

II

(Actos cuja publicação não é uma condição da sua aplicabilidade)

COMISSÃO

DECISÃO DA COMISSÃO

de 11 de Fevereiro de 1998

que declara a compatibilidade de uma operação de concentração com o mercado comum e com o funcionamento do Acordo EEE

(Processo n.º IV/M.986 — Agfa-Gevaert/DuPont)

[notificada com o número C(1998) 1290]

(O texto em língua inglesa é o único que faz fé)

(Texto relevante para efeitos do EEE)

(98/475/CE)

A COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS,

Tendo em conta o Tratado que institui a Comunidade Europeia,

Tendo em conta o Acordo sobre o Espaço Económico Europeu e, nomeadamente, o n.º 2, alínea a), do seu artigo 57.º,

Tendo em conta o Regulamento (CEE) n.º 4064/89 do Conselho, de 21 de Dezembro de 1989, relativo ao controlo das operações de concentração de empresas⁽¹⁾, alterado pelo Acto de Adesão da Áustria, da Finlândia e da Suécia e, nomeadamente, o n.º 2 do seu artigo 8.º,

Tendo em conta a decisão da Comissão de 9 de Outubro de 1997 de dar início a um processo neste caso,

Após ter dado às empresas em causa a oportunidade de apresentarem as suas observações sobre as objecções formuladas pela Comissão,

Tendo em conta o parecer do Comité Consultivo em Matéria de Concentrações⁽²⁾,

Considerando o seguinte:

(1) Em 8 de Setembro de 1997, a Comissão recebeu uma notificação de um projecto de concentração nos termos do artigo 4.º do Regulamento n.º 4064//

/89 («o regulamento das concentrações»), através da qual as empresas Agfa-Gevaert AG e Agfa-Gevaert NV (a seguir denominadas «Agfa»), que pertencem ao grupo Bayer, iriam adquirir, na acepção do n.º 1 do artigo 3.º do regulamento das concentrações, as actividades do grupo E.I.DuPont de Nemours & Company (a seguir denominado «DuPont») relativas às películas para artes gráficas e às chapas para impressão em *offset*.

(2) Por decisão de 29 de Setembro de 1997, a Comissão determinou a prorrogação da suspensão da concentração notificada, nos termos do n.º 2 do artigo 7.º e do n.º 2 do artigo 18.º do regulamento das concentrações. Em 9 de Outubro de 1997, a Comissão decidiu dar início ao processo previsto no n.º 1, alínea c), do artigo 6.º do regulamento das concentrações. Em 24 de Novembro de 1997, a Comissão, nos termos do n.º 1 do artigo 18.º do regulamento das concentrações, transmitiu as suas objecções à parte notificante.

I. AS PARTES

(3) A Bayer AG é uma empresa química e farmacêutica diversificada. A Agfa AG é uma empresa que pertence ao grupo Bayer e que fabrica produtos

⁽¹⁾ JO L 395 de 30. 12. 1989, p. 1 (versão rectificada JO L 257 de 21. 9. 1990, p. 13).

⁽²⁾ JO C 238 de 29. 7. 1998.

fotográficos, sistemas técnicos de imagem e sistemas gráficos, nomeadamente através das suas filiais Agfa-Gevaert AG (Alemanha) e Agfa-Gevaert NV (Bélgica).

- (4) A DuPont, com sede nos Estados Unidos da América, é um grupo de empresas diversificado à escala mundial, que desenvolve as suas actividades simultaneamente nos sectores químico e da energia.
- (5) Tanto a Agfa como a DuPont produzem a nível mundial películas para artes gráficas e chapas para impressão em *offset*. Fornecem igualmente equipamento e produtos químicos para artes gráficas e prestam serviços de manutenção.

II. A OPERAÇÃO

- (6) Em 29 de Julho de 1997, a Agfa e a DuPont concluíram um acordo nos termos do qual as actividades de artes gráficas e de impressão da DuPont a nível mundial passavam a ser propriedade a 100 % da Agfa: O acordo consiste na aquisição das actividades da empresa americana E.I.DuPont de Nemours & Company no sector das artes gráficas e da impressão. A operação é efectuada através das filiais supramencionadas da Agfa AG, a Agfa-Gevaert AG e a Agfa-Gevaert NV, que adquirirão as referidas actividades à DuPont (incluindo a I & D, a produção, a distribuição, os produtos químicos e a prestação de serviços). Os activos correspondentes situam-se principalmente na Alemanha no que diz respeito à produção de películas para artes gráficas e instalações de distribuição/prestação de serviços e no Reino Unido no que se refere às chapas de impressão em *offset*. A operação abrange igualmente a aquisição da totalidade das existências, da tecnologia e dos outros direitos de propriedade industrial associados ao exercício das actividades em questão, do *goodwill* e das informações sobre a clientela, bem como a aquisição de todas as acções e participações numa sociedade em comanda de prestação dos serviços de equipamento (DuPont Printing & Publishing GmbH & Co Kg.). As actividades de provas, que fazem parte do processo das artes gráficas (simulação do trabalho final), estão excluídas da operação.

III. CONCENTRAÇÃO

- (7) A operação referida *supra* constitui uma concentração na acepção do artigo 3º do regulamento das concentrações, uma vez que a Agfa adquire o controlo de uma parte da empresa DuPont na

acepção do nº 1 do artigo 3º do regulamento das concentrações.

IV. DIMENSÃO COMUNITÁRIA

- (8) O volume de negócios total a nível mundial das empresas em causa é superior a 5 000 milhões de ecus (Bayer: [...] (!) milhões). O volume de negócios total a nível comunitário de cada empresa é superior a 250 milhões de ecus (Bayer: [...] milhões de ecus, activos vendidos da DuPont: [...] milhões de ecus). Não realizam mais de dois terços do seu volume de negócios num único Estado-membro. Por conseguinte, a operação tem dimensão comunitária na acepção do nº 2 do artigo 1º do regulamento das concentrações e constitui um caso de cooperação no âmbito do artigo 58º do Acordo EEE.

V. APRECIÇÃO A NÍVEL DA CONCORRÊNCIA

1. Mercados do produto relevantes

- (9) A concentração afecta os sectores das películas para artes gráficas e das chapas para impressão em *offset*. Estes produtos são utilizados na reprodução de textos e de imagens em papel ou noutros suportes, actividade que pertence ao sector económico mais vasto da impressão e da edição e, mais precisamente, ao segmento das operações de impressão e de pré-impressão.
- (10) As películas para artes gráficas e as chapas para impressão em *offset* são utilizadas em diferentes fases do processo de impressão. Os produtos para artes gráficas permitem a conversão de textos e ilustrações em imagens numa película antes da sua passagem para uma chapa para impressão (*offset*). Ainda que existam outros meios de reprodução dos textos e/ou das imagens, por exemplo a impressão por jacto de tinta, considera-se que a tecnologia *offset* produz um resultado mais nítido e é utilizada quando é necessário um número elevado de cópias. De qualquer modo, nem a parte notificante nem qualquer dos concorrentes e clientes contactados pela Comissão durante o seu inquérito solicitaram que fossem tomados em consideração outras tecnologias de impressão na definição de mercado do produto relevante.
- (11) No sector das operações de impressão e de pré-impressão, as películas para artes gráficas e as chapas para impressão em *offset* são vendidas quer directamente aos utilizadores finais quer a revendedores. Os primeiros pertencem aos sectores da impressão e da edição: por exemplo, editores de jornais, tipografias e impressores de embalagens. Quanto aos revendedores são igualmente denominados grossistas, distribuidores ou retalhistas. A parte notificante considera que estes revendedores,

(!) No texto da presente decisão destinado a publicação, determinadas informações, colocadas entre parênteses rectos [...] foram omitidas, ou substituídas por margens amplas, nos termos do disposto no nº 2 do artigo 17º do Regulamento (CEE) nº 4064/89, no que respeita aos segredos comerciais.

ainda que tenham uma dimensão variável e possam oferecer uma gama mais ou menos vasta de produtos e/ou serviços, devem ser considerados como um grupo homogéneo para efeitos de uma análise da concorrência. A parte notificante considera, com efeito, que todos desempenham fundamentalmente a mesma função, ou seja, a revenda dos produtos em causa, e encontram-se basicamente sujeitos às mesmas condições, com a única diferença de que os de maior dimensão (por exemplo) que prestam igualmente alguns serviços de pós-venda, podem beneficiar de condições mais favoráveis (preços) do que os retalhistas de menores dimensões. Ressalta do inquérito da Comissão que a análise apresentada pela parte notificante é razoável. Por conseguinte, utilizar-se-á seguidamente o termo «revendedores» para designar todas as partes cuja actividade consiste em revender os produtos em causa.

(12) Para além disso, o inquérito da Comissão revelou que os revendedores e os utilizadores finais beneficiam de condições semelhantes, decidindo-se as eventuais diferenças principalmente na base de condições objectivas (tais como reduções associadas ao volume das compras ou aos serviços suplementares fornecidos pelos revendedores). Por outro lado, em certas áreas geográficas do EEE as vendas por parte dos revendedores são efectuadas com base numa exclusividade territorial, que exclui a concorrência nessa área geográfica entre o fabricante e o revendedor. Para além disso, nessas áreas em que teoricamente um cliente pode escolher entre comprar directamente ao produtor ou a um revendedor, os dados fornecidos pela Agfa e pela DuPont revelam que determinadas categorias de clientes, por exemplo, os grandes editores de jornais, se abastecem directamente junto do produtor e a concorrência entre vendas directas pelos produtores e as vendas através dos revendedores é apenas marginal, uma vez que as condições são praticamente as mesmas nos dois casos. Por conseguinte, não se justifica considerar a existência de um mercado distinto para o estágio da distribuição; o termo «clientes» será, por conseguinte, seguidamente utilizado tanto para designar os utilizadores finais como os revendedores.

(13) A parte notificante distingue cinco mercados do produto relevante no domínio das películas para artes gráficas e quatro no que se refere às chapas para impressão em *offset*. Baseia-se para tal nas características técnicas do material de base, na técnica de produção (tradicional ou digital) utilizada e nas diferentes aplicações dos diversos tipos de películas e de chapas. Para as partes, o facto de determinados produtos poderem ter, *grosso modo*, utilizações semelhantes na perspectiva do consumidor é compensado pelas propriedades específicas desses produtos que se encontram ligados a um sistema próprio, o que significa que o tratamento de uma película ou de uma chapa específica exige um equipamento adaptado e dispendioso. A quase totalidade dos concorrentes e dos clientes que responderam ao inquérito da Comissão concor-

daram que os produtos referidos no ponto 14 e seguintes não são substituíveis entre si e pertencem a mercados do produto distintos.

(14) A parte notificante declarou, por conseguinte, ser possível definir os seguintes nove mercados do produto:

Películas para artes gráficas:

- película fotográfica,
- película de contacto,
- película sensível ao laser azul,
- película sensível ao laser vermelho,
- película sensível ao laser infra-vermelho.

Chapas para impressão em *offset*:

- chapas positivas,
- chapas negativas,
- chapas para a tecnologia CtP (computador-chapa),
- chapas electroestáticas.

De um modo geral, o termo «consumíveis» é utilizado na presente decisão para designar de uma forma mais global estas duas categorias de produtos.

Mercados das películas para artes gráficas

(15) As películas fotográficas e as películas de contacto são utilizadas nos processos analógicos tradicionais, através dos quais as imagens ou o texto são transpostos para uma película. No caso das películas fotográficas, as imagens são fixadas na película por exposição (fotográfica), dando origem a uma película em que as imagens originais são reproduzidas em imagens em meios-tons. As películas de contacto podem ser utilizadas para manipular imagens em meios tons existentes, por exemplo, para corrigir a cor de imagens já fixadas em película fotográfica e/ou para montar imagens. A exposição à informação original ocorre por contacto directo, no denominado fotograma de contacto. Dado que este tipo de películas exige um equipamento diferente e tem aplicações (a jusante) que divergem das das películas fotográficas — que apresentam um grau de substituíbilidade limitado —, a parte notificante considerou que se tratava de dois mercados do produto distintos, o que é confirmado simultaneamente pelos concorrentes e clientes.

(16) As películas fotossensíveis são utilizadas nos processos ditos digitais em que a exposição se efectua através de um laser e as imagens são manipuladas por computador. Uma vez que as técnicas e os equipamentos utilizados não são os mesmos que nos processos analógicos referidos *supra*, este tipo de películas deve ser distinguido das películas fotográficas e das películas de contacto. Existem três categorias de películas fotossensíveis: sensível ao laser azul, sensível ao laser vermelho ou sensível ao laser infra-vermelho. Estas três técnicas de laser correspondem à evolução tecnológica sucessiva e permitem aplicações de níveis de qualidade diferentes, em função das necessidades dos clientes.

Cada categoria de películas fotossensíveis exige a utilização de um equipamento específico, em função do tipo de laser. Por exemplo, as películas sensíveis ao laser azul não são compatíveis com o equipamento de laser vermelho. Esta é a razão pela qual estas três categorias são consideradas não substituíveis entre si do ponto de vista dos utilizadores finais, pertencendo a mercados do produto distintos. O inquérito da Comissão confirmou a posição da Agfa relativamente a este ponto.

- (17) Tendo em conta o que precede, a Comissão concorda com a parte notificante quanto ao facto de o sector das películas para artes gráficas poder ser considerado, para efeitos do presente processo, como incluindo cinco mercados do produto distinto.

Mercados das chapas de impressão em offset

- (18) A Comissão examinou a possibilidade de distinguir, tal como apresentado pela parte notificante, quatro mercados do produto diferentes neste domínio, sobretudo a distinção entre chapas para impressão positivas e chapas de impressão negativas. Para o efeito, examinou a situação do lado da oferta e da procura.

- (19) Do lado da procura, uma maioria esmagadora da clientela (utilizadores finais e revendedores) admitiu a existência de mercados diferentes para as chapas positivas e negativas (bem como para as chapas CtP e electroestáticas). As chapas positivas são revestidas de uma camada extremamente sensível à luz e exigem películas originais positivas e um tratamento através de reveladores de positivos (produtos químicos); são geralmente utilizadas para a impressão (a cores) de alta qualidade. Com as chapas negativas, a sensibilidade da camada química da chapa de impressão não é a mesma e utiliza-se uma película e um revelador de negativos. Estas chapas têm aplicações diferentes das chapas positivas e são essencialmente utilizadas no domínio da edição de jornais em que considerações de rapidez e fiabilidade se sobrepõem à qualidade da imagem. Estes dois tipos de chapas dão por conseguinte resposta a necessidades diferentes da clientela.

- (20) Para além disso, segundo a Agfa, os clientes, após terem escolhido um determinado tipo de chapa, normalmente nunca mais mudam, uma vez que toda a sua cadeia de produção, incluindo o equipamento de processamento das chapas, as películas e os produtos químicos necessários, é adaptada quer às chapas positivas quer às chapas negativas. Ainda que não existam dados exactos relativamente a este aspecto, passar de um sistema para outro revela-se indubitavelmente muito caro: o facto de mudar de material para o processamento das películas, por exemplo, implica por si só um custo de cerca de 10 000 ecus por máquina.

- (21) Resulta do que precede que, a nível da procura, as chapas de impressão positivas e negativas constituem mercados do produto distintos.

- (22) No que diz respeito às chapas CtP e às chapas electroestáticas, é conveniente tomar ainda em consideração os seguintes elementos. A tecnologia «directamente para a chapa» é diferente na medida em que elimina a utilização da película, sendo as imagens directamente transferidas para a chapa de impressão. Quando o original provém de informações digitais, transferidas através de laser, a tecnologia é designada CtP «computador-chapa». Esta tecnologia exige um equipamento específico (fixadores de chapas digitais) e um tipo específico de chapas de impressão, diferentes das chapas positivas ou negativas tradicionais. Por esta razão as chapas para tecnologia CtP devem ser consideradas como constituindo um mercado do produto distinto. Este ponto de vista é o da parte notificante e é partilhado por quase todos os concorrentes e clientes.

- (23) Existem fundamentalmente cinco sistemas diferentes que utilizam a tecnologia CtP: fotopolímeros, prata, mistos (misto de fotopolímero e prata), térmico no cilindro de impressão e térmico na chapa de *offset*. Estes sistemas dão de uma forma geral resposta a uma mesma necessidade do cliente: a vantagem da tecnologia CtP consiste em eliminar a utilização de películas na produção de chapas para impressão em *offset*. Uma vez que a sua introdução é relativamente recente e que os diversos sistemas CtP, segundo os clientes e os produtores, entram directamente em concorrência entre si, e tendo em conta igualmente, a impossibilidade, na fase actual de desenvolvimento do mercado, de prever se um ou vários destes sistemas se generalizarão no mercado deve considerar-se, para efeitos do presente processo, que todas as chapas CtP fazem parte de um único mercado do produto. Os concorrentes e os clientes concordam igualmente com este ponto de vista.

- (24) Uma outra tecnologia «directamente para a chapa» recorre à electrofotografia, em combinação com as chapas electroestáticas. Trata-se também nesse caso de um processo sem contacto, mas que é considerado inferior à tecnologia CtP, mais moderna. Uma vez que a DuPont não se encontra presente no mercado das chapas electroestáticas, este mercado não é afectado pela concentração.

- (25) No que diz respeito à oferta foram tidos em consideração diversos factores. A grande maioria dos fornecedores (sete em nove) indicou à Comissão que concordava em considerar que as chapas positivas e negativas constituíam mercados do produto distintos (tal como as chapas CtP e as chapas electroestáticas). Ainda que determinados fabricantes possam utilizar as mesmas linhas de produção para diferentes categorias de chapas, a probabilidade de passarem de um tipo de produto para outro é reduzida, pelas razões que se seguem.

- (26) Em primeiro lugar, o inquérito revelou que apenas alguns produtores fabricam efectivamente todos os tipos de chapas. De acordo com dados disponíveis relativamente a 1996, apenas três empresas (a Agfa, a DuPont e a Polychrome) produzem chapas CtP no EEE e duas (a Agfa e a Polychrome) chapas electroestáticas.
- (27) Em segundo lugar, nem todas as linhas de produção instaladas têm capacidade para produzir chapas negativas e positivas em alternativa. Por exemplo, das [...] linhas de produção da DuPont, apenas [...] oferece esta possibilidade, enquanto na Agfa [...] linha em cada [...] não permite fabricar todos os quatro tipos de chapas.
- (28) Em terceiro lugar, mesmo quando as linhas de produção permitem o fabrico de chapas positivas e negativas (e outras) alternativas, tal implica a interrupção da produção e no mínimo a alteração da composição química da camada a aplicar bem como a regulação das máquinas. A Agfa/DuPont comunicou que esta operação não era muito complicada do ponto de vista técnico, mas não forneceu quaisquer dados quanto ao seu eventual custo. No entanto, segundo um dos produtores inquiridos, ainda que uma tal alteração não coloque grandes dificuldades a nível técnico, custaria entre 350 00 e 800 000 ecus.
- (29) Em quarto lugar, para além dos custos directos associados à reafecção do equipamento, um fabricante que pretendesse passar a produzir e a vender mais chapas positivas ou negativas deverá ter em consideração os custos de obtenção de uma (nova) clientela, criando ou expandindo a sua própria rede de vendas, uma vez que as chapas positivas e negativas se destinam geralmente a categorias diferentes de utilizadores e, no que diz respeito às chapas negativas, as vendas são em grande parte efectuadas directamente pelos próprios produtores e em menor medida pelas redes de distribuição (existentes). Relativamente a este aspecto, um concorrente comunicou que devido aos custos de distribuição suplementares inerentes ao mercado das chapas negativas, se concentraria no mercado das chapas positivas em que podia utilizar os circuitos de distribuição existentes. A constituição de uma clientela tem igualmente um custo resultante da existência dos designados contratos globais celebrados com os utilizadores finais (ver secção V.3.A).
- (30) Para além do que precede, dado que, segundo a parte notificante, os custos de produção são mais ou menos os mesmos para os diferentes tipos de chapas, poder-se-ia esperar que em caso de substituição imediata se exercessem, num mercado como o mercado em causa, normalmente pressões concorrenciais no sentido da convergência das margens e dos preços de venda médios de todos os tipos de chapas. Ora, estes são visivelmente diferentes: em 1996, o preço médio de uma chapa negativa no EEE atingia 6,54 ecus, enquanto era de 6,07 ecus em relação a uma chapa positiva (ou seja, uma diferença de 7,12 %), de 9,61 ecus para uma chapa CtP (diferença de 31,9 %) e de 9,14 ecus no que diz respeito às chapas electroestáticas (diferença de 28,4 %). Quanto às margens, a diferença é de [...] para a Agfa entre as chapas positivas e negativas e, no caso da DuPont, pode elevar-se até [...]. Para além disso, existem grandes diferenças em termos de quotas de mercado. Assim, em 1996, a DuPont tinha uma quota de [< 15 %], a Agfa [< 20 %], a Horsell-Anitec [< 17 %] e a Lastra [< 13 %] no mercado das chapas positivas, enquanto as suas quotas, no mercado das chapas negativas, atingiam respectivamente [< 30 %], [< 30 %], [< 7 %] e [< 5 %].
- (31) Tendo em conta todos estes elementos, a Comissão considera que, paralelamente aos argumentos relativos à ausência de substituíbilidade do lado da procura, a ausência de substituíbilidade imediata a nível da oferta vem confirmar a existência de mercados do produto distintos relativamente às chapas de impressão positivas, negativas, CtP e electroestáticas.
- Mercados do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços*
- (32) Segundo a parte notificante, o fornecimento do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços deve simplesmente ser considerado como «acessório» do mercado de películas para artes gráficas e de chapas para impressão em *offset*. Não se trata, na sua opinião, de mercados do produto distintos. No entanto, as informações recebidas de diversos concorrentes e clientes revelam que podem existir mercados distintos em relação ao fornecimento do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços, sendo mesmo possível estabelecer no interior destes mercados uma subdivisão suplementar.
- (33) O equipamento consiste, por exemplo, em equipamento de processamento de imagem, tal como câmaras utilizadas para captar imagens e/ou textos, e equipamento (digital) necessário para transferir as imagens ou o texto para a película. É igualmente necessário um equipamento especializado para o processamento das chapas de impressão, a fim de que estas possam ser utilizadas nas máquinas de impressão. Tanto a DuPont como a Agfa fornecem este tipo de equipamento que fabricam em parte elas próprias ou que mandam fabricar a terceiros («produção OEM»). A capacidade de os produtores de películas e de chapas fornecerem também o equipamento significa que os clientes podem abastecer-se segundo uma fórmula de «balcão único». A par destes produtores, contudo, existem igualmente fabricantes independentes especializados na produção do equipamento em questão.
- (34) Dada a ligação existente entre certos tipos de equipamento e os produtos nele utilizados (películas e chapas), é possível pensar-se que se justifica uma

definição mais estreita do que a proposta pela parte notificante no que diz respeito aos mercados do equipamento utilizado para os diversos tipos de películas e de chapas (por exemplo, fixadores de imagem para as películas sensíveis ao laser vermelho e os processadores para as chapas de impressão). No entanto, esta questão da existência de um ou de vários mercados do produto relativamente ao equipamento pode ser deixada em aberto dado que mesmo uma definição de mercado mais estreita como esta não colocaria problemas a nível da concorrência.

- (35) Os produtos químicos consistem principalmente em reveladores e fixadores. São fornecidos pela Agfa e pela DuPont, bem como por outros produtores de películas para artes gráficas e de chapas *offset* e por outros fabricantes. Tal como em relação ao equipamento, os produtos químicos são frequentemente adquiridos junto do fornecedor que vende já os produtos consumíveis (películas e chapas). Dado que são utilizados sempre com tipos de chapas e películas específicas, uma definição mais estreita do mercado destes produtos químicos pode igualmente parecer apropriada. Também neste caso, no entanto, a questão pode ficar em aberto dado que mesmo face a esta definição mais estreita do mercado não surgem problemas a nível da concorrência.
- (36) Quanto à prestação de serviços, esta consiste nomeadamente em assegurar o serviço pós-venda (manutenção do equipamento supramencionado). Estes serviços podem ser fornecidos por diversos prestadores, mas são-no frequentemente pelos próprios fornecedores de equipamento, o que leva a pensar que se encontram directamente associados à venda do equipamento. No entanto, alguns fornecedores oferecem os seus serviços independentemente da venda do equipamento, podendo existir assim um mercado distinto para estes serviços, mesmo a nível de certos tipos de materiais ou marcas específicas. Contudo, a questão da definição do mercado dos serviços de manutenção do equipamento pode ficar em aberto, dado que mesmo uma definição deste tipo não colocaria problemas a nível da concorrência.

2. Mercados geográficos relevantes

Mercados das películas para artes gráficas e das chapas para impressão em offset

- (37) De acordo com a parte notificante, os mercados geográficos relevantes das películas para artes gráficas e das chapas para impressão em *offset* são o EEE.
- (38) Durante o inquérito realizado, a Comissão considerou a questão de saber se o mercado geográfico relevante poderia ser mais limitado (nacional) ou mais vasto.
- (39) No que diz respeito à eventual definição de mercados geográficos mais limitados, o inquérito revelou que em cada um dos mercados do produto em causa se verificam fluxos comerciais significa-

tivos entre os Estados-membros. Existe um número limitado de instalações de produção em todo o EEE e revendedores de vários Estados-membros compram directamente a essas instalações. Não existem quaisquer obstáculos de carácter legislativo ou técnico às importações. Para além disso, as tendências de preços nos vários Estados-membros, nos últimos três anos, demonstraram em grande medida uma tendência semelhante em todo o EEE.

- (40) No que diz respeito à eventual definição de mercados geográficos mais vastos, os clientes em geral não consideram que os fornecedores que não vendem a partir do EEE sejam fontes alternativas. As principais razões apresentadas são as seguintes: a proximidade do cliente e a necessidade de dar uma resposta rápida à procura por parte do cliente. Além disso, uma análise das tendências de preços no mercado em diferentes regiões do mundo durante o período 1992-1996 revelou que no EEE se tinha verificado uma diminuição constante dos preços, enquanto por exemplo nos EUA, os preços em 1996 tinham sido mais elevados do que em 1992.
- (41) Por estas razões, a Comissão concorda com a definição de mercado geográfico proposta pela parte notificante. Por outro lado, os clientes e concorrentes inquiridos pela Comissão confirmaram quase todos que o mercado geográfico em causa é o EEE.

Mercados do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços

- (42) A definição do mercado geográfico do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços pode ser deixada em aberto, uma vez que em todas as definições alternativas de mercado mais estreito consideradas (nomeadamente, o mercado nacional para os serviços e o EEE para o equipamento e os produtos químicos), tal não daria origem a problemas a nível da concorrência.

3. Apreciação

- (43) Conclui-se que a concentração notificada criará uma posição dominante para a Agfa no mercado do EEE das chapas negativas para impressão. Nos mercados das películas para artes gráficas e nos mercados das chapas positivas para impressão em *offset* e das chapas CtP, considera-se que a operação não conduz à criação nem ao reforço de uma posição dominante.

Observações gerais

- (44) De acordo com as partes e com quase todos os fornecedores, a dimensão do mercado e as quotas de mercado apresentadas são mais fidedignas quando calculadas com base no volume (em metros quadrados) do que com base no valor. Pode concluir-se do inquérito da Comissão que não existem em geral diferenças de preços significativas entre concorrentes, o que tornaria menos fiável a utilização do volume enquanto base em vez do valor.

A. Efeitos da concentração no mercado das chapas negativas para impressão

Dimensão do mercado

- (45) Com base nas vendas comunicadas pela Agfa e pela DuPont, bem como pelos seus principais concorrentes, a Comissão considera que as vendas totais de chapas negativas no EEE se elevou a cerca de 30,9 milhões de m² em 1996. De acordo com as previsões apresentadas pela parte notificante, o mercado das chapas negativas continuará a aumentar 2-3 % por ano, pelo menos nos próximos cinco anos.

Quotas de mercado

- (46) As quotas de mercado cumuladas da Agfa e da DuPont e dos seus principais concorrentes no EEE são as indicadas no quadro *infra*. Note-se que em 1 de Dezembro de 1997, a Kodak e a Sun Chemical, proprietária da Polychrome, notificaram à Comissão ⁽¹⁾ a fusão das suas actividades no sector das artes gráficas (incluindo as actividades a nível das chapas para impressão em *offset*), através da criação de uma empresa comum denominada «Kodak Polychrome Graphics». Consequentemente, a posição da Kodak e da Polychrome é avaliada conjuntamente neste documento, quer no que diz respeito ao mercado das chapas negativas quer no que diz respeito aos mercados de outras películas e chapas.

CHAPAS NEGATIVAS	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 %
Outras	< 6 %	< 6 %	< 6 %
Total	100 %	100 %	100 %
Total 1 000 m ²	28 950	30 064	30 964

Posição da nova entidade

- (47) A quota de mercado cumulada da Agfa e da DuPont foi de [< 55] % em 1996. Entre 1994 e 1996, a Agfa conseguiu aumentar ligeiramente a sua quota de mercado, enquanto a quota de mercado da DuPont diminuiu de [< 35] % para [< 30] %, correspondendo a maior redução a 1996. Apesar da diminuição da sua quota de mercado combinada, a nova entidade será 2,5 vezes maior (em termos de quota de mercado) do que o seu concorrente mais próximo (a Kodak/Polychrome), tendo os outros concorrentes quotas de mercado inferiores a 10 %.

- (48) A Agfa declara que, após a operação, as quotas de mercado conjuntas da Agfa e da DuPont diminuiriam de vários pontos percentuais como resultado da própria operação, devido ao facto de os clientes que se abasteciam anteriormente quer junto da Agfa quer junto da DuPont (em especial os editores de jornais), decidirem, a fim de garantir uma fonte alternativa de abastecimento, começar a comprar a um fornecedor diferente. A Agfa demonstrou que as vendas, que representavam cerca de [< 5] % da quota de mercado combinada da Agfa e da DuPont, poderiam ser afectadas por essas decisões. Contudo, a Agfa informou a Comissão da sua intenção de continuar a vender os tipos de chapas da DuPont através dos actuais canais de venda da DuPont, a fim de que as chapas desta empresa permanecessem como uma fonte distinta de abastecimento para esses utilizadores finais. Para além disso, pode esperar-se como resultado de outras alianças, nomeadamente, a empresa comum recentemente anunciada entre a Kodak e a Polychrome e a decisão da International Paper tomada em Outubro de 1997 no sentido de vender a sua filial Horsell-Anitec, uma reacção semelhante por parte dos clientes, em resultado da qual a Agfa e a DuPont poderão conquistar quota de mercado.

- (49) No EEE, a capacidade combinada da Agfa e da DuPont é de [. . .] milhões de m². A utilização da capacidade da Agfa e da DuPont era de [. . .] e [. . .] respectivamente, enquanto a dos seus principais concorrentes era mais elevada (ver *infra* posição dos concorrentes). A nova entidade terá por conseguinte capacidade disponível suficiente para dar resposta ao aumento previsto da procura.

Posição dos concorrentes

- (50) Os principais concorrentes no mercado das chapas negativas para impressão são a Kodak/Polychrome, a Fuji, a Horsell-Anitec e a Lastra. Destes concorrentes, a maior parte deteve quotas de mercado estáveis durante o período de 1994-1996, à excepção da Kodak/Polychrome e da Fuji, que aumentaram as suas quotas de mercado em 4 % e 2 %, respectivamente. Note-se que, ao contrário do

⁽¹⁾ JO C 372 de 9. 12. 1997, p. 19.

que acontece nos mercados das películas para artes gráficas, a acumulação de quotas de mercado não é tal que a nova empresa comum entre a Kodak e a Polychrome se tenha tornado um concorrente muito mais forte, uma vez que a Kodak tinha tido uma quota de mercado inferior a 4 % em 1996.

- (51) Em 1996, a capacidade do maior concorrente no EEE foi inferior a 35 milhões de m², em comparação com [< 80] milhões de m² em relação à nova entidade. A utilização da capacidade dos principais concorrentes situou-se entre 75 % e 95 %. Esta situação revela que, tal como a nova entidade, os concorrentes têm igualmente capacidade para dar resposta a um aumento da procura no mercado, mas que, em comparação, a Agfa teria muito mais interesse em fazê-lo.

Desaparecimento da DuPont enquanto concorrente

- (52) A DuPont, com [< 30] % do mercado do EEE, detém uma posição líder semelhante à da Agfa ([< 30] %), e constitui uma importante força no mercado das chapas negativas. Tal é confirmado por uma parte significativa dos revendedores e utilizadores finais. Dos que enviaram uma resposta ao questionário da Comissão, 42 % dos revendedores e 31 % dos utilizadores finais apresentaram expressamente comentários em relação a este ponto, referindo que após a concentração, e na ausência da DuPont enquanto concorrente, passariam a ter menos escolha, os preços deixariam de diminuir ou teriam de aceitar aumentos de preços.
- (53) Em relação à diminuição da quota de mercado da DuPont, é importante notar que a decisão da DuPont de vender as suas actividades de películas de artes gráficas e de chapas para impressão em *offset* remonta a 1994 e que este facto é do conhecimento público, o que levou os clientes a procurarem outros fornecedores. Uma outra explicação para a redução das vendas, de acordo com a DuPont, refere-se ao facto de em 1996 a DuPont ter aumentado [...] % o seu preço médio das chapas negativas, enquanto os preços médios no mercado diminuíram [...] %.

Poder de compra

- (54) De acordo com a Agfa, cerca de [> 50] % das vendas de chapas negativas da Agfa e da DuPont são efectuadas directamente a utilizadores finais, tais como editores de jornais, que representam a maior parte destas vendas. No entanto, ao mesmo tempo a Agfa refere igualmente o facto de o número total de editores de jornais no EEE ser de 1 900, enquanto existem pelo menos 32 080 utilizadores finais, essencialmente editores, tipografias e impressores de embalagens. Para além disso, existem mais de 700 revendedores. Deve notar-se que para os utilizadores finais, as chapas negativas

representam apenas em geral cerca de 1 %-5 % dos seus custos totais de produção. Por outro lado, os dez principais utilizadores finais (jornais) da Agfa que adquirem chapas da Agfa e da DuPont representam, em conjunto, apenas [< 20] % das vendas de chapas negativas da Agfa e [< 20] % das da DuPont. Estes clientes provenientes da imprensa geralmente não mantêm existências significativas de chapas negativas, pelo que estão dependentes dos produtores que podem assegurar entregas rápidas e segurança a nível do abastecimento. Para além disso, os utilizadores finais, incluindo os editores de jornais, não pareceriam ter uma posição muito significativa nos seus próprios mercados, o que de outro modo poderia conferir-lhes uma melhor posição negocial. Por conseguinte, dado o nível de fragmentação dos clientes, não pode alegar-se que os clientes tenham um poder de compra significativo.

- (55) Além disso, o volume de compras relativo dos utilizadores finais e dos revendedores da Agfa/DuPont diminuirá após a operação tendo em conta o maior volume global de vendas da nova entidade e o facto de os grandes clientes não serem em geral os mesmos para a Agfa e para a DuPont.
- (56) Em conclusão, tomando em consideração a pequena proporção que os utilizadores finais e os revendedores representam, a título individual, nas vendas da Agfa e da DuPont, não se afigura que os clientes tenham actualmente, ou venham a ter no futuro, um poder de compra significativo. Tal foi igualmente confirmado pelas respostas de clientes ao inquérito da Comissão, tendo 16 % destes indicado que teriam de aceitar aumentos de preços após a operação.

Concorrência potencial

- (57) No caso presente, na análise da concorrência potencial deve considerar-se em primeiro lugar o nível de concorrência potencialmente exercido pelos produtores já presentes no mercado e que poderiam desenvolver uma capacidade de produção adicional e, em segundo lugar, a eventual entrada de novos concorrentes no mercado do EEE.

Concorrentes actuais

- (58) Para avaliar se a futura concorrência dos concorrentes já existentes nos mercados das chapas para impressão em *offset* restringiria suficientemente a posição da nova entidade, procedeu-se a uma análise dos actuais concorrentes.

a) Utilização da capacidade de produção

- (59) Os principais fornecedores existentes nos mercados das chapas para impressão são a Kodak/Polychrome, a Fuji, a Lastra e a Horsell. No que diz

respeito à Kodak/Polychrome, a Kodak não possui qualquer capacidade de produção no EEE. Em 1996, a Polychrome registava uma taxa de utilização da capacidade superior a [...]%. Regista igualmente vendas significativas a nível das chapas positivas e das chapas CtP e terá também, por conseguinte, que manter uma reserva de capacidade disponível para dar resposta à procura destes produtos. Note-se que as chapas CtP constituem um mercado em rápida expansão em que as margens são mais elevadas do que no mercado das chapas negativas, pelo que será mais interessante utilizar a capacidade de produção disponível para fabricar chapas CtP, o que restringirá a sua flexibilidade para aumentar ainda mais a sua produção de chapas negativas. A Fuji, que instalou uma fábrica de produção no EEE em 1993, atingiu já uma taxa de utilização da capacidade superior a [...]%. Tanto quanto é do conhecimento da Comissão, não existem quaisquer planos para a instalação de novas capacidades de produção. A Fuji vende três vezes mais chapas positivas do que negativas e começou a vender chapas CtP, pelo que terá igualmente que manter a parte essencial da sua capacidade disponível para um aumento a nível das chapas positivas e das chapas CtP. Assim, a Fuji declarou que não tem dimensão quer a nível da produção quer a nível das vendas para proceder a novas incursões significativas no mercado das chapas negativas nos próximos dois a três anos. A Horsell, principalmente activa no mercado das chapas positivas (mais de [...]% das suas vendas) tinha uma taxa de utilização da capacidade superior a [...]%. Note-se que, no último trimestre de 1997, se teve conhecimento de que a International Paper, proprietária da Horsell, tinha decidido vender estas actividades, pelo que não se pode esperar que proceda a gastos importantes a fim de expandir as suas actividades a nível das chapas negativas, uma vez que se trata principalmente de um fornecedor de chapas positivas. A Lastra, que vende principalmente no mercado das chapas positivas (mais de [...]% das suas vendas totais de chapas) tinha uma taxa de utilização de capacidade superior a [...]%.

(60) Para além dos factores supramencionados, e especificamente no que diz respeito à Lastra e à Horsell, a fim de se poder afectar qualquer capacidade suplementar à produção e venda de chapas negativas para impressão, estas empresas teriam de criar uma nova base de clientela, uma vez que a maior parte dos utilizadores finais de chapas negativas são editores de jornais, que se abastecem em geral directamente junto dos produtores. A fim de aumentar as suas vendas de chapas negativas, teriam de criar uma rede, que se considera implicar custos muito elevados. A Lastra, por exemplo, não dispõe de uma força de vendas directas, excepto em Itália. Mesmo na Itália, a DuPont perdeu, de acordo com as suas informações, apenas dois clientes a favor da Lastra, embora a DuPont alegue que se confronta com uma concorrência acesa por parte da Lastra.

(61) Em comparação com a posição dos seus concorrentes, a Agfa/DuPont tem de longe a maior reserva de capacidade e, após a operação, a parte da DuPont desta reserva de capacidade deixa de ser onerada por elevados custos de amortização. Dispondo de economias de escala quer a nível da produção quer a nível das vendas, aspecto considerado por muitos concorrentes como um elemento-chave da forte posição da nova entidade. Uma vez que a DuPont deixará de perder quota de mercado, prevendo-se mesmo uma inversão dessa tendência, deixa de existir a possibilidade de outros candidatos conquistarem clientes à DuPont, a não ser que possam realizar melhores economias de escala ou fornecer uma melhor gama de produtos. Tal é ainda mais improvável, uma vez que a DuPont e a Agfa, que são os dois principais concorrentes no mercado, complementam entre si as suas gamas de produtos, que eram já as mais extensas do mercado. Para além disso, a nova entidade terá as condições de custos mais competitivas na perspectiva de um eventual aumento da produção e a sua rede de distribuição e a sua base de clientela são mais desenvolvidas do que as dos seus concorrentes, encontrando-se a Agfa/DuPont bastante bem posicionada em todos os mercados das chapas.

(62) Os factores supramencionados demonstram que os concorrentes que têm uma posição significativa no mercado das chapas negativas têm já uma elevada taxa de utilização da capacidade e que os concorrentes com mais capacidades disponíveis não têm uma rede de distribuição e uma base de clientela que lhes permita aumentar as vendas. Em especial, uma vez que a posição da nova entidade em termos de capacidade disponível, rede de distribuição, acesso aos clientes e cobertura de produtos será de longe melhor do que as das outras empresas, considerava-se que uma concorrência potencial exerceria uma pressão competitiva insuficiente para restringir o poder de mercado da nova entidade.

b) Acesso aos clientes

(63) A maior parte dos utilizadores finais e revendedores inquiridos pela Comissão referiu dificuldades na mudança de fornecedor de chapas negativas. A Comissão considera que apesar de ser teoricamente possível mudar para uma chapa negativa fornecida por outros produtores, tal situação na prática é limitada pelos factores que se seguem.

(64) Em primeiro lugar, mudar de fornecedor é mais difícil quando o utilizador final concluiu um contrato global. Tradicionalmente, os fornecedores concluem um acordo no âmbito do qual fornecem equipamento gratuitamente ou em condições favoráveis, mas o cliente concorda em adquirir os seus consumíveis (películas e chapas) ao fornecedor do equipamento por um determinado período, em geral dois a três anos, sendo o custo do equipamento incorporado nos preços cobrados pelos consumíveis. De acordo com o inquérito da Comissão, este tipo de acordo é comum no sector

das artes gráficas e das chapas para impressão, tendo os concorrentes informado a Comissão de que estes tipos de acordos são concluídos cada vez mais frequentemente.

- (65) Os dados fornecidos pela parte notificante indicam que cerca de [< 10] % das vendas totais da Agfa e cerca de [< 30] % das da DuPont são efectuadas no âmbito destes contratos globais. Estes dados são mais elevados em relação aos novos contratos. Por exemplo, no Reino Unido, em relação à DuPont cerca de [> 50] % dos novos contratos incluem cláusulas deste tipo contra cerca de [< 40] % nos actuais contratos. A Agfa não forneceu dados relativamente a este aspecto.
- (66) Os principais compradores de chapas negativas para impressão são os editores de jornais, os editores de livros, as tipografias e os impressores de embalagens, bem como os estabelecimentos especializados. Segundo a Agfa e a DuPont, os clientes não têm qualquer obrigação legal de continuar a comprar os consumíveis ao produtor que fornece o equipamento e organiza o seu financiamento. Um cliente pode decidir a qualquer momento liquidar a dívida relativa ao equipamento e passar a comprar os consumíveis a um outro fornecedor. Contudo, a Comissão considera, e tal como confirmado pelo seu inquérito, que para os utilizadores finais com uma capacidade financeira limitada, a possibilidade de pagar o remanescente da dívida é limitada. É provável que o utilizador final aguarde o termo da vigência do contrato global para encontrar um outro fornecedor equivalente de equipamento e de consumíveis e mesmo nessa altura a sua capacidade para mudar de fornecedor é limitada, especialmente se um concorrente não puder oferecer as mesmas condições devido a uma gama de produtos mais limitada. Relativamente a este aspecto, os dados fornecidos pela parte notificante indicam que menos de [...] % dos utilizadores finais que celebram este tipo de contrato decidem mudar de fornecedor antes do termo da vigência do mesmo e que apenas [...] % dos utilizadores finais muda realmente de fornecedor após o termo de vigência do contrato. A existência desses contratos constitui, por conseguinte, um obstáculo para os concorrentes que pretendam contestar a posição da Agfa/DuPont.
- (67) Um outro elemento para apreciar as possibilidades de mudança de fornecedor diz respeito à existência de acordos de exclusividade com fornecedores de equipamento, que se revelam importantes em relação à capacidade de a nova entidade e dos seus concorrentes concluírem contratos globais. Note-se, para além disso, que a Agfa e a DuPont vendem igualmente equipamento de fixação de chapas de processamento. Este equipamento é quer produzido internamente (DuPont), quer obtido, frequentemente numa base OEM, junto de fornecedores de equipamento independentes. Para além disso, a Agfa incluiu, em contratos com dois dos seus fornecedores de equipamento independentes, cláusulas de exclusividade, através das quais estes produtores não podem vender o equipamento em causa a concorrentes da Agfa quando o equipamento tiver sido fabricado com base em especifica-

ções Agfa. O facto de após a operação a Agfa poder propor contratos globais utilizando equipamento produzido internamente, enquanto alguns dos seus concorrentes (por exemplo, a Kodak/Polychrome, a Lastra e a Konika), não o podem fazer, coloca a Agfa numa posição mais forte para concluir esse tipo de acordos. Por conseguinte, as possibilidades de entregar equipamento directamente e a relação da Agfa/DuPont com os fornecedores de equipamento constitui um obstáculo suplementar para os concorrentes que pretendam contestar a posição da Agfa/DuPont através da oferta de contratos globais semelhantes.

- (68) Em segundo lugar, um factor limitativo para a mudança de fornecedor, pelo menos para um certo número de revendedores, consiste nos actuais acordos de distribuição exclusiva: esses revendedores só podem distribuir produtos Agfa ou DuPont respectivamente. A Agfa alegou que tais acordos são relativamente pouco importantes, uma vez que apenas [...] revendedores Agfa e [...] revendedores DuPont de um total de 700 revendedores no EEE estão vinculados por cláusulas deste tipo. Contudo, esses revendedores são frequentemente importantes, uma vez que cobrem uma ampla área, frequentemente todo o território de um Estado-membro, representando deste modo uma parte importante do volume de negócios da Agfa e da DuPont. A Agfa alegou que [< 60] % das vendas da Agfa de chapas para impressão em *offset* a revendedores e [< 10] % das vendas da DuPont de chapas para impressão em *offset* a revendedores no EEE se efectuam numa base de exclusividade. Nem a Agfa nem a DuPont forneceram dados específicos relativamente às vendas de chapas negativas. Considera-se que estes acordos de exclusividade existentes constituem obstáculos suplementares para os actuais concorrentes no sentido de estes poderem contestar a posição da Agfa/DuPont.
- (69) Em terceiro lugar, tal como referido por alguns utilizadores finais, uma mudança de fornecedor afectaria fundamentalmente o seu processo de produção, apesar de, segundo a Agfa, a mudança para um outro fornecedor de chapas negativas ser apenas uma questão de horas, através da recalibragem do equipamento existente. Contudo, os clientes declararam que na realidade necessitariam de um período entre um a três meses para procederem a testes de avaliação com equipamento recalibrado ou com equipamento novo antes de considerar a hipótese de mudarem o seu fornecedor de chapas negativas, uma vez que teriam de ter a certeza de que com chapas diferentes e equipamento potencialmente diferente obteriam a mesma qualidade no resultado final e devido ao facto de uma mudança ter um impacto sobre outras fases dos seus processos de impressão (por exemplo, alteração dos substratos, tintas e temperatura), que teriam de ser adaptados. Um factor considerado importante neste aspecto diz respeito às cláusulas de exclusividade que a Agfa mantém com certos fornecedores de equipamento, tal como referido no ponto 68, em resultado das quais o equipamento da Agfa é previamente ajustado às especificações das chapas negativas da Agfa, dificultando ainda mais

que os utilizadores finais tomem em consideração utilizarem chapas de um outro produtor. Além disso, um número significativo de utilizadores finais adquirem as suas chapas negativas a revendedores com quem têm relações de longo prazo. Tanto a Agfa como a DuPont mantêm cláusulas de exclusividade com alguns desses revendedores, que estão à partida excluídos da possibilidade de oferecerem a esses utilizadores finais chapas negativas de fornecedores alternativos.

- (70) No que diz respeito às possibilidades de mudança dos utilizadores, a Agfa alegou ainda que alguns clientes, por exemplo, os maiores editores de jornais, têm uma política baseada numa fonte alternativa de abastecimento, que confirmaria a realidade que mudar para chapas de um fornecedor diferente não constitui um problema. Contudo, a Comissão não considera este argumento convincente. Na realidade, apenas um número limitado de utilizadores finais (principalmente editores de jornais) parece prosseguir uma política deste tipo e não constitui um fenómeno generalizado do mercado das chapas negativas. De acordo com os dados fornecidos pela Agfa, [...] clientes que adquirem simultaneamente à Agfa e à DuPont representam [< 5] % da totalidade do mercado de chapas do EEE. O facto de alguns grandes clientes terem uma fonte alternativa de abastecimento deve-se à sua necessidade de continuarem a produzir quando a principal fonte de abastecimento não está disponível. No entanto, se recorrerem a um novo fornecedor, encontrarão os obstáculos acima referidos.
- (71) Em conclusão, a Comissão considera que não apenas o efeito perturbador da mudança de fornecedor para os utilizadores finais, como também a prática de subordinar as vendas de consumíveis às vendas de equipamento, e os acordos de exclusividade com os revendedores, constituem factores que limitam as possibilidades de os actuais concorrentes contestarem a posição da nova entidade. No que diz respeito aos contratos globais, esses concorrentes teriam de poder fornecer financiamento para o equipamento existente e assumir quaisquer obrigações (financeiras) anteriormente assumidas e/ou poder oferecer globalmente condições semelhantes ao utilizador final. A estabilidade relativa das quotas de mercado demonstra que, nas actuais condições, os concorrentes há muito presente no mercado e com experiência suficiente não o poderão fazer.

Novos concorrentes

- (72) De acordo com a parte notificante, a entrada nos mercados do produto relevante para potenciais novos candidatos exige um investimento significativo em capital para as instalações de produção de chapas para impressão em *offset*, ainda que não tenham sido apresentados dados exactos relativamente ao custo da criação de uma linha de produção para chapas negativas. Para além disso, exige um elevado grau de saber-fazer a nível da produção, mas de acordo com a notificação, este saber-fazer não integra em princípio a tecnologia

protegida por patentes. Os concorrentes concordam que tal acontece em relação às tecnologias maduras como a das chapas negativas.

- (73) Tal como referido *supra*, uma parte significativa dos concorrentes e revendedores declarou que os utilizadores finais exigem que o seu abastecimento se efectue junto de uma fonte que lhes possa proporcionar uma gama completa de produtos (isto é, películas, chapas, equipamento, produtos químicos e serviços). Um novo produtor só seria susceptível de ter êxito se pudesse fornecer uma gama completa semelhante de produtos/serviços. Por conseguinte, um novo candidato não pode entrar no mercado das chapas negativas com base num investimento limitado, ou seja, sem poderem oferecer uma gama bastante completa de produtos.
- (74) Além disso, tanto para os novos candidatos como para os actuais concorrentes, seria necessário um grau de investimento elevado a fim de financiar as compras de equipamento por parte dos utilizadores finais, devido à prática cada vez mais generalizada de vender com base em contratos globais, tal como referido *supra*.
- (75) Durante os últimos cinco anos não entraram nos mercados das películas quaisquer novas empresas e os concorrentes consultados pela Comissão declararam não ser previsível a entrada de novos concorrentes no mercado das chapas negativas. A Agfa alegou que um novo concorrente do sector dos meios de comunicação entrará no mercado, mas nem na notificação nem durante o processo apresentou o nome de um potencial novo candidato, nem a data em que esse candidato entraria no mercado.

Presença em mercados conexos

- (76) Tal como referido *supra*, a Agfa e a DuPont têm igualmente uma forte presença em mercados conexos relativamente às películas para artes gráficas e outros tipos de chapas para impressão em *offset*, bem como uma presença significativa nos mercados do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços, tal como será analisado nos pontos 78 a 108. Após a operação, a Agfa poderá oferecer uma gama de produtos ainda mais vasta. A presença em mercados conexos constitui uma nítida vantagem em relação a concorrentes como a Lastra, a Horsell e outros que vendem uma gama de produtos mais limitada. Deve tomar-se em consideração o facto de 66 % dos concorrentes e 78 % dos revendedores (de entre 9 concorrentes e 26 revendedores que responderam ao inquérito da Comissão) terem declarado que os utilizadores finais procuram abastecer-se junto de uma fonte que possa oferecer uma gama completa de produtos (películas, chapas, equipamento, produtos químicos e serviços). Por conseguinte, a presença da Agfa/DuPont em mercados conexos constitui uma outra razão que, em conjugação com outros factores mencionados *supra*, permitirá à Agfa/DuPont resistir a qualquer tentativa de um concorrente para lhe conquistar quota de mercado.

Conclusão

- (77) A Comissão considera que a concentração das actividades de chapas negativas da Agfa e da DuPont dará origem à criação de uma posição dominante no mercado do EEE. Esta conclusão baseia-se nas elevadas quotas de mercado combinadas alcançadas pela Agfa e pela DuPont, na distância entre a nova entidade e os outros concorrentes, no desaparecimento da DuPont enquanto concorrente, no insuficiente poder de pressão do lado da procura, na existência de obstáculos à entrada no mercado e na dificuldade de mudar de fornecedor (devido aos contratos globais e aos acordos de exclusividade), à forte presença global noutros mercados conexos e à falta de concorrência potencial, tal como referido *supra*.

B. Efeitos da concentração no mercado das chapas positivas para impressão em offset

Dimensão do mercado

- (78) A dimensão do mercado em valor e em volume relativamente às chapas positivas para impressão durante o período de 1994 a 1996 é indicada no anexo III⁽¹⁾. Em 1996, era o mais importante dos mercados relevantes em termos de vendas (385 milhões de ecus). A partir de 1994, o mercado do EEE diminuiu em valor mas aumentou em volume.

Quotas de mercado

CHAPAS POSITIVAS	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 %
Outras	< 6 %	< 6 %	< 6 %
Total	100 %	100 %	100 %
Total 1 000 m ²	69 142	73 703	79 516

(1) Para observar os segredos comerciais, todos os anexos foram suprimidos para efeitos de publicação.

Posição da nova entidade

- (79) Em comparação com o mercado das chapas negativas, tanto a Agfa como a DuPont possuem quotas de mercado individuais muito inferiores. Em 1996, a Agfa foi o segundo operador em termos de quota de mercado e a DuPont apenas o sexto. Tanto a Agfa como a DuPont perderam quotas de mercado entre 1994 e 1996. A sua quota de mercado combinada era de [< 30] % em 1996, a comparar com [< 35] % em 1994.
- (80) Do mesmo modo, a dimensão relativa da nova entidade neste mercado seria muito mais pequena do que no mercado das chapas negativas, sendo a Agfa/DuPont apenas 1,3 vezes superior ao seu principal concorrente, existindo três outras empresas com quotas de mercado significativas de cerca de 12 % ou mais.

Posição dos concorrentes

- (81) A posição dos concorrentes no mercado das chapas positivas é muito mais equilibrada do que no mercado das chapas negativas. Para além da Agfa e da DuPont, estão presentes no mercado quatro outros concorrentes principais, sendo o líder do mercado a Kodak/Polychrome com cerca de 24 % do mercado. Para além disso, a Horsell, a Lastra e a Fuji têm quotas de mercado significativas de cerca de 12 % a 17 %.
- (82) Para além disso, alguns concorrentes da Agfa e da DuPont ganharam quota de mercado entre 1994 e 1996 (cerca de 3 pontos percentuais para a Polychrome e cerca de 2 pontos percentuais para a Fuji e para a Lastra).

Conclusão

- (83) Devido à posição de mercado mais limitada da Agfa/DuPont no mercado das chapas positivas para impressão em comparação com a sua posição no mercado das chapas negativas e a presença mais forte de concorrentes, a Comissão considera que a operação não conduzirá a uma situação em que a concorrência seja significativamente entravada como resultado da criação de uma posição dominante no mercado do EEE das chapas positivas para impressão em *offset*.

C. Efeitos da concentração no mercado das chapas da tecnologia CtP

Observações gerais

- (84) O mercado da tecnologia «computador-chapa» é um mercado em rápida expansão, quer em termos de volume das chapas vendidas quer em termos do número de fornecedores que entram no mercado, tal como será explicado *infra*. Os concorrentes actuais e potenciais neste mercado consideram serem necessários cerca de cinco anos para que a tecnologia CtP se consolide. As estimativas dos concorrentes relativamente à percentagem que as chapas CtP representará então no sector global das chapas para *offset* varia, mas prevê-se que até ao

ano 2001 a quota das chapas CtP no mercado do EEE se situará entre 11 % e 14 %, enquanto se prevê que eventualmente 25 % do mercado das chapas metálicas seja constituído por chapas CtP. A razão pela qual as previsões são difíceis é que o crescimento é limitado devido ao facto de a tecnologia CtP não ter ainda atingido a maturidade e de os clientes aguardarem ainda uma nova evolução do produto, especialmente tendo em conta o facto de a mudança para a tecnologia CtP exigir investimentos substanciais em novo equipamento CtP, custando actualmente os fixadores de chapas entre 100 000 e 500 000 ecus.

- (85) No que diz respeito à evolução tecnológica, podem distinguir-se várias tecnologias CtP, tal como referido na secção *supra* relativa à definição do mercado do produto. Ainda que as chapas à base de prata, de fotopolímero e mistas fossem já comercializadas entre 1994 e 1996, as chapas térmicas, comercializadas pela primeira vez pela Kodak nos EUA, foram apenas introduzidas no EEE em 1997. Não existem ainda quaisquer dados exactos relativos às vendas deste tipo de tecnologia, mas alguns concorrentes actuais e potenciais indicaram que a tecnologia das chapas térmicas se imporá. Tal resulta do facto de a tecnologia térmica CtP ter a vantagem para os clientes de o tratamento poder realizar-se em condições normais de luz do dia, enquanto tal não acontece em relação às outras chapas CtP. As chapas térmicas CtP representariam eventualmente, de acordo com as estimativas apresentadas à Comissão, cerca de 50 % a 80 % das vendas totais das chapas CtP.

Dimensão do mercado

- (86) O consumo foi calculado com base nos dados apresentados pelas partes relativas às vendas de chapas CtP. As vendas no EEE elevaram-se a menos de 1,6 milhões de m² e 15,6 milhões de ecus em 1996. Mesmo apesar de as vendas de chapas CtP terem representado, em 1996, apenas cerca de 2-3 % das vendas globais nos mercados das chapas para impressão em *offset*, as vendas em 1996, em volume, foram 250 % superiores às de 1994.

Quotas de mercado

- (87) Com base nos dados relativos às vendas apresentados pela Agfa, pela DuPont e pela Polychrome, as quotas de mercado tal como referidas no quadro *infra* foram calculadas relativamente a 1994-1996.

CtP	Volume		
	1994	1995	1996
Agfa	[< 30] %	[< 20] %	[< 25] %
Dupont	[< 75] %	[< 75] %	[< 60] %
Agfa & Dupont	100 %	[< 90] %	[< 75] %
Polychrome	0,0 %	< 14 %	[< 30] %
Outras	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Total	100 %	100 %	100 %
Total 1 000 m ²	381	< 800	< 1 600

A posição da nova entidade e dos concorrentes

- (88) Tendo em conta as suas quotas de mercado em 1996, a Agfa e principalmente a DuPont encontram-se muito bem posicionadas no mercado emergente das chapas CtP. A operação, quando avaliada com base nos dados de 1996, significa que a DuPont, enquanto líder de mercado na tecnologia CtP, será adquirida por um dos seus únicos dois concorrentes. Como resultado, a quota de mercado combinada da Agfa e da DuPont é quase três vezes superior à da Polychrome. Contudo, na análise de um mercado em tão forte expansão como este deve também tomar-se em consideração a evolução recente e futura a fim de apreciar a força da nova entidade após a operação. Relativamente a este aspecto são importantes os seguintes factores:
- (89) A Agfa e a DuPont foram as primeiras empresas a introduzir a tecnologia CtP no EEE. Contudo, tal como pode inferir-se do quadro *supra*, a Polychrome, que entrou no mercado com base na sua própria tecnologia mista CtP em 1995, conseguiu ganhar uma quota de mercado substancial, principalmente à custa da DuPont. Esta situação indica que é provável que outros novos concorrentes consigam igualmente ganhar quota de mercado ao entrarem no mercado.
- (90) Essa probabilidade baseia-se em parte no facto de a tecnologia térmica CtP ter só recentemente entrado no mercado do EEE e de se prever que a sua utilização se venha a generalizar. A DuPont e a Agfa não comercializam ainda chapas térmicas CtP, ao contrário do que acontece com os quatro outros concorrentes (Kodak, Polychrome, Presstec e Printing Development Inc.). A Agfa declarou que prevê a introdução das suas chapas térmicas [...]. Foi estimado que em 1997, a Kodak, que tem aparentemente tido êxito na venda de chapas CtP nos EUA, ganhou já uma quota de mercado de cerca de 10 % no EEE e prevê-se que proceda a novas incursões no mercado. Dada a vantagem tecnológica da Kodak, prevê-se de qualquer modo que a sua quota de mercado a nível das chapas CtP (ou a da Kodak Polychrome Graphics na sequência da constituição da empresa comum) se torne mais importante do que noutros mercados de chapas, em especial quando puder comercializar as suas chapas CtP através dos actuais canais de venda da Polychrome.
- (91) Foi demonstrado que, em 1997, pelo menos três outros grandes produtores para além da Agfa, da DuPont e da Polychrome deram início à venda de chapas CtP no mercado EEE (a Kodak, a Fuji e a Mitsubishi). No início de 1998, prevê-se que outros produtores entrem no mercado num prazo que oscila entre uns meses e dois anos (a Horsell, a Lastra, etc.). Na investigação, alguns revendedores e utilizadores finais declararam também que previam o acesso ao mercado CtP de outras empresas (num

prazo máximo de 2 a 3 anos). Segundo a Agfa e a DuPont, 15 produtores vendem já estes produtos ou anunciaram a sua entrada no mercado, dos quais 14 teriam capacidade para oferecer tecnologia CtP térmica. Na sua maior parte, estes novos candidatos possuem a sua própria tecnologia CtP e confirmaram que as patentes não as impedem de aceder ao mercado.

- (92) Por outro lado, para além da Agfa, alguns dos concorrentes no mercado das chapas CtP têm a sua própria produção de equipamento (tais como a Fuji e a Presstek). Por seu lado, inúmeros fabricantes independentes de equipamento estão presentes no mercado (incluindo mais de 25 produtores de fixadores de chapas CtP). Para além disso, a disponibilidade de equipamento para chapas CtP pareceria ser suficiente, especialmente tendo em conta a aparente necessidade de os concorrentes combinarem a venda de chapas com a venda do equipamento, a fim de poderem propor contratos globais.

Outros factores

Obstáculos à entrada

- (93) Segundo a parte notificante, a entrada no mercado da tecnologia CtP exige um esforço considerável de investigação e desenvolvimento e avultados investimentos, apesar de tal depender de a empresa que pretende aceder ao mercado desenvolver a sua própria tecnologia ou tentar adquirir essa tecnologia a terceiros. A parte notificante declarou que a entrada no mercado CtP custaria cerca de 3 a 5 anos de investigação e aproximadamente [...] milhões de ecus. Para além disso, exigiria um investimento de capital de cerca de [< 20] milhões de ecus, a que se acrescentariam [< 5] milhões caso a tecnologia fosse obtida através de licença. Os concorrentes que entraram recentemente no mercado ou que tencionam fazê-lo indicaram que o investimento necessário pode ser muito menor. De qualquer modo, o aparecimento de alguns concorrentes novos no mercado das chapas CtP em 1997, bem como a entrada eminente de outros, demonstra que o investimento necessário não constitui um obstáculo inultrapassável para aceder a esse mercado. Recorde-se que a Agfa e a DuPont, bem como os seus concorrentes, referiram que as patentes não constituem um impedimento para o acesso ao mercado, uma vez que a maior parte dos produtores desenvolveram a sua própria tecnologia.

Escolha do fornecedor

- (94) O mercado das chapas CtP encontra-se ainda num estágio de desenvolvimento e o equipamento instalado é ainda limitado. Não surgiu qualquer norma industrial para a tecnologia CtP. Por conseguinte, ao nível actual de desenvolvimento do mercado, a concorrência na tecnologia CtP efectua-se a nível dos diferentes tipos de sistemas que estão a ser introduzidos e não a nível das chapas CtP propriamente ditas. Afigura-se, contudo, que as chapas CtP possuem um maior grau de integração num sistema do que as chapas para impressão tradicionais, o

que, em comparação com estas, dificulta ao utilizador a mudança de fornecedor, caso os produtos deste não se baseiem no mesmo sistema CtP. Por exemplo, uma chapa de impressão CtP à base de prata não pode ser facilmente substituída por uma chapa à base de polímeros, uma vez que se utiliza um equipamento diferente. No entanto, no actual estágio de evolução do mercado e tendo em conta a disponibilidade de equipamento junto de diferentes fornecedores, bem como a entrada de um número significativo de fornecedores no mercado das chapas CtP, tal como referido no ponto 93, surgirão alguns fornecedores alternativos de tipos diferentes de sistemas e chapas CtP.

Conclusão

- (95) Tendo em conta os aspectos mencionados *supra* relativos ao mercado CtP emergente, a Comissão considera que a rápida alteração das quotas de mercado com a chegada da Polychrome enquanto concorrente indica o eventual movimento para uma redução da quota da Agfa/DuPont. Esta tendência prosseguirá indubitavelmente com a entrada de alguns concorrentes. Nos últimos meses, empresas como a Kodak acederam ao mercado e parecem ter alcançado já uma quota de mercado significativa, e outros concorrentes fá-lo-ão igualmente com produtos concorrentes, exercendo uma pressão considerável sobre a Agfa/DuPont. Nestas circunstâncias, considera-se que a posição da Agfa/DuPont, apesar das elevadas quotas de mercado de que dispõe actualmente, não será de molde a impedir significativamente a concorrência no mercado das chapas CtP do EEE.

D. Efeitos da concentração nos mercados das películas para artes gráficas

- (96) Os mercados das películas para artes gráficas têm em geral características semelhantes, por exemplo no que diz respeito aos concorrentes presentes e à distribuição dos produtos e, portanto, a avaliação que se segue abrange os cinco mercados relevantes.

Dimensão do mercado

- (97) De acordo com a Agfa, a dimensão dos mercados das películas fotográficas, das películas de contacto, das películas sensíveis ao laser azul, das películas sensíveis ao laser vermelho e das películas sensíveis ao laser infravermelho foi a seguinte em 1996:

Película fotográfica: 17,0 milhões de m² / 93,6 milhões de ecus

Película de contacto: 17,4 milhões de m² / 100,5 milhões de ecus

Película sensível ao laser azul: 12,5 milhões de m² / 56,1 milhões de ecus

Película sensível ao laser vermelho: 51,2 milhões de m² / 272 milhões de ecus

Película sensível ao laser infra-vermelho: 13,1 milhões de m² / 72,5 milhões de ecus.

- (98) Os mercados das películas fotográficas, das películas de contacto e das películas sensíveis ao laser azul estão a diminuir rapidamente. O mercado do laser infra-vermelho revela uma tendência bastante estável, enquanto o mercado das películas sensíveis ao laser vermelho está em acentuado aumento (ver anexo II). A parte notificante apresentou dados relativos ao mercado que indicam que a actual tendência de vendas dos diferentes tipos de película se manterá pelo menos até ao ano 2002 (ver anexo I).

Quotas de mercado

1996	Película fotográfica	Película de contacto	Película sensível ao laser azul	Película sensível ao laser vermelho	Película sensível ao laser infra-vermelho
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 %
Outras (estimativas)	< 12 %	< 12 %	< 12 %	< 12 %	< 12 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Total 1 000 m ²	16 606	17 560	12 857	52 428	11 967

Fonte: Agfa/DuPont e concorrentes.

Posição da nova entidade

- (99) Em 1996, as quotas de mercado combinadas da Agfa e da DuPont variaram entre [< 40] % e [< 45] %. Durante o período de 1994-1996, diminuíram entre 2 % e 5 % em cada um dos mercados, à excepção do mercado das películas sensíveis ao laser vermelho. Neste mercado, a nova entidade melhorou em certa medida a sua posição (ver anexo II).

Posição dos concorrentes

- (100) A acumulação das quotas de mercado da Kodak e da Polychrome reduziu significativamente a distância em termos de quotas de mercado entre a Agfa/DuPont e o seu principal concorrente, a Kodak/Polychrome, cujas quotas variaram em 1996 em cada um dos mercados entre < 24 % e < 33 %. O outro concorrente com quotas de mercado mais importantes no EEE é a Fuji, com quotas entre < 7 % e < 11 %. Outros concorrentes, como a Konica, a Imation, a Horsell e a Mitsubishi, tinham quotas entre < 2 % e < 7 %. Durante o período de 1994-1996, os principais concorrentes (Kodak/Polychrome, Fuji) conseguiram em geral ganhar quota de mercado. A recente concentração entre a Kodak e a Sun Chemical [decisão da Comissão de

15 de Janeiro de 1998 no processo IV/M.1042 (1)] deu origem ao aparecimento de um forte concorrente no mercado das películas para artes gráficas, que constituirá uma importante fonte de concorrência no EEE, tendo capacidade suficiente para contestar a posição da Agfa.

- (101) Note-se que, no que diz respeito às películas sensíveis ao laser vermelho, no único mercado de películas em que se verifica um aumento significativo em termos de volume, e em que a Agfa/DuPont são particularmente fortes e conseguiram melhorar um pouco a sua posição no mercado, o maior concorrente mais próximo tem cerca de 27 % do mercado e outros concorrentes de dimensão internacional estão igualmente a desenvolver as suas vendas. Assim, a conclusão referida *supra* é também válida para o mercado das películas sensíveis ao laser vermelho.

Poder de compra

- (102) De acordo com a Agfa e com a DuPont, existem 1 170 revendedores e um total de 42 750 utilizadores finais de películas para artes gráficas (150 editores, 1 300 editores de jornais, 30 000 tipografias, 300 impressores de embalagens e 11 000 esta-

(1) JO C 32 de 30. 1. 1998, p. 5.

belecimentos especializados ou empresas de serviços). No mercado em que a nova entidade terá a posição mais forte (películas sensíveis ao laser vermelho), o principal cliente da DuPont, em volume de negócios, representa [...] % do total das suas vendas de películas sensíveis ao laser vermelho. No caso da Agfa, o principal utilizador final de películas para artes gráficas representa apenas [...] % das suas vendas destes produtos. No que diz respeito aos revendedores, o mais importante representa apenas [...] % das vendas da DuPont e [...] % das vendas da Agfa no EEE.

- (103) Tomando em consideração a proporção reduzida que os utilizadores forais e os revendedores representam nas vendas da Agfa e da DuPont, bem como o facto de, uma vez que os clientes da Agfa e da DuPont não são geralmente os mesmos, as compras destes clientes representarem uma parte ainda mais reduzida das vendas da nova entidade, afigurar-se-ia que os clientes têm actualmente ou terão no futuro um considerável poder de compra. Tal foi igualmente confirmado pelas respostas dos clientes ao inquérito da Comissão.

Concorrência potencial e obstáculos à entrada no mercado

- (104) No que diz respeito à capacidade para mudar de fornecedor, aos investimentos, à presença nos mercados conexos e à previsível ausência de novos concorrentes, remete-se para a análise do mercado das chapas negativas para impressão, uma vez que em relação a estes aspectos o mercado das chapas negativas e os mercados das películas para artes gráficas apresentam em geral as mesmas características.

Conclusão

- (105) A posição conjunta da Agfa/DuPont nos mercados das películas para artes gráficas, a redução das suas quotas de mercado nos três últimos anos (à excepção das películas sensíveis ao laser vermelho), em comparação com a estabilidade das quotas dos seus concorrentes mais importantes e o recente aparecimento de um concorrente forte constituem os factores mais importantes da análise que precede. Tendo em conta estes factores, que compensarão o poder de compra limitado dos clientes e a ausência de eventuais novos concorrentes, a Comissão considera que a operação não conduzirá a uma situação em que a concorrência será significativamente entravada como resultado da criação de uma posição dominante nestes mercados.

E. Mercado do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços

- (106) Tanto a Agfa como a DuPont oferecem também produtos químicos, equipamento e serviços de manutenção enquanto complemento necessário das vendas de películas e de chapas de impressão. Em

princípio, o equipamento e os produtos químicos podem ser utilizados com películas e chapas de todos os fabricantes, ainda que a mudança de fornecedor possa apresentar dificuldades, uma vez que as máquinas podem estar programadas para um tipo específico de película ou de chapa. Os concorrentes de ambas as empresas nos sectores das películas e das chapas oferecem também equipamento, produtos químicos e serviços, mas numa medida mais reduzida.

- (107) A parte notificante declarou que, devido ao facto de o equipamento, os produtos químicos e a prestação de serviços serem considerados uma actividade «accessória», não se dispõe de dados distintos relativos a estudos de mercado. Apesar desta situação, considerou-se que o mercado global do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços relacionados com as películas para artes gráficas e chapas para impressão do EEE se aproxima dos 910 milhões de ecus, dos quais [< 100] milhões correspondem às vendas da Agfa e [< 50] milhões às da DuPont. Nos mercados do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços, a nova entidade confrontar-se-ia com um maior número de concorrentes do que nos outros mercados relevantes. Com excepção dos fornecedores de películas para artes gráficas e/ou chapas para impressão em *offset* (como a Kodak/Polychrome e a Fuji), existe um número considerável de fabricantes e revendedores que são independentes dos produtores de consumíveis. No que diz respeito ao equipamento, existem produtores como a Man Roland, a Heidelberg, a Rockwell, a Presstek, a Scitex, a Creo e a Dainippon, que desenvolvem actividades a nível mundial. Mesmo apesar de não existirem dados relativos ao mercado, a Agfa considerou que a posição da nova entidade será a mais forte no âmbito dos fixadores de imagem para películas sensíveis ao laser vermelho, em que terá uma quota de [< 40] % no EEE, pelo menos no que diz respeito a outros concorrentes cujas quotas variam entre 10 % e 20 %. No âmbito dos processadores para chapas de impressão, a nova entidade será líder de mercado, com [< 30] %, tendo no entanto igualmente que fazer face a uma série de concorrentes importantes. No que se refere aos produtos químicos, a Agfa considera que a quota de mercado mais importante da nova entidade corresponde aos produtos químicos para películas para artes gráficas, que se situa no máximo em [< 45] % no EEE, e que, no que diz respeito a outros produtos químicos, a sua posição é mais limitada. Quanto à prestação de serviços, estima-se que a nova entidade não ultrapassará [< 25] % no mercado global do EEE e que a nível nacional existem inúmeros concorrentes locais que fornecem serviços de manutenção. Os concorrentes e clientes que responderam ao inquérito da Comissão não consideraram que a posição da nova entidade desse origem a problemas de concorrência em qualquer dos mercados referidos, definidos nos pontos 9 a 42, considerados individualmente.

- (108) Por conseguinte, ainda que os dados indicados revelem que a nova entidade ocupará uma posição forte nos mercados do equipamento, dos produtos químicos e dos serviços, não se tratará de uma posição dominante nestes mercados, mesmo com base na definição mais estreita de mercado.

VI. CONCLUSÃO

- (109) Resulta dos factos indicados *supra*, que a operação notificada conduzirá à criação de uma posição dominante no mercado EEE das chapas negativas para impressão em *offset* em resultado da qual uma concorrência efectiva seria efectivamente entravada na acepção do n.º 3 do artigo 2.º do regulamento das concentrações.

VII. COMPROMISSOS APRESENTADOS PELAS PARTES

- (110) Com o objectivo de suprimir os problemas de concorrência, a Agfa ofereceu uma série de compromissos que se indicam seguidamente:

- a) A Agfa-Gevaert libertará todos os seus fornecedores OEM de equipamentos de processamento para chapas negativas de quaisquer vínculos contratuais, através dos quais esses fornecedores da Agfa-Gevaert não poderiam vender esse equipamento de processamento a terceiros da sua escolha. Além disso, na medida em que os equipamentos de processamento de chapas negativas incluam saber-fazer propriedade da Agfa-Gevaert, esta libertará todos os seus fornecedores OEM desses equipamentos da sua obrigação de não utilizar o referido saber-fazer para vendas a terceiros e conceder-lhes-á licenças relativas ao respectivo saber-fazer em condições comerciais razoáveis, nomeadamente a uma taxa que não ultrapassará [...] % das vendas dos produtos licenciados, para a sua incorporação nos equipamentos de processamento de chapas negativas destinados a venda a terceiros. Essas licenças serão concedidas com base numa cláusula de licenciado mais favorecido, que garantirá um tratamento não discriminatório;
- b) No que diz respeito às chapas negativas, a Agfa-Gevaert libertará todos os revendedores e distribuidores exclusivos da DuPont, que continuem a ser fornecidos pela Agfa-Gevaert após a concentração, de quaisquer restrições em relação à venda de produtos concorrentes;
- c) A Agfa-Gevaert libertará todos os seus revendedores de chapas negativas que sejam obrigados contratualmente a vender exclusivamente as chapas negativas fornecidas pela Agfa-Gevaert, dessa exclusividade. Esse compromisso da Agfa-Gevaert não se aplicará: i) aos distribuidores

exclusivos da Agfa em territórios em que a Agfa-Gevaert não disponha da sua própria organização de distribuição que possa operar como substituto desses distribuidores exclusivos ([...]); ii) aos agentes da Agfa-Gevaert no sector das chapas negativas, cuja principal função consista em prestar serviços logísticos à Agfa-Gevaert ([...]);

- d) Os compromissos referidos nos pontos a) a c) serão aplicados durante um período de cinco anos a partir da autorização por parte da Comissão da concentração notificada.
- e) A Agfa transmitirá à Comissão cópias da correspondência que demonstrem a execução das suas obrigações, o mais tardar até 31 de Março de 1998. A Agfa fornecerá à Comissão, relativamente a cada período de doze meses subsequente à presente decisão, um relatório de acompanhamento do cumprimento dos compromissos propostos bem como um relatório a pedido da Comissão.

VIII. APRECIÇÃO DOS COMPROMISSOS

- (111) Na apreciação dos compromissos, tratou-se de saber se, como resultado dos compromissos, o poder de mercado da nova entidade seria suficientemente restringido e se os problemas a nível da concorrência seriam resolvidos. Tal como referido na apreciação *supra*, os vínculos estruturais que a Agfa/DuPont tinha estabelecido com os utilizadores finais através de contratos globais e com os revendedores através dos acordos de exclusividade constituem elementos importantes neste contexto. Foram tomadas em consideração a alienação e venda potenciais a um terceiro ou terceiros de certas instalações ou linhas de produção de chapas negativas. Essa medida não solucionaria contudo de forma suficiente os problemas de concorrência, uma vez que a estrutura do mercado não seria significativamente afectada. A própria Agfa tem já um excesso considerável de capacidade. A DuPont não investiu consideravelmente na modernização das suas linhas de produção, uma vez que tenciona sair do mercado. Os concorrentes não manifestaram qualquer interesse na compra de uma parte das actividades das chapas negativas da DuPont. Além disso, um concorrente (a International Paper) está ele próprio a proceder à venda das suas actividades (incluindo as chapas negativas para impressão) de artes gráficas (Horsell-Anitec). Portanto, uma alienação da Agfa de parte das actividades da DuPont

teria um efeito reduzido na estrutura do mercado, em oposição ao impacto previsto de compromissos analisados *infra*.

Contratos globais

- (112) O primeiro compromisso, relativo à exclusividade das relações com os fornecedores de equipamentos, é considerado importante, uma vez que a maior parte dos fornecedores de chapas para impressão não têm produção própria de equipamento e, por conseguinte, dependem desses fornecedores de equipamento para oferecer contratos globais semelhantes aos que a Agfa tem celebrado com os utilizadores finais. Assim, a Comissão considera que ao abrir a estrutura de fornecimento de equipamento, isto é, ao quebrar as relações em que os fornecedores independentes de equipamento são obrigados a vender determinado equipamento apenas à Agfa, são suprimidos os obstáculos relativos à oferta pelos concorrentes de contratos globais semelhantes que incluam uma gama completa de produtos, e será facilitado o acesso por parte dos concorrentes ao equipamento necessário para o processamento de chapas negativas para impressão. A Agfa declarou que em 1996, cerca de [...] das suas vendas de equipamento consistiram em equipamento obtido junto de fornecedores vinculados por acordos de exclusividade. Os concorrentes têm agora a possibilidade de obter equipamento com as mesmas especificações junto dos fornecedores de equipamento da Agfa e poderão assim oferecer aos seus clientes o mesmo tipo de equipamento no âmbito de contratos globais (ou separadamente) a utilizadores finais. Na medida em que os concorrentes podem oferecer contratos globais mais atractivos, pode prever-se que os utilizadores finais optem mais facilmente por uma mudança de fornecedor, uma vez que os seus custos de mudança são reduzidos. O significado deste compromisso seria igualmente considerado à luz do facto de os concorrentes terem acentuado que a oferta de contratos globais constitui um fenómeno que se está a generalizar no mercado das chapas para impressão.

Exclusividade dos revendedores

- (113) O compromisso refere-se em primeiro lugar aos acordos por força dos quais se impede revendedores importantes de venderem produtos de concorrentes da DuPont e da Agfa. Após a operação de concentração, alguns deles poderão passar a vender produtos de outras empresas, o que intensificará a concorrência entre marcas. Para além disso, a Agfa declarou que a rede de revendedores da DuPont se manterá, de forma que os revendedores continuarão a ser fornecidos com produtos da Agfa ou da DuPont. Deste modo, como resultado do compromisso, passarão a existir mais pontos de venda de produtos Agfa e DuPont disponíveis no mercado, o

que reforçará a concorrência intramarca e melhorará simultaneamente a concorrência entre marcas.

- (114) No que diz respeito aos revendedores da DuPont, existem contratos deste tipo em seis países do EEE ([...]), celebrados, com excepção da [...], com revendedores responsáveis pelas vendas no conjunto do território nacional. A DuPont não dispõe de uma rede própria paralela, o que confirma a importância destes pontos de venda.
- (115) No que diz respeito à Agfa, esta celebrou contratos que incluem cláusulas de exclusividade em cinco países ([...]). Segundo informações da Agfa, em três deles ([...]), os canais de revenda funcionam paralelamente à rede de vendas directas da própria Agfa. Em [...], estes contratos dizem respeito a [...] revendedores, em [...] [...] grande revendedor com vários pontos de venda em zonas diferentes do [...] e em [...] a um revendedor com [...] como seu território de venda. Tendo em conta que os referidos revendedores mantêm uma relação duradoura com os utilizadores finais, a inclusão de produtos de outras empresas na carteira de tais revendedores será importante para os concorrentes da Agfa. No que diz respeito aos acordos de exclusividade existentes no [...], a Agfa alegou que foram celebrados com um único distribuidor (ou seja, o revendedor é o único ponto de venda de produtos Agfa neste mercado), enquanto na [...] os acordos de exclusividade dizem respeito a contratos de agência, ou seja, as vendas são realizadas pela própria Agfa, desempenhando os agentes determinadas funções logísticas e de venda, pelas quais recebem uma comissão. Esses contratos não serão objecto de quaisquer alterações.
- (116) O compromisso melhorará o acesso dos concorrentes da Agfa a um certo número de revendedores importantes. Este facto é considerado especialmente importante, dado que, em comparação com a Agfa e a DuPont, esses concorrentes estão mais dependentes dos revendedores para as vendas de chapas negativas.

Duração dos compromissos e acompanhamento

- (117) A Comissão considera que os compromissos apresentados *supra* terão efeitos imediatos na abertura das estruturas de comercialização: serão instantaneamente suprimidos os actuais obstáculos a que os concorrentes enfrentam efectivamente em concorrência com a Agfa. O período de validade de cinco anos proposto pela Agfa é considerado apropriado, uma vez que os compromissos podem ter um efeito mais prolongado, tal como em relação aos acordos globais que têm um período de validade de dois ou três anos, o período de validade de cinco anos dos compromissos garantirá que as oportunidades de os concorrentes terem acesso aos utilizadores finais e revendedores se mantêm real.

- (118) Dado o efeito imediato dos compromissos, a necessidade de proceder a um controlo rigoroso é limitada. No entanto, para que a Comissão possa garantir que a Agfa cumpre plenamente os compromissos oferecidos, esta deve apresentar um relatório que inclua cópias da correspondência relevante que a Agfa manterá com os seus fornecedores de equipamento e os seus revendedores e informar a Comissão anualmente se estes compromissos estão ou não a ser cumpridos.

Conclusão

- (119) A Comissão considera que os compromissos apresentados *supra*, através da abertura de relações estruturais para a distribuição dos produtos Agfa/DuPont, terão efeitos positivos na concorrência no mercado das chapas negativas. Ao reduzir os custos em que os utilizadores finais incorrem para mudar de fornecedor e ao garantir que os revendedores (e também a sua clientela) podem beneficiar de ofertas de empresas concorrentes, aumentarão consideravelmente as possibilidades de após a concentração os concorrentes conquistarem uma parte da quota de mercado da Agfa.

IX. CONCLUSÃO FINAL

- (120) Por conseguinte, a Comissão conclui que, desde que se cumpram plenamente os compromissos oferecidos *supra*, a concentração não criará uma posição dominante em resultado da qual uma concorrência efectiva seria significativamente entravada no mercado comum ou numa parte substancial deste,

TOMOU A PRESENTE DECISÃO:

Artigo 1º

Desde que as condições apresentadas no artigo 2º sejam cumpridas, a concentração através da qual a Agfa-Gevaert AG e a Agfa-Gevaert NV (a seguir designada «Agfa» se propõem adquirir as actividades de artes gráficas da E.I.DuPont de Nemours & Company é declarada compatível com o mercado comum e com o funcionamento do acordo EEE.

Artigo 2º

A Agfa cumprirá plenamente os compromissos apresentados nas alíneas a) a e) do ponto 110.

A Agfa apresentará à Comissão, pela primeira vez até 31 de Março de 1998 e posteriormente uma vez por ano, um relatório e anexos, tal como referido no ponto 118.

Artigo 3º

É destinatária da presente decisão:

Bayer AG
D-51368 Leverkusen.

Feito em Bruxelas, em 11 de Fevereiro de 1998.

Pela Comissão
Karel VAN MIERT
Membro da Comissão