

## II

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

## COMMISSIE

## BESCHIKKING VAN DE COMMISSIE

van 11 februari 1998

waarbij een concentratie verenigbaar met de gemeenschappelijke markt en met de werking van de EER-Overeenkomst wordt verklaard

(Zaak IV/M.986 — Agfa-Gevaert/DuPont)

*(kennisgeving geschied onder nummer C(1998) 1290)*

**(Slechts de tekst in de Engelse taal is authentiek)**

**(Voor de EER relevante tekst)**

(98/475/EG)

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE  
GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese  
Gemeenschap,

Gelet op de Overeenkomst betreffende de Europese  
Economische Ruimte, inzonderheid op artikel 57, lid 2,  
onder a),

Gelet op Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad van  
21 december 1989 betreffende de controle op concentra-  
ties van ondernemingen<sup>(1)</sup>, gewijzigd bij de Akte van  
Toetreding van Oostenrijk, Finland en Zweden, inzonder-  
heid op artikel 8, lid 2,

Gezien het besluit van de Commissie van 9 oktober 1997  
om in de onderhavige zaak een procedure in te leiden,

Na de betrokken ondernemingen in de gelegenheid te  
hebben gesteld hun standpunt ten aanzien van de door de  
Commissie aangevoerde bezwaren kenbaar te maken,

Gezien het advies van het Adviescomité voor concentra-  
ties<sup>(2)</sup>,

Overwegende hetgeen volgt:

(1) Op 8 september 1997 is overeenkomstig artikel 4  
van Verordening (EEG) nr. 4064/89, hierna „de

concentratieverordening” genoemd, bij de  
Commissie een voorgenomen concentratie aange-  
meld, die erin bestaat dat de ondernemingen Agfa-  
Gevaert AG en Agfa-Gevaert NV, hierna „Agfa”  
genoemd, die tot de Bayer-groep behoren, in de zin  
van artikel 3, lid 1, van de concentratieverordening  
op het gebied van grafische film en offsetplaten de  
bedrijfsactiviteiten van de groep E.I. DuPont de  
Nemours & Company, hierna „DuPont” genoemd,  
verwerven.

- (2) Bij besluit van 29 september 1997 heeft de  
Commissie overeenkomstig artikel 7, lid 2, en  
artikel 18, lid 2, van de concentratieverordening de  
schorsing van de totstandbrenging van de concen-  
tratie verlengd. Op 9 oktober 1997 heeft de  
Commissie overeenkomstig artikel 6, lid 1, onder  
c), van de concentratieverordening besloten een  
procedure in te leiden. Op 24 november 1997 heeft  
de Commissie overeenkomstig artikel 18, lid 1, van  
de concentratieverordening haar bezwaren aan de  
aanmeldende partij meegedeeld.

## I. DE PARTIJEN

- (3) Bayer AG is een gediversifieerde chemische en  
farmaceutische onderneming. Agfa AG is een  
onderneming die tot de Bayer-groep behoort. Agfa

<sup>(1)</sup> PB L 395 van 30. 12. 1989, blz. 1. Verordening gerectificeerd  
in PB L 257 van 21. 9. 1990, blz. 13.

<sup>(2)</sup> PB C 238 van 29. 7. 1998.

produceert fotografische producten, technische beeldvormings- en grafische systemen, onder meer via haar dochterondernemingen Agfa-Gevaert AG (in Duitsland) en Agfa-Gevaert NV (in België).

- (4) DuPont, waarvan de hoofdzetel zich in de Verenigde Staten van Amerika bevindt, is een internationaal gediversifieerde groep van ondernemingen in de chemische en in de energiesector.
- (5) Zowel Agfa als DuPont bewegen zich op wereldomspannende schaal op het gebied van de productie van grafische film en offsetplaten. Voorts leveren zij apparatuur en chemicaliën voor grafische toepassingen en onderhoudsdiensten.

## II. DE OPERATIE

- (6) Op 29 juli 1997 sloten Agfa en DuPont een overeenkomst op grond waarvan Agfa over de gehele wereld de bedrijfsactiviteiten van DuPont op het gebied van producten voor de grafische industrie volledig zou overnemen. De overeenkomst houdt de overname in van de bedrijfsactiviteiten van de Amerikaanse onderneming E.I. DuPont de Nemours & Company op het gebied van producten voor de grafische industrie. De operatie wordt tot stand gebracht via de bovengenoemde dochterondernemingen van Agfa AG, namelijk Agfa-Gevaert AG en Agfa-Gevaert NV, die de bedrijfsactiviteiten van DuPont op het gebied van producten voor de grafische industrie (O&O, productie, distributie, chemicaliën, diensten) zullen overnemen. De activa bevinden zich hoofdzakelijk in Duitsland wat de productie van grafische film en de distributie- en dienstenfaciliteiten betreft, en in het Verenigd Koninkrijk wat offsetplaten betreft. De operatie omvat ook de overname van alle voorraden, alle technologie en alle overige industriële eigendomsrechten die met de betrokken bedrijfsactiviteiten verband houden, de goodwill en klantgegevens en alle aandelen en partnerschapsbelangen in een onderneming die diensten op het gebied van apparatuuronderhoud levert (DuPont Printing & Publishing GmbH & Co. KG). De bedrijfsactiviteiten van DuPont op het gebied van het zogeheten proofing, een onderdeel van het grafische procédé met behulp waarvan het uiteindelijke drukwerk wordt gesimuleerd, zijn niet in de overname begrepen.

## III. CONCENTRATIE

- (7) De hierboven beschreven operatie vormt een concentratie in de zin van artikel 3 van de concentratieverordening, omdat Agfa in de zin van artikel 3, lid 1, van de concentratieverordening zeggenschap over een deel van de onderneming DuPont verkrijgt.

## IV. COMMUNAUTAIRE DIMENSIE

- (8) De totale omzet over de gehele wereld van de betrokken ondernemingen bedraagt meer dan 5 miljard ECU (Bayer: [...] <sup>(1)</sup> miljoen ECU). De totale omzet in de Gemeenschap van elk van de betrokken ondernemingen afzonderlijk bedraagt meer dan 250 miljoen ECU (Bayer: [...] miljoen ECU; door DuPont verkochte activa: [...] miljoen ECU). De betrokken ondernemingen behalen niet meer dan tweederde van hun totale omzet binnen de Gemeenschap in een en dezelfde lidstaat. Bijgevolg heeft de operatie een communautaire dimensie in de zin van artikel 1, lid 2, van de concentratieverordening en valt zij onder toepassing van de samenwerkingsregeling van artikel 58 van de EER-Overeenkomst.

## V. BEOORDELING UIT HET OOGPUNT VAN DE MEDEDINGING

### 1. Relevante productmarkten

- (9) De concentratie heeft gevolgen voor de sector van de grafische film en voor die van offsetplaten. Grafische film en offsetplaten worden gebruikt voor de reproductie van tekst en afbeeldingen op papier of ander materiaal. Deze producten behoren tot de bredere drukkerij- en uitgeverijsector en meer bepaald tot het onderdeel „druk en drukvoorbereiding” („pressroom and pre-pressroom”).
- (10) Grafische film en offsetplaten worden in verschillende stadia van het drukprocédé gebruikt. Grafische producten worden gebruikt om tekst en afbeeldingen om te zetten in beelden op film, die vervolgens op een drukplaat (offsetplaat) worden overgedragen. Hoewel er andere technieken voor de reproductie van tekst en afbeeldingen bestaan, zoals inkjetdruk, wordt aangenomen dat offsetdruk drukwerk van betere kwaliteit oplevert, en wordt deze techniek voor grotere oplagen gebruikt. In elk geval hebben noch de aanmeldende partij, noch de concurrenten en afnemers die de Commissie tijdens haar onderzoek heeft ondervraagd, aangevoerd dat andere druktechnieken tot de relevante productmarkt moeten worden gerekend.
- (11) In de sector druk en drukvoorbereiding worden grafische film en offsetplaten hetzij rechtstreeks aan de eindafnemers, hetzij aan handelaren verkocht. De eindafnemers zijn bedrijven in de drukkerij- en uitgeverijsector, zoals krantendrukkerijen, commerciële drukkerijen en drukkerijen van verpakkingsmateriaal. Wat de handelaren betreft, wordt ook van grossiers, distributeurs of detaillisten gesproken. De aanmeldende partij is van oordeel dat de handelaren, ook al verschillen zij in grootte

<sup>(1)</sup> In deze gepubliceerde versie van de onderhavige beschikking zijn sommige gegevens weggelaten of vervangen door een benaderend cijfer op grond van artikel 17, lid 2, van Verordening (EEG) nr. 4064/89 betreffende de niet-openbaarmaking van zakengeheimen, hetgeen wordt aangeduid door middel van vierkante haken.

en bieden zij een kleiner of groter assortiment van producten en/of diensten aan, ten behoeve van de beoordeling uit het oogpunt van de mededinging als een homogene groep moeten worden beschouwd. Volgens de aanmeldende partij vervullen zij in wezen allen dezelfde functie, namelijk wederverkoop, en gelden voor hen in wezen dezelfde voorwaarden, zij het dat (bijvoorbeeld) grotere distributeurs die ook een zekere service na verkoop leveren, misschien gunstiger (prij)svoorwaarden kunnen verkrijgen dan kleinere detaillisten. Uit het onderzoek van de Commissie is gebleken dat deze opvatting van de aanmeldende partij aanvaardbaar is. Hierna zal de term „handelaren” worden gebruikt voor alle marktdeelnemers die wederverkoopfuncties vervullen.

(12) Voorts is uit het onderzoek van de Commissie gebleken dat voor handelaren enerzijds en eindafnemers anderzijds gelijke voorwaarden gelden; zo er al sprake is van verschillen, berusten deze overwegend op objectieve criteria (zoals kwantumkortingen of kortingen in verband met extra diensten die handelaren verlenen). Bovendien gebeurt in bepaalde gebieden van de EER de verkoop door handelaren op basis van territoriale exclusiviteit, zodat in elk van die gebieden concurrentie tussen de producent en de handelaar uitgesloten is. Wat betreft de gebieden waar een afnemer in theorie de keuze heeft of hij rechtstreeks bij de producent dan wel bij een handelaar koopt, blijkt voorts uit de door Agfa en DuPont verstrekte gegevens dat bepaalde categorieën van afnemers, zoals grote krantendrukkerijen, rechtstreeks door de producent worden bevoorrad en dat de concurrentie tussen de rechtstreekse verkoop door de producent en de verkoop door handelaren slechts marginaal is, omdat de verkoopvoorwaarden in de twee gevallen nauwelijks verschillen. Er is bijgevolg geen reden om ervan uit te gaan dat er op het niveau van de distributie een onderscheiden markt bestaat. Deze conclusie in aanmerking genomen, wordt de term „afnemers” zowel voor eindafnemers als voor handelaren gebruikt.

(13) De aanmeldende partij onderscheidt vijf relevante productmarkten in de sector van de grafische film en vier relevante productmarkten in de sector van de offsetplaten. Zij baseert dit onderscheid op de technische kenmerken van het basismateriaal, de productietechniek (conventioneel of digitaal) en de verschillende toepassingen van de diverse typen van film en plaat. Volgens de partijen, die toegeven dat bepaalde producten uit het oogpunt van de afnemer in het algemeen voor dezelfde doeleinden bruikbaar zijn, is het echter een veel belangrijker factor dat die producten desondanks specifieke eigenschappen bezitten en „systeemgebonden” zijn, in die zin dat voor het ontwikkelen van een bepaald type van film of plaat dure, aangepaste apparatuur nodig is. Nagenoeg alle concurrenten en afnemers die de vragen van de Commissie hebben beantwoord, zijn het ermee eens dat de in

de overwegingen 14 en volgende beschreven producten niet onderling verwisselbaar zijn en tot onderscheiden productmarkten behoren.

(14) Volgens de aanmeldende partij kunnen dus de volgende negen productmarkten worden onderscheiden:

Grafische film:

- camerafilm,
- contactfilm,
- blauwelaserrecorderfilm,
- rodelaserrecorderfilm,
- infrarodelaserrecorderfilm.

Offsetplaten:

- positieve platen,
- negatieve platen,
- platen voor de „Computer-to-Plate” (CtP-platen)-techniek,
- elektrostatische platen.

Wanneer grafische film en offsetplaten in meer algemene zin worden bedoeld, wordt in deze beschikking ook de term „hulpstoffen” gebruikt.

#### *Markten voor grafische film*

(15) Camerafilm en contactfilm worden gebruikt bij traditionele, analoge procédés, waarbij afbeeldingen of tekst worden overgedragen op film. Bij camerafilm ontstaat door (fotografische) belichting een beeld op de film, een zogeheten halftoonweergave van het oorspronkelijke beeld. Contactfilm kan worden gebruikt om halftoonbeelden te bewerken, bijvoorbeeld voor kleurcorrectie of montage van eerder op camerafilm opgenomen beelden. Het beeld op de contactfilm ontstaat door rechtstreeks contact met het oorspronkelijke negatief in een zogeheten contactraam. De aanmeldende partij heeft aangevoerd dat, omdat contactfilm andere apparatuur vereist en andere (downstream-)toepassingen heeft dan camerafilm en slechts in beperkte mate met camerafilm substitueerbaar is, er onderscheiden productmarkten bestaan, hetgeen zowel de concurrenten als de afnemers hebben bevestigd.

(16) Recorderfilm wordt gebruikt bij zogeheten digitale procédés, waarbij de belichting met een laser geschiedt. Bij deze digitale procédés worden de beelden met de computer bewerkt. Omdat andere technieken worden toegepast en andere apparatuur wordt gebruikt dan bij de hierboven beschreven analoge procédés, moet recorderfilm in het algemeen van camera- en contactfilm worden onderscheiden. Er bestaan drie typen van recorderfilm: voor blauwe, rode en infrarode lasers. De drie lasertechnieken zijn achtereenvolgens als het resultaat van technologische verbeteringen ontstaan; zij zijn geschikt voor toepassingen van uiteenlopende kwaliteit en beantwoorden dus ook aan uiteenlopende behoeften van de afnemers. Elke eindaf-

nemer heeft het type van laserrecorderfilm nodig dat bij de apparatuur past, meer bepaald bij het type van laser, dat hij gebruikt. Zo is blauwe laserfilm ongeschikt voor rodelaserapparatuur. Om deze redenen worden blauwe-, rode- en infrarode-recorderfilm uit het oogpunt van de eindafnemers niet als onderling verwisselbaar beschouwd en behoren zij tot onderscheiden productmarkten. Het onderzoek van de Commissie heeft het standpunt van Agfa dienaangaande bevestigd.

- (17) Op grond van het bovenstaande is de Commissie het met de aanmeldende partij eens dat ten behoeve van de onderhavige procedure in de sector van de grafische film de hierboven beschreven vijf productmarkten kunnen worden onderscheiden.

#### *Markten voor offsetplaten*

- (18) De Commissie heeft overwogen of zij de stelling van de aanmeldende partij kan aanvaarden dat hier vier productmarkten en dat met name een onderscheid tussen positieve en negatieve drukplaten moeten worden gemaakt. Zij heeft zowel factoren aan de vraag- als aan de aanbodzijde in haar beoordeling laten meespelen.
- (19) Wat de vraagzijde betreft, heeft de overgrote meerderheid van de afnemers (eindafnemers en handelaren) verklaard het eens te zijn met de stelling dat er onderscheiden productmarkten voor positieve en negatieve platen (en voor CtP- en elektrostatische platen) bestaan. Positieve platen zijn voorzien van een hooggevoelige emulsielaag, ontvangen het beeld van een oorspronkelijk filmpositief en worden ontwikkeld met zogeheten positieve ontwikkelaar. Positieve platen worden in het algemeen gebruikt voor (kleuren)druk van hoge kwaliteit. Bij negatieve platen verschilt de lichtgevoeligheid van de emulsielaag en worden filmnegatieven en negatieve ontwikkelaar gebruikt. Negatieve platen worden voor andere toepassingen gebruikt dan positieve platen, namelijk vooral voor het drukken van kranten, waarbij snelheid en betrouwbaarheid belangrijker zijn dan de afdrukkwaliteit. De twee typen platen beantwoorden bij gevolg aan uiteenlopende behoeften van de afnemers.
- (20) Bovendien heeft Agfa verklaard dat, zodra een afnemer voor een bepaald type van plaat heeft gekozen, hij normaal nooit van positieve op negatieve platen zal overschakelen of omgekeerd, omdat zijn gehele productieproces aan het gebruik van hetzij positieve, hetzij negatieve platen is aangepast; dit geldt zowel voor de apparatuur die nodig is voor het ontwikkelen van de platen, als voor de te gebruiken film en chemicaliën. Hoewel geen nauwkeurige gegevens voorhanden zijn, mag worden aangenomen dat de omschakelingskosten aanzienlijk zouden zijn; alleen al de noodzakelijke aanschaf van andere filmontwikkelaarapparatuur kost rond 10 000 ECU per ontwikkelmachine.
- (21) Op grond van het bovenstaande kan worden geconcludeerd dat positieve en negatieve drukplaten uit afnemersoogpunt onderscheiden productmarkten vormen.
- (22) Wat CtP- en elektrostatische platen betreft, is voorts het volgende van belang: De „direct-to-plate”-techniek verschilt van de andere technieken hierin dat geen film meer wordt gebruikt maar het beeld wordt onmiddellijk op de drukplaat overgedragen. Wanneer het oorspronkelijke beeld uit digitale informatie wordt afgeleid en met een laser wordt overgedragen, is er sprake van „Computer-to-Plate” (CtP)-techniek. De CtP-techniek vereist speciale apparatuur (digitale belichtingsmachines) en een speciaal type van drukplaat, verschillend van de klassieke positieve en negatieve drukplaten. Om deze redenen moet worden aangenomen dat CtP-platen een afzonderlijke productmarkt vormen, onderscheiden van die voor positieve en negatieve drukplaten. Dit is ook de opvatting van de aanmeldende partij en van nagenoeg alle concurrenten en afnemers.
- (23) Er bestaan bij de CtP-techniek in beginsel vijf verschillende systemen: fotopolymeer, zilver, hybride (mengsel van fotopolymeer en zilver), thermisch on-press en thermisch off-press. Deze systemen beantwoorden in het algemeen aan dezelfde behoeften van de afnemers: het voordeel van de CtP-techniek voor de afnemer is dat voor het maken van offsetplaten geen film meer wordt gebruikt. Omdat de CtP-techniek nog betrekkelijk nieuw is en zowel de afnemers als de producenten ervan uitgaan dat de verschillende CtP-systemen rechtstreeks met elkaar concurreren, en omdat in het huidige stadium van ontwikkeling van de markt niet te voorzien valt of een of meer van die systemen een trendsetter zullen worden, worden ten behoeve van de onderhavige procedure alle CtP-platen geacht tot één relevante productmarkt te behoren. Ook de concurrenten en afnemers zijn deze mening toegedaan.
- (24) Een andere „direct-to-plate”-techniek is gebaseerd op toepassing van de elektrofotografie; hierbij worden elektrostatische platen gebruikt. Het betreft hier een ander contactloos procédé, dat echter als inferieur aan de nieuwere CtP-techniek wordt beschouwd. Aangezien DuPont niet op de markt voor elektrostatische platen aanwezig is, heeft de concentratie voor deze markt geen gevolgen.
- (25) Wat de aanbodzijde betreft, werd een aantal factoren in aanmerking genomen. De grote meerderheid van de leveranciers heeft ten overstaan van de Commissie verklaard het eens te zijn met de bewering dat er onderscheiden productmarkten voor positieve en negatieve platen (en voor CtP- en elektrostatische platen) bestaan. Hoewel sommige producenten op dezelfde productielijnen verschillende typen van platen kunnen produceren, zijn de omschakelingsmogelijkheden voor de producenten in de praktijk beperkt, en wel om de hierna uiteenzette redenen.

- (26) Ten eerste is uit het onderzoek gebleken dat slechts enkele producenten alle typen van platen produceren. Volgens de beschikbare gegevens betreffende 1996 produceerden in de EER slechts drie producenten (Agfa, DuPont en Polychrome) CtP-platen, terwijl twee producenten (Agfa en Polychrome) elektrostatische platen produceerden.
- (27) Ten tweede zijn niet alle bestaande productielijnen voor het afwisselend produceren van negatieve en positieve platen geschikt. Zo kan DuPont slechts op [...] van haar [...] productielijnen afwisselend negatieve en positieve platen produceren. Bij Agfa kunnen op [...] van de [...] productielijnen niet alle typen van platen worden geproduceerd.
- (28) Ten derde vereist, voorzover productielijnen voor het afwisselend produceren van positieve en negatieve (en andere) platen geschikt zijn, elke omschakeling een stopzetting van de productie, omdat in elk geval het chemische mengsel voor de emulsie-laag moet worden aangepast en de machines opnieuw moeten worden afgesteld. Agfa en DuPont hebben verklaard dat dit technisch niet bijzonder gecompliceerd is, maar zij hebben wat de kosten ervan betreft, geen gegevens verstrekt. Volgens één producent echter zou een dergelijke omschakeling, hoewel technisch niet bijzonder gecompliceerd, tussen 350 000 en 800 000 ECU kosten.
- (29) Ten vierde zou een producent die zou willen omschakelen en hetzij meer negatieve hetzij meer positieve platen zou willen gaan produceren en verkopen, behalve met de rechtstreekse omschakelingskosten met nog andere kosten worden geconfronteerd; hij zou immers een (nieuwe) clientèle moeten opbouwen en daartoe een eigen verkoopnet moeten opzetten of zijn bestaand verkoopnet moeten uitbreiden, omdat positieve en negatieve platen over het algemeen aan verschillende soorten afnemers worden verkocht en negatieve platen overwegend rechtstreeks door de producenten en in mindere mate langs (bestaande) distributienetten worden verkocht. Eén concurrent heeft verklaard dat hij zich vanwege de bijkomende distributiekosten op de markt voor negatieve platen vooral op de markt voor positieve platen toelegt, waar hij van de bestaande distributiekanaalen gebruik kan maken. Voorts verhoogt ook het bestaan van zogeheten „package deals” met eindafnemers (zie onder V.3.A, overwegingen 45 tot en met 77) de kosten voor het opbouwen van een clientèle.
- (30) Bij bovenstaande factoren komt nog dat, aangezien volgens de aanmeldende partij de productiecosten bij de verschillende typen van platen ongeveer gelijk zijn, in geval van rechtstreekse substitueerbaarheid op een markt, zoals de betrokken markt, normaal onder concurrentiedruk een convergentie van de gemiddelde verkoopprijzen en marges bij de verschillende typen van platen zou optreden. De prijzen en marges vertonen echter duidelijke verschillen: in 1996 bedroeg op de EER-markt de gemiddelde prijs van negatieve platen 6,54 ECU en die van positieve platen 6,07 ECU, hetgeen neerkomt op een verschil van 7,2 %; CtP-platen kostten gemiddeld 9,61 ECU (een verschil van 31,9 %) en elektrostatische platen 9,14 ECU (een verschil van 28,4 %). Wat de marges betreft, bestond er bij Agfa een verschil van [...] % en bij DuPont een verschil van wel [...] % tussen positieve en negatieve platen. Bovendien verschillen ook de marktaandelen aanzienlijk. Zo bedroeg in 1996 op de markt voor positieve platen het marktaandeel van DuPont [<15] %, dat van Agfa [<20] %, dat van Horsell-Anitec [<17] % en dat van Lastra [<13] %; op de markt voor negatieve platen bedroegen hun marktaandelen respectievelijk [<30] %, [<30] %, [<7] % en [<5] %.
- (31) Alle hierboven beschreven kenmerken in aanmerking genomen, is de Commissie van oordeel dat uit de argumenten betreffende het ontbreken van substitueerbaarheid aan de vraagzijde volgt, en door het ontbreken van rechtstreekse substitueerbaarheid aan de aanbodzijde wordt bevestigd, dat er voor offsetplaten vier onderscheiden productmarkten bestaan, namelijk voor positieve, voor negatieve, voor CtP- en voor elektrostatische platen.
- Markten voor apparatuur, chemicaliën en diensten*
- (32) Volgens de aanmeldende partij moet de levering van apparatuur, chemicaliën en diensten gewoon als „accessoir” ten opzichte van de markten voor hulpstoffen (grafische film en offsetplaten) worden beschouwd. De aanmeldende partij stelt niet dat het hier onderscheiden productmarkten betreft. Volgens de van een aantal concurrenten en afnemers ontvangen informatie zou het echter kunnen dat er onderscheiden markten voor apparatuur, voor chemicaliën en voor diensten bestaan, en zou binnen deze markten een verdere onderverdeling denkbaar zijn.
- (33) De apparatuur bestaat onder meer uit beeldvormingsapparatuur, zoals camera's voor het vastleggen van afbeeldingen en/of tekst, en (digitale) apparatuur voor het overdragen van afbeeldingen of tekst op film. Er is ook speciale apparatuur verkrijgbaar voor het ontwikkelen van de drukplaten, zodat deze op de machines in de drukkerij kunnen worden gebruikt. Zowel DuPont als Agfa leveren dergelijke apparatuur, die deels door henzelf, deels door andere ondernemingen („original equipment manufacturers” of „OEM's”) voor hen wordt geproduceerd. Dat de producenten van film en platen ook in staat zijn apparatuur te leveren, betekent dat de afnemers volgens het „one-stop shopping”-beginsel kunnen worden bevoorrad. Naast de producenten van film en platen die ook apparatuur aanbieden, bestaan er onafhankelijke, gespecialiseerde apparatuurproducenten.
- (34) Gezien het verband tussen bepaalde typen apparatuur en de daarbij verbruikte producten (films en platen), is het denkbaar dat de markten voor de

apparatuur die voor de verschillende typen film en plaat wordt gebruikt (bijvoorbeeld belichtingsmachines voor rodelaserfilm en ontwikkelmachines voor drukplaten), enger moeten worden afgebakend dan de aanmeldende partij voorstelt. Het punt van de afbakening van een of meer productmarkten voor apparatuur kan echter worden opengelaten, omdat zelfs bij deze mogelijke engere marktafbakening geen bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie zouden rijzen.

- (35) De chemicaliën bestaan hoofdzakelijk uit ontwikkelaars en fixeermiddelen. Chemicaliën worden zowel geleverd door Agfa en DuPont als door andere producenten van grafische film en offsetplaten en door andere leveranciers. Evenals de apparatuur worden de chemicaliën vaak bij dezelfde leverancier gekocht die ook de hulpstoffen (films en platen) levert. Vanwege de specifieke toepassingen ervan naar gelang van het type film of plaat is het ook bij chemicaliën denkbaar dat de markt enger moet worden afgebakend. Het punt van de afbakening van een of meer productmarkten kan echter worden opengelaten, omdat zelfs bij deze mogelijke engere marktafbakening geen bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie zouden rijzen.
- (36) Bij de diensten gaat met name om dienst na verkoop en meer bepaald om het onderhoud van de apparatuur. Hoewel een groot aantal ondernemingen dit onderhoud kan uitvoeren, zijn het vaak de leveranciers van de apparatuur zelf die ervoor zorgen, zodat deze dienstverlening kan worden geacht rechtstreeks met de verkoop van de apparatuur te zijn verbonden. Er bestaan echter ondernemingen die los van de verkoop van apparatuur diensten aanbieden, zodat hier sprake zou kunnen zijn van een onderscheiden markt, zelfs wat het onderhoud van bepaalde typen of bepaalde merken van apparatuur betreft. Het punt van de afbakening van de markt voor diensten op het gebied van het onderhoud van apparatuur kan evenwel worden opengelaten, omdat zelfs bij een dergelijke marktafbakening geen bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie zouden rijzen.

## 2. Relevante geografische markten

### *Markten voor grafische film en offsetplaten*

- (37) Volgens de aanmeldende partij vallen de relevante geografische markten voor grafische film en offsetplaten samen met de EER.
- (38) De Commissie heeft tijdens haar onderzoek nagegaan of de relevante geografische markt enger (nationaal) of ruimer zou kunnen zijn.
- (39) Wat de mogelijke afbakening van engere geografische markten betreft, is uit het onderzoek gebleken dat er op elk van de betrokken productmarkten aanzienlijke handelsstromen tussen de lidstaten bestaan. Er is in de EER een beperkt aantal produc-

tielocaties, waar de handelaren uit de onderscheiden lidstaten rechtstreeks aankopen. Er zijn geen wettelijke of technische invoerbelemmeringen. Bovendien vertoont de prijsontwikkeling in de onderscheiden lidstaten, bezien over de voorbije drie jaar, in de gehele EER grotendeels dezelfde tendens.

- (40) Wat de mogelijke afbakening van ruimere geografische markten betreft, worden leveranciers die niet vanuit de EER verkopen, door de afnemers over het algemeen niet als een andere bevoorradingsbron beschouwd. De nabijheid tot de afnemer en de noodzaak om snel aan de vraag te voldoen, worden als belangrijkste redenen opgegeven. Bovendien is uit een analyse van de marktprijsontwikkeling in verscheidene gebieden van de wereld over de periode 1992-1996 gebleken dat er zich in de EER een gestage prijsdaling heeft voorgedaan, terwijl bijvoorbeeld in de Verenigde Staten de prijzen in 1996 hoger waren dan in 1992.
- (41) Om deze redenen is de Commissie het eens met de door de aanmeldende partij voorgestelde afbakening van de geografische markt. Bovendien hebben nagenoeg alle door de Commissie ondervraagde afnemers en concurrenten bevestigd dat de geografische markt hier de EER is.

### *Markten voor apparatuur, chemicaliën en diensten*

- (42) Het punt van de afbakening van de geografische markt voor apparatuur, chemicaliën en diensten kan worden opengelaten, omdat bij geen enkele van de alternatieve, engere marktafbakeningen die in overweging zijn genomen (bijvoorbeeld een nationale markt voor diensten en een EER-markt voor apparatuur en chemicaliën), bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie zouden rijzen.

## 3. Beoordeling

- (43) Geconcludeerd wordt dat door de aangemelde concentratie een machtspositie van Agfa op de markten voor negatieve drukplaten in de EER in het leven zal worden geroepen. Wat de markten voor grafische film en die voor positieve offsetplaten en CtP-platen betreft, wordt aangenomen dat de operatie niet tot het in het leven roepen of versterken van een machtspositie leidt.

### *Algemeen*

- (44) Volgens partijen en nagenoeg alle leveranciers zijn de opgegeven marktomvang en marktaandelen betrouwbaarder wanneer zij in plaats van op basis van de geschatte waarde op basis van het volume (in m<sup>2</sup>) worden berekend. Op grond van het onderzoek van de Commissie kan worden geconcludeerd dat er over het algemeen geen dermate belangrijke prijsverschillen tussen de concurrenten bestaan dat het volume een minder betrouwbare berekeningsgrondslag zou zijn dan de waarde.

### A. Gevolgen van de concentratie op de markt voor negatieve drukplaten

#### Marktomvang

- (45) Op basis van de zowel door Agfa en DuPont als door hun belangrijkste concurrenten verstrekte cijfers schat de Commissie dat de totale omzet van negatieve platen in de EER in 1996 ongeveer 30,9 miljoen m<sup>2</sup> bedroeg. Volgens een prognose van de aanmeldende partij zal de markt voor negatieve platen zeker de komende vijf jaar met 2 tot 3 % per jaar blijven groeien.

#### Marktaandelen

- (46) Onderstaande tabel geeft de gecumuleerde marktaandelen van Agfa en DuPont en van hun belangrijkste concurrenten in de EER weer. Er zij op gewezen dat Kodak en Sun Chemical, de eigenaar van Polychrome, op 1 december 1997 bij de Commissie het voornemen hebben aangemeld hun bedrijfsactiviteiten op het gebied van producten voor de grafische industrie (waaronder offsetplaten) in de nieuw op te richten gemeenschappelijke onderneming „Kodak Polychrome Graphics” onder te brengen<sup>(1)</sup>. Bijgevolg wordt in deze beschikking de positie van Kodak en Polychrome gezamenlijk beschouwd, zowel wat de markt voor negatieve platen als wat de overige markten voor films en platen betreft.

Negatieve Platen	Volume		
	1994	1995	1996
Agfa	[ < 30 ] %	[ < 30 ] %	[ < 30 ] %
Dupont	[ < 35 ] %	[ < 35 ] %	[ < 30 ] %
Agfa + Dupont	[ < 60 ] %	[ < 60 ] %	[ < 55 ] %
Kodak/Polychrome	< 19 %	< 20 %	< 23 %
Fuji	< 8 %	< 10 %	< 10 %
Horsell	< 7 %	< 7 %	< 7 %
Lastra	< 5 %	< 5 %	< 5 %
Overige	< 6 %	< 6 %	< 6 %
Totaal	100 %	100 %	100 %
Totaal (× 1 000 m <sup>2</sup> )	28 950	30 064	30 964

<sup>(1)</sup> PB C 372 van 9. 12. 1997, blz. 19.

#### Positie van de nieuwe onderneming

- (47) Het gecumuleerde marktaandeel van Agfa en DuPont bedroeg in 1996 [ < 55 ] %. Tussen 1994 en 1996 slaagde Agfa erin haar marktaandeel lichtjes te doen stijgen, terwijl dat van DuPont van [ < 35 ] % tot [ < 30 ] % daalde; de sterkste daling deed zich voor in 1996. Ondanks de daling van hun gecombineerd marktaandeel zal de nieuwe onderneming (naar marktaandeel) 2,5 keer zo groot zijn als haar naaste concurrent (Kodak/Polychrome); de overige concurrenten hebben marktaandelen van minder dan 10 %.
- (48) Agfa heeft verklaard dat na de operatie de gezamenlijke marktaandelen van Agfa en DuPont ten gevolge van de tenuitvoerlegging van de transactie met verschillende procentpunten zullen dalen, omdat afnemers die voorheen zowel bij Agfa als bij DuPont kochten (met name krantendrukkerijen), de beslissing zullen nemen om bij een andere leverancier te gaan kopen, om niet van één leverancier afhankelijk te zijn. Agfa heeft aangetoond dat de omzet die door dergelijke beslissingen zou kunnen worden geraakt, ongeveer [ < 5 ] % van het gecombineerde marktaandeel van Agfa en DuPont bedraagt. Agfa heeft de Commissie echter in kennis gesteld van haar voornemen de door DuPont geproduceerde typen van platen langs de bestaande verkoopkanalen van DuPont te blijven verkopen, zodat de platen van DuPont een alternatief voor de hier bedoelde finale afnemers zullen blijven. Bovendien valt te verwachten dat de afnemers op dezelfde wijze zullen reageren op andere allianties, met name de onlangs aangekondigde gemeenschappelijke onderneming („joint venture”) van Kodak en Polychrome en de in oktober 1997 door International Paper genomen beslissing om haar dochteronderneming Horsell-Anitec van de hand te doen, zodat Agfa en DuPont waarschijnlijk nieuw marktaandeel zullen verwerven.

- (49) De gecombineerde capaciteit van Agfa en DuPont in de EER bedraagt [ . . . ] miljoen m<sup>2</sup>. De bezettingsgraad bedroeg [ . . . ] % bij Agfa en [ . . . ] % bij DuPont, maar was hoger bij hun belangrijkste concurrenten (zie hierna onder „Positie van de concurrenten”). De nieuwe onderneming zal bijgevolg over voldoende capaciteit beschikken om op de verwachte stijging van de vraag te kunnen inspelen.

#### Positie van de concurrenten

- (50) De belangrijkste concurrenten op de markt voor negatieve drukplaten zijn Kodak/Polychrome, Fuji, Horsell-Anitec en Lastra. De marktaandelen van de meeste van deze concurrenten zijn in de periode 1994-1996 stabiel gebleven, met uitzondering van die van Kodak/Polychrome en Fuji, die met 4 % respectievelijk 2 % zijn gestegen. Opgemerkt zij

dat hier, anders dan op de markten voor grafische film, de samenvoeging van marktaandelen niet van dien aard is dat de nieuwe gemeenschappelijke onderneming van Kodak en Polychrome een veel sterkere concurrent is geworden, aangezien het marktaandeel van Kodak in 1996 minder dan 4 % bedroeg.

- (51) De capaciteit in de EER van de grootste concurrent bedroeg in 1996 minder dan 35 miljoen m<sup>2</sup>, tegenover [ $<80$ ] miljoen m<sup>2</sup> voor de nieuwe onderneming. De bezettingsgraad lag bij de belangrijkste concurrenten tussen 75 en 95 %. Hieruit blijkt dat, evenals de nieuwe onderneming, ook de concurrenten over capaciteit beschikken om op een stijging van de vraag in te spelen, maar dat voor Agfa de prikkel verhoudingsgewijs sterker zou zijn.

#### Verdwijning van DuPont als concurrent

- (52) DuPont, met een marktaandeel van [ $<30$ ] % op de EER-markt, bekleedt evenals Agfa een leidende positie ([ $<30$ ] %) en speelt een belangrijke rol op de markt voor negatieve platen. Dit wordt door een groot deel van de handelaren en eindafnemers bevestigd. Van degenen die de vragen van de Commissie hebben beantwoord, heeft 42 % van de handelaren en 31 % van de eindafnemers uitdrukkelijk opmerkingen over dit punt gemaakt. Uit hun antwoorden komt naar voren dat zij na de concentratie, wanneer DuPont als concurrent verdwenen zal zijn, minder keus zullen hebben en dat het prijsverval zal eindigen of dat zij prijsverhogingen zullen moeten accepteren.
- (53) Met betrekking tot de daling van het marktaandeel van DuPont moet erop worden gewezen dat de beslissing van DuPont om haar bedrijfsactiviteiten op het gebied van grafische film en offsetplaten af te stoten van 1994 dateert en dat dit feit algemeen bekend was, zodat de afnemers naar andere leveranciers zullen hebben uitgekeken. Volgens DuPont wordt de achteruitgang van haar omzet voorts ook verklaard door het feit dat zij in 1996 haar gemiddelde prijs van negatieve platen met [...] % heeft verhoogd, terwijl de gemiddelde prijzen op de markt met [...] % zijn gedaald.

#### Sterkte van de afnemers

- (54) Volgens Agfa worden negatieve platen van Agfa en DuPont voor ongeveer [ $>50$ ] % rechtstreeks afgezet bij de eindafnemers, waarvan de krantendrukkerijen veruit de belangrijkste zijn. Agfa geeft echter ook toe dat het totale aantal krantendrukkerijen in de EER 1 900 bedraagt, terwijl er niet minder dan 32 080 eindafnemers zijn, voornamelijk boekdrukkerijen, commerciële drukkerijen en drukkerijen van verpakkingsmateriaal. Bovendien zijn er meer dan zevenhonderd handelaren. Er zij op gewezen dat voor de eindafnemers de aanschaf van negatieve platen over het algemeen slechts 1 tot 5 % van hun totale productiekosten vertegenwoordigt. Boven-

dien maakt de som van de aankopen van de tien grootste eindafnemers van platen van Agfa en DuPont (alle tien krantendrukkerijen) voor Agfa slechts [ $<20$ ] % en voor DuPont slechts [ $<20$ ] % van hun omzet van negatieve platen uit. Deze krantendrukkerijen houden meestal geen grote hoeveelheden negatieve platen in voorraad en zijn dus aangewezen op producenten die een snelle, zekere levering kunnen waarborgen. Bovendien bekleeden de eindafnemers, ook de krantendrukkerijen, doorgaans geen erg belangrijke positie op hun eigen markten; ware dit wel het geval, dan zouden zij in een sterkere onderhandelingspositie verkeren. Gezien de versnippering van de vraagzijde, kan bijgevolg niet staande worden gehouden dat de afnemers over een aanzienlijke macht beschikken.

- (55) Bovendien zal het relatieve aankoopvolume van de eindafnemers en handelaren van Agfa/DuPont na de operatie verminderen, omdat de totale omzet van de nieuwe onderneming hoger zal zijn en de grotere afnemers doorgaans voor Agfa niet dezelfde zijn als die voor DuPont.
- (56) Mede gelet op het geringe aandeel van de individuele eindafnemers en handelaren in de omzet van Agfa en DuPont, kan worden geconcludeerd dat de afnemers op het ogenblik blijkbaar niet over een aanzienlijke macht beschikken, noch waarschijnlijk in de toekomst daarover zullen beschikken. Dit wordt ook bevestigd door de antwoorden van de afnemers op de vragen van de Commissie, waarin 16 % van hen hebben verklaard dat zij na de operatie gedwongen zullen zijn prijsverhogingen te accepteren.

#### Potentiële concurrentie

- (57) In deze zaak werd bij de analyse van de potentiële concurrentie in de eerste plaats onderzocht in welke mate er sprake is van potentiële concurrentie van producenten die reeds op de markt aanwezig zijn en die dan productiecapaciteit zouden kunnen uitbreiden, en in de tweede plaats of het mogelijk is dat nieuwe concurrenten tot de EER-markt toetreden.

#### Huidige concurrenten

- (58) Om te beoordelen of de toekomstige concurrentie van de huidige concurrenten op de markt voor offsetplaten een toereikende beperkende invloed op de positie van de nieuwe onderneming zou hebben, werd een analyse van deze concurrenten verricht.

#### a) Gebruik van de productiecapaciteit

- (59) Op het ogenblik zijn Kodak/Polychrome, Fuji, Lastra en Horsell de belangrijkste leveranciers op de markten voor drukplaten. Wat Kodak/Poly-



chrome betreft, beschikt Kodak niet over productiecapaciteit in de EER. Bij Polychrome bedroeg de bezettingsgraad in 1996 meer dan [...]%. Polychrome behaalt ook een aanzienlijke omzet met positieve en met CtP-platen en zal dus ook capaciteit beschikbaar moeten houden om aan de vraag naar deze producten te kunnen voldoen. Er zij op gewezen dat de markt voor CtP-platen snel groeit en dat de marges er hoger zijn dan op die voor negatieve platen, zodat er een sterkere prikkel zal bestaan om productiecapaciteit voor CtP-platen te gebruiken. Polychrome zal bijgevolg slechts over beperkte mogelijkheden beschikken om haar productie van negatieve platen te verhogen. Bij Fuji, die in 1993 een fabriek in de EER heeft gebouwd, was de bezettingsgraad reeds hoger dan [...]%. Voorzover de Commissie bekend is, heeft Fuji geen plannen voor de aanleg van nieuwe productiecapaciteit. Fuji verkoopt drie keer meer positieve platen dan negatieve platen en is begonnen met de verkoop van CtP-platen, zodat zij haar capaciteit grotendeels zal moeten reserveren voor een verhoging van haar productie van positieve en van CtP-platen. Fuji heeft trouwens verklaard dat zij noch als producent noch als verkoper groot genoeg is om zich de komende twee tot drie jaar veel verder op de markt voor negatieve platen te begeven. Bij Horsell, die voornamelijk (ten belope van meer dan [...]%) van haar omzet) op de markt voor positieve platen verkoopt, bedroeg de bezettingsgraad meer dan [...]%. Opgemerkt zij dat in het laatste kwartaal van 1997 bekend werd dat International Paper, de eigenaar van Horsell, had besloten dit bedrijf af te stoten; er vallen bijgevolg geen belangrijke investeringen in een uitbreiding van de productie van negatieve platen te verwachten, omdat zij hoofdzakelijk een leverancier van positieve platen gaat. Bij Lastra, die ook voornamelijk (ten belope van meer dan [...]%) van haar totale omzet van platen) op de markt voor positieve platen verkoopt, bedroeg de bezettingsgraad meer dan [...]%. (60)

Wat meer bepaald Lastra en Horsell betreft, komt bij de hierboven beschreven factoren nog dat zij, om in staat te zijn meer capaciteit voor de productie en verkoop van negatieve drukplaten te gebruiken, een nieuwe clientèle zouden moeten opbouwen, omdat de meeste eindafnemers van negatieve platen krantendrukkerijen zijn, die over het algemeen rechtstreeks door de producenten worden bevoorrad. Om hun omzet van negatieve platen te verhogen, zouden Lastra en Horsell een verkoopnet moeten opzetten, iets waarvan wordt aangenomen dat het zeer hoge kosten meebrengt. Zo beschikt Lastra niet over eigen verkooppersoneel, behalve in Italië. Overigens heeft zelfs in Italië DuPont, naar zij zelf verklaart, slechts twee afnemers aan Lastra verloren, terwijl DuPont heeft aangevoerd dat zij scherpe concurrentie van Lastra ondervindt.

(61) Agfa en DuPont beschikken over veel meer onbezette capaciteit dan hun concurrenten, en na de

transactie zullen op DuPont's deel van die capaciteit geen zware afschrijvingskosten meer drukken. De nieuwe onderneming zal zowel op het gebied van de productie als op het gebied van de verkoop een schaalvoordeel hebben, hetgeen volgens vele concurrenten voor de nieuwe onderneming een kernelement in de sterke positie vormt. Omdat er aan DuPont's verlies van marktaandeel een einde zal komen en die tendens naar verwachting zal worden omgebogen, zullen de overige gevestigde producenten niet in staat zijn klanten bij DuPont weg te lokken, tenzij zij een groter schaalvoordeel of een beter productaanbod hebben. Dit is des te onwaarschijnlijker omdat DuPont en Agfa als de twee sterkste concurrenten op de markt hun productassortiment, dat nu reeds het breedste op de markt is, zullen completeren. Bovendien zal de nieuwe onderneming uit het oogpunt van haar kostenstructuur in de beste positie verkeren om haar productie te verhogen. Tenslotte zullen, gezien de huidige sterke positie van Agfa en DuPont op alle markten voor platen, het distributienet en de clientèle van de nieuwe onderneming beter ontwikkeld zijn dan die van om het even welke van haar concurrenten.

(62) Uit de hierboven beschreven factoren blijkt dat bij die concurrenten welke een belangrijke plaats op de markt voor negatieve platen innemen, de bezettingsgraad hoog is, terwijl het die concurrenten welke over meer onbezette capaciteit beschikken, aan het distributienet en de clientèle ontbreekt die voor een verhoging van hun omzet nodig zijn. Met name omdat de nieuwe onderneming wat haar onbezette capaciteit, haar distributienet, haar clientèle en haar productassortiment betreft, in een veel sterkere positie zal verkeren dan de overige ondernemingen, wordt aangenomen dat van de potentiële concurrentie onvoldoende druk zal uitgaan om op de marktmacht van die nieuwe onderneming een beperkende invloed te hebben.

#### b) Toegang tot de afnemers

(63) De meerderheid van de door de Commissie onderzochte eindafnemers en handelaren heeft verklaard dat het moeilijk is om voor de aankoop van negatieve platen van leverancier te veranderen. De Commissie is van oordeel dat, hoewel het in theorie mogelijk is om op een door andere producenten geleverde negatieve plaat over te schakelen, dit in de praktijk door de hieronder beschreven factoren wordt bemoeilijkt.

(64) Ten eerste is het moeilijker om van leverancier te veranderen, wanneer de eindafnemer een „package deal” heeft gesloten. Een typische „package deal” houdt in dat de leverancier gratis of tegen gunstige condities apparatuur levert, op voorwaarde weliswaar dat de afnemer gedurende een bepaalde tijd — doorgaans twee tot drie jaar — zijn hulpstoffen (films en platen) bij de leverancier van de apparatuur betreft; de prijs van de apparatuur wordt in de prijs van de hulpstoffen doorberekend. Blijkens het

onderzoek van de Commissie is dit type van overeenkomst courant in de grafische sector, en concurrenten hebben de Commissie meegedeeld dat meer en meer van die overeenkomsten worden gesloten.

(65) Uit cijfers die de aanmeldende partij heeft verstrekt, blijkt dat er bij Agfa bij [ $<10$ ] % en bij DuPont bij ongeveer [ $<30$ ] % van de totale omzet sprake is van „package deals”. Deze cijfers zijn hoger bij nieuwe contracten; in het Verenigd Koninkrijk bijvoorbeeld komen dergelijke clausules voor in bijna [ $>50$ ] % van de nieuwe contracten die DuPont sluit; bij haar lopende contracten is dit iets minder dan [ $<40$ ] %. Agfa heeft in dit verband geen cijfers verstrekt.

(66) De belangrijkste afnemers van negatieve drukplaten zijn krantendrukkerijen, boekdrukkerijen, commerciële drukkerijen en drukkerijen van verpakkingsmateriaal en voorts speciaalzaken. Volgens Agfa en DuPont zijn de afnemers rechtens niet verplicht bij de producent die de apparatuur levert en voor de financiering ervan zorgt, hulpstoffen te blijven kopen. Een afnemer zou te allen tijde kunnen beslissen het saldo van de schuld voor de apparatuur terug te betalen en bij een andere leverancier hulpstoffen te kopen. De Commissie is echter van oordeel, en het onderzoek heeft dit bevestigd, dat het voor eindafnemers met beperkte financiële middelen moeilijk is het saldo van de schuld terug te betalen. De eindafnemer zal waarschijnlijk wachten tot de „package deal” is afgelopen, alvorens zich tot een andere, gelijkwaardige leverancier van apparatuur en hulpstoffen te wenden, en dan nog zal hij niet gauw geneigd zijn om van leverancier te veranderen, zeker wanneer een concurrent niet dezelfde „package deal” kan aanbieden omdat zijn productassortiment kleiner is. In dit verband blijkt uit cijfers die de aanmeldende partij heeft verstrekt, dat minder dan [...] % van de eindafnemers die een contract van dit type hebben gesloten, beslissen om van leverancier te veranderen voordat het contract is afgelopen, en dat slechts [...] % van de eindafnemers na het aflopen van het contract van leverancier veranderen. Het bestaan van dergelijke contracten maakt het bijgevolg voor de concurrenten moeilijker de positie van Agfa/DuPont aan te vechten.

(67) Een ander element dat bij het beoordelen van de mogelijkheid om van leverancier te veranderen in aanmerking moet worden genomen, is dat er exclusieve afspraken met leveranciers van apparatuur bestaan; dit is belangrijk voor de vraag in hoeverre de nieuwe entiteit en haar concurrenten in staat zijn package deals te sluiten. Voorts zij erop gewezen dat Agfa en DuPont ook apparatuur voor het belichten en ontwikkelen van platen verkopen. Deze apparatuur wordt ofwel in het eigen bedrijf geproduceerd (zoals bij DuPont), ofwel — vaak op OEM-basis — bij onafhankelijke producenten van apparatuur gekocht. Bovendien heeft Agfa in de contracten met twee van de onafhankelijke producenten die haar apparatuur leveren, exclusiviteitsclausules opgenomen op grond waarvan het deze

producenten verboden is aan concurrenten van Agfa apparatuur te verkopen, wanneer die apparatuur volgens de specificaties van Agfa is vervaardigd. Doordat Agfa na de transactie in staat zal zijn „package deals” aan te bieden waarbij zij in het eigen bedrijf geproduceerde apparatuur levert, terwijl sommige van haar concurrenten (zoals Kodak/Polychrome, Lastra en Konica) daar niet toe in staat zijn, zal Agfa in een sterkere positie verkeren om dergelijke „package deals” te sluiten. De mogelijkheid om rechtstreeks apparatuur te leveren en de relatie van Agfa/DuPont met producenten van apparatuur maken het bijgevolg nog moeilijker voor de concurrenten die de positie van Agfa/DuPont zouden willen ondergraven door gelijkaardige „package deals” aan te bieden.

(68) Ten tweede wordt, althans voor een aantal handelaren, de mogelijkheid om van leverancier te veranderen ook beperkt doordat zij aan exclusieve distributieregelingen gebonden zijn en dus uitsluitend producten van Agfa of van DuPont mogen voeren. Volgens Agfa is dit van weinig betekenis, omdat van de in totaal 700 handelaren in de EER slechts [...] handelaren van Agfa en [...] handelaren van DuPont aan dergelijke regelingen gebonden zijn. Het gaat echter vaak om belangrijke handelaren met een groot verkoopgebied, dat soms een gehele lidstaat bestrijkt, en zij vertegenwoordigen dan ook een aanzienlijk gedeelte van de omzet van Agfa en DuPont. Agfa heeft verklaard dat bij haar [ $<60$ ] % en bij DuPont [ $<10$ ] % van de verkoop van offsetplaten aan handelaren in de EER op basis van exclusiviteit gebeurt. Agfa en DuPont hebben geen cijfers verstrekt die specifiek op negatieve platen betrekking hebben. Aangenomen wordt dat deze bestaande exclusiviteitsregelingen het voor de concurrenten nog moeilijker maken de positie van Agfa/DuPont aan te tasten.

(69) Ten derde zou, zoals sommige eindafnemers naar voren hebben gebracht, een verandering van leverancier voor hun productieproces ingrijpende gevolgen hebben. Volgens Agfa kan het overstappen naar een andere leverancier van negatieve platen in enkele uren zijn beslag krijgen door de bestaande apparatuur opnieuw af te stellen. Afnemers hebben echter verklaard dat zij in werkelijkheid één tot drie maanden nodig zouden hebben om evaluatietests met opnieuw afgeregeldde apparatuur of met nieuwe apparatuur uit te voeren, alvorens zij eraan zouden kunnen denken om van leverancier te veranderen, omdat zij er zeker van zouden moeten zijn dat zij met andere platen en misschien andere apparatuur een eindresultaat van dezelfde kwaliteit verkrijgen, en omdat zij in geval van verandering ook op andere onderdelen hun drukprocédé zouden moeten aanpassen (onder meer wijziging van de substraten, de inktsoorten, de temperatuur). Een factor die in dit verband als belangrijk wordt beschouwd, betreft de exclusiviteitsbedingen die Agfa met sommige leveranciers van apparatuur is overeengekomen, zoals in overweging 68 uiteengezet, en ten gevolge waarvan de

apparatuur van Agfa vooraf overeenkomstig de specificaties van de negatieve platen van Agfa wordt afgesteld, hetgeen het voor de eindafnemers moeilijker maakt te overwegen platen van een andere producent te gaan gebruiken. Bovendien kopen vele eindafnemers hun negatieve platen van handelaren met wie zij reeds lang in relatie staan. Zowel Agfa als DuPont zijn exclusiviteitsbedingen overeengekomen met een aantal van die handelaren, die bijgevolg geen negatieve platen van andere leveranciers aan de eindafnemers kunnen aanbieden.

- (70) Met betrekking tot de overstapmogelijkheid voor de eindafnemers heeft Agfa voorts aangevoerd dat sommige afnemers, zoals grotere krantendrukkerijen, bij de aankoop van platen een „dual sourcing”-beleid voeren, hetgeen zou bevestigen dat het niet moeilijk is om van leverancier te veranderen. De Commissie acht dit argument echter niet overtuigend. Het blijkt immers dat slechts een beperkt aantal eindgebruikers (vooral krantendrukkerijen) een dergelijk beleid voert en dat dit op de markt voor negatieve platen geen algemeen fenomeen is. Volgens door Agfa verstrekte cijfers vertegenwoordigen [...] afnemers die tegelijk bij Agfa en bij DuPont kopen, [ $<5$ ] % van de totale markt voor platen in de EER. Dat sommige grotere afnemers een tweede leverancier aanhouden, vindt hierin zijn verklaring dat hun productie moet doorgaan wanneer hun eerste leverancier niet aan hun vraag kan voldoen. Dit neemt echter niet weg dat zij, indien zij van leverancier zouden willen veranderen, op de hierboven beschreven moeilijkheden zouden stuiten.
- (71) Samenvattend is de Commissie van oordeel dat niet alleen het verstoringseffect van een verandering van leverancier voor de eindafnemers, maar ook de praktijk van binding van de verkoop van verbruiksproducten aan de verkoop van apparatuur en de exclusiviteitsovereenkomsten met handelaren factoren zijn waardoor de mogelijkheden voor de huidige concurrenten om de positie van de nieuwe onderneming te ondergraven, worden beperkt. Wat de „package deals” betreft, zouden die concurrenten in staat moeten zijn de geïnstalleerde apparatuur te financieren en de aangegane (financiële) verplichtingen over te nemen en/of de eindafnemer een gelijkaardige „package deal” aan te bieden. Uit de relatieve stabiliteit van de marktaandelen blijkt dat onder de huidige omstandigheden zelfs gevestigde concurrenten met voldoende marktervaring daartoe niet in staat zullen zijn.

#### *Nieuwe concurrenten*

- (72) Volgens de aanmeldende partij moet een potentiële nieuwkomer, om tot de betrokken productmarkten toe te treden, belangrijke sommen in productiefaciliteiten voor offsetplaten investeren; evenwel werden geen nauwkeurige cijfers verstrekt over de kosten voor het opzetten van een productielijn voor negatieve platen. Voorts is een hoge mate van productie-knowhow vereist; volgens de aanmelding

berust de productie echter niet hoofdzakelijk op technologie die door octrooien wordt beschermd. De concurrenten zijn het ermee eens dat dit het geval is bij een „rijpe” technologie zoals die van negatieve platen.

- (73) Zoals hierboven vermeld, heeft een groot deel van de concurrenten en handelaren verklaard dat de eindafnemers zich tot een leverancier wenden die een volledig assortiment (films, platen, apparatuur, chemicaliën en diensten) kan leveren. Om in zijn opzet te slagen, zal een nieuwe producent in staat moeten zijn een even volledig assortiment van producten/diensten te leveren. Een nieuwkomer zal zich bijgevolg niet op basis van een beperkte investering, dit wil zeggen zonder een voldoende breed aanbod, op de markt voor negatieve platen kunnen begeven.
- (74) Bovendien zullen zowel nieuwkomers als bestaande concurrenten in zekere mate in de financiering van de aankopen van apparatuur door de eindafnemers moeten investeren, nu het, zoals hierboven uiteengezet, meer en meer de praktijk wordt om op basis van „package deals” te verkopen.
- (75) Er zijn de voorbije vijf jaar geen ondernemingen tot de markten voor film toegetreden, en de door de Commissie ondervraagde concurrenten hebben verklaard dat niet te verwachten valt dat nieuwe concurrenten tot de markt voor negatieve platen zullen toetreden. Agfa heeft aangevoerd dat een nieuwe concurrent uit de media-industrie tot de markt zal toetreden, maar noch in de aanmelding noch tijdens de procedure heeft zij zijn naam genoemd of gezegd wanneer deze tot de markt zou toetreden.

#### **Aanwezigheid op aanverwante markten**

- (76) Zoals hierboven vermeld, bekleden Agfa en DuPont ook een sterke positie op aanverwante markten voor grafische film en andere typen van offsetplaten en nemen zij een belangrijke plaats in op de markten voor apparatuur, chemicaliën en diensten (hierop wordt nader ingegaan in de overwegingen 78 tot en met 108). Na de transactie zal Agfa in staat zijn een nog breder productassortiment aan te bieden. De aanwezigheid op aanverwante markten betekent onmiskenbaar een voordeel ten opzichte van concurrenten zoals Lastra, Horsell en andere, die een beperkter productassortiment verkopen. Er moet rekening mee worden gehouden dat (van de negen concurrenten en 26 handelaren die de vragen van de Commissie hebben beantwoord) 66 % van de concurrenten en 78 % van de handelaren heeft verklaard dat de eindafnemers zich tot een leverancier wenden die in staat is een volledig assortiment (met andere woorden films, platen, apparatuur, chemicaliën en diensten) te leveren. De aanwezigheid van Agfa/DuPont op aanverwante markten is bijgevolg, naast de hierboven beschreven factoren, nog een reden waarom Agfa/DuPont tegen een verlies van markt-aandeel aan een concurrent bestand zou zijn.

### Conclusie

- (77) De Commissie is van oordeel dat de concentratie van de bedrijfsactiviteiten van Agfa en DuPont op het gebied van negatieve platen tot het in het leven roepen van een machtspositie op de EER-markt zal leiden. Deze conclusie berust op de hoge gecombineerde marktaandelen van Agfa en DuPont, de voorsprong van de nieuwe onderneming op haar concurrenten, de verdwijning van DuPont als concurrent, de ontoereikende tegenmacht van de vraagzijde, het bestaan van toetredingsdrempels, de moeilijkheid om van leverancier te veranderen (ten gevolge van „package deals” en exclusiviteitsregelingen), de sterke aanwezigheid op aanverwante markten en het ontbreken van potentiële concurrentie, zoals hierboven beschreven.

### B. Gevolgen van de concentratie op de markt voor positieve offsetplaten

#### Marktomvang

- (78) Voor de omvang in waarde en in volume van de markt voor positieve drukplaten in de periode van 1994 tot en met 1996, zie bijlage III (<sup>1</sup>). In 1996 was dit naar omzet de belangrijkste van de betrokken markten (385 miljoen ECU). Sinds 1994 is deze markt in de EER in waarde verminderd maar in volume toegenomen.

#### Marktaandelen

Positieve Platen	Volume		
	1994	1995	1996
Agfa	[ < 20 ] %	[ < 20 ] %	[ < 20 ] %
Dupont	[ < 15 ] %	[ < 15 ] %	[ < 15 ] %
Agfa + Dupont	[ < 35 ] %	[ < 35 ] %	[ < 30 ] %
Kodak/Polychrome	< 20 %	< 22 %	< 24 %
Fuji	< 10 %	< 10 %	< 12 %
Lastra	< 11 %	< 12 %	< 13 %
Horsell	< 18 %	< 15 %	< 17 %
Konica	< 5 %	< 5 %	< 5 %
Overige	< 6 %	< 6 %	< 6 %
Totaal	100 %	100 %	100 %
Totaal (× 1 000 m <sup>2</sup> )	69 142	73 703	79 516

(<sup>1</sup>) De bijlagen I, II en III zijn wegens zakengeheim in de gepubliceerde versie weggelaten.

### Positie van de nieuwe entiteit

- (79) In vergelijking met de markt voor negatieve platen zijn de individuele marktaandelen van Agfa en DuPont hier veel lager. In 1996 bekleedde Agfa volgens marktaandeel de tweede en DuPont slechts de zesde plaats. Zowel Agfa als DuPont hebben tussen 1994 en 1996 marktaandeel verloren. In 1996 bedroeg hun gecombineerd marktaandeel [ < 30 ] %, tegenover [ < 35 ] % in 1994.
- (80) Ook de relatieve omvang van de nieuwe onderneming zal op deze markt veel kleiner zijn dan op die voor negatieve platen: Agfa/DuPont zal slechts 1,3 keer zo groot zijn als de naaste concurrent, terwijl drie andere ondernemingen belangrijke marktaandelen van 12 % of meer hebben.

### Positie van de concurrenten

- (81) De positie van de concurrenten is op de markt voor positieve platen veel evenwichtiger dan op de markt voor negatieve platen. Naast Agfa en DuPont zijn er nog vier belangrijke concurrenten; marktleider is Kodak/Polychrome, met een marktaandeel van ongeveer 24 %. Voorts hebben Horsell, Lastra en Fuji belangrijke marktaandelen van 12 tot 17 %.
- (82) Bovendien hebben sommige concurrenten van Agfa en DuPont tussen 1994 en 1996 marktaandeel bijgewonnen (ongeveer 3 procentpunten voor Polychrome en ongeveer 2 procentpunten voor Fuji en Lastra).

### Conclusie

- (83) Omdat Agfa/DuPont op de markt voor positieve drukplaten een veel bescheidener positie zullen bekleden dan op die voor negatieve drukplaten, en gezien de sterkere aanwezigheid van concurrenten, is de Commissie van oordeel dat de operatie op de markt voor positieve offsetplaten in de EER niet zal leiden tot het in het leven roepen van een machtspositie die tot gevolg zou hebben dat een daadwerkelijke mededinging op significante wijze wordt belemmerd.

### C. Gevolgen van de concentratie op de markt voor CtP-platen

#### Algemeen

- (84) De markt van de CtP-techniek groeit snel, zowel wat de hoeveelheid platen die wordt verkocht als wat het aantal leveranciers dat tot de markt toetreedt, betreft zoals hieronder uiteengezet. Volgens de concurrenten en potentiële concurrenten op deze markt zal het een goede vijf jaar duren vooraleer de CtP-techniek algemeen ingang heeft gevonden. Wat de vraag betreft welk percentage van de markt voor offsetplaten die voor CtP-platen tegen dan zal uitmaken, lopen de schattingen van de concurrenten uiteen, maar verwacht wordt dat tegen het jaar 2001 het marktaandeel van CtP-platen in de EER 11 tot 14 % zal bedragen en dat uiteindelijk 25 % van alle verkochte metalen

offsetplaten CtP-platen zullen zijn. De reden waarom voorspellingen moeilijk zijn, is dat de groei beperkt is omdat de CtP-technologie nog niet rijp is, en dat de afnemers de verdere productontwikkeling nog afwachten, met name omdat een overschakeling op de CtP-techniek een belangrijke investering in nieuwe apparatuur zou vereisen (belichtingsmachines voor CtP-platen kosten op het ogenblik tussen 100 000 en 500 000 ECU).

- (85) Wat de technologische ontwikkeling betreft, kunnen verschillende CtP-technieken worden onderscheiden, zoals hierboven in de afdeling betreffende de afbakening van de productmarkt uiteengezet. Zilver-, fotopolymeer- en hybride platen werden reeds tussen 1994 en 1996 verkocht, maar thermische platen, door Kodak als eerste in de Verenigde Staten verkocht, werden eerst in 1997 in de EER in de handel gebracht. Er bestaan nog geen nauwkeurige gegevens over de omzet, maar volgens een aantal concurrenten en potentiële concurrenten zal de techniek van de thermische plaat de meest algemeen toegepaste worden. De thermische CtP-techniek biedt namelijk het belangrijke voordeel dat het ontwikkelen bij daglicht kan gebeuren, hetgeen bij de andere typen van CtP-platen niet het geval is. Volgens aan de Commissie voorgelegde schattingen zullen uiteindelijk een 50 tot 80 % van alle verkochte CtP-platen thermische CtP-platen zijn.

#### Marktomvang

- (86) Het verbruik werd berekend op basis van de omzet van de ondernemingen die CtP-platen verkopen. In 1996 bedroeg de omzet in de EER minder dan 1,6 miljoen m<sup>2</sup> en 15,6 miljoen ECU. Hoewel in 1996 de verkoop van CtP-platen slechts een 2 tot 3 % van de totale omzet op de markt voor offsetplaten uitmaakte, was de verkoop in volume in 1996 250 % hoger dan in 1994.

#### Marktaandeelen

- (87) Op basis van de door Agfa, DuPont en Polychrome verstrekte omzetcijfers werden voor 1994-1996 de volgende marktaandeelen berekend:

CTP	Volume		
	1994	1995	1996
Agfa	[ < 30 ] %	[ < 20 ] %	[ < 25 ] %
Dupont	[ < 75 ] %	[ < 75 ] %	[ < 60 ] %
Agfa + Dupont	100 %	[ < 90 ] %	[ < 75 ] %
Polychrome	0,0 %	< 14 %	[ < 30 ] %
Overige	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Totaal	100 %	100 %	100 %
Totaal (× 1 000 m <sup>2</sup> )	381	< 800	< 1 600

#### Positie van de nieuwe onderneming en van haar concurrenten

- (88) Te oordelen naar hun marktaandeelen in 1996, staan Agfa en vooral DuPont sterk op de opkomende markt voor CtP-platen. Beoordeeld op basis van de cijfers voor 1996, betekent de operatie dat DuPont, de leider op de CtP-markt, door een van haar twee enige concurrenten zal worden overgenomen. Hierdoor zal het gecombineerde marktaandeel van Agfa en DuPont bijna drie keer zo hoog zijn als dat van Polychrome. Bij het analyseren van een zo snel evoluerende markt als de CtP-markt moeten echter ook de recente en de toekomstige ontwikkelingen in aanmerking worden genomen om de sterkte van de nieuwe onderneming na de operatie te kunnen beoordelen. In dit verband zijn de volgende factoren van belang:
- (89) Agfa en DuPont hebben als eerste de CtP-technologie in de EER geïntroduceerd. Zoals uit bovenstaande tabel blijkt, is Polychrome, die in 1995 met haar eigen hybride CtP-technologie tot de markt is toegetreden, erin geslaagd een belangrijk marktaandeel te veroveren, vooral ten koste van DuPont. Dit toont aan dat waarschijnlijk ook andere nieuwe concurrenten in staat zullen zijn marktaandeel te veroveren, mochten zij tot de markt toetreden.
- (90) Dat dit waarschijnlijk is, berust ten dele hierop dat de thermische CtP-techniek eerst onlangs in de EER op de markt is gekomen en naar verwachting de meest algemeen toegepaste zal worden. DuPont en Agfa hebben nog geen thermische CtP-platen op de markt, in tegenstelling tot vier van hun concurrenten (Kodak, Polychrome, Presstek en Printing Development Inc.). Agfa heeft verklaard dat haar thermische plaat naar verwachting [...] op de markt komt. Volgens schattingen heeft Kodak, die blijkbaar met succes CtP-platen in de Verenigde Staten verkoopt, in 1997 reeds een marktaandeel van ongeveer 10 % in de EER veroverd; verwacht wordt dat zij nog verder op de markt zal doordringen. Gezien de technologische voorsprong van Kodak, wordt in elk geval verwacht dat haar marktaandeel (of dat van Kodak Polychrome Graphics na de oprichting van de gemeenschappelijke onderneming) op de markt voor CtP-platen belangrijker zal worden dan dat op de markten voor de andere typen platen, zeker wanneer zij haar CtP-platen langs de bestaande verkoopkanalen van Polychrome kan afzetten.
- (91) Gebleken is dat in 1997 naast Agfa, DuPont en Polychrome ten minste drie andere grote producenten ermee begonnen zijn op de EER-markt CtP-platen te verkopen (Kodak, Fuji en Mitsubishi). Begin 1998 zag het er naar uit dat binnen een paar maanden tot twee jaar nog andere producenten tot de markt zouden toetreden (Horsell, Lastra, enz.). Tijdens het onderzoek hebben ook een aantal handelaren en eindafnemers verklaard dat zij (binnen ten hoogste twee tot drie jaar) verschillende andere nieuwkomers op de CtP-markt verwachten. Volgens Agfa en DuPont zijn er in totaal 15 produ-

centen die hetzij reeds op de markt bedrijvig zijn, hetzij te kennen hebben gegeven tot de markt te willen toetreden; daarvan zouden er 14 in staat zijn thermische CtP-technologie aan te bieden. De meeste van deze nieuwkomers beschikken over eigen CtP-technologie en hebben bevestigd dat de toetreding tot de markt niet door octrooien wordt verhinderd.

- (92) Bovendien produceren naast Agfa ook sommige van haar concurrenten op de CtP-markt zelf apparatuur (zoals Fuji en Presstek). Er is ook een groot aantal onafhankelijke producenten van apparatuur op de markt aanwezig (zo produceren meer dan 25 ondernemingen belichtingsmachines voor CtP-platen). Er is dus blijkbaar in voldoende mate apparatuur voor CtP-platen verkrijgbaar om „package deals” te kunnen aanbieden; dit is belangrijk, gezien de kennelijke noodzaak voor de concurrenten om de verkoop van platen met de verkoop van apparatuur te combineren.

#### Andere factoren

##### *Toetredingsdrempels*

- (93) Volgens de aanmeldende partij vereist een toetreding tot de CtP-markt belangrijke inspanningen op het gebied van onderzoek en ontwikkeling en aanzienlijke investeringen, afhankelijk weliswaar van het feit of het de bedoeling van de nieuwkomer is zijn eigen technologie te ontwikkelen dan wel die van een andere onderneming te kopen. De aanmeldende partij heeft verklaard dat een toetreding tot de CtP-markt drie tot vijf jaar onderzoek zou vergen en [...] miljoen ECU zou kosten. Zij schat de noodzakelijke kapitaalinvestering op nog eens [<20] miljoen ECU, mogelijkerwijs [<5] miljoen ECU in geval van verwerving van de technologie langs de weg van licenties. Volgens concurrenten die onlangs tot de markt zijn toegetreden of die voornemens zijn dit te doen, zijn de noodzakelijke investeringen veel lager. In elk geval blijkt uit het feit dat in 1997 een aantal concurrenten tot de markt voor CtP-platen is toegetreden en dat andere concurrenten op het punt staan dit te doen, dat de noodzakelijke investeringen geen onoverkomelijke toetredingsdrempel zijn. Er wordt aan herinnerd dat zowel Agfa en DuPont als hun concurrenten hebben verklaard dat de toegang tot de markt niet door octrooien wordt verhinderd, omdat de meeste producenten hun eigen technologie hebben ontwikkeld.

##### *Keuze van leverancier*

- (94) De markt voor CtP-platen is nog in ontwikkeling en de hoeveelheid geïnstalleerde apparatuur nog beperkt. Er is nog geen norm voor CtP-techniek. Bij de huidige stand van ontwikkeling van de markt speelt op het gebied van de CtP-technologie de concurrentie bijgevolg veeleer op het niveau van de verschillende soorten systemen die worden geïntroduceerd, dan op dat van de CtP-platen zelf. Echter blijkt wel dat CtP-platen meer systeemgebonden zijn dan gewone platen, zodat het voor een

eindafnemer moeilijker is dan bij gewone platen om naar een andere leverancier over te stappen, indien die geen platen voor hetzelfde CtP-systeem in zijn assortiment heeft. Het is bijvoorbeeld niet gemakkelijk om van CtP-zilverplaten over te schakelen op polymeerplaten, omdat verschillende apparatuur wordt gebruikt. In aanmerking genomen dat bij verschillende producenten apparatuur verkrijgbaar is, en gezien de toetreding van een aanzienlijk aantal leveranciers tot de markt voor CtP-platen, zoals beschreven in overweging 93, is het bij de huidige stand van ontwikkeling van de markt echter waarschijnlijk dat bij een aantal andere mogelijke leveranciers verschillende typen CtP-systemen en -platen beschikbaar zullen komen.

#### Conclusie

- (95) Gelet op de hierboven beschreven kenmerken van de opkomende CtP-markt, is de Commissie van oordeel dat de snelle verschuiving van marktaandelen waartoe de komst van Polychrome als concurrent heeft geleid, erop wijst dat het marktaandeel van Agfa/DuPont waarschijnlijk geringer zal worden. Die tendens zal zich ongetwijfeld voortzetten naarmate nog meer concurrenten tot de markt toetreden. Ondernemingen zoals Kodak zijn de voorbije maanden tot de markt toegetreden en hebben blijkbaar reeds een belangrijk marktaandeel veroverd, en er zullen nog andere ondernemingen met concurrerende producten op de markt komen, waardoor Agfa/DuPont sterke concurrentiedruk zullen ondervinden. Onder deze omstandigheden wordt aangenomen dat de positie van Agfa/DuPont, ondanks hun huidige hoge marktaandelen, niet van dien aard zal zijn dat de mededinging op de markt voor CtP-platen in de EER daarvoor op significante wijze wordt belemmerd.

#### *D. Gevolgen van de concentratie op de markten voor grafische film*

- (96) De verschillende markten voor grafische film vertonen grotendeels dezelfde kenmerken, onder meer wat de aanwezige concurrenten en de distributie van de producten betreft, zodat onderstaande beoordeling voor alle vijf relevante markten geldt.

#### Marktomvang

- (97) Volgens Agfa was de omvang van de markten voor camera-, contact-, blauwelaser-, rodelaser- en infrarodelaserfilm in 1996 als volgt:

Camerafilm: 17 miljoen m<sup>2</sup>/93,6 miljoen ECU

Contactfilm: 17,4 miljoen m<sup>2</sup>/100,5 miljoen ECU

Blauwelaserrecorderfilm: 12,5 miljoen m<sup>2</sup>/56,1 miljoen ECU

Rodelaserrecorderfilm: 51,2 miljoen m<sup>2</sup>/272 miljoen ECU

Infrarodelaserrecorderfilm: 13,1 miljoen m<sup>2</sup>/72,5 miljoen ECU.

- (98) De markten voor camera-, contact- en blauwelaserrecorderfilm gaan alle snel achteruit. De markt voor infrarodelaserfilm blijkt vrij stabiel te zijn, terwijl die voor rodelaserfilm sterk groeit (zie bijlage II). De aanmeldende partij heeft marktgegevens verstrekt waaruit blijkt dat de tendens die de omzet van de verschillende typen van film thans vertoont, zich ten minste tot in het jaar 2002 zal voortzetten (zie bijlage I).

### Marktaandelen

1996	Camera	Contact	Blauwe laser	Rode laser	Infrarode laser
Agfa	[ <30 ] %	[ <30 ] %	[ <20 ] %	[ <35 ] %	[ <30 ] %
Dupont	[ <15 ] %	[ <15 ] %	[ <25 ] %	[ <10 ] %	[ <10 ] %
Agfa + Dupont	[ <40 ] %	[ <45 ] %	[ <40 ] %	[ <45 ] %	[ <40 ] %
Kodak/Polychrome	<33 %	<24 %	<27 %	<27 %	<32 %
Fuji	<7 %	<8 %	<11 %	<9 %	<11 %
Konica	<5 %	<7 %	<6 %	<5 %	<6 %
Imation	<3 %	<5 %	<5 %	<5 %	<6 %
Horsell	<7 %	<7 %	<7 %	<6 %	<6 %
Mitsubishi	<2 %	<2 %	<2 %	<3 %	<2 %
Overige (geraamd)	<12 %	<12 %	<12 %	<12 %	<12 %
Totaal	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Totaal (× 1 000 m <sup>2</sup> )	16 606	17 560	12 857	52 428	11 967

Bron: Agfa/DuPont en concurrenten.

### Positie van de nieuwe onderneming

- (99) In 1996 hadden Agfa en DuPont gecumuleerde marktaandelen tussen [ <40 ] % en [ <45 ] %. In de periode 1994-1996 namen hun gecumuleerde marktaandelen op elk van de markten met 2 tot 5 % af, behalve op de markt voor rodelaserfilm. Op deze markt ging de nieuwe onderneming er iets op vooruit (zie bijlage II).

### Positie van de concurrenten

- (100) Door de samenvoeging van de marktaandelen van Kodak en Polychrome is het verschil in marktaandeel tussen Agfa/DuPont en hun belangrijkste concurrent aanzienlijk kleiner geworden: Kodak/Polychrome hadden in 1996 op elk van de markten marktaandelen tussen <24 en <33 %. De volgende concurrent in grootte in de EER is Fuji, met marktaandelen tussen <7 en <11 %. Andere concurrenten zoals Konica, Imation, Horsell en Mitsubishi hadden marktaandelen tussen <2 en <7 %. In de periode 1994-1996 zijn de belangrijkste concurrenten (Kodak/Polychrome en Fuji) over het algemeen erin geslaagd marktaandeel bij te winnen. Door de recente concentratie van Kodak en Sun Chemical (beschikking van de Commissie van 15

januari 1998 in zaak IV/M.1042<sup>(1)</sup>) is er op de markt voor grafische film een machtige concurrent bij gekomen, die in de EER voor sterke concurrentie zal zorgen en die in toereikende mate in staat zal zijn aan de positie van Agfa afbreuk te doen.

- (101) Er zij op gewezen dat, wat rodelaserfilm betreft, op de enige markt voor film waarvan het volume aanzienlijk toeneemt en waar Agfa/DuPont bijzonder sterk staan en hun marktpositie ietwat hebben verbeterd, de naaste concurrent een marktaandeel van ongeveer 27 % heeft en ook andere concurrenten van internationale omvang hun omzet ontwikkelen. Bovenstaande conclusie geldt dus ook voor de markt voor rodelaserfilm.

### Sterkte aan de vraagzijde

- (102) Volgens Agfa en DuPont zijn er 1 170 handelaren in en in totaal 42 750 eindafnemers van grafische film (150 boekdrukkerijen, 1300 krantendrukkerijen, 30 000 commerciële drukkerijen, 300 drukkerijen van verpakkingsmateriaal en 11 000 speciaalzaken en servicebureaus). Op de markt waar de

<sup>(1)</sup> PB C 32 van 30. 1. 1998, blz. 5.

nieuwe onderneming de sterkste positie zal bekleden (rodelaserfilm), is de grootste eindafnemer van DuPont goed voor [...] % van haar totale omzet van dit type film. Bij Agfa neemt de grootste eindafnemer van grafische film slechts [...] % van haar omzet van dit product voor zijn rekening. Van de handelaren vertegenwoordigt de grootste afnemer van DuPont slechts [...] % van haar omzet in de EER; bij Agfa is dit slechts [...] %.

- (103) Het geringe aandeel dat eindafnemers en handelaren in de omzet van Agfa en DuPont vertegenwoordigen, in aanmerking genomen en het feit dat, daar de klanten van Agfa en DuPont over het algemeen niet dezelfde zijn, de aankopen van die afnemers bij de nieuwe onderneming een nog kleiner deel van haar omzet zullen uitmaken, maken het niet aannemelijk dat er thans een sterke vraagzijde is, noch dat dit in de toekomst het geval zal zijn. Dit wordt ook door de antwoorden van klanten op de vragen van de Commissie bevestigd.

#### Potentiële concurrentie en toetredingsdrempels

- (104) Met betrekking tot de mogelijkheid om van leverancier te veranderen, de investeringen, de aanwezigheid op aanverwante markten en het feit dat er in de voorzienbare toekomst geen nieuwe concurrenten zijn te verwachten, wordt hier naar de analyse van de markt voor negatieve drukplaten verwezen, omdat, wat deze aspecten betreft, de markt voor negatieve platen en de markten voor grafische film grotendeels dezelfde kenmerken vertonen.

#### Conclusie

- (105) Gezien de gecombineerde marktpositie van Agfa/DuPont op de markten voor grafische film zijn de daling van hun marktaandelen in de voorbije drie jaar (met uitzondering van rodelaserfilm), vergeleken met de stabiliteit van de marktaandelen van hun voornaamste concurrenten, en het recente ontstaan van een machtige concurrent de belangrijkste factoren in bovenstaande analyse. Gelet op deze factoren, die opwegen tegen de geringe sterkte van de vraagzijde en het feit dat er in de voorzienbare toekomst geen nieuwe concurrenten zijn te verwachten, is de Commissie van oordeel dat de operatie op de betrokken markten niet tot een machtspositie zal leiden die tot gevolg zou hebben dat een daadwerkelijke mededinging op significante wijze wordt belemmerd.

#### E. *Markten voor apparatuur, chemicaliën en diensten*

- (106) Als een noodzakelijke ondersteuning van hun verkoop van film en platen bieden zowel Agfa als DuPont ook chemicaliën, apparatuur en onderhoudsdiensten aan. De apparatuur en de chemica-

liën zijn in beginsel geschikt voor de films en platen van alle producenten; niettemin kan het moeilijk zijn om van leverancier te veranderen, omdat de machines soms van te voren voor het gebruik van een bepaald type film of plaat zijn afgesteld. Ook de concurrerende producenten van film en platen bieden apparatuur, chemicaliën en diensten aan, zij het in mindere mate.

- (107) De aanmeldende partij heeft aangevoerd dat, omdat de levering van apparatuur, chemicaliën en diensten als een „accessoire” activiteit wordt beschouwd, geen marktgegevens voorhanden zijn die specifiek hierop betrekking hebben. Volgens haar schattingen echter heeft de markt voor apparatuur, chemicaliën en diensten voor grafische film en platen in de EER in waarde een totale omvang van ongeveer 910 miljoen ECU; de omzet van Agfa op deze markt bedroeg [<100] miljoen ECU en die van DuPont [<50] miljoen ECU. Op de markten voor apparatuur, chemicaliën en diensten zal de nieuwe onderneming met een grotere verscheidenheid van concurrenten worden geconfronteerd dan op de andere betrokken markten. Naast de producenten van grafische film en/of offsetplaten (zoals Kodak/Polychrome en Fuji) zijn er talrijke producenten en handelaren die niet van de producenten van hulpstoffen afhankelijk zijn. Wat apparatuur betreft, zijn er producenten zoals Man Roland, Heidelberg, Rockwell, Presstek, Scitex, Creo en Dainippon, die alle over de gehele wereld werkzaam zijn. Hoewel geen marktgegevens beschikbaar zijn, gaat Agfa ervan uit dat de positie van de nieuwe onderneming het sterkst zal zijn op het gebied van belichtingsmachines voor rodelaserfilm, waar zij in de EER een marktaandeel van (<40) % zal hebben, terwijl ten minste vier andere concurrenten marktaandelen tussen 10 en 20 % hebben. Op het gebied van ontwikkelmachines voor drukplaten zal de nieuwe onderneming met een marktaandeel van [<30] % marktleider zijn, maar ook hier zijn er belangrijke concurrenten. Wat chemicaliën betreft, zal volgens Agfa het hoogste marktaandeel van de nieuwe onderneming dat op het gebied van de chemicaliën voor grafische film zijn (maximum [<45] % in de EER); voor de overige chemicaliën zal haar positie op de markt voor chemicaliën beperkter zijn. Wat diensten betreft, wordt het marktaandeel van de nieuwe onderneming op de EER-markt in haar geheel op ten hoogste [<25] % geschat en wordt ervan uitgegaan dat er in de verschillende landen talrijke plaatselijke concurrenten bestaan die onderhoudsdiensten bieden. De concurrenten en klanten die de vragen van de Commissie hebben beantwoord, waren van oordeel dat de positie van de nieuwe onderneming op geen enkele van de hierboven in de overwegingen 9 tot en met 42 omschreven markten, afzonderlijk gezien, bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie zal doen rijzen.



- (108) Hoewel bovenstaande gegevens erop wijzen dat de nieuwe onderneming op de markten voor apparatuur, chemicaliën en diensten een sterke positie zal bekleden, zal zij bijgevolg op die markten geen machtspositie verwerven, ook niet wanneer wordt uitgegaan van de engste marktafbakening die in aanmerking is genomen.

## VI. CONCLUSIE

- (109) Uit het bovenstaande volgt dat de aangemelde operatie op de markt voor negatieve offsetplaten in de EER in de zin van artikel 2, lid 3, van de concentratieverordening zal leiden tot een machtspositie die tot gevolg zal hebben dat een daadwerkelijke mededinging op significante wijze zal worden belemmerd.

## VII. DOOR DE PARTIJEN VOORGESTELDE VERBINTENISSEN

- (110) Om de bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie te verhelpen, heeft Agfa voorgesteld de volgende verbintenissen aan te gaan:

- a) Agfa-Gevaert zal al haar OEM-leveranciers van ontwikkelapparatuur voor negatieve platen ontheffen van alle contractbepalingen die eraan in de weg kunnen staan dat deze leveranciers van Agfa-Gevaert die ontwikkelapparatuur aan andere afnemers van hun keuze verkopen. In zoverre in ontwikkelapparatuur voor negatieve platen knowhow is belichaamd waarvan Agfa-Gevaert eigenares is, zal Agfa-Gevaert bovendien al haar OEM-leveranciers van ontwikkelapparatuur voor negatieve platen van hun verplichting ontslaan om die knowhow niet ten behoeve van de verkoop aan andere afnemers te gebruiken, en zal zij die knowhow tegen redelijke commerciële condities, namelijk tegen een vergoeding die niet hoger is dan [...] % van de met de in licentie gegeven producten behaalde omzet, aan deze OEM-leveranciers in licentie geven, zodat hij kan worden belichaamd in ontwikkelapparatuur voor negatieve platen die aan andere afnemers wordt verkocht. Deze licenties zullen worden verleend op grond van een „meestbegunstigde licentienemer”-clausule, hetgeen een niet-discriminatoire behandeling zal waarborgen.
- b) Wat negatieve platen betreft, zal Agfa-Gevaert voor alle huidige exclusieve handelaren en distributeurs van DuPont, aan wie Agfa-Gevaert na de transactie zal blijven leveren, alle beperkingen met betrekking tot de verkoop van concurrerende producten wegnemen.
- c) Agfa-Gevaert zal al haar handelaren in negatieve platen die zich contractueel ertoe hebben verbonden uitsluitend door Agfa-Gevaert geleverde negatieve platen te verkopen, van deze exclusiviteitsverplichting ontslaan. Deze verbintenis van Agfa-Gevaert geldt niet voor i) de

exclusieve distributeurs van Agfa-Gevaert in gebieden waar Agfa-Gevaert niet over een eigen distributieorganisatie beschikt die als substituut voor de exclusieve distributeur zou kunnen optreden ([...]), ii) de agenten van Agfa-Gevaert op het gebied van negatieve platen, indien de belangrijkste functie van deze agenten erin bestaat ten behoeve van Agfa-Gevaert logistieke diensten te verrichten ([...]).

- d) De onder a), b) en c) bedoelde verbintenissen zullen, te rekenen vanaf de goedkeuring van de aangemelde concentratie door de Commissie, gedurende vijf jaar gelden.
- e) Agfa zal de Commissie uiterlijk op 31 maart 1998 kopieën bezorgen van de briefwisseling waaruit blijkt dat zij haar verplichtingen nakomt. Voorts zal Agfa de Commissie voor elke periode van twaalf maanden, volgende op de onderhavige beschikking, alsook telkens wanneer de Commissie daarom verzoekt, een verslag over de nakoming van de voorgestelde verbintenissen bezorgen.

## VIII. BEOORDELING VAN DE VERBINTENISSEN

- (111) Bij de beoordeling van de verbintenissen was het de vraag of ten gevolge van deze verbintenissen in toereikende mate een beperkende invloed op de marktmacht van de nieuwe onderneming zou worden uitgeoefend en de bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie zouden worden weggenomen. Zoals uiteengezet in bovenstaande overwegingen, zijn de structurele banden die Agfa/DuPont door middel van „package deals” met eindafnemers tot stand hebben gebracht, en de bestaande, op exclusiviteitsregelingen gebaseerde, structurele betrekkingen met handelaren in dit verband belangrijke elementen. Er werd gedacht aan een mogelijke afstoting en verkoop aan een derde of aan derden, van bepaalde productiefaciliteiten of -lijnen voor negatieve platen. Een dergelijke maatregel zou echter niet in toereikende mate de bezwaren uit het oogpunt van de concurrentie verhelpen, omdat de marktstructuur daarmee niet noemenswaardig zou worden beïnvloed. Er bestaat bij Agfa zelf reeds een aanzienlijke overcapaciteit. DuPont heeft, omdat zij op het punt staat de markt te verlaten, geen belangrijke investeringen in modernisering van haar productielijnen gedaan. Concurrenten hebben niet laten blijken belangstelling te hebben voor een overname van een gedeelte van de bedrijfsactiviteiten van DuPont op het gebied van negatieve platen. Bovendien is één concurrent (International Paper) zelf doende haar bedrijfsonderdeel grafische producten (waaronder negatieve drukplaten) (Horsell-Anitec) te verkopen.

Een afstoting door Agfa van een deel van DuPont zou bijgevolg, anders dan van de hieronder beoordeelde verbintenissen wordt verwacht, maar weinig weerslag op de marktstructuur hebben.

#### „Package deals”

- (112) De eerste verbintenis, die betrekking heeft op de exclusieve betrekkingen met leveranciers van apparatuur, wordt belangrijk geacht, omdat de meeste grote leveranciers van drukplaten niet zelf apparatuur produceren en dus van die leveranciers van apparatuur afhankelijk zijn om de eindafnemers gelijkaardige „package deals” te kunnen aanbieden als Agfa. De Commissie is bijgevolg van oordeel dat door het aanbod van apparatuur structureel open te trekken, namelijk door die betrekkingen te verbreken waarbij onafhankelijke leveranciers van apparatuur verplicht zijn bepaalde apparatuur uitsluitend aan Agfa te verkopen, de belemmeringen zullen worden weggenomen die de concurrenten beletten gelijkaardige „package deals”, bestaande uit een volledig productassortiment, aan te bieden, omdat de concurrenten gemakkelijker de apparatuur zullen kunnen verkrijgen die voor het ontwikkelen van negatieve platen nodig is. Agfa heeft verklaard dat in 1996 ongeveer [...] % van de door haar verkochte apparatuur afkomstig was van leveranciers die aan exclusiviteitsregelingen waren gebonden. De concurrenten zullen nu bij de ondernemingen die aan Agfa apparatuur leveren, apparatuur met dezelfde specificaties kunnen verkrijgen, en zij zullen dus hun eindafnemers als onderdeel van „package deals” (of afzonderlijk) apparatuur van hetzelfde type kunnen aanbieden. Verwacht mag worden dat, wanneer de concurrenten aantrekkelijker „package deals” kunnen aanbieden, de eindafnemers spoediger zullen overwegen om van leverancier te veranderen, omdat de overstapkosten lager zullen zijn. De betekenis van deze verbintenis moet ook worden gezien in het licht van het feit dat de concurrenten nadrukkelijk hebben verklaard dat het aanbieden van „package deals” een steeds veelvuldiger voorkomend verschijnsel op de markt voor drukplaten is.

#### Exclusiviteitsverplichtingen van handelaren

- (113) Deze verbintenis betreft in de eerste plaats de bestaande regelingen waardoor de concurrenten van DuPont en Agfa de toegang tot belangrijke handelaren wordt afgesneden. Na de concentratie zal een aantal belangrijke handelaren ook de producten van de concurrenten mogen verkopen, waardoor de interbrandconcurrentie zal toenemen. Voorts heeft Agfa verklaard dat het bestaande handelarennet van DuPont in stand zal worden gehouden, zodat de handelaren verder met producten van Agfa of van DuPont zullen worden bevoorrad. Ten gevolge van de verbintenis zullen de producten van Agfa en DuPont dus langs meer

verkoopkanalen verkrijgbaar zijn, hetgeen zowel de intrabrand- als de interbrandconcurrentie zal bevorderen.

- (114) Wat de handelaren van DuPont betreft, bestaan er in zes lidstaten van de EER ([...]) contracten van dit type. Behalve in [...] gaat het om contracten met handelaren wier verkoopgebied een gehele lidstaat bestrijkt. DuPont heeft geen eigen, parallel netwerk. Dit bevestigt het belang van deze verkoopkanalen.
- (115) Wat Agfa betreft, bestaan er in vijf landen ([...]) contracten die exclusiviteitsclausules bevatten. Volgens door Agfa verstrekte informatie bestaat in drie van deze landen ([...]) het handelarennet naast het eigen verkoopkanaal van Agfa. In [...] zijn met [...] handelaren dergelijke contracten gesloten, in [...] [...] met één grote handelaar met verkooppunten in verschillende delen van [...], en in [...] met één handelaar wiens verkoopgebied [...] bestrijkt. Aangezien deze handelaren een duurzame relatie met eindafnemers hebben opgebouwd, zal het voor de concurrenten van Agfa belangrijk zijn dat ook hun producten in het assortiment van die handelaren worden opgenomen. Wat de bestaande exclusiviteitsregelingen in [...] betreft, heeft Agfa verklaard dat deze op alleenverkoop berusten (de handelaar is het enige verkoopkanaal voor Agfaproducten op de markt), terwijl in [...] de exclusiviteitsregelingen van het type van dit agentuurcontract zijn, hetgeen betekent dat Agfa zelf de verkoop sluit en de agenten bepaalde functies inzake verkoop en logistiek verrichten, waarvoor zij commissieloon ontvangen. Deze regelingen zullen behouden blijven.
- (116) De verbintenis zal voor de concurrenten van Agfa de toegang tot een aantal belangrijke handelaren vergemakkelijken. Dit wordt als bijzonder gewichtig beschouwd, omdat deze concurrenten meer dan Agfa en DuPont voor de verkoop van negatieve platen op handelaren aangewezen zijn.

#### Duur van de verbintenissen en toezicht

- (117) De Commissie is van oordeel dat bovenstaande verbintenissen onmiddellijk ertoe zullen leiden dat de marktstructuur wordt opengetrokken: de huidige hinderpalen die de andere ondernemingen beletten Agfa daadwerkelijk te concurreren, meteen zullen wegvallen. De door Agfa voorgestelde duur van vijf jaar wordt toereikend geacht, omdat, voorzover de verbintenissen eerst na verloop van tijd effect zouden sorteren, hetgeen het geval kan zijn bij de „package deals” met hun looptijd van twee tot drie jaar, het feit dat de verbintenissen gedurende vijf jaar gelden, ervoor zal zorgen dat de mogelijkheden van de concurrenten om toegang tot de eindafnemers en handelaren te verkrijgen reëel aanwezig blijven.

- (118) Gezien het onmiddellijke effect van de verbintenissen, bestaat er slechts in beperkte mate behoefte aan een strikt toezicht. Opdat de Commissie in staat zou zijn ervoor zorg te dragen dat Agfa haar verbintenissen ten volle nakomt, is het evenwel vereist dat Agfa de Commissie kopieën van de relevante briefwisseling met de betrokken leveranciers van apparatuur en handelaren bezorgt en haar jaarlijks over het al dan niet nakomen van de verbintenissen inlicht.

#### Conclusie

- (119) De Commissie is van oordeel dat bovenstaande verbintenissen, waardoor de structurele betrekkingen op het gebied van de distributie van de producten van Agfa/DuPont zullen worden opengetrokken, op de concurrentie op de markt voor negatieve platen een positieve uitwerking zullen hebben. Doordat de overstapkosten voor de eindafnemers lager zullen worden en de handelaren (en dus ook hun clientèle) van aanbiedingen van de concurrenten zullen kunnen profiteren, zullen de concurrenten over aanzienlijk meer mogelijkheden beschikken om na de concentratie het marktaandeel van Agfa terug te dringen.

#### IX. SLOTSOM

- (120) De Commissie concludeert derhalve dat, mits bovenstaande verbintenissen ten volle worden nagekomen, door de concentratie geen machtspositie in het leven zal worden geroepen die tot gevolg zou hebben dat een daadwerkelijke mededinging op de gemeenschappelijke markt of op een wezenlijk deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd,

HEEFT DE VOLGENDE BESCHIKKING GEGEVEN:

#### Artikel 1

De concentratie, bestaande in de voorgenomen overname door Agfa-Gevaert AG en Agfa-Gevaert NV, hierna „Agfa” genoemd, van bedrijfsactiviteiten van E.I. DuPont de Nemours & Company op het gebied van producten voor de grafische industrie, wordt, mits aan de in artikel 2 vastgestelde voorwaarden wordt voldaan, verenigbaar met de gemeenschappelijke markt en met de werking van de EER-Overeenkomst verklaard.

#### Artikel 2

Agfa moet de in overweging 110, onder a) tot en met e), beschreven verbintenissen volledig nakomen.

Agfa moet bij de Commissie voor het eerst uiterlijk op 31 maart 1998 en vervolgens eens per jaar een verslag met bijlagen, zoals beschreven in overweging 118, indienen.

#### Artikel 3

Deze beschikking is gericht tot:

Bayer AG  
D-51368 Leverkusen.

Gedaan te Brussel, 11 februari 1998.

*Voor de Commissie*

Karel VAN MIERT

*Lid van de Commissie*