,4 % voor de overige ondernemingen die, op basis van het gemiddelde van hun schattingen minder belangrijk zijn (zie de reeds aangehaalde Enquête sur le marché du matériel éducatif).

([16]) Ressources et Dépenses des Ecoles Maternelles Publiques, Nielsen, juli 1996, blz. 83 e.v. De in die studie geanalyseerde markt is echter ruimer dan de voor de onderhavige zaak relevante markt. De studie handelt ook over boeken en audiovisueel materiaal waar de taalcomponent bepalend is. Het percentage van [tussen 5 en 15 %] * dat enkel de openbare scholen betreft, is dus een onderschatting wat het onderwijsmateriaal betreft. Het kleine verschil van [lager dan 5 %] * ten opzichte van het marktaandeel voor alle instellingen en alle segmenten van de markt voor onderwijsmateriaal in 1997 valt ook te verklaren door het feit dat Nathan sterker dan haar concurrenten aanwezig is in andere segmenten zoals kinderdagverblijven, kinderopvang, ziekenhuizen en vakantiekolonies, die 24,2 % van de totale vraag uitmaken.

([17]) De Franse Gemeenschap telde 478 000 kinderen (gemeenschaps-, openbaar en vrij onderwijs), met een uitgave van 89 FRF per kind (percentage voor Frankrijk). Het Franse percentage ligt veel hoger dan de ramingen die voor een leerling in het Franstalig onderwijs in België worden gegeven door Bricolux (75 BEF per kind — brief van 26 september 1997) en door Viroux, een concurrent van Bricolux (300 BEF — brief van 17 juni 1999).

1997 een marktaandeel van [tussen 5 en 15 %] * voor Nathan-producten ([18]) te zien.

d) *Italië*

(36) De waarde van de Italiaanse markt kan voor 1997 worden geraamd op 491 003 000 FRF voor alle instellingen samen ([19]), ook al distribueert Borgione alleen schoolmateriaal voor de provinciale centra van het ministerie van Onderwijs (Direzzioni Didattiche, 59 %), gemeenten (communi, 31 %) en andere wederverkopers (10 %). Het materiaal van Nathan maakt ongeveer [tussen 20 en 30 %] * uit van haar omzet.

(37) Op basis van de verkoop van Nathan-producten, vermeerderd met een commerciële marge voor Borgione, zou het aandeel van Nathan [minder dan 5 %] * bedragen. De Italiaanse distributeurs met wie contact werd opgenomen, bevestigen, net als Borgione ([20]), dat zij geen onderwijsmateriaal buiten Italië verkopen.

e) *Zweden*

(38) Uitgaande van de bevolking die jonger is dan negen jaar kan de omvang van de markt voor 1997 worden geraamd op 102 430 000 FRF. De verkoop van Nathan-producten wordt geraamd op [minder dan 5 miljoen] * SEK, hetgeen neerkomt op een marktaandeel van [minder dan 5 %] * in dat jaar.

D. HET DISTRIBUTIENET VAN NATHAN IN EUROPA EN DE OVEREENKOMSTEN MET HAAR EXCLUSIEVE DISTRIBUTEURS

1. **Het distributienet van Nathan**

(39) Zelf verzorgt Nathan [tussen 50 en 70 %] * van de distributiestroom van haar producten in Frankrijk: [minder dan 30 %] * via handelsagenten en vertegenwoordigers en [tussen 30 en 40 %] * via rechtstreekse bestellingen uit de catalogus. Ook groothandelaren [minder dan 5 %] * en de boekhandel [minder dan 50 %] * wederverkopen Nathan-producten aan de verschillende instellingen of aan particulieren ([21]). Nathan is dus actief op de stroomopwaartse markt van de productie en verkoop aan verdelers en is significant aanwezig op de stroomafwaartse markt van de rechtstreekse distributie aan kinderopvangcentra en basisscholen in Frankrijk. Een potentiële concurrerende bevoorradingsbron voor Nathan-producten met het oog op de wederverkoop in Frankrijk is de wederinvoer van producten die via het net buiten Frankrijk in de handel zijn gebracht.

(40) In de Gemeenschap worden de Nathan-producten in elf lidstaten gedistribueerd over een net van een twintigtal distributeurs. De verkoop aan deze distributeurs maakt [minder dan 20 %] * uit van de omzet van Nathan op het gebied van onderwijsmateriaal. In Spanje/Portugal, Italië, Franstalig België, Zweden, Finland en — voor bepaalde producten — het Verenigd Koninkrijk/Ierland heeft een plaatselijke distributeur voor de wederverkoop het exclusieve distributierecht ([22]).

2. **De distributieovereenkomsten met bepaalde exclusieve distributeurs**

a) *Italië*

(41) Door de distributieovereenkomst die Nathan en Borgione op 1 april 1993 hebben gesloten, krijgt deze laatste de exclusiviteit voor het onderwijsmateriaal van Nathan uit de Italiaanse jaarlijkse catalogus voor onderwijsmateriaal Op grond van deze overeenkomst brengt Nathan aan Borgione [lager dan 55 %] * in rekening van de prijs belasting inbegrepen, uit de Franse Nathan-catalogus. Deze prijzen worden gedurende één jaar gegarandeerd. De overeenkomst, die aanvankelijk voor twee jaar werd gesloten, werd sindsdien verlengd.

([18]) Brieven van Nathan van 28 oktober 1999 in antwoord op de op 30 september 1999 aan Nathan en Bricolux meegedeelde Enquête sur le marché du matériel éducatif; daarin becijfert zij haar verkoop aan Bricolux voor 1997 op [minder dan 5 miljoen] * FRF, waarop Bricolux een coëfficiënt van [...] * toepast als brutomarge.

([19]) Bij gebreke van boekhoudkundige ramingen door de ondervraagde Italiaanse ondernemingen vond de raming plaats op basis van de uitgaven van 89 FRF per kind (cijfer voor Frankrijk), waarin alle soorten instellingen zijn vervat.

([20]) Brief van Borgione van 2 oktober 1997 in de bijlage bij de mededeling van punten van bezwaar.

([21]) De directeur van de afdeling onderwijsmateriaal van Nathan verklaarde aan de Franse autoriteiten (Nathan bezorgde deze verklaring aan de Commissie): „Wij werken ook met boekhandels (ongeveer 200). (...) Onze klanten kunnen de bestelbon uit onze catalogus gebruiken of naar hun boekhandel gaan. Deze wordt vergoed door een korting op de bestelling van [15 tot 25 %] * op onze catalogusprijs en afhankelijk van de behaalde omzet.".

([22]) Sinds 1989 is Abacus de feitelijke exclusieve distributeur van Nathan-producten in Spanje en Portugal. Nottingham Group is sinds 1993 voor een aantal producten uit de Nathan-catalogus de exclusieve distributeur in het Verenigd Koninkrijk en Ierland. Hun handelsbetrekkingen met Nathan zijn echter niet geformaliseerd in de vorm van een schriftelijke overeenkomst. In haar antwoord op het door de Commissie gezonden verzoek om inlichtingen was Nottingham Group zelfs van oordeel geen exclusieve distributeur van Nathan te zijn.

(42) Volgens artikel 2 van deze overeenkomst betreft de exclusiviteit „de rechtstreekse verkoop aan alle Italiaanstalige instellingen voor kinderen, met name scholen, kinderopvangcentra, kinderdagverblijven en recreatiecentra op het Italiaanse grondgebied ...". Van haar kant verbindt Borgione zich ertoe „deze producten niet te verkopen buiten het grondgebied waarvoor exclusiviteit werd verleend" en „geen producten te verkopen die concurreren met door Nathan uitgebrachte producten" (artikel 3).

(43) Volgens artikel 3 van deze overeenkomst verbindt Borgione zich er ook toe: „... Nathan de lijst mee te delen van de prijzen die Borgione in haar gebied voor Nathan-producten hanteert. Deze — in Franse frank omgezette — prijzen liggen maximaal 5 % hoger dan de verkoopprijs van dezelfde Nathan-producten in Frankrijk."

(44) Deze bepaling inzake maximumprijzen wordt aangevuld in artikel 10 van de overeenkomst, waarin voor de commerciële voorwaarden bij de verkoop van Nathan-producten het volgende is bepaald: „Borgione ... zal zich onthouden van iedere commerciële gedraging (promotie, korting, prijsvermindering, uitverkoop ...) die het merkimago van Nathan schade kan toebrengen. Borgione kan artikelen uit de Nathan-catalogus in prijs verlagen wanneer deze uit het assortiment worden verwijderd.".

(45) Volgens de ramingen van Nathan lopen de prijsverschillen tussen de door Borgione aangerekende prijzen en die uit de Franse Nathan-catalogus voor 1997 uiteen van [− 15 tot − 25 %] * tot [+ 15 tot + 25 %] *([23]).

b) *Zweden*

(46) Smartkids is sinds 1995 werkzaam als distributeur in Zweden. Ongeveer de helft van haar omzet voor 1997 wordt behaald met producten van Nathan. Smartkids is actief op een relatief gefragmenteerde markt en is de op twee na grootste distributeur van onderwijsmateriaal (handboeken en informatica niet meegerekend).

(47) Door de distributieovereenkomst die Nathan en Smartkids op 1 juli 1996 hebben gesloten, krijgt deze laatste de exclusiviteit voor het onderwijsmateriaal van Nathan uit de jaarlijkse catalogus voor onderwijsmateriaal, met het oog op „de verkoop aan alle Zweedse kinderopvangcentra en basisscholen, met name scholen, kinderopvangcentra, kinderdagverblijven, recreatiecentra in Zweden" (artikel 2).

(48) Op grond van deze overeenkomst rekent Nathan Smartkids [lager dan 55 %] * van de prijs exclusief belastingen (BTW uitgezonderd) uit de Franse Nathan-catalogus aan. Deze prijzen worden gedurende één jaar gegarandeerd. Van haar kant verbindt Smartkids zich ertoe „deze producten niet te verkopen buiten het gebied waarvoor exclusiviteit werd verleend" en „geen producten te verkopen die concurreren met door Nathan uitgebrachte producten. Geen Asco-product te distribueren (...)" (en met Nathan een niet-concurrentiebeding te sluiten over andere door Smartkids gedistribueerde producten (artikel 3).

(49) Volgens artikel 3 van deze overeenkomst verbindt Smartkids zich er ook toe: „... Nathan de lijst mee te delen van de prijzen die Smartkids in Zweden voor Nathan-producten hanteert. Deze — in Franse frank omgezette — prijzen, exclusief belastingen, moeten lager of gelijk zijn aan de Nathan-prijzen, exclusief belastingen, vermenigvuldigd met een factor 1,6".

(50) Net zoals bij Borgione wordt in de overeenkomst tussen Nathan en Smartkids wat betreft de voor de klanten geldende commerciële voorwaarden bepaald dat deze laatste: „zich zal onthouden van iedere commerciële gedraging (promotie, korting, prijsvermindering, uitverkoop ...) die het merkimago van Nathan schade kan toebrengen. Smartkids kan artikelen uit de Nathan-catalogus in prijs verlagen wanneer deze uit het assortiment worden verwijderd.".

(51) Volgens de ramingen van Nathan lopen de prijsverschillen tussen de door Smartkids aangerekende prijzen en die uit de Franse Nathan-catalogus voor 1997 uiteen van [+ 40 tot + 50 %] * tot [+ 75 tot + 85 %] *([24]).

3. **Franstalig België**

(52) Sinds 1986 distribueert Bricolux in België Nathan-producten. De handelsbetrekkingen tussen Nathan en Bricolux blijven gebaseerd op de gangbare commerciële gebruiken en zijn niet geformaliseerd in een schriftelijke overeenkomst. Sinds augustus 1992 onderhandelen de partijen weliswaar over een dergelijke overeenkomst, maar tot dusver zijn zij er nog niet in geslaagd de voorwaarden voor hun handelsrelatie in een enkel document vast te leggen. Uit de briefwisseling tussen de partijen blijkt dat Bricolux over een feitelijke gebiedsexclusiviteit beschikt voor Nathan-producten uit de jaarlijkse catalogus onderwijsmateriaal voor Franstalig België.

(53) In een ontwerp-overeenkomst die door Nathan op 12 november 1992 (volgens Bricolux: 2 september 1993) werd voorgesteld, wordt in artikel 3 bepaald dat Bricolux zich ertoe verbindt „deze (Nathan-)producten niet te verkopen buiten het grondgebied waarvoor exclusiviteit werd verleend". De exclusiviteit betrof ook kinderopvangcentra en basisscholen en hield voor Bricolux de verplichting in iedere bestelling van wederverkopers te verwerken.

([23]) Opmerkingen van Nathan van 27 oktober 1998, blz. 13, bijlage 6.

([24]) Opmerkingen van Nathan van 27 oktober 1998, reeds aangehaald.

(54) Volgens de ontwerp-overeenkomst van 2 september 1993 moest Bricolux ook „... Nathan de lijst meedelen van de prijzen die Bricolux in haar gebied voor Nathan-producten hanteert. Deze — in Franse frank omgezette — prijzen moeten gelijk zijn aan de verkoopprijs van dezelfde Nathan-producten in Frankrijk, met een eventuele variatie van + of − 10 %".

(55) In een brief van 5 november 1993 antwoordde Bricolux als volgt: „Het is duidelijk dat het de bedoeling is op termijn een Nathan-product overal in Europa tegen dezelfde prijs te verkopen, maar het is even duidelijk dat dit project niet eenvoudig te verwezenlijken is. (...)" ([25]).

(56) In een antwoordbrief van 13 januari 1994 nam Nathan ([26]) kennis van het ontbreken van handtekeningen onder de voormelde overeenkomst, waarin de voorwaarden werden vastgelegd voor de handelsbetrekkingen met Bricolux in 1994. Voorts ging zij in de volgende bewoordingen akkoord met het voorstel van Bricolux voor de vastlegging van de prijsontwikkeling: „Wij aanvaarden voor 1994 dat de maximumverkoopprijs voor Nathan-producten in België de Franse verkoopprijs is, omgezet in Belgische frank, + 15 %. We willen dat u, telkens als dat mogelijk is, dezelfde prijzen hanteert als in Frankrijk.". In deze brief wordt voor 1994 de inkoopprijs voor Bricolux vastgesteld op [lager dan 55 %] * van de catalogusprijs van Nathan France belasting niet inbegrepen (of [minder dan 55 %] * belasting inbegrepen).

(57) Het streven naar gelijkaardige commerciële voorwaarden voor Nathan-producten in heel Europa is ook terug te vinden in een brief aan Bricolux waarin Nathan verslag doet van hun gesprekken: „Wij hebben ook het probleem van de kortingen voor wederverkopers geschetst. De [...] * korting die Bricolux aan haar distributeurs geeft, lijkt mij te hoog. Ik herinner u eraan dat Nathan boekhandelaren een korting van [tussen 15 en 25 %] * geeft, waardoor het mogelijk is de prijzen voor de verkoop aan scholen te beheersen.". Toen Larousse — zelf evenals Nathan een dochteronderneming van CEP Communication — in 1991 af en toe Nathan-producten in België verkocht, deed zij Bricolux de volgende toezegging: „Wanneer het onderwijsmateriaal in de catalogus van Nathan en MDI voorkomt, zal onze rol ertoe beperkt blijven de bestelling voor verdere uitvoering aan u door te geven, of haar uit te voeren om de klant uit de nood te helpen. Wij zullen onze verkoopprijzen afstemmen op die van Bricolux." ([27]).

(58) In de brief van 24 januari 1994 waarin Bricolux, behalve andere bepalingen uit de overeenkomst, iedere vaste clausule inzake de vastlegging van de verkoopprijs verwierp, deelde zij met de volgende woorden mee de instructies van Nathan inzake de vaststelling van de verkoopprijs van bepaalde producten te hebben nageleefd: „Wij willen u toch signaleren dat wij onze instemming hebben betuigd voor de naleving van de „gele stippen" in 1994, d.i. de prijzen voor wederverkoop die lager of gelijk zijn aan die voor 1993." ([28]). In deze producten berekende Bricolux automatisch de daling of de bevriezing van de Franse prijzen voor dezelfde artikelen door, met een ongewijzigde marge.

(59) Na het verkrijgen van deze informatie verklaarde Bricolux, in antwoord op een vraag van de Commissie betreffende het bestaan en het occasionele karakter van promotieacties: „Bij een vakbeurs (maximaal tweemaal per jaar) kunnen wij ook korting geven. Maar in de regel organiseren wij geen occasionele promoties: onderwijsmateriaal wordt niet verkocht zoals de verkoop op beurzen." ([29]).

(60) Volgens de ramingen van Nathan loopt het prijsverschil tussen de door Bricolux aangerekende prijzen en die uit de Franse Nathan-catalogus voor 1997 uiteen van [tussen − 60 tot − 50 %] * tot [+ 25 tot + 35 %] * ([30]).

(61) Wat de wederverkopers van Nathan-producten betreft, Bricolux heeft in 1990 een exclusiviteitsovereenkomst gesloten met de Brusselse boekhandel La Découverte. Toen Bricolux deze overeenkomst in januari 1993 verbrak, ging La Découverte Nathan-producten inkopen bij een andere distributeur in Frankrijk, boekhandel Vauban in Maubeuge ([31]). De leveringen vonden, op initiatief van La Découverte, plaats in Frankrijk, met het oog op de wederverkoop in Wallonië en Brussel. Om een einde te maken aan deze parallelhandel naar het gebied waarvoor Bricolux de exclusiviteit had gekregen, schreef deze laatste aan boekhandel Vauban het volgende: „Aansluitend aan ons telefoongesprek en de brief die de heer Grimbert van Nathan u schreef, willen wij volgende zaken duidelijk stellen: (...) In deze omstandigheden eisen wij van u een brief waarin u ons verzekert GEEN ENKELE levering meer aan La Découverte te doen. (...) Het is gewoon zo dat wij al bijna twee jaar de gangen van La Découverte nagaan om haar bevoorradingsbronnen te achterhalen en pas sinds begin maart van dit jaar

([25]) Ontwerp-overeenkomst van 2 september 1993. Brief van Bricolux aan Nathan van 5 november 1993.
([26]) Brief van Nathan aan Bricolux.
([27]) Brief van mevrouw Marrot (Nathan) aan de heer Collard (Bricolux) van 25 februari 1993. Brief van de heer Hublau (directeur-generaal Larousse Belgique) aan de heer Collard (Bricolux) van 9 december 1991.
([28]) Brief van Bricolux aan Nathan van 24 januari 1994. Op een faxbericht van 12 januari 1994 van Nathan (mevrouw Marrot) aan Bricolux (de heer Collard) waarin Nathan verzoekt om „de instemming van Bricolux om in de Belgische en Luxemburgse catalogus de „gele stippen" voor verlaagde (of gelijk gebleven) prijzen te behouden, aangezien u deze doorberekent in uw prijzen in BEF", heeft de heer Alain Collard met de hand de volgende aantekening gemaakt: „OK, geen probleem om de „gele stippen" te laten staan".
([29]) Brief van Bricolux aan de Commissie van 2 december 1997, in antwoord op haar verzoek om inlichtingen van 24 november 1997.
([30]) Opmerkingen van Nathan van 27 oktober 1998, blz. 14, bijlage 6.
([31]) Brief van Bricolux van 26 september 1997.

beschikken wij over het formele bewijs dat het hierbij wel degelijk om boekhandel VAUBAN gaat." ([32]).

(62) De brief van Nathan waarnaar Bricolux verwijst, dateert van 21 maart 1995; daarin wordt verklaard: „Aansluitend aan ons telefoongesprek van 20 maart wil ik u bevestigen dat wij in België een exclusieve distributeur hebben, met wie wij al verscheidene jaren samenwerken voor de uitbouw van onze aanwezigheid op die markt. Wij willen geen destabilisatie door commerciële ingrepen van buitenaf. Deze distributeur kan, om volkomen gewettigde redenen die hij ons niet nalaat mee te delen alvorens een besluit te treffen, weigeren aan bepaalde klanten te leveren." ([33])

(63) In reactie op de wens van Vauban om aan La Découverte te blijven leveren, liet Bricolux het volgende weten. „Aangezien uit uw brief (van 14 april 1995) blijkt dat u uw actie in België wilt voortzetten, bevestigen wij u dat wij de gemeentehuizen en scholen in Noord-Frankrijk zullen overspoelen met Nathan- en Bricolux-catalogi met prijzen waardoor al uw klanten u — zonder enige betwisting — zullen gaan beschouwen als woekeraars. Overweeg of het dat allemaal wel waard is en of u een handelsoorlog wilt uitvechten, tot het bittere eind. Stelt u zich op de hoogte bij Nathan. Zij zullen u bevestigen dat (...) wij over krachtige middelen beschikken om onze wensen te verwezenlijken." ([34]).

(64) Dat Bricolux — uitsluitend aIs reactie op de concurrentie die zij ondervond in het haar toegewezen gebied — overwoog actief te gaan concurreren buiten het gebied waarvoor zij exclusiviteit had verkregen, blijkt uit haar brief van 20 november 1995 aan de Franse mededingingsautoriteiten, die deze zaak nadien naar de Commissie hebben doorverwezen: „Het is duidelijk dat wanneer een bekende Brusselse boekhandel de van boekhandel Vauban ontvangen Franse Nathan-catalogus, met de prijscourant in Belgische frank, verspreidt en aan onze klanten verkoopt, hij ons daardoor natuurlijk zwaar financieel en moreel nadeel berokkent omdat onze geloofwaardigheid is aangetast.". Bricolux verzuimt echter te vermelden dat, willen deze verkopen aan haar klanten concurrerend zijn, zij moeten worden ondersteund door prijzen of diensten die aantrekkelijker zijn dan die welke zij zelf aanbiedt. Haar brief vervolgt: „Ik kan nog begrijpen dat zij verkoop in hun winkel niet kunnen weigeren, hetgeen in strijd zou zijn met het Verdrag van Rome, doch het is hun natuurlijk wel verboden in België een aanbod te doen of leveringen te factureren van Nathan- of Asco-goederen, waarvan zij weten dat de verkoop daarvan wordt beschermd door een exclusiviteitsovereenkomst. (...) Hebben wij in België een exclusiviteitsovereenkomst, dan is de markt in Frankrijk volkomen vrij. Wie kan ons dus beletten om morgen Noord-Frankrijk te bedelven onder onze Bricolux-, Nathan- en Asco-catalogi, met daarin prijzen die boekhandel Vauban doen doorgaan voor doortrapte schurken?" ([35]).

(65) Zonder de actieve concurrentie aan te gaan, werden terzelfder tijd met Nathan alternatieve oplossingen voor „het probleem Vauban" besproken. Sinds 1995 werden middelen overwogen om te voorkomen dat Bricolux door Vauban „werd ontregeld" zoals Nathan aan Bricolux uiteenzette: „Vauban: ik bestudeer met de commerciële directeur voor Frankrijk een pressiemiddel om te verhinderen dat zij leveren aan La Découverte en aan Belgische scholen. Ook op dit punt zal ik u op de hoogte houden van verdere stappen in dit dossier. Jammer genoeg verbieden de Europese richtlijnen ons om niet aan hen te leveren." ([36]). Hieruit blijkt dat Vauban ook rechtstreeks aan Belgische scholen leverde, hetgeen men juist trachtte te voorkomen.

(66) Twee jaar nadien vestigde Bricolux de aandacht van Nathan op het feit dat de neveninvoer vanuit Frankrijk naar België bleef voortduren: „Aansluitend aan onze gesprekken uit 1995 en 1996 betreffende de neveninvoer van Nathan-producten naar België bevestigen wij u dat La Découverte nog steeds de Franse Nathan-catalogus voor 1997 verspreidt met prijzen in Belgische frank — net zoals wij — en dat zij zich nog steeds bevoorraadt bij Vauban of een andere Franse boekhandel. Ik dacht dat de intrekking van kortingen dergelijke fantasietjes niet meer mogelijk maakten." ([37]).

(67) De betrokkenheid van Nathan bij de bedreigingen aan het adres van boekhandel Vauban wordt bevestigd door een andere brief van Bricolux die dateert van ruim twee jaar nadat voor het eerst druk was uitgeoefend op boekhandel Vauban: „De heer Grimbert heeft mij verzekerd dat door de intrekking van de kortingen voor Vauban, de hele zaak in duigen zou vallen. Op bijgaand

([32]) Brief van de heer Collard (Bricolux) aan mevrouw Cagnon (boekhandel Vauban) van 23 maart 1995. De heer Grimbert was toentertijd directeur uitvoer van de divisie onderwijsmateriaal van Nathan.

([33]) Brief die Nathan op 14 januari 1999 meedeelde, met toelichting, ter verduidelijking van de punten die naar voren waren gebracht op de hoorzitting van 3 december 1998.

([34]) Brief van Bricolux aan Vauban van 4 mei 1995, die Bricolux op 11 december 1998 meedeelde, met toelichting, ter verduidelijking van de punten die naar voren waren gebracht op de hoorzitting van 3 december 1998.

([35]) Brief van Bricolux aan de heer Alvain (Service de la Concurrence, Rijsel), die Bricolux op 11 december 1998 met haar toelichting heeft overgelegd, ter verduidelijking van de op de hoorzitting van 3 december 1998 uiteengezette punten.

([36]) Faxbericht van mevrouw Marrot (bij Nathan verantwoordelijk voor de uitvoer) aan de heer Collard (Bricolux) van 25 oktober 1995, die Bricolux op 11 december 1998 met toelichting heeft overgelegd, ter verduidelijking van de op de hoorzitting van 3 december 1998 uiteengezette punten. Dit bericht werd voor commentaar aan Nathan gezonden, met antwoord op 14 januari 1999, ter verduidelijking van de op de hoorzitting van 3 december 1998 uiteengezette punten.

([37]) Faxbericht van 23 mei 1997 van de heer Collard (Bricolux) aan de uitvoerafdeling van Nathan.

document zult u zien dat daar niets van aan is en dat La Découverte Nathan-producten blijft verkopen en daarmee onze eigen afspraken omzeilt en ons moreel en commercieel nadeel berokkent." ([38]).

II. JURIDISCHE BEOORDELING

A. ARTIKEL 81, LID 1

(68) Artikel 81, lid 1, van het Verdrag luidt als volgt: „Onverenigbaar met de gemeenschappelijke markt en verboden zijn alle overeenkomsten tussen ondernemingen (...) welke de handel tussen lidstaten ongunstig kunnen beïnvloeden en ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt wordt verhinderd, beperkt of vervalst en met name die welke bestaan in het rechtstreeks of zijdelings bepalen van de aan- of verkoopprijzen of van andere contractuele voorwaarden (...) en het verdelen van de markten of van de voorzieningsbronnen (...).".

1. Overeenkomsten tussen ondernemingen

(69) Nathan en haar exclusieve distributeurs Bricolux, Borgione, Smartkids en haar andere distributeurs in andere lidstaten zijn werkzaam in de productie of inkoop van goederen voor wederverkoop. Het betreft derhalve ondernemingen in de zin van artikel 81, lid 1.

(70) Nathan heeft met Borgione voor Italië een, exclusieve distributieovereenkomst gesloten die hun commerciële relaties sinds 1993 bepaalt; de voorwaarden daarvan werden hierboven beschreven in de overwegingen 41 tot 45. Ook heeft Nathan voor Zweden een exclusieve distributieovereenkomst gesloten met Smartkids die hun commerciële relaties sinds 1995 bepaalt; de voorwaarden ervan werden hierboven beschreven in overwegingen 46 tot 51. Bricolux verdeelt sinds 1986 — met de toestemming van Nathan — onderwijsmateriaal van Nathan in Franstalig België, volgens de voorwaarden en de praktijk die in de overwegingen 52 tot 67 werden beschreven. Op dezelfde wijze verkoopt Nathan haar producten in Frankrijk voor wederverkoop aan zelfstandige verdelers die geen exclusiviteit voor een bepaald gebied hebben gekregen, en in andere lidstaten van de Gemeenschap (overwegingen 39 tot 40).

(71) De bepalingen van de alleenverkoopovereenkomsten tussen Nathan en haar distributeurs Borgione en Smartkids, alsmede de voorwaarden waaronder Nathan en Bricolux de commerciële exclusiviteit van Bricolux voor de distributie van Nathan-producten binnen het distributienet gezamenlijk interpreteren of toepassen, zijn overeenkomsten tussen ondernemingen in de zin van artikel 81, lid 1.

([38]) Faxbericht van de heer Collard (Bricolux) aan de heer Langlois-Meurinne (directeur-generaal van Nathan) van 30 mei 1997.

2. Ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt wordt beperkt of vervalst

(72) Deze overeenkomsten tussen Nathan, Borgione, Smartkids en Bricolux strekken ertoe of hebben ten gevolge dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt wordt beperkt of vervalst voorzover daarmee wordt beoogd contractgebieden af te schermen door de nevenverkoop daarbinnen of daarbuiten te beperken en door het prijsniveau voor de wederverkoop vast te stellen, zoals hierna zal worden aangetoond.

a) *Beperkingen op de nevenverkoop binnen contractgebieden en vanuit die gebieden*

(73) Op grond van hun overeenkomsten met Nathan krijgen Borgione en Smartkids voor, onderscheidenlijk, Italië en Zweden de exclusiviteit op de verkoop aan kinderopvangcentra en basisscholen, met uitzondering van die welke afhangen van het Franse ministerie van Onderwijs. Deze exclusiviteit maakt ook deel uit van de overeenkomsten tussen Nathan en Bricolux voor Franstalig België. Voorts verbindt Nathan zich ertoe bestellingen uit deze gebieden aan deze distributeurs door te geven en deze gebieden dus niet rechtstreeks zelf te bevoorraden.

(74) De overeenkomsten tussen Nathan, Borgione en Smartkids houden voor deze laatsten de verplichting in de betrokken producten niet te verkopen buiten het gebied waarvoor zij een exclusiviteitsrecht hebben verworven.

(75) Evenwel heeft het Hof met betrekking tot overeenkomsten die voor toepassing binnen de Gemeenschap zijn gesloten, geoordeeld, dat „een overeenkomst die de economische vrijheid van de wederverkoper om zijn klanten te kiezen, beoogt te beperken door hem te verplichten alleen aan in het contractgebied gevestigde klanten te verkopen, de mededinging beperkt in de zin van artikel 85, lid 1, van het Verdrag" ([39]).

(76) Deze verplichting tot strikte naleving van de exclusiviteit op een bepaald grondgebied, die ook voorkomt in de overeenkomsten met Bricolux, worden bevestigd door de wijze waarop zij door Nathan en Bricolux wordt toegepast. Laatstgenoemde ziet er namelijk van af te verkopen buiten het grondgebied waarvoor exclusiviteit werd verleend, en overweegt een dergelijke verkoop alleen als commerciële represaille tegen een andere distributeur, boekhandel Vauban, die zijn gebiedsexclusiviteit te buiten gaat door Nathan-producten rechtstreeks of indirect te verkopen in Franstalig België; een en ander blijkt uit brieven van Bricolux (zie de overwegingen 63 en 64). In dit geval ging het om de verkoop en levering vanuit Frankrijk aan La Découverte, een distributeur en concurrente van Bricolux die de betrokken producten in België weder verkocht.

([39]) Zie, laatstelijk, het arrest van 28 april 1998 in zaak C-306/96, Javico International en Javico AG/Yves Saint Laurent Parfums SA, Jurisprudentie 1998, blz. I-1983, rechtsoverweging 13, met name verwijzend naar de arresten van 21 februari 1984 in zaak 86/82, Hasselblad/Commissie, Jurisprudentie 1984, blz. 883, rechtsoverweging 46, en van 24 oktober 1995 in zaak C-70/93, Bayerische Motorenwerke, Jurisprudentie 1995, blz. I-3439, rechtsoverwegingen 19 en 21.

(77) De aan Bricolux verleende exclusiviteit werd door Nathan ingeroepen tegenover Vauban toen bleek van verkopen door een concurrerende Belgische distributeur in het gebied van Bricolux, teneinde te voorkomen dat deze laatste werd gedestabiliseerd door commerciële ingrepen van buitenaf door andere distributeurs (zie overweging 62). De exclusiviteit zoals Nathan deze opvat, staat terecht in de weg aan een dergelijke verkoop. Nathan wil uitdrukkelijk het cliënteel van de Belgische scholen op het aan Bricolux toegewezen grondgebied beschermen, door een pressiemiddel te bestuderen dat moet verhinderen dat Vauban aan hen levert (zie overweging 65). Bricolux beroept zich tegenover Nathan op dezelfde exclusiviteitsovereenkomsten tussen Nathan en Bricolux en op de door Nathan gegeven garanties, om opnieuw te klagen over inbreuken daarop door verkopen aan haar Belgische concurrente (zie overweging 67).

(78) In dit verband heeft het Hof geoordeeld dat „een overeenkomst die de wederverkoper verbiedt de contractproducten buiten het contractgebied te verkopen, tot doel heeft de parallelinvoer binnen de Gemeenschap te beletten en aldus de mededinging op de gemeenschappelijke markt te beperken. Dergelijke bepalingen in overeenkomsten voor distributie binnen de Gemeenschap leveren dus naar hun aard een beperking van de mededinging op" ([40]).

(79) Met de overeenkomsten tussen Nathan en haar exclusieve distributeurs waarin verkoop buiten het toegewezen grondgebied werd verhinderd, wordt dus beoogd, zoals blijkt uit de toepassing ervan, de verkoop aan concurrerende distributeurs die kunnen verkopen binnen een gebied waarvoor exclusiviteit werd verleend of aan klanten die daar gevestigd zijn, te verhinderen of te beperken. Zodoende is nevenhandel uitgesloten en wordt binnen deze exclusieve gebieden een volstrekte gebiedsbescherming verleend.

(80) Door voorts deze exclusieve distributeurs te verhinderen Nathan-producten te verkopen buiten het hun toegewezen grondgebied, wordt met deze overeenkomst de bescherming beoogd van het distributienet van Nathan en van het grondgebied van de verschillende lidstaten buiten Franstalig België, Italië en Zweden tegen verkoop door Bricolux, Borgione en Smartkids. Dit grondgebied omvat met name Frankrijk, waar de bescherming in het onderhavige geval 200 onafhankelijke distributeurs van Nathan (boekhandels en groothandelaren) en zelfs de verkoop door Nathan zelf betreft.

(81) Vaststaat dat, gezien het verschil tussen de prijs voor de Franse distributeurs (een korting van [tussen 15 en 25 %]* op de catalogusprijs) (zie de overwegingen 39 en 57) en de prijs voor exclusieve distributeurs buiten Frankrijk [lager dan 55 %]* zonder belastingen of [lagerdan 65 %]* belastingen inbegrepen (zie de overwegingen 41, 48 en 56) deze laatsten een potentiële concurrent kunnen vormen voor de Franse distributeurs.

(82) Voorts bleek dat Borgione en Bricolux, die beiden gevestigd zijn in de grensstreek met Frankrijk voor bepaalde producten prijzen hanteerden die lager liggen (zie de overwegingen 45 en 60) dan die in de Franse Nathan-catalogus. Concurrerende Franse distributeurs hadden voor dezelfde producten moeilijk lagere prijzen kunnen aanbieden. De mogelijkheid om in Frankrijk lagere prijzen aan te rekenen wordt door Bricolux trouwens — louter als waarschuwing — aangehaald, ingeval haar gebiedsexclusiviteit niet wordt gerespecteerd (zie de overwegingen 63 en 64).

(83) Precies het verlangen van Nathan om de concurrentie buiten het grondgebied waarvoor exclusiviteit werd verleend, te beperken verklaart de vraag van Nathan aan Bricolux dezelfde prijs als in Frankrijk aan te rekenen (zie overweging 56) of ook haar vermaning toen zij meende dat de kortingen [...]* die Bricolux aan haar distributeurs toekende te hoog waren in vergelijking met de [15 tot 25 %]* die Nathan aan haar eigen Franse distributeurs gaf. Hetzelfde streven naar prijsharmonisering voor Nathan-producten is ook te onderkennen bij Larousse Belgique, die op het tijdstip van de feiten evenals Nathan een dochteronderneming van CEP Communication was (zie overweging 57).

(84) De winst die Nathan met haar totale verkoop behaalt, is niet rechtstreeks afhankelijk van de kortingen of prijzen die Bricolux op haar beurt in haar exclusiviteitsgebied aanrekent, behalve wanneer rekening wordt gehouden met het feit dat rechtstreekse of indirecte verkoop van een distributeur die wederuitvoert uit zijn exclusiviteitsgebied, concurrentie kan vormen voor de rechtstreekse verkoop van Nathan in Frankrijk ([tussen 50 en 70 %]* van het totaal) of voor die van haar distributeurs (overige [tussen 30 en 50 %]*), waardoor Nathan een ruimere commerciële marge wordt gelaten dan die welke van toepassing is voor Bricolux en Borgione.

(85) In dit verband verhindert het verbod contractproducten buiten het exclusiviteitsgebied te verkopen, dat potentiële klanten — met name in Frankrijk — van deze lagere prijzen kunnen profiteren en beperkt het de mededinging met de plaatselijke boekhandels/distributeurs en met Nathan zelf in haar hoedanigheid van distributeur die rechtstreeks aan kinderopvangcentra en basisscholen levert. Ook de Belgische instellingen hebben uiteindelijk te lijden van de beperking van de mededinging die het gevolg is van de beperking van de verkoop van de Franse distributeurs aan deze klanten in het gebied van Bricolux of aan Belgische distributeurs die concurrent zijn van Bricolux en zich in Frankrijk met het oog op de wederverkoop in België bevoorraden.

([40]) Arrest van 28 april 1998 in de zaak Javico, reeds aangehaald, rechtsoverweging 14, waarin met name wordt verwezen naar de arresten van 8 februari 1990 in zaak C-297/87, Tipp-Ex/Commissie, Jurisprudentie 1990, blz. I-261, rechtsoverweging 22, en van 1 februari 1978 in zaak 19/77, Miller/Commissie, Jurisprudentie 78, blz. 131, rechtsoverweging 7.

b) *Vaststelling van het niveau van de wederverkoopprijzen*

(86) De beperking van de vrijheid om te verkopen vanuit of naar een gebied waarvoor exclusiviteit werd verleend, wordt — in het geval van Borgione en Smartkids — aangevuld en gesteund door het verbod op iedere vorm van promotie, korting, prijsvermindering of uitverkoop die het merkimago van Nathan schade kan toebrengen (zie de overwegingen 44 en 50). Zelfs zonder dat expliciet en objectief wordt vastgesteld vanaf welk niveau een promotie, korting of prijsvermindering het merkimago schaadt, wordt de autonomie van Borgione en Smartkids om kortingen toe te kennen daardoor beperkt, hetgeen hun niet kan ontgaan zijn, in vergelijking met een situatie waarin zij hun totale prijs, namelijk de catalogusprijs min korting, prijsvermindering of promotie, volledig vrij kunnen vaststellen. De mededinging inzake de prijs wordt daardoor evenzeer vervalst of beperkt, zoals de Commissie in het verleden in haar Beschikking 87/17/EEG (IV/30.937 — Pronuptia) ten aanzien van dit soort clausules ([41]) heeft geoordeeld. Deze clausule kan dan ook worden ingeroepen met name wanneer zij meer korting zouden geven dan Nathan aan zijn eigen Franse, distributeurs toekent, hetgeen Nathan aan Bricolux heeft opgedragen niet te doen.

(87) Daarentegen is de Commissie niet langer van oordeel dat de verplichting een bepaalde maximumverkoopprijs te hanteren — in het onderhavige geval de verkoopprijs van de in Frankrijk door Nathan voor dezelfde producten aangerekende verkoopprijs vermenigvuldigd met een bepaalde coëfficient (zie de overwegingen 43 en 49) — (op zich mededingingsbeperkend werkt (zie de mededeling van de Commissie betreffende de toepassing van de communautaire mededingingsregels op verticale afspraken ([42])). De opgelegde maximumprijs dient echter als plafond voor de marges waarbinnen de wederverkoopprijs wordt vastgesteld, terwijl het verbod op promoties en kortingen voor een bodemprijs zorgt. Hieruit volgt dat, door de overeenkomsten een bepaald, zij het ruim niveau voor een werkelijke prijs (kortingen en prijsverminderingen inbegrepen) wordt vastgesteld.

(88) De vaststelling van het prijsniveau voor wederverkoop vervalst de prijsontwikkeling op de markt en strekt tot de beperking van de mededinging. De distributeur kan namelijk contractuele verplichtingen waardoor zijn vrijheid inzake het vaststellen van zijn prijsbeleid wordt beperkt, niet buiten beschouwing laten. Daarnaast streeft Nathan ernaar de prijzen en kortingen kunstmatig te harmoniseren met die welke in Frankrijk van toepassing zijn. De vaststelling van prijzen met het oog op de vervalsing van de normale prijsontwikkeling op de markt valt uitdrukkelijk onder artikel 81, lid 1, onder a), zoals het Gerecht van eerste aanleg heeft verklaard ([43]).

(89) Uit het bewijsmateriaal blijkt evenwel dat Borgione noch Smartkids de beperking van de wederverkoopprijs uit de overeenkomst die hen aan Nathan bindt, hebben nageleefd, waaruit evenwel niet kan worden geconcludeerd dat deze clausule niet bestaat noch dat Nathan deze verplichting met het oog op de harmonisering van de kortingen die zij in het geval van Bricolux nastreefde, niet kon inroepen. Wat echter Bricolux betreft, is er geen bewijs dat het vastgestelde prijsniveau voor de wederverkoop door Bricolux werd aanvaard of bij de tenuitvoerlegging van haar overeenkomst met Nathan werd toegepast, en dit ondanks herhaalde pogingen van Nathan in die zin.

(90) Kortom, de overeenkomsten tussen Nathan en haar distributeurs omvatten mededingingsbeperkingen die, door de verkoop buiten het toegewezen gebied te verbieden of door — in het geval van Borgione en Smartkids — de vrijheid inzake prijszetting en commerciële voorwaarden voor de wederverkoop te beperken, elkaar onderling versterken. Aldus trachtte Nathan de afzet van haar producten in de Gemeenschap uit te bouwen, voorzover dit niet resulteerde in concurrentie voor haar eigen verkoop op haar belangrijkste markt — Frankrijk. Afzonderlijk of in combinatie, strekken deze bepalingen uit de overeenkomsten ertoe de mededinging te beperken in de zin van artikel 81, lid 1.

3. **Merkbare beïnvloeding van de handel tussen lidstaten**

(91) In de overeenkomsten waarop de onderhavige procedure van toepassing is, zijn de voorwaarden vastgelegd waaronder Nathan aan distributeurs de producten verkoopt die zij produceert en distribueert in Frankrijk met het oog op wederverkoop in andere lidstaten. In de overeenkomsten tussen Nathan en haar distributeurs in Franstalig België, Italië en Zweden zijn de voorwaarden vastgelegd waaronder Bricolux, Borgione en Smartkids de bij Nathan ingekochte producten wederverkopen, waarbij zij hun verkoop naar andere lidstaten beperken. In de andere lidstaten worden de Nathan-producten verdeeld door een twintigtal onafhankelijke distributeurs, terwijl de distributie in Frankrijk geschiedt door ongeveer 200 onafhankelijke distributeurs. De beperkingen waarmee wordt beoogd hun verkoop naar gebieden waarvoor exclusiviteit werd verleend, te verhinderen of te doen ophouden, resulteren in een ongunstige beïnvloeding van de handel tussen Frankrijk, België, Italië en Zweden.

(92) Evenwel vallen overeenkomsten zoals die van Nathan inzake grensoverschrijdende verkoop slechts onder artikel 81, lid 1, indien zij het handelsverkeer tussen lidstaten kunnen beïnvloeden, waarbij de invloed van niet geringe betekenis is ([44]). Volgens het Hof betekent deze voorwaarde dat de overeenkomsten „... op grond van een reeks van feitelijke en juridische gegevens met een voldoende mate van waarschijnlijkheid doen

([41]) PB L 13 van 15.1.1987, blz. 39, overweging 12, onder c).
([42]) PB C 365 van 26.11.1998, blz. 3.
([43]) Arrest van 10 maart 1992 in zaak T-13/89, ICI/Commissie, Jurisprudentie 1992, blz. II-1021, rechtsoverwegingen 310 en 311.
([44]) Zie het arrest van het Hof in de zaak Javico, reeds aangehaald, rechtsoverwegingen 15 tot en met 17, waarin wordt verwezen naar het arrest van 9 juli 1969 in zaak 1/69, Völk, Jurisprudentie 1969, blz. 295, rechtsoverweging 5.

verwachten, dat zij al dan niet rechtstreeks, daadwerkelijk of potentieel, invloed kunnen uitoefenen op het handelsverkeer tussen lidstaten, en wel zo, dat men moet vrezen dat zij de totstandkoming van een gemeenschappelijke markt tussen lidstaten kunnen belemmeren" ([45]).

(93) Bij de beoordeling van de potentiële invloed van de overeenkomst tussen Nathan en haar distributeurs op de handel zal men met name hebben te letten op de positie en het gewicht van de partijen op de markt voor onderwijsmateriaal ([46]). In een zaak betreffende overeenkomsten waarmee beoogd wordt de markten van de lidstaten af te schermen door verbodsbepalingen inzake de uitvoer, en mede gelet op de positie van de betrokken producent op zijn thuismarkt — in dit geval tussen 5 en 6,1 % — en de omvang van diens productie is het naar het oordeel van het Hof van Justitie relevant dat de Commissie zich ook baseert op de vastgestelde exporten en de toegepaste prijspolitiek om aan te tonen dat inderdaad het gevaar bestond van een merkbare beïnvloeding van het handelsverkeer tussen de betrokken lidstaten (zie Beschikking 76/913/EEG van de Commissie (IV/29.018 — Miller International Schallplatten GmbH ([47]) en het arrest van het Hof in die zaak ([48]).

(94) Het marktaandeel van Nathan in Frankrijk — haar belangrijkste markt die zij dankzij de overeenkomsten met Bricolux, Borgione en Smartkids kan beschermen tegen rechtstreekse en indirecte verkopen door deze laatsten — bedraagt [tussen 5 en 15 %] * (zie overweging 33). In bepaalde marktsegmenten beloopt haar aandeel [tussen 10 en 35 %] *. Het marktaandeel dat Bricolux in het haar toegewezen gebied met Nathan-producten behaalt, bedraagt ongeveer [tussen 5 en 15 %] * (zie overweging 35). Voorts vormen de Nathan-distributeurs in Frankrijk potentiële concurrentie voor Nathan zelf (zie overweging 39).

(95) Al overschrijdt de omvang van de afzet van Nathan buiten Frankrijk op de gemeenschappelijke markt, ([minder dan 15 %] * van haar totale afzet), niet die van haar afzet in Frankrijk (waar zij een van de drie belangrijkste producenten is), toch is deze afzet gecombineerd met de afzet in de aan Bricolux, Borgione en Smartkids toegewezen gebieden die samen [minder dan 10 %] * van haar Franse afzet beloopt, voldoende groot dat haar positie in Frankrijk, waar zij het door haar geproduceerde onderwijsmateriaal distribueert aan kinderopvangcentra en basisscholen, door wederinvoer in gevaar kan komen; met haar overeenkomsten beoogt Nathan dergelijke wederinvoer te beperken of te verhinderen, met name vanuit België of Italië, die aan Frankrijk grenzen. Het valt evenwel niet te ramen hoe hoog die wederinvoer zou zijn geweest indien Bricolux en Borgione ongestoord buiten het hun toegewezen gebied hadden kunnen verkopen. In ieder geval blijkt uit het feit dat deze beperkingen in de overeenkomsten werden opgenomen, dat Nathan kon oordelen dat het potentiële volume veel hoger zou zijn.

(96) Bovendien vormt de combinatie van het bestaan van een uitvoerprijs — ongeacht of deze door het verkoopvolume gerechtvaardigd was — welke aanzienlijk lager was (ongeveer [lager dan 55 %] * van de Franse prijs zonder belastingen) dan de [15 tot 25 %] * korting die Nathan aan haar distributeurs in Frankrijk toekende (zie de overwegingen 39, 41 en 57), en van het feit dat de prijzen van Bricolux in België en van Borgione in Italië aanzienlijk lager zijn dan die in Frankrijk — van [...] * tot [...] * (zie de overwegingen 45 en 60) — feitelijke elementen die wederinvoer naar Frankrijk economisch mogelijk maken, waren er niet de beperkingen op de verkoop buiten het toegewezen gebied.

(97) Nathan betrekt trouwens zelf bij ondernemingen uit diverse lidstaten producten voor verdere verwerking of wederverkoop in Frankrijk en concurreert met ondernemingen die dat ook doen. Deze aankopen bedragen ongeveer 20-25 % van hun kosten of verkoop, voor de belangrijkste concurrenten op de Franse markt (zie overweging 21). Hieruit volgt dat de beperking van de mededinging om Nathan te beschermen op de Franse markt het verkoopvolume van haar concurrenten ongunstig kan beïnvloeden, en bijgevolg ook het handelsverkeer tussen de betrokken lidstaten.

(98) Op grond van deze combinatie van feitelijke en juridische elementen kan worden aangenomen dat de overeenkomsten tussen Nathan en haar distributeurs al dan niet rechtstreeks, daadwerkelijk of potentieel, invloed kunnen uitoefenen op het handelsverkeer tussen althans Frankrijk, België, Italië en Zweden, en wel op zodanige wijze dat moet worden gevreesd dat zij de totstandkoming van een gemeenschappelijke markt tussen de lidstaten kunnen belemmeren.

(99) Mitsdien kunnen de overeenkomsten, hoe gering ook het aandeel van de producten van Nathan op de Italiaanse en Zweedse markt is in vergelijking met de markt in Frankrijk en Franstalig België, de handel tussen lidstaten en de mededinging in de zin van artikel 81, lid 1, van het Verdrag op althans de markt in Frankrijk en Franstalig België, merkbaar ongunstig beïnvloeden.

([45]) Arrest Javico, reeds aangehaald, rechtsoverweging 16.
([46]) Arrest van het Hof van 10 juni 1980 in zaak 99/79, Lancôme en Cosparfrance Nederland/Etos en Albert Heyn Supermarkt, Jurisprudentie 1980, blz. 2511, rechtsoverweging 24.
([47]) PB L 357 van 29.12.1976, blz. 40, overwegingen 4, 15 en 16.
([48]) Arrest van het Hof van 1 februari 1978 in zaak 19/77 Miller International Schallplatten/Commissie, Jurisprudentie 1978, blz. 131, rechtsoverwegingen 8 tot en met 10 en 15.

B. ARTIKEL 81, LID 3

(100) De bepalingen van artikel 81, lid 1, kunnen buiten toepassing worden verklaard voor elke overeenkomst of groep van overeenkomsten tussen ondernemingen, die bijdragen tot verbetering van de productie of van de verdeling der producten of tot verbetering van de technische of economische vooruitgang, mits een billijk aandeel in de daaruit voortvloeiende voordelen de gebruikers ten goede komt, en zonder nochtans aan de betrokken ondernemingen beperkingen op te leggen welke voor het bereiken van deze doelstellingen niet onmisbaar zijn.

1. **Groepsvrijstellingen: Verordeningen (EEG) nr. 1983/83 (alleenverkoopovereenkomsten) en (EG) nr. 2790/1999 (verticale overeenkomsten)**

(101) In overweging 8 van Verordening (EEG) nr. 1983/83 van de Commissie [49] wordt eraan herinnerd dat „voor verdere concurrentiebeperkende verplichtingen, en met name die welke de vrijheid van de alleenverkoper beperken om zijn prijzen of andere verkoopvoorwaarden te bepalen (...), ingevolge deze verordening evenwel geen vrijstelling kan worden verleend". De overeenkomsten van Nathan, Borgione en Smartkids beperken de vrijheid tot vaststelling van de prijzen en de commerciële voorwaarden inzake wederverkoop van de alleenverkoper, hetgeen de toepassing van Verordening (EEG) nr. 1983/83 uitsluit.

(102) Volgens artikel 3, onder d), punt 2, van voornoemde verordening is de groepsvrijstelling trouwens niet van toepassing wanneer de contractpartijen of één van hen het voor tussenhandelaren moeilijk maken de contractproducten binnen de gemeenschappelijke markt te betrekken met name indien zij rechten uitoefenen of maatregelen nemen om handelaren te verhinderen contractproducten buiten het contractgebied te betrekken of in het contractgebied af te zetten.

(103) Het verbod Nathan-producten buiten het exclusiviteitsgebied af te zetten, verhindert de passieve verkoop door exclusieve distributeurs buiten Franstalig België, Italië en Zweden. Daarnaast hebben Nathan en Bricolux boekhandel Vauban bedreigd om geen Nathan-producten te verkopen bestemd voor het exclusiviteitsgebied van Bricolux, met inbegrip van in Frankrijk geleverde producten, voor de wederverkoop in België.

(104) Deze bepalingen sluiten bijgevolg de toepassing van Verordening (EEG) nr. 1983/83, die ten tijde van de feiten gold, en van Verordening (EG) nr. 2790/1999 van de Commissie [50] overeenkomstig artikel 4 hiervan, op hun overeenkomsten uit.

2. **Ontheffing op grond van artikel 81, lid 3**

(105) Op grond van artikel 81, lid 3, kan de Commissie ondernemingen een ontheffing verlenen van het verbod van artikel 81, lid 1. Deze ontheffing kan slechts worden toegekend wanneer de ondernemingen hun overeenkomst bij de Commissie hebben aangemeld of indien de overeenkomst van aanmelding op grond van artikel 4, lid 2, van Verordening nr. 17 is vrijgesteld.

(106) De overeenkomsten inzake exclusieve distributie tussen Nathan en haar distributeurs zijn niet bij de Commissie aangemeld en voldoen evenmin aan alle voorwaarden uit artikel 81, lid 3.

(107) Zelfs indien de overeenkomsten inzake gebiedsexclusiviteit de verdeling van de contractproducten op de markten in Franstalig België, Italië en Zweden zouden verbeteren, dan nog draagt het absolute verbod op verkoop buiten het toegewezen grondgebied niet bij tot de verbetering van de productie of van de verdeling van onderwijsmateriaal en is hiervoor ook niet onmisbaar. De rechtmatige doelstelling van de concentratie van de verkoopsactiviteiten binnen het toegewezen gebied wordt voldoende bereikt door een verbod op actieve verkoop.

(108) Het is uitgesloten dat de beperkingen op de vrijheid van exclusieve distributeurs om passief buiten het hun toegewezen grondgebied te verkopen, ervoor zorgen dat een billijk aandeel in de daaruit voortvloeiende voordelen de kinderopvangcentra en basisscholen ten goede komt. Het is juist een vaststaand feit dat het verbod op verkoop buiten het toegewezen grondgebied deze instellingen de voordelige prijzen en commerciële voorwaarden onthoudt die Bricolux en Borgione in concurrentie met de Franse distributeurs hadden kunnen aanbieden, aan de overkant van de grenzen, die de overeenkomsten met Nathan juist gesloten willen houden.

(109) Bij de eindverbruikers — in casu de kinderopvangcentra en basisscholen — is er slechts een geringe verschuiving van het ene geografische gebied naar het andere. In deze marktsituatie is de arbitrage in hoofdzaak een zaak van tussenhandelaren/wederverkopers. Dit impliceert ook dat de concurrentie op de betrokken markten vooral gebaseerd is op de mogelijkheid van de wederverkopers om zondere geografische beperking te kunnen verkopen. Bijgevolg ontnemen de beperkingen van deze mogelijkheid aan de instellingen ieder billijk aandeel in de uit een overeenkomst inzake gebiedsexclusiviteit voortvloeiende potentiële voordelen, in vergelijking met een situatie waarin de eindverbruiker een daadwerkelijke regionale arbitrage doorvoert. Nathan heeft — samen met Bricolux — getracht te verhinderen dat Belgische wederverkopers die concurrent zijn van Bricolux, werden bevoorraad en zij probeerden ook het cliënteel van de Belgische scholen uitsluitend in het voordeel van Bricolux te behouden. Het is dus uitgesloten dat de gebruikers (wederverkopers of instellingen) daaruit enig voordeel putten.

[49] PB L 173 van 30.6.1983, blz. 1.
[50] PB L 336 van 26.12.1999, blz. 21.

(110) De beperking van de vrijheid van Borgione en Smartkids om het niveau van hun prijzen en kortingen vast te stellen, is niet onmisbaar voor een verbetering van de verdeling van de betrokken producten. Een en ander leidt ertoe dat op kunstmatige wijze een prijsniveau of minimum- en maximumprijzen worden vastgesteld met Frankrijk als uitgangspunt, met als equivalent de minimumprijs die geldt voor de verkoop aan groothandelaren, zonder dat dit overeenstemt met enige economische realiteit van de plaatselijke markt en zonder dat betrokken instellingen op enige manier in de eventuele voordelen van een dergelijke overeenkomst delen. Deze instellingen wordt de mogelijkheid ontnomen lagere prijzen te krijgen zowel in het gebied waarvoor exclusiviteit werd verleend, als in Frankrijk waar Nathan het overgrote deel van haar producten verdeelt.

(111) Wat voorts de kortingen en promoties betreft, lijkt de zorg om een merkimago te handhaven legitiem maar desondanks moet worden vastgesteld dat het Nathan vrij staat voor de verkoop aan haar distributeurs de prijzen vast te stellen die zij passend acht gelet op de objectieve kostprijs en de gewenste positionering van haar producten op de markt. Voor het bereiken van het nagestreefde doel bestaan er dus middelen die voor de autonomie van de partijen minder beperkend zijn.

(112) Hieruit volgt dat niet aan alle voorwaarden van artikel 81, lid 3, is voldaan.

C. BELANGRIJKSTE OPMERKINGEN VAN NATHAN EN BRICOLUX NA DE ONTVANGST VAN DE MEDEDELING VAN PUNTEN VAN BEZWAAR

(113) Daar bepaalde punten of analyses uit de mededeling van punten van bezwaar van de Commissie van 26 juni 1998 in de onderhavige beschikking zijn weggelaten of zijn beperkt, wordt hierna enkel op die opmerkingen ingegaan welke verband houden met de gronden voor de vaststelling van de inbreuk.

1. **De geografische omvang van de relevante markt, de positie van de partijen en de invloed van de overeenkomsten op de handel tussen lidstaten**

a) *Nathan wijst erop dat de vraag gericht is op leveranciers die op de nationale markt aanwezig zijn. Samen met de vervoerskosten en de taalbarrières wordt de nationale dimensie van de markt daardoor versterkt, waaruit Nathan de conclusie trekt dat de gedragingen die haar worden verweten, geen merkbare invloed kunnen hebben op de handel tussen lidstaten of op de mededinging.*

(114) De Commissie stelt vast dat bepaalde factoren kunnen verklaren dat het eindverbruik door de kinderopvangcentra en basisscholen ook daadwerkelijk mobiel is binnen de Gemeenschap. Dit belet niet dat de betrokken overeenkomsten de verkoop betreffen aan distributeurs in andere lidstaten dan Frankrijk, waar Nathan haar producten fabriceert en aan de kinderopvangcentra en basisscholen of aan boekhandelaren verkoopt. Dat de al dan niet exclusieve, grensoverschrijdende verkoop aan distributeurs in andere lidstaten door Nathan en haar Franse concurrenten daadwerkelijk heeft plaatsgevonden en dat hij significant was, blijkt afdoende uit de vastgestelde feiten, tenzij wordt beweerd dat Nathan op een niet-bestaande markt verkoopt.

(115) Met betrekking tot de merkbare invloed op de handel tussen lidstaten in de zin van artikel 81, lid 1, en op de mededinging, verwijst de Commissie naar de analyse die zij in de overwegingen 89 tot 97 heeft gemaakt.

b) *Wat de positie van Nathan in de verschillende betrokken gebieden betreft, heeft Nathan opgemerkt dat haar producten slechts een fractie uitmaken van de verkoop van Bricolux, Borgione en Smartkids in hun gebied. Na doorrekening van de gegevens uit de mededeling van punten van bezwaar raamt Nathan het aandeel van haar producten in de gebieden waarvoor exclusiviteit werd verleend, op [minder dan 10 %]*. Wat Frankrijk betreft, merkt zij op dat er aan de vraagzijde andere segmenten zijn dan de kleuterscholen die als basis voor de berekening van haar totale aandeel op de Franse markt werden genomen. Bricolux raamt haar aandeel op de markt voor onderwijsmateriaal op 1,2 %.*

(116) Nathan heeft de door haar aan de Commissie vestrekte analyse aangepast volgens welke onderwijsmateriaal onderscheiden productmarkten omvatte en die — met het aandeel van Nathan op elk van deze markten — in de mededeling van punten van bezwaar van 26 juni 1998 was overgenomen. De Commissie heeft met de opmerkingen van Nathan rekening gehouden door de in haar mededeling van punten van bezwaar vervatte analyse ten aanzien van het bestaan van onderscheiden productmarkten, op sommige waarvan Nathan [tussen 25 en 35 %]* kon behalen, zo aan te passen dat alleen de stelling van het bestaan van diverse productsegmenten werd gehandhaafd.

(117) Ingevolge de opmerkingen van Nathan en Bricolux heeft de Commissie een onderzoek uitgevoerd bij de belangrijkste Franse, Belgische en Italiaanse producenten en distributeurs, waarvan de uitkomsten en antwoorden voor opmerkingen aan Nathan en Bricolux worden doorgezonden. Na onderzoek van deze opmerkingen werd de inhoud van dit onderzoek verwerkt in de overwegingen 31 tot 38, ter berekening van het marktaandeel van de Nathan-producten op de betrokken markten [51].

[51] Behalve voor Franstalig België. Voor dit laatste heeft de Commissie bij haar berekeningen het bedrag van 2 336 234 FRF overgenomen dat Nathan voor haar verkoop aan Bricolux voor 1997 had meegedeeld.

(118) De verschillende berekeningsgrondslag verklaart de verschillen met de ramingen in de mededeling van punten van bezwaar en met die van Nathan op basis van deze ramingen, zowel wanneer het verkregen marktaandeel lager ligt dan de ramingen van Nathan (Italië, Zweden) als wanneer het hoger ligt (Frankrijk en Franstalig België):

— Nathan heeft de lage raming van [lager dan 10 %] * voor haar aandeel in de aankopen door de Franse kleuterscholen niet betwist. Wel heeft zij erop gewezen dat er aan de vraagzijde nog andere marktsegmenten zijn dan de kleuterscholen, zonder evenwel een objectieve becijfering van het totale volume voor te stellen;

— voor Franstalig België kan het verschil tussen de raming van de Commissie voor 1997 en de eigen raming van Nathan voor 1996 [lager dan 10 %] *([52]) of van Bricolux (1,2 %) met name worden verklaard door het feit dat, naast omzetverschillen tussen 1997 en 1996, andere berekeningsgrondslagen werden gebruikt en doordat Bricolux bij de afbakening van de markt een aantal artikelen uitsluit;

— voor Italië ligt de raming van de Commissie voor 1997 [lager dan 5 %] * gevoelig lager dan die van Nathan voor 1996 [lager dan 5 %] *([53]). Dit verschil valt met name te verklaren doordat bij de afbakening van de markt ook andere instellingen dan openbare scholen werden meegerekend, waar de Nathan-producten weinig of niet door Borgione worden verkocht;

— voor Zweden ligt de raming van de Commissie voor 1997 [lager dan 5 %] * gevoelig lager dan die van Nathan voor 1996, een marktaandeel van [minder dan 5 %] *, uitgaande van de ramingen van Smartkids ([54]).

2. **Wat betreft de belemmering van de nevenhandel, meer bepaald de belemmering van de verkoop door boekhandel Vauban, wijst Nathan erop dat Vauban tussen 1995 en 1997 is blijven verkopen en dat zijzelf in de betrokken periode geen retorsiemaatregelen tegen Vauban heeft genomen.**

(119) Het is juist dat de Commissie over geen bewijs beschikt dat Nathan daadwerkelijk de pressiemiddelen heeft toegepast die zij bestudeerde of bij Bricolux ter sprake had gebracht (beëindiging van de bevoorrading, intrekking korting), noch gevolg heeft gegeven aan verzoeken van Bricolux in die zin. Niettemin heeft Nathan tegenover Vauban de exclusiviteit van Bricolux voor Franstalig België ingeroepen ten aanzien van de verkoop door Vauban in Frankrijk aan Belgische klanten. De verwijzingen in de brief van Nathan aan Vauban van 21 maart 1995 en de oproepen van haar directeur uitvoer (zie overweging 62) impliceren dat de verkoop door Vauban met deze exclusiviteit strijdig wordt geacht, zoals ook Bricolux van oordeel is (zie overweging 67).

(120) Dit brengt de Commissie tot de conclusie dat het verbod op passieve verkoop naar het exclusiviteitsgebied, deel uitmaakt van de afspraken tussen Nathan en Bricolux die de Commissie als mededingingbeperkend beschouwt. De uitvoering van represailles tegen andere ondernemingen zou enkel een verzwarende omstandigheid zijn geweest, zoals wordt aangegeven in de richtsnoeren voor de berekening van geldboeten die uit hoofde van artikel 15, lid 2, van Verordening nr. 17 respectievelijk artikel 65, lid 5, van het EGKS-Verdrag worden opgelegd ([55]).

3. **Met betrekking tot het bestaan van potentiële mededinging tussen Nathan en haar distributeurs, voert Nathan aan, dat de Commissie haar het ontbreken van een distributeur in Frankrijk verwijt, hetgeen neerkomt op een besluit over de wijze waarop zij de distributie van haar producten moet organiseren.**

(121) De Commissie heeft kunnen vaststellen dat andere Franse concurrenten van Nathan de distributie in andere lidstaten zelf verzorgen. Ook stelt de Commissie vast dat Nathan in Frankrijk een overwegend aandeel heeft in de verkoop aan eindverbruikers van producten die zij zelf produceert of inkoopt met het oog op wederverkoop via haar catalogi. Het ontbreken van eigen productie blijkt trouwens geenszins te beletten dat de directe concurrenten van Nathan actief aanwezig zijn op de Franse markt voor distributie aan scholen. Voorts vereist de verkoop aan de eindverbruiker een bepaalde deskundigheid, commerciële organisatie en logistieke middelen die verschillen van die welke vereist zijn voor de productie en verkoop aan uitsluitend wederverkopers. In die omstandigheden is het een feit dat een distributeur kan concurreren met zijn leverancier, voorzover zijn diensten efficiënter zijn. Bij haar beoordeling dient de Commissie ook rekening te houden met de reële economische context waarin de overeenkomsten werden gesloten. Dit kan echter niet gelijk gesteld worden met inmenging ten aanzien van de mate van verticale integratie van Nathan.

([52]) Antwoord van Nathan van 27 oktober 1998 op de mededeling van punten van bezwaar, bijlage 5, en opmerkingen van Bricolux van 30 oktober 1998, blz. 9.
([53]) Antwoord van Nathan van 27 oktober 1998, bijlage 1.
([54]) Opmerkingen van Nathan van 27 oktober 1998, bijlage 5.
([55]) PB C 9 van 14.1.1998, blz. 3.

D. ARTIKEL 3, LID 1, VAN VERORDENING NR. 17

(122) Op grond van artikel 3, lid 1, van Verordening nr. 17 kan de Commissie, wanneer zij een inbreuk op artikel 81 van het Verdrag vaststelt, de betrokken ondernemingen bij beschikking verplichten aan de vastgestelde inbreuk een einde te maken.

(123) Volgens de inlichtingen die Nathan in haar antwoord op de mededeling van de punten van bezwaar heeft verstrekt, heeft de onderneming, ook al ontkent zij het bestaan van een inbreuk, de omstreden clausules in de overeenkomsten met Borgione, Smartkids en Bricolux aangepast. Nathan heeft haar niet-exclusieve distributeurs evenwel niet ervan op de hoogte gebracht dat zij in gebieden waarvoor binnen haar distributienet in de Gemeenschap exclusiviteit is verleend, hetzij rechtstreeks hetzij aan wederverkopers mogen verkopen.

(124) De beperking van deze passieve verkoop maakt ook deel uit van de in de onderhavige beschikking vastgestelde inbreuk, waaraan een einde moet worden gemaakt.

E. ARTIKEL 15 VAN VERORDENING NR. 17

(125) Krachtens artikel 15, lid 2, van Verordening nr. 17 kan de Commissie geldboeten opleggen, binnen de marges die in dat artikel zijn vastgesteld, wanneer ondernemingen opzettelijk of uit onachtzaamheid inbreuk hebben gemaakt op artikel 81. Bij de vaststelling van het bedrag van de geldboete dient de Commissie rekening te houden met alle relevante elementen, en met name de zwaarte en de duur van de inbreuk. De Commissie houdt ook rekening met eventuele verzwarende en/of verzachtende omstandigheden.

(126) De inbreuk is opzettelijk gepleegd. De mededingingbeperkende bepalingen werden bewust opgenomen in de overeenkomsten tussen Nathan, Borgione en Smartkids. Nathan en haar exclusieve distributeurs waren zich terdege ervan bewust dat de overeenkomsten bepalingen bevatten waarbij de handel buiten de exclusiviteitsgebieden werd verboden, alsmede dat deze bepalingen ten doel hadden de mededinging te verstoren.

(127) In het geval van Bricolux blijkt uit de briefwisseling tussen Bricolux en Nathan met name dat de partijen bewust hebben getracht te verhinderen dat een concurrerende distributeur (Vauban) goederen zou blijven verkopen aan boekhandel La Découverte, die deze dan in België zou wederverkopen in concurrentie met Bricolux. Al gingen de initiatieven van Bricolux en van Nathan niet met commerciële represailles gepaard, toch werd daarmee wel degelijk beoogd Vauban te ontraden rechtstreeks of indirect naar België te verkopen, om er de mededinging in het voordeel van Bricolux te beperken. Op haar beurt heeft Bricolux zich bewust onthouden van verkoop buiten het haar toegewezen grondgebied en heeft zij dreigementen in die zin enkel geuit om Vauban te ontraden haar verkoop voort te zetten.

(128) De kennelijke en herhaaldelijke wil van Nathan, uitgedrukt in overeenkomsten of in haar briefwisseling om initiatieven te nemen met het oog op de harmonisering van het prijsniveau en de commerciële voorwaarden van haar distributeurs, had eveneens bewust ten doel de mededinging te beperken.

(129) Enkel de gedragingen van Nathan en Bricolux moeten met een geldboete worden bestraft. Ook al zijn Borgione en Smartkids ook partij bij de overeenkomsten waarmee volgens de Commissie inbreuk werd gemaakt, en kunnen zij, objectief gesproken, zelfs erbij belang hebben dat deze overeenkomsten werden toegepast, toch staat het vast dat het afsluiten van deze overeenkomsten met diverse distributeurs, met inbegrip van de toepassing van beperkingen jegens derden, zich concentreert op één marktdeelnemer, Nathan. Wat evenwel Bricolux betreft, deze heeft het initiatief genomen aan Nathan te vragen dat de overeenkomsten werden nageleefd en haar aangezet tot retorsiemaatregelen tegen andere wederverkopers van Nathan-producten.

(130) Bijgevolg is de Commissie voornemens Nathan en Bricolux een geldboete op te leggen:

— aangezien Bricolux een kleine onderneming is en zij tijdens het onderzoek met de Commissie heeft meegewerkt door haar op verzoek of uit eigen beweging een aantal bewijsstukken te verstrekken zonder welke de inbreuk niet had kunnen worden aangetoond, en bovendien het verzoek om toepassing van de overeenkomsten — volgens de bewijzen waarover de Commissie beschikt — slechts één concurrerende distributeur betreft, zal de aan Bricolux op te leggen geldboete de symbolische som van 1 000 EUR bedragen;

— voor Nathan dient bij de vaststelling van het bedrag van de geldboete rekening te worden gehouden met de in de overwegingen 131 tot en met 134 genoemde factoren.

1. **De zwaarte van de inbreuk**

(131) De vaststelling van het prijsniveau en de commerciële voorwaarden voor wederverkoop zijn, evenals de afscherming van nationale markten, in beginsel ernstige inbreuken, waarvan in een overvloedige beschikkingenpraktijk en rechtspraak is vastgesteld dat deze met de doelstellingen van de Gemeenschap strijdig zijn. In het onderhavig geval dient echter rekening te worden gehouden met het feit dat in het deel van de gemeenschappelijke markt waar de beperkingen werden toegepast — Franstalig België en Frankrijk — de toepassing ervan, volgens de informatie waarover de Commissie beschikt, niet systematisch gebeurde. Hieruit volgt dat de inbreuk in de onderhavige zaak als weinig zwaar kon worden aangemerkt. Het is passend op basis van de zwaarte van de inbreuk een bedrag van 84 000 EUR vast te stellen.

2. **De duur van de inbreuk**

(132) In zijn geheel bezien loopt de periode waarin de overeenkomsten, tot aan de aanpassing ervan, van kracht waren, van 1993 tot en met 1998. Uit het bewijsmateriaal blijkt evenwel dat de toepassing en naleving van de overeenkomsten enkel in 1995 plaatsvond. Bijgevolg betreft het een inbreuk van middellange duur en lijkt het dus passend de boete te verhogen met 20 % (16 000 EUR).

3. **Het basisbedrag van de geldboete**

(133) Een en ander betekent dat het basisbedrag van de geldboete 100 000 EUR moet bedragen.

4. **Verzwarende en verzachtende omstandigheden**

(134) Nathan heeft zich, na de ontvangst van de mededeling van punten van bezwaar, bereid verklaard een einde aan de inbreuk te maken. Nathan heeft tijdens het onderzoek met de Commissie meegewerkt, door haar op verzoek een aantal bewijsstukken te verstrekken zonder welke de inbreuk niet had kunnen worden aangetoond. Al deze omstandigheden betekenen dat het basisbedrag van de geldboete met 40 % (of 40 000 EUR) moet worden verminderd.

5. **Het bedrag van de geldboete**

(135) De geldboete die Nathan voor de in de onderhavige beschikking vastgestelde inbreuken moet worden opgelegd, dient derhalve 60 000 EUR te bedragen,

HEEFT DE VOLGENDE BESCHIKKING GEGEVEN:

Artikel 1

Éditions Nathan heeft inbreuk op artikel 81 van het Verdrag gemaakt door in de overeenkomsten met haar distributeurs beperkingen op te nemen betreffende enerzijds hun passieve verkoop buiten de hun in exclusiviteit toegewezen gebieden en de passieve verkoop van andere distributeurs naar deze gebieden en, anderzijds, de vrijheid inzake de vaststelling van het prijsniveau en de commerciële voorwaarden voor wederverkoop.

Bricolux SA heeft inbreuk op artikel 81 van het Verdrag gemaakt door in afspraak met Éditions Nathan haar verkoop buiten het gebied waarvoor haar exclusiviteit was verleend, te beperken en door Éditions Nathan ertoe aan te zetten de verkoop door andere distributeurs in het haar in exclusiviteit toegewezen gebied te beperken.

Artikel 2

Wegens de in artikel 1 bedoelde inbreuken wordt Éditions Nathan een geldboete van 60 000 EUR en Bricolux SA een geldboete van 1 000 EUR opgelegd.

Deze geldboeten moeten binnen drie maanden na de datum van kennisgeving van deze beschikking in euro worden betaald op rekeningnummer 642-0029000-95 van de Commissie van de Europese Gemeenschappen, bij het bijkantoor van de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA, Kunstlaan 43, B-1040 Brussel.

Na het verstrijken van deze termijn is automatisch verzuimrente verschuldigd tegen de door de Europese Centrale Bank toegepaste rentevoet voor de basisherfinancieringstransacties op de eerste werkdag van de maand waarin deze beschikking is gegeven, vermeerderd met 3,5 procent, dit wil zeggen tegen 7,79 %.

Artikel 3

Éditions Nathan en Bricolux SA dienen, voorzover zij dit nog niet hebben gedaan, een einde te maken aan de in artikel 1 bedoelde inbreuken, met name door de distributeurs van Éditions Nathan mee te delen dat passieve verkoop mogelijk is in de gebieden waarvoor binnen het distributienet van Éditions Nathan in de Gemeenschap exclusiviteit is verleend.

Artikel 4

De onderhavige beschikking is gericht tot de ondernemingen:

Éditions Nathan
9, rue Méchain
F-75676 Paris Cedex 14

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

Deze beschikking vormt een executoriale titel overeenkomstig artikel 256 van het EG-Verdrag.

Gedaan te Brussel, 5 juli 2000.

Voor de Commissie

Mario MONTI

Lid van de Commissie