# Насоки за оценяването на нехоризонтални сливания, извършвано съгласно Регламента на Съвета относно контрола върху концентрациите между предприятия

(2008/C 265/07)

## I. ВЪВЕДЕНИЕ

1. Съгласно член 2 от Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета от 20 януари 2004 г. относно контрола върху концентрациите между предприятия ([1]) (наричан по-долу „Регламент за сливанията") Комисията следва да оценява концентрации, които попадат в приложното поле на Регламента за сливанията, с оглед да установи дали те са съвместими с общия пазар или не. За тази цел Комисията трябва да оцени, в съответствие с член 2, параграфи 2 и 3, дали дадена концентрация би възпрепятствала съществено ефективната конкуренция или не, в частност в резултат на създаването или засилването на господстващо положение в рамките на общия пазар или на значителна част от него.

2. Настоящият документ дава насоки относно начина, по който Комисията следва да оценява концентрации ([2]), когато разглежданите предприятия работят на различни пазари ([3]). В настоящия документ тези концентрации се наричат „нехоризонтални сливания".

3. При нехоризонталните сливания най-общо могат да се разграничат два вида: вертикални сливания и конгломератни сливания.

4. Вертикални са сливанията на предприятия, работещи на различни нива във веригата за доставки. Например, когато производителят на определен продукт („предприятие нагоре по веригата") се слива с един от дистрибуторите („предприятиенадолу по веригата"), това се нарича вертикално сливане ([4]).

5. Конгломератни са сливанията между предприятия, които не са нито в хоризонтални взаимоотношения (като конкуренти на един и същи пазар), нито във вертикални взаимоотношения (като доставчици или потребители) ([5]). На практика настоящите насоки се съсредоточават върху сливания между предприятия, които оперират на тясно свързани пазари (например сливания на доставчици на допълващи се продукти или на продукти, които спадат към един и същ продуктов асортимент).

6. Общите насоки, изложени в Известието относно хоризонталните сливания, също са приложими в контекста на нехоризонталните сливания. Целта на настоящия документ е да се съсредоточи върху аспекти на конкуренцията в специфичния контекст на нехоризонталните сливания. Освен това документът формулира подхода на Комисията към определяне на пазарните дялове и праговете на концентрация в този контекст.

7. На практика сливанията могат да имат както хоризонтални, така и нехоризонтални аспекти. Например, такъв може да е случаят, когато предприятията в процес на сливане са не само във вертикални или конгломератни взаимоотношения, но също така са реални или потенциални конкуренти помежду си на един или повече от съответните пазари ([6]). В такъв случай Комисията следва да прецени ефекта на хоризонтално, вертикално и/или конгломератно равнище в съответствие с насоките в съответните известия ([7]).

---

([1]) Регламент (ЕО) № 139/2004 на Съвета от 20 януари 2004 г. (ОВ L 24, 29.1.2004 г., стр. 1).

([2]) Терминът концентрация, използван в Регламента за сливанията, обхваща разнообразни видове операции, като сливане, придобиване, поглъщане и някои видове съвместни предприятия. По-надолу в настоящия документ, освен ако изрично не е посочено друго, терминът „сливане" се използва като синоним на концентрация, следователно включва всички посочени по-горе видове операции.

([3]) Насоки за оценка на сливания на предприятия, които са фактически или потенциални конкуренти на един и същ пазар („хоризонтални сливания") са изложени в известието на Комисията, озаглавено „Насоки за оценяването на хоризонтални сливания, извършвано съгласно Регламента на Съвета относно контрола върху концентрациите между предприятия" (ОВ C 31, 5.2.2004 г., стр. 5) („Известие относно хоризонталните сливания").

([4]) В настоящия документ термините „надолу по веригата" и „нагоре по веригата" се използват за описание на (потенциалното) търговско взаимоотношение, съществуващо между предприятията, които са страни по сливането. Обикновено търговското взаимоотношение е такова, че предприятието „надолу по веригата" закупува продукцията на предприятие, работещо „нагоре по веригата", за да я използва за своята продукция, продавана след това на собствените потребители. Пазарът, на който се осъществява първия тип операции, се дефинира като междинен (пазар нагоре по веригата). Пазарът на втория тип операции е пазар надолу по веригата.

([5]) Разликите между конгломератните и хоризонталните сливания може да са едва забележими, напр., когато конгломератното сливане засяга продукти, които не са точни заместители един на друг. Същото важи и за разграничаването между конгломератните и вертикалните сливания. Например, някои предприятия може да доставят продукти с вече интегрирани в тях производствени ресурси (вертикални взаимоотношения), докато други производители оставят на потребителите сами да подберат и интегрират ресурсните елементи (конгломератни взаимоотношения).

([6]) Например, на някои пазари предприятията надолу или нагоре по веригата често са потенциални нови участници на пазара с добри пазарни позиции. Вж. напр. в сектора на електроенергията и газта дело COMP/M.3440 — EDP/ENI/GDP (2004 г.). Същото може да се отнася и за производителите на допълващи продукти. Вж. напр. в сектора на пакетирането на течности дело COMP/M.2416 — Tetra Laval/Sidel (2001 г.).

([7]) Насоки за оценка на сливания с потенциален конкурент са дадени в Известието относно хоризонталните сливания, по-конкретно в параграфи 58-60 от него.

8. Насоките в настоящия документ се основават нанатрупания от Комисията опит в оценяването на нехоризонтални сливания по Регламент (ЕИО) № 4064/89 след влизането му в сила на 21 септември 1990 г. и по действащия понастоящем Регламент за сливанията, както и на съдебната практика на Съда на ЕО и на Първоинстанционния съд на ЕО. Комисията ще прилага и, в отделни случаи, ще доразвива и усъвършенства изложените тук принципи. В светлината на нови тенденции и изводи Комисията може да преразглежда известието относно нехоризонталните сливания.

9. Начинът, по който Комисията тълкува Регламента за сливанията във връзка с оценяването на нехоризонтални сливания, не засяга тълкуването, което може да бъде дадено от Съда на ЕО или от Първоинстанционния съд на Европейските общности.

## II. **ОБЩ ПРЕГЛЕД**

10. Ефективната конкуренция е от полза за потребителите, защото тя води до ниски цени, високо качество на продуктите, широко разнообразие от стоки и услуги и нововъведения. Като осъществява контрол върху сливанията, Комисията предотвратява сливания, при които със значителното нарастване на пазарната мощ на дадени предприятия клиентите се лишават от тези преимущества. В този контекст „увеличаването на пазарната мощ“ се отнася до открилите се възможностипред едно или няколко предприятия да завишават цените с цел печалба, да намаляват продукцията, избора или качеството на стоките и услугите, да редуцират иновациите или по друг начин да влияят негативно върху параметрите на конкуренцията ([1]).

11. В сравнение с хоризонталните сливания, обикновено нехоризонталните сливания е по-малко вероятно да възпрепятстват сериозно ефективната конкуренция.

12. Първо, за разлика от хоризонталните сливания, с вертикалните или конгломератните сливания не изчезва пряката конкуренция между сливащите се предприятия на един и същи пазар ([2]). Така основният резултат от хоризонталните сливания, който противоречи на правилата за конкуренция, отсъства при вертикалните и конгломератните сливания.

13. Второ, вертикалните и конгломератните сливания са съществени предпоставки за предимства по отношение на ефективността. Характерно за вертикалните сливания и за някои конгломератни сливания е, че дейностите и/или продуктите на участващите предприятия са взаимно допълващи се ([3]). Интеграцията на допълващи се дейности или продукти в рамките на едно предприятие може да доведе до значителни предимства по отношение на ефективността и да благоприятства конкурентоспособността. При вертикални взаимоотношения например, като резултат от допълването, намаляването на надценките надолу по веригата ще доведе и до нарастване на търсенето нагоре по веригата. Част от печалбата от увеличеното търсене ще се натрупа при доставчиците нагоре по веригата. Едно интегрирано предприятие ще вземе предвид тази печалба. По този начин вертикалната интеграция може да създаде повече стимули за намаляване на цените и увеличаване на продукцията, защото интегрираното дружество може да обхване по-голям дял от тези печалби. Това често се нарича „вътрешно поемане на двойни търговски надценки“. По подобен начин, други усилия на дадено ниво за увеличение на продажбите (например подобряване на обслужването или активизиране на иновациите) могат да са по-рентабилни за едно интегрирано предприятие, защото то ще отчете и печалбите, които ще се акумулират на други нива.

14. Интеграцията може също така да намали разходите по операциите и да позволи по-добро координиране по отношение на дизайна на продуктите, организацията на производствения процес и начина на продажба на продуктите. По подобен начин сливания, които засягат продукти от един и същ продуктов асортимент или пазарна ниша, продавани предимно на една и съща потребителска група (без значение дали продуктите са допълващи се или не) могат да породят преимущества за потребителите, като например пазаруването на едно място

([1]) В настоящия документ изразът „завишени цени“ се използва често като кратко обозначаване на различните начини, по които едно сливане може да навреди на конкуренцията. Понятиетообхваща и ситуации, където, например, намалението на цените е по-малко или е по-малка вероятността за такова намаление в сравнение със ситуация в отсъствие на сливане, или цените са по-завишени или вероятността от завишаване е по-голяма в сравнение със ситуацията в отсъствие на сливане.

([2]) Пряката конкуренция може въпреки всичко да изчезне, когато едното от сливащите се предприятия е потенциален конкурент на съответния пазар, на който функционира другото предприятие, участващо в сливането. Вж. параграф 7 по-горе.

([3]) В настоящия документ „допълващи се“ (или „икономически допълващи се елементи“) се наричат продуктите или услугите, които имат по-голяма стойност за потребителя, когато се използват или консумират заедно, отколкото поотделно. Сливането между дейности от горните и долните нива на веригата може да се разглежда и като съчетаване на допълващи се елементи, които са включени в крайния продукт. Например, както производството, така и дистрибуцията изпълняват допълващи се роли за доставянето на продукта на пазара.

15. Има случаи обаче, когато нехоризонтални сливания могат в значителна степен да възпрепятстват ефективната конкуренция, особено когатосе създава или укрепва господстващо положение. Това се дължи най-вече на факта, че едно нехоризонтално сливане може да промени конкурентоспособността и стимулите за конкуриране както на сливащите се предприятия, ката и на техните конкуренти по начини, които са във вреда на потребителите.

16. В контекста на законодателството относно конкуренцията понятието „потребители“ обхваща междинните и крайните потребители ([1]). Когато междинните потребители са реални или потенциални конкуренти на страните по сливането, Комисията насочва вниманието си към ефектитеот сливането върху онези потребители, които купуват от създаденото със сливането предприятие и от тези конкуренти. Следователно проблемът не е във факта, че едно сливане засяга конкурентите. Важен е ефектът върху ефективната конкуренция, а не самият ефект върху конкурентите на дадено ниво от веригата за доставки ([2]). В частност фактът, че конкуренти могат да бъдат ощетени от дадено сливане, което създава предимства по отношение на ефективността, не може сам по себе си да породи опасения за нарушаване на конкуренцията.

17. Има два основни начина, по които нехоризонталните сливания могат в значителна степен да попречат на ефективната конкуренция: чрез некоординирано и чрез координирано въздействие ([3]).

18. Налице е некоординирано въздействиенай-вече когато нехоризонтално сливане води до ограничаване на достъпа. В настоящия документ терминът „ограничаване на достъпа“ описва случаите, при които достъпът на реални или потенциални конкуренти до доставки и пазари е затруднен или невъзможен в резултат на сливането, като така конкурентоспособността и/или стимулът за конкуриране на слелите се предприятия намаляват. В резултат на такова ограничаване на достъпа, сливащите се предприятия, а вероятно и част от техните конкуренти, могат да завишат цените ([4]) за потребители с цел печалба. Тези случаи прерастват в сериозно възпрепятстване на ефективната конкуренция и по тази причина по-надолу ще бъдат наричани „антиконкурентно ограничаване на достъпа“.

19. Налице е координирано въздействие, когато сливането променя естеството на конкуренцията така, че предприятия, които преди това не са координирали своето поведение, сега е много по-вероятно да го направят, за да повишат цените или да навредят на ефективната конкуренция по друг начин. Едно сливане може също така да направи координацията по-лесна, по-устойчива или по-ефективна при предприятия, които са се координирали и преди сливането.

20. При оценяване на ефектите от едно сливане върху конкуренцията Комисията сравнява условията за конкуренция, които биха били налице вследствие на оповестеното сливане, съсусловията, които биха се установили без сливането ([5]). В повечето случаи условията за конкуренция, съществуващи към момента на сливането, представляват съответната база за сравнение, за да се оценят ефектите от едно сливане. При определени обстоятелства обаче Комисията следва да вземе предвид бъдещи промени на пазара, които основателно могат да бъдат предвидени. При конституиране на съответната база за сравнение Комисията може по-конкретно да отчете вероятното влизане или напускане на пазара от страна на предприятия, в слчуай че сливането не се състои. Комисията може да вземе под внимание бъдещи тенденции в развитието на пазара, които могат да възникнат в резултат на предстоящи регулаторни промени ([6]).

---

([1]) Вж. член 2, параграф 1, буква б) от Регламента за сливанията и параграф 84 от съобщението на Комисията — Известие — Насоки за прилагане на член 81, параграф 3 от Договора за ЕО (ОВ C 101, 27.4.2004 г., стр. 97).

([2]) Пример за този подход може да се намери в дело COMP/M.3653 — Siemens/VA Tech (2005 г.), при което Комисията оцени ефекта от операцията на двата допълващи се пазара за електрически железопътни транспортни средства и електрически контактни мрежи за железопътни транспортни средства, които са интегрирани в цялостно железопътно транспортно средство. Докато сливането, според твърденията, намалява независимите доставки на електрически контактни мрежи,, все пак остават няколко интегрирани снабдители, които ще могат да доставят железопътното превозно средство. Поради това Комисията заключи, че въпреки негативните последствия от сливането за независимите доставчици на електрически железопътни транспортни средства, „на съответния пазар за железопътни транспортни средства надолу по веригата ще продължи да бъде налице достатъчна конкуренция“.

([3]) Вж. раздел II от Известието относно хоризонталните сливания.

([4]) За значението на израза „завишени цени“ вж. бележка под линия точка 8.

([5]) Аналогично, в случая на сливане, което е извършено без да е било оповестено, Комисията би следвало да оцени сливането с оглед условия на конкуренция, които биха съществували в отсъствие на сливането.

([6]) Това може да е особено важно в случаите, когато се очаква възникването на ефективна конкуренция вследствие отварянето на пазара. Вж. напр. дело COMP/M.3696 — E.ON/MOL (2005 г.), точки 457-463.

21. В своята оценка Комисията ще отчита както евентуалното антиконкурентно въздействие на сливането, така и евентуалните резултати, стимулиращи конкуренцията и произтичащи от доказани предимства по отношение наефективността, които са в полза на потребителите ([1]). Комисията разглежда различните причинно-следствени вериги, за да установи коя от тях е най-вероятна. Колкото по-непосредствено и пряко изглежда антиконкурентното въздействиена едно сливане, толкова по-вероятно е Комисията да изрази опасения нарушаване на конкуренцията. По подобен начин, колкото по-непосредствени и преки са резултатите, които стимулират конкуренцията, толкова е по-вероятно Комисията да констатира, че те балансират всякакво антиконкурентно въздействие на сливането.

22. Настоящият документ описва основните сценарии за антиконкурентно въздействие и източниците на ефективност в контекста на вертикалните и конгломератните сливания.

## III. ПАЗАРЕН ДЯЛ И НИВА НА КОНЦЕНТРАЦИЯ

23. Нехоризонталните сливания не представляват заплаха за ефективната конкуренция, освен ако предприятие, установено със сливането, не притежава значителна пазарна мощ (която не винаги е равнозначна на господстващо положение) на поне един от засегнатите пазари. Комисията ще проучва този въпрос, преди да пристъпи към оценяване на въздействието на сливането върху конкуренцията.

24. Пазарните дялове и нивата на концентрация са полезни начални показатели за пазарната мощ и конкурентната значимост на странито по сливането и на техните конкуренти ([2]).

25. Малко вероятно е Комисията да изкаже опасения за координирано или некоординирано въздействие на нехоризонтални сливания,, ако пазарният дял на новото предприятие след сливането на всеки от съответните пазари е под 30 % ([3]) и ако след сливането HHI (индексът за концентрация на Херфиндал-Хиршман) е под 2000.

26. На практика Комисията няма да разследва пространно такива сливания, освен в случаите, когато са налице специфични обстоятелства, като например наличието на един или няколко от следните фактори:

а) в сливането участва предприятие, което има вероятност да се разрасне значително в близкото бъдеще, например поради скорошна иновация;

б) сред участниците на пазара има значителен брой предприятия с кръстосано акционерно участие или кръстосани органи на управление;

в) твърде вероятно е едно от предприятията по сливането да наруши координираното поведение;

г) има сведения за минала или текуща координация или улесняващи практики.

27. Комисията ще използва горепосочените прагове за пазарния дял и HHI като начални показатели за липсата на основания за опасения относно конкуренцията. Въпреки това тези прагове не пораждат правна презумпция. Становището на Комисията е, че в този контекст не е много уместно да се представят пазарни дялове и нива на концентрация, над които би било вероятно да възникнат опасения относно конкуренцията, тъй като съществуването на значителна пазарна мощ на поне един от засегнатите пазари е необходимо, но не е достатъчно условие за наличие на антиконкурентно въздействие ([4]).

## IV. ВЕРТИКАЛНИ СЛИВАНИЯ

28. Този раздел очертава рамката, в която Комисията анализира вертикалните сливания. В своята оценка Комисията ще взема предвид както евентуалното антиконкурентно въздействиена вертикални сливания, така и евентуалните стимулиращи конкуренцията резултати, свързани с доказани от страните предимства за ефективността.

---

([1]) Вж. раздел VII за предимствата по отношение на ефективността в Известието относно хоризонталните сливания.

([2]) Вж. също раздел III от Известието относно хоризонталните сливания. За изчисляването на пазарните дялове решаваща роля играе определянето на пазара (вж. известието на Комисията за определянето на съответния пазар за целите на законодателството на Общността в областта на конкуренцията (ОВ C 372, 9.12.1997 г.). Специално внимание трябва да се обърне на случаи, при които вертикално интегрирани предприятия извършват вътрешна доставка на продукти.

([3]) Аналогично на указанията в Регламент (ЕО) № 2790/1999 на Комисията от 22 декември 1999 г. за прилагането на член 81, параграф 3 от Договора за категориите вертикални споразумения и съгласувани практики (ОВ L 336, 29.12.1999 г., стр. 21). Когато пазарният дял на предприятието, създадено със сливането, е над 30 %-ия праг на един пазар, но значително под него на други свързани пазари, е по-малко вероятно да възникнат опасения относно конкуренцията.

([4]) Вж. раздели IV и V.

### A. **Некоординирано въздействие: ограничаване на достъпа**

29. Счита се, че едно сливане води до ограничаване на достъпа, когато достъпът на реални или потенциални конкуренти до доставки или пазари е възпрепятстван или невъзможен в резултат на сливането, като по този начин се намалява конкурентоспособността и/или стимулът за конкуриране на тези предприятия. Такова ограничаване на достъпа може да обезкуражи влизането на пазара или разрастването на конкуренти или да ги подтикне да се оттеглят от пазара. Следователно ограничаване на достъпа има, дори ако ограничаваните конкуренти не са принудени да се оттеглят от пазара: достатъчно е конкурентите да бъдат поставени в неизгодно положение и впоследствие да се конкурират не така ефективно. Такова ограничаване на достъпа се счита за антиконкурентно, когато сливащите се предприятия — а вероятно и някои от конкурентите им — могат в резултат на това да завишат цените с цел печалба за сметка на потребителите ([1]).

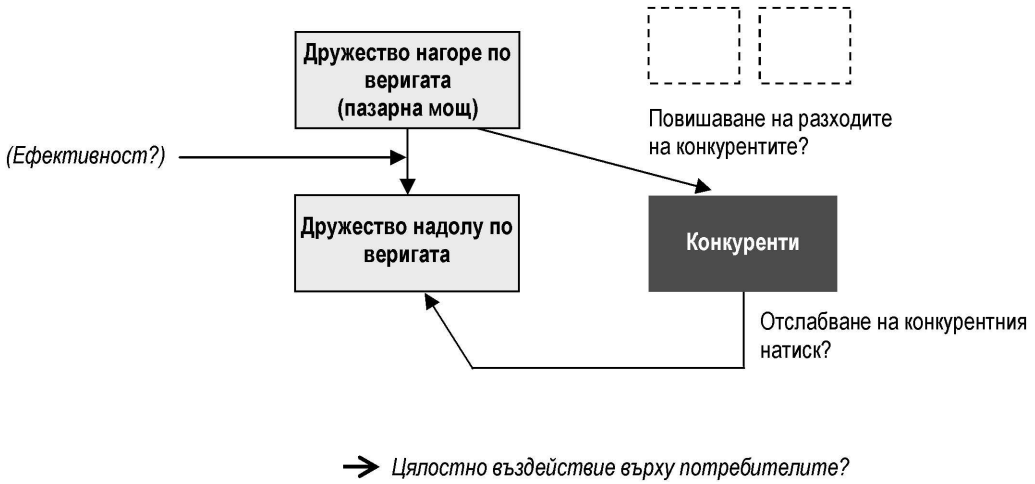
30. Могат да се разграничат две форми на ограничаване на достъпа. Първата е, когато има вероятност сливането да доведе до повишаване на разходите на конкуренти надолу по веригата, като се ограничи достъпът им до важни производствени ресурси (ограничаване на достъпа до производствени ресурси). Втората е, когато има вероятност сливането да доведе до ограничаване на достъпа на конкуренти нагоре по веригата, като се ограничи достъпът им до достатъчен маса потребители (ограничаване на достъпа до потребители) ([2]).

#### 1. *Ограничаване на достъпа до производствени ресурси*

31. Ограничаване на достъпа до производствени ресурси възниква, когато след сливане има признаци, че новото предприятие ще ограничи достъпа до продукти или услуги, които иначе, в отсъствие на сливане, би предлагало, като по този начин увеличава разходите на конкуренти надолу по веригата, за които е по-трудно да си набавят производствени ресурси на цени и при условия, каквито биха съществували в отсъствие на сливането. Това може да позволи на предприятието, създадено със сливането, да завиши цените с цел печалба за сметка на потребителите, което в значителна степен възпрепятства ефективната конкуренция. Както е посочено по-горе, за да доведе ограничаването на достъпа до производствени ресурси до вреда за потребителите, не е необходимо конкурентите на слелите се предприятия да бъдат принудени да излязат от пазара. Същественият критерий е дали увеличените разходи за производствени ресурси ще доведат до по-високи цени за потребителите. По-голямата ефективност благодарение на сливането може обаче да позволи на новото предприятие да намали цените, така че крайният ефект върху потребителите да е неутрален или позитивен. Този механизъм е показан графично на Схема 1.

*Схема 1*

**Ограничаване на достъпа до производствени ресурси**




([1]) За значението на израза „завишени цени“ вж. бележка под линия № 8. За значението на „потребители“ вж. параграф 16.
([2]) Вж. Регламент за сливанията, член 2, параграф 1, буква б) относно „достъп до снабдяване“ и съответно „достъп до […] пазари“.

32. При оценката на вероятността от антиконкурентно ограничаване на достъпа до производствени ресурси, Комисията първо проучва дали предприятието, създадено със сливането, ще бъде в състояние след сливането да ограничи значително достъпа до производствени ресурси, второ дали ще има стимули да го направи и трето дали една стратегия за ограничаване на достъпа ще има значителен вреден ефект върху конкуренцията надолу по веригата ([1]). На практика тези фактори често се разглеждат заедно, тъй като са тясно преплетени.

### A. Способност за ограничаване на достъпа до производствени ресурси ([2])

33. Ограничаването на достъпа до производствени ресурси може да се прояви в различни форми. Новото предприятие може да реши да не търгува с реалните или потенциалните си конкуренти на съответния вертикален пазар. Друг вариант е новото предприятие да реши да ограничи снабдяването и/или да повиши цените си за снабдяване на своите конкуренти и/или да промени по друг начин условията на снабдяване, като ги направи по-неизгодни в сравнение с условията преди сливането ([3]). Нещо повече, новото предприятие може да предпочете технология, която е несъвместима с технологиите на конкурентните предприятия ([4]). Ограничаването на достъпа може да се прояви и под по-завоалирани форми, например, като влошаване на качеството на доставяните производствени ресурси ([5]). В своята оценка Комисията може да разгледа редица алтернативни или взаимнодопълващи се възможни стратегии.

34. Ограничаването на достъпа до производствени ресурси може да създаде проблеми за конкуренцията, само ако засяга важен производствен ресурс за продукта надолу по веригата ([6]). Такъв е случаят например, когато въпросният производствен ресурс представлява основно перо в разходите, отразяващо се на цената на продукта надолу по веригата. Освен като разходи, един производствен ресурс може да е много важен и по други причини. Например, производственият ресурс може да бъде важен елемент, без който продуктът надолу по веригата не може да бъде произвеждан или реално да се продава на пазара ([7]), или може да представлява важен източник на продуктова диференциация за продукта надолу по веригата ([8]). Възможно е също така разходите за преминаване към алтернативни производствени ресурси да са относително високи.

35. Ограничаването на достъпа до производствени ресурси поражда опасения, когато вертикално интегрираното предприятие, създадено със сливането има значителна пазарна мощ на пазара нагоре по веригата. Само в тези случаи може да се очаква, че новото предприятие ще има значително влияние върху условията за конкуренция на пазара нагоре по веригата, и съответно върху цените и условията на доставка на пазара надолу по веригата.

36. Предприятието, създадено със сливането, ще бъде в състояние да ограничи достъпа на конкуренти надолу по веригата, само ако чрез ограничаване на достъпа до собствените си продукти или услуги нагоре по веригата може да повлияе негативно по отношение на цените или качеството на общата наличност на производствени ресурси на пазара надолу по веригата. Такъв може да е случаят, когато оставащите доставчици нагоре по веригата не са достатъчно ефективни, не предлагат най-търсените алтернативи или не са способни да разширят крайния си продукт си в отговор на ограничаването на снабдяването, например защото имат ограничен капацитет или, в по-общ смисъл, са изправени пред намаляваща възвръщаемост ([9]). Освен това, наличието на ексклузивни договори между създаденото със сливането предприятие и независими доставчици на производствени ресурси може да ограничи способността на конкурентите надолу по веригата за адекватен достъп до производствени ресурси.

---

([1]) Вж. напр. дела COMP/M.4300 — Philips/Intermagnetics, COMP/M.4314 — Johnson & Johnson/Pfizer Consumer Healthcare, COMP/M.4389 — WLR/BST, COMP/M.4403 — Thales/Finmeccanica/Alcatel Alenia Space и Telespazio, COMP/M.4494 — Evraz/Highveld и COMP/M.4561 — GE/Smiths Aerospace.

([2]) Терминът „производствени ресурси“ е използван тук като генеричен и може също да включва услуги, достъп до инфраструктура и достъп до права върху интелектуална собственост.

([3]) Вж. напр. дело COMP/M.1693 — Alcoa/Reynolds (2000 г.), дело COMP/M.4403 — Thales/Finmeccanica/Alcatel Alenia Space/Telespazio, точки 257-260.

([4]) Вж. напр. дело COMP/M.2861 — Siemens/Drägerwerk/JV (2003 г.), дело COMP/M.3998 Axalto, точка 75.

([5]) Вж. напр. дело COMP/M.4314 — Johnson & Johnson/Pfizer Consumer Healthcare, точки 127-130.

([6]) Вж. напр. дело COMP/M.3868 — Dong/Elsam/Energi E2, дело COMP/M.4094 — Ineos/BP Dormagen, точки 183-184, дело COMP/M.4561 — GE/Smiths Aerospace, точки 48-50.

([7]) Например един стартер за двигател може да се счита за основна съставна част на двигателя (дело T-210/01, General Electric/Комисията [2005], ECR II-000); вж. също напр. дело COMP/M.3410 — Total/GDF, точки 53-54 и 60-61.

([8]) Например персоналните компютри често се продават, като вида на микропроцесора, който съдържат, се посочва изрично.

([9]) Вж. напр. дело COMP/M.4494 — Evraz/Highveld, точка 92 и точки 97-112.

37. Когато се преценява доколко е вероятно да се ограничи достъпът до производствени ресурси, трябва да се вземе предвид, че решението на създаденото със сливането предприятие да разчита за доставки на ресурси на свое подразделение нагоре по веригата, може също да освободи капацитет на други доставчици на производствени ресурси, от които по-рано подразделението надолу по веригата се е снабдявало. Всъщност сливането може просто да реорганизира схемите за доставки между конкурентни предприятия.

38. Когато конкуренцията на пазара на производствени ресурси е олигополна, евентуалното решение на създаденото със сливането предприятие да ограничи достъпа до своите производствени ресурси намалява конкурентния натиск върху останалите доставчици на производствени ресурси, което може да им позволи да повишат продажните цениза неинтегрирани конкуренти надолу по веригата. По същество, ограничаването на достъпа до производствени ресурси от страна на създаденото със сливането предприятие може да изправи конкурентите му надолу по веригата пред невертикално интегрирани доставчици с увеличена пазарна мощ ([1]). Увеличението на пазарната мощ на трета страна ще бъде толкова по-голямо, колкото по-малка е степента на продуктова диференциация между слятото предприятие и другите доставчици нагоре по веригата и колкото по-високо е нивото на концентрация нагоре по веригата. Въпреки това, опитът да се повиши цената на производствените ресурси може да се провали, ако независими доставчици на ресурси, след като се сблъскат с намалено търсене на продуктите си (от страна на подразделението на слятото предприятие надолу по веригата или от независими предприятия надолу по веригата), отговорят с по-агресивно ценообразуване ([2]).

39. В своята оценка Комисията следва да прецени, въз основа на наличната информация, дали има ефективни и своевременни контрастратегии, които конкурентните предприятия биха приложили. Подобни контрастратегии включват промяна на техния производствен процес, така че да не разчитат толкова на въпросните производствени ресурси, или спонсориране на влизането на нови доставчици нагоре по веригата.

### Б. Стимули за ограничаване на достъпа до производствени ресурси

40. Стимулите за ограничаване на достъпа зависят от това доколко подобно ограничаване би било рентабилно. Вертикално интегрираните предприятия ще вземат предвид как техните доставки на ресурси към конкуренти надолу по веригата ще повлияят не само на печалбите на подразделението ѝ нагоре по веригата, но също така и на подразделението ѝ надолу по веригата. Всъщност слятото предприятие-заменя печалби на пазара нагоре по веригата, изгубени поради намаляване на продажбите на производствени ресурси на (реални или потенциални) конкуренти, с печалби в краткосрочен или дългосрочен план, извлечени от увеличаващи се продажби надолу по веригата или, според конкретния случай, от по-високите цени за потребителите.

41. Замяната най-вероятно зависи от нивото на печалбите, които слятото дружество получава на пазарите надолу и нагоре по веригата ([3]). При условие, че другите параметри са постоянни, колкото по-малки са маржовете нагоре по веригата, толкова по-малка е загубата от ограничаването на продажбите на ресурси. По подобен начин, колкото по-големи са маржовете надолу по веригата, толкова по-голяма е печалбата от нарастване на пазарния дял надолу по веригата за сметка на конкурентите с ограничен достъп ([4]).

42. Стимулът за интегрираното предприятие да повиши още разходите на конкурентите зависи от това доколко има вероятност търсенето надолу по веригата да бъде отклонено от конкурентите с ограничен достъп и от дела на това отклонено търсене, който може да заеме подразделението на интегрираното

([1]) Анализът на вероятния ефект от премахването на ограничение пред конкуренцията е подобен на анализа на некоординираните въздействия при хоризонталните сливания (вж. раздел IV от Известието относно хоризонталните сливания).

([2]) Естеството на договорите за доставки между доставчици от горната част на веригата и независими предприятия от долната част може също така да бъде важно в това отношение. Например, когато такива договори използват ценова система с комбиниране на фиксирана такса и единична цена за доставка, ефектът върху пределните разходи на конкурентите надолу по веригата може да бъде засегнат в по-малка степен отколкото, когато такива договори включват само единични цени за доставка.

([3]) Вж. напр. дело COMP/M.4300 — Philips/Intermagnetics, точки 56-62, дело COMP/M.4576 — AVR/Van Gansewinkel, точки 33-38.

([4]) Трябва да се има предвид, че маржовете нагоре и надолу по веригата могат да се променят вследствие на сливането. Това може да се отрази върху стимулите на слятото предприятие да ограничи достъпа.

предприятие надолу по веригата ([1]). Обикновено този дял ще е толкова по-голям, колкото по-малко съкращаването на капацитета на слятото дружество касае неподложени на ограничаване конкуренти надолу по веригата и колкото повече продуктите на слятото дружество и на конкурентите с ограничен достъп са близки заместители. Ефектът върху търсенето надолу по веригата ще бъде по-голям, и ако засегнатият ресурс представлява значителен дял от разходите на конкурентите надолу по веригата или ако съответният ресурс е компонент от критична важност за продукта надолу по веригата ([2]).

43. Стимулът за ограничаване на достъпа на реални или потенциални конкуренти може да зависи също от това доколко може да се очаква подразделението на интегрираното предприятие надолу по веригата да спечели от по-високите ценови нива на пазара надолу по веригата в резултат на стратегията за повишаване на разходите на конкурентите ([3]) Колкото по-големи са пазарните дялове на слятото предприятие надолу по веригата, толкова по-голям е обемът на продажбите, върху който се прилагат по-големите маржове ([4]).

44. Даден монополист нагоре по веригата, който вече може пълноценно да извлича всички възможни печалби на вертикално свързани пазари, може да няма никакъв стимул да ограничава достъпа на конкуренти след едно вертикално сливане. Способността да се извличат налични печалби от потребителите не е неизбежно следствие от придобиване на много голям пазарен дял ([5]). За подобно заключение се изисква по-подробен анализ на действителните и бъдещите ограничения, които монополистът спазва в дейността си. Когато не всички налични печалби могат да бъдат извлечени, едно вертикално сливане — дори ако включва монополист нагоре по веригата — може да стимулира слятото предприятие да повиши разходите на конкурентите надолу по веригата, като по този начин намали налаганото от тях конкурентно ограничение върху слятото дружество на пазара надолу по веригата.

45. В оценката си на вероятните стимули на слятото предприятие Комисията може да вземе предвид различни съображения, като структурата на собствеността на слятото предприятие ([6]), възприети в миналото пазарни стратегии ([7]) или съдържанието на вътрешни стратегически документи като бизнес планове.

---

([1]) Вж. напр. дело COMP/M.3943 — Saint-Gobain/BPB (2005 г.), точка 78. Комисията отбелязва, че е малко вероятно BPB — основен доставчик на гипсови плоскости в Обединеното кралство — да намали доставките към конкурентните дистрибутори на Saint-Gobain, отчасти защото разширяването на капацитета за доставки в Saint-Gobain е трудно.

([2]) Обратно, ако производствените ресурси представляват само малък дял от продукта надолу по веригата и не са решаващ компонент, дори и голям пазарен дял нагоре по веригата няма да бъде стимул за слятото предприятие да ограничи конкурентите надолу по веригата, защото малко от продажбите, ако въобще има такива, биха се отклонили към подразделението на интегрираното предприятие, функциониращо надолу по веригата.Вж. напр. дело COMP/M.2738 — GEES/Unison; дело COMP/M.4561 — GE/Smiths Aerospace, точки 60-62.

([3]) Вж. напр. дело COMP/M.4314 — Johnson & Johnson/Pfizer Consumer Healthcare, точки 131-132.

([4]) Следва да се отбележи, че колкото по-малки са възможностите на слятото предприятие да се насочи към конкретен целеви пазар надолу по веригата, толкова по-малка е вероятността то да повиши цените на доставяните от него производствени ресурси, тъй като ще трябва да понесе алтернативни разходи на други пазари надолу по веригата. В това отношение може да се отчете степента, до която слятото предприятие може да налага ценови разграничения, когато снабдява няколко пазара надолу по веригата и/или съпътстващи пазари (напр. за резервни части).

([5]) Пример за това е ситуацията, в която монополистът има т.нар. проблем с обвързването, който не е в състояние да реши. Например, купувач надолу по веригата може да има желание да плаща висока цена на монополист, работещ нагоре по веригата, стига само последният да не продава впоследствие допълнителни количества на конкурент. След като условията за доставка са определени и договорени с предприятие надолу по веригата, доставчикът нагоре по веригата може да има стимул да увеличи доставките си към други предприятия нагоре по веригата, като по такъв начин превръща първата покупка в нерентабилна. Тъй като предприятията надолу по веригата ще предвидят подобно опортюнистично поведение, доставчикът нагоре по веригата няма да има възможност да оползотвори напълно своята пазарна мощ. Вертикалната интеграция може да възстанови способността на доставчика нагоре по веригата да се обвърже с ангажимент да не разширява продажбите на производствени ресурси, което би навредило на собственото му подразделение надолу по веригата. Друг случай, в който монополистът не може да извлече всички възможни печалби, свързани с монопола му, може да възникне, когато предприятието не може да диференцира цените си спрямо клиентите.

([6]) Например в случаите, когато две предприятия имат съвместен контрол над предприятие, действащо на пазара нагоре по веригата, но само едно от тях действа надолу по веригата, предприятието без дейности надолу по веригата може да няма особен интерес от това да се откаже от продажбите на производствени ресурси. В такива случи стимулът за ограничаване на достъпа е по-слаб, отколкото когато предприятието нагоре по веригата се контролира изцяло от предприятие с дейности надолу по веригата. Вж. напр. дело COMP/M.3440 — EDP/ENI/GDP (2004 г.), дело COMP/M.4403 — Thales/Finmeccanica/Alcatel Alenia Space/Telespazio, точки 121 и 268.

([7]) Фактът, че в миналото конкурент с подобна позиция на пазара като на слятото предприятие е спрял доставката на производствени ресурси, може да докаже, че възприемането на подобна стратегия е рационално от търговска гледна точка (вж. напр. дело COMP/M.3225 — Alcan/Pechiney (2004 г.), в точка 40).

46. Освен това когато поемането на специфичен курс на поведение от слятото предприятие представлява съществена стъпка към ограничаване на достъпа, Комисията разглежда както стимулите за възприеманена такова поведение, така и решаващите фактори за намаляване или дори елиминиране на тези стимули, включително възможността подобно поведение да е незаконно. Поведението може да бъде незаконно *inter alia* поради правилата на конкуренция или конкретните правила за даден сектор в ЕС или на национално равнище. Такава оценка обаче не изисква цялостен и подробен преглед на приложимите правила на различните законови уредби и на съответните правоприлагащи системи ([1]). Още повече, незаконността на такова поведение вероятно ще има сериозен възпиращ ефект и слятото дружество би се ангажирало с подобно поведение само при определени обстоятелства. По-специално, въз основа на обобщен анализ, Комисията ще разгледа: (i) вероятността подобно поведение да е категорично или най-вероятно незаконно съгласно правото на Общността ([2]); (ii) вероятността това незаконно поведение да бъде разкрито ([3]) и (iii) санкциите, които могат да бъдат наложени.

### B. Вероятно цялостно въздействие върху ефективната конкуренция

47. В общи линии, едно сливане с ограничаване на достъпа до производствени ресурси би породило опасения за конкуренцията, в случай че води до повишаване на цените на пазара надолу по веригата и така съществено възпрепятства ефективната конкуренция.

48. Първо, антиконкурентно ограничаване на достъпа може да възникне, когато едно вертикално сливане позволява на страните по сливането да увеличат разходите на конкурентите надолу по веригата, което на свой ред води до натиск върху продажните цени на тези конкуренти. За да се приеме, че се вреди съществено на ефективната конкуренция, обикновено се изисква предприятията с ограничен достъп да играят достатъчно важна роля в конкурентния процес на пазара надолу по веригата. Колкото по-голям е делът на предприятията конкуренти на пазара надолу по веригата, които ще бъдат подложени на ограничен достъп, толкова по-вероятно е в резултат на сливането да се очаква значително завишаване на цените на този пазар и, следователно, сериозно възпрепятстване на ефективната конкуренция ([4]). Въпреки относително малкия си пазарен дял в сравнение с други участници, дадено предприятие може да има значима конкурентна роля спрямо други участници ([5]), например защото е непосредствен конкурент на вертикално слято предприятие или защото е особено агресивен конкурент.

49. Второ, ефективната конкуренция може да бъде сериозно възпрепятствана с издигането на бариерите пред нови потенциални конкуренти ([6]). Едно вертикално сливане може да доведе до ограничаване на потенциалната конкуренция надолу по веригата на пазара, когато е вероятно слятото предприятие да не снабдява потенциалните нови участници надолу по веригата на пазара или да ги снабдява само при по-неизгодни условия в сравнение с условията в отсъствие на сливането. Самата вероятност слятото предприятие след сливането да провежда стратегия на ограничаване на достъпа може да има силно възпиращо действие върху потенциалните нови участници ([7]). Ефективната конкуренция на пазара надолу по веригата може да бъде сериозно възпрепятствана с издигането на бариери за влизането на пазара, особено ако ограничаването на достъпа до производствени ресурси кара такива потенциални конкуренти да влязат на пазарите и надолу, и нагоре по веригата, за да могат да се конкурират ефективно на някой от тези пазари. Опасенията за издигане на бариери пред влизането на пазара са особено оправдани за промишлени отрасли, които се отварят за свободна конкуренция, или се очаква да се отворят в обозримо бъдеще ([8]).

---

([1]) Дело C-12/03 P, Комисията срещу Tetra Laval BV, ECR I-000, параграфи 74-76. Дело T-210/01, General Electric срещу Комисията [2005], ECR II-000, в параграф 73.

([2]) Дело T-210/01, General Electric срещу Комисията [2005], ECR II-000, по-конкретно в точки 74-75 и 311-312.

([3]) Например в дело COMP/M.3696 E.ON/MOL (2005 г.), точки 433 и 443-446 Комисията отдаде значение на факта, че националният регулаторен орган на Унгария в газовия сектор, въпреки правото му да контролира и да налага на участниците на пазара да действат недискриминационно, в редица случаи няма да е в състояние да получи точна информация относно търговското поведение на операторите. Вж. също дело COMP/M.3440 — EDP/ENI/GDP (2004 г.), точка 424.

([4]) Вж. напр. дело COMP/M.4494 — Evraz/Highveld, точки 97-112.

([5]) Вж. напр. дело COMP/M.3440 — EDP/ENI/GDP (2004 г.).

([6]) Вж. напр. дело COMP/M.4180 — Gaz de France/Suez, точки 876-931, дело COMP/M.4576 — AVR/Van Gansewinkel, точки 33-38.

([7]) Вж. дело COMP/M.3696 — E.ON/MOL (2005 г.), в точка 662 и следващите.

([8]) Вж. параграф 20. Важно е да не се отнема ефективността на регулаторните мерки, насочени към отварянето на пазара, чрез сливане между вертикално свързани предприятия титуляри на пазара, които по този начин затварят пазара, или чрез взаимното им елиминиране като потенциални навлизащи участници.

50. Ако останат достатъчно на брой надеждни конкуренти надолу по веригата, чиито разходи няма вероятност да се повишат, защото, например, те самите са вертикално интегрирани ([1]) или имат възможност да се пренасочат към адекватни алтернативни доставки на производствени ресурси, конкуренцията на такива предприятия може да представлява достатъчно ограничение за предприятието, създадено със сливането, и следователно да предотврати повишаването на цените на крайните продукти над нивата преди сливането.

51. Въздействието върху конкуренцията на пазара надолу по веригата също трябва да се оценява предвид балансиращи фактори като наличие на пазарна мощ на купувача ([2]) или вероятността влизането на нови участници нагоре по веригата да поддържа ефективна конкуренция ([3]).

52. Освен това е необходимо въздействието върху конкуренцията да бъде оценявано с оглед на предимствата за ефективността, доказани от страните по сливането ([4]) Комисията може да реши, че с оглед на предимствата за ефективността, които носи сливането,, няма основание сливането да се обяви за несъвместимо с общия пазар по смисъла на член 2, параграф 3 от Регламента за сливанията. Такъв ще бъде случаят, ако Комисията заключи, въз основа на достатъчно доказателства, че предимствата за ефективността, генерирани от сливането, вероятно ще стимулират и укрепят способността на новото предприятие да работи по конкурентен начин в полза на потребителите, като така се неутрализира отрицателното въздействие върху конкуренцията, което сливането иначе би могло да има.

53. Когато се оценява ефективността в контекста на нехоризонталните сливания, Комисията прилага принципите, които вече са изложени в Раздел VII от Известието относно хоризонталните сливания. По-конкретно, за да вземе Комисията под внимание твърдения за ефективност в своята оценка за сливането, ефективността трябва да е в полза на потребителите, да е свързана с конкретното сливане и да подлежи на проверка. Тези условия имат кумулативен характер ([5]).

54. Вертикалните сливания могат да доведат до някои конкретни източници на ефективност, списъкът на които не е изчерпателен.

55. По-специално, вертикалното сливане позволява на слятото предприятие да поеме вътрешновсички двойни търговски надценки, съществували преди сливането благодарение на факта, че двете страни са определяли независимо една от друга цените си ([6]). В зависимост от пазарните условия, благодарение на намаляването на комбинираната търговска надценка (свързана с ценообразуване на двете нива, което не е приведено в съответствие) вертикално слятото предприятие може да спечели от разширяване на продукцията си на пазара надолу по веригата ([7]).

56. Освен това вертикалното сливане може да позволи на страните по-добре да координират процесите на производство и дистрибуция и така да спестят от разходи за стокови запаси.

57. В по-общ план вертикалното сливане може да сближи стимулите на страните по отношение на инвестиции в нови изделия, нови производствени процеси и маркетинга на продуктите. Например, ако преди сливането дистрибуторско предприятие надолу по веригата не е било склонно да инвестира в реклама и информация за клиентите относно качествата на продуктите на предприятие, намиращо се нагоре по веригата, тъй като подобни инвестиции биха били благоприятни за продажбите и на други предприятия надолу по веригата, със слятото предприятие се решават подобни проблеми със стимулите.

---

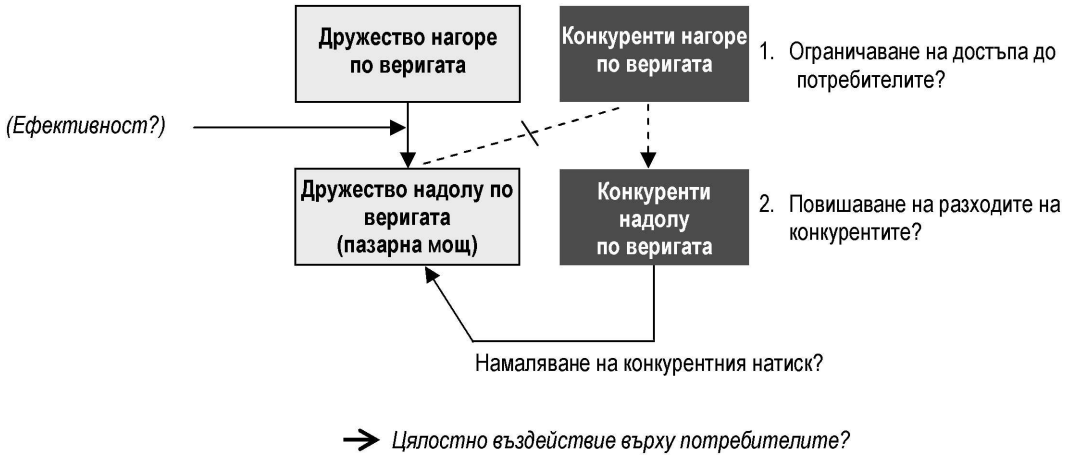
([1]) Вж. напр. дело COMP/M.3653 — Siemens/VA Tech (2005 г.), в точка 164.
([2]) Вж. раздел V за балансиращата пазарна мощ на купувача в Известието относно хоризонталните сливания.
([3]) Вж. раздел VI за навлизането в Известието относно хоризонталните сливания.
([4]) Вж. раздел VII за предимствата за ефективността в Известието относно хоризонталните сливания.
([5]) Вж. по-конкретно параграфи 79-88 от Известието относно хоризонталните сливания.
([6]) Вж. също параграф 13 по-горе.
([7]) Важно е да се признае обаче, че проблемът с двойните търговски надценки невинаги е налице или значим преди сливането, например защото страните по сливането вече са сключили споразумение за доставки с ценови механизъм, който осигурява търговска отстъпка за големи количества, елиминираща търговската надценка. Степента на ефективност, свързана с премахването на двойните търговски надценки, следователно може да не е винаги конкретно свързана със сливането, защото вертикалното кооперираме или сключването на вертикални споразумения може, и без да се стигне до сливане, да постигне подобни ползи с по-малки антиконкурентни ефекти. Освен това сливането може да не елиминира изцяло двойната търговска надценка, когато доставянето на производствения ресурс е ограничено поради ограничения на капацитета и съществува също толкова печеливша алтернативна употреба на производствения ресурс. При такива обстоятелства вътрешното използване на ресурса води до алтернативен разход за вертикално интегрираното предприятие: вътрешното оползотворяване на по-голяма част от производствения ресурс, с цел да се увеличи продукцията надолу по веригата, означава намаляване на продажбите на алтернативния пазар. В резултат на това стимулът за вътрешно използване на производствения ресурс и увеличаване на продукцията надолу по веригата е по-малък, отколкото когато няма алтернативен разход.

2. *Ограничаване на достъпа до потребители*

58. Ограничаване на достъпа до потребители възниква, когато един доставчик се обединява с важен потребител от пазара надолу по веригата ([1]). Със своето присъствие надолу по веригата, новото предприятие може да ограничи достъпа до достатъчна маса потребители на своите действителни или потенциални конкуренти на пазара нагоре по веригата (пазара на производствени ресурси) и да намали тяхната конкурентоспособност или стимули за конкуриране. На свой ред това може да повиши разходите на конкурентите надолу по веригата, тъй като за тях ще бъде по-трудно да си набавят производствени ресурси на цени и при условия какъвто биха съществували в отсъствие на сливането. Това може да позволи на слятото предприятие да определя по-високи цени на пазара надолу по веригата, за да увеличи печалбите си. Ефективността, постигната в резултат на сливането, може обаче да позволи на слятото дружество да намали цените, така че цялостното въздействие върху потребителите да не е негативно. За да доведе ограниченият достъп до потребители до вреда за потребителите, не е необходимо конкурентите на слятото пхредприятие да бъдат принудени да напуснат пазара. Уместният критерий е дали увеличените разходи за производствени ресурси биха довели до по-високи цени за потребителите. Този механизъм е представен графично на схема 2.

*Схема 2*

**Ограничаване на достъпа до потребители**




59. При оценяването на вероятността за сценарий с антиконкурентно ограничаване на достъпа до потребители Комисията разглежда първо дали предприятието, създадено със сливането, е способно да ограничи достъпа до пазари надолу по веригата, като съкрати своите покупки от конкурентите си нагоре по веригата, второ, дали ще има стимул да съкрати покупките си нагоре по веригата и трето, дали една стратегия на ограничаване на достъпа наистина би била във вредана потребителите на пазара надолу по веригата ([2]).

А. Способност за ограничаване на достъпа до пазари надолу по веригата

60. Едно вертикалното сливане може да засегне конкуренти нагоре по веригата, като повиши разходите им за достъп до потребители надолу по веригата или като ограничи достъпа им до значителна маса потребители. Ограничаването на достъпа до потребители може да има разнообразни форми. Например, създаденото със сливането предприятие може да реши да се снабдява с всички необходими стоки или услуги от своето подразделение нагоре по веригата, в резултат на което може да преустанови покупките от своите конкуренти в горната част на веригата. Предприятието може също да съкрати покупките от тези конкуренти или да купува от тях при по-неизгодни условия в сравнение с тези, които биха съществували в отсъствие на сливането ([3]).

([1]) Вж. бележка под линия 4 за определението на понятията„надолу по веригата“ и „нагоре по веригата“.
([2]) Вж. напр. дело COMP/M.4389 — WLR/BST.
([3]) Например в случаите, свързани с дистрибуция, е по-малко вероятно слятото предприятие да предоставя достъп до своите търговски обекти при същите условия, при които би го направило, ако нямаше сливане.

61. Когато преценява дали предприятието, създадено със сливането, би било способно да ограничава достъпа до пазари надолу по веригата, Комисията проучва дали има достатъчно други икономически алтернативи на пазара надолу по веригата, за да могат конкурентите (реални или потенциални) в горната част на веригата да продават продукцията си ([1]). Ограничаването на достъпа до потребители буди опасения, когато вертикалното сливане засяга предприятие, което е важен потребител със значителна пазарна мощ на пазара надолу по веригата ([2]). Обратно, ако има достатъчно голяма маса потребители понастоящем или в бъдеще, които вероятно ще се ориентират към независими доставчици, малко вероятно е Комисията да изрази опасения относно конкуренцията на такова основание ([3]).

62. Ограничаването на достъпа до потребители може да доведе до по-високи цени на производствените ресурси, особено ако на пазара на производствени ресурси са налице значителни икономии от мащаба или обхвата или когато търсенето се характеризира с мрежови ефекти ([4]). Най-вече при такива обстоятелства се нарушава конкурентоспособността на действителни или потенциални конкуренти нагоре по веригата.

63. Например, ограничаването на достъпа до потребители може да доведе до по-високи цени на производствените ресурси, когато съществуващите конкуренти от горната част на веригата оперират с минимален или почти минимален коефициент на ефективност. Доколкото ограничаването на достъпа до потребители и съответното съкращаване на продукция на конкуренти нагоре по веригата увеличава техните променливи производствени разходи, това може да ги принуди да повишат продажните си цени за потребители, опериращина пазара надолу по веригата.

64. При наличието на икономии от мащаба или обхвата, ограничаването на достъпа до потребители може също така да направи влизането на пазара нагоре по веригата непривлекателно за нови участници, тъй като значително намаляват перспективите за приходи на потенциалните нови участници. Когато ограничаването на достъпа до потребители има реален възпиращ ефект за влизането на пазара, цените на производствените ресурси могат да се задържат на по-високо ниво отколкото би било иначе, като така се повишават разходите за доставки на производствени ресурси за конкуренти на слятото предприятие надолу по веригата.

65. Освен това когато ограничаването на достъпа до потребители оказва влияние най-вече върху върху приходните потоци на конкуренти нагоре по веригата, то може сериозно да намали възможностите и стимулите на тези конкуренти да инвестират в намаляване на разходите, в научно-изследователска и развойна дейност и в подобряване качеството на продукцията ([5]). Това може да ограничи тяхната конкурентоспособност в дългосрочен план и евентуално дори да стане причина за излизането им от пазара.

66. В своята оценка Комисията може да вземе под внимание съществуването на различни пазари, съответстващи на разнообразната употреба на производствените ресурси. Ако съществена част от пазара надолу по веригата е с ограничен достъп, доставчик нагоре по веригата може да не успее да постигне коефициент на ефективност и може също така да функционира при по-високи разходи на друг(и) пазар(и). Обратно, доставчик нагоре по веригата може да продължи да работи ефективно, ако намери друга употреба или вторични пазари за своите производствени ресурси, така че да не стига до сериозно увеличение на разходите.

---

([1]) Обикновено загубата на интегрираното предприятие като клиент е по-малко значима, ако преди сливането покупките на това предприятие от неинтегрирани предприятия представляват малък дял от наличната база от продажби за тези предприятия. В такъв случай е по-вероятно да има достатъчно алтернативни клиенти. Наличието на ексклузивни договори между слятото предприятие и други предприятия надолу по веригата може да ограничи способността на конкурентите нагоре по веригата да постигнат достатъчен обем продажби.

([2]) Вж. напр. дело COMP/M.2822 — ENBW/ENI/GVS (2002 г.) в точки 54-57.

([3]) Вж. напр. дело COMP/M.81 — VIAG/Continental Can (1991 г.), точка 51 и дело COMP/M.4389 — WLR/BST, точки 33-35.

([4]) Икономии от мащаба или обхвата са налице, когато увеличението на мащаба или обхвата на производството води до намаление на средния разход на единица продукция. Мрежови ефекти се появяват, когато стойността на продукт за клиент се увеличава, когато броят на другите клиенти за този продукт нараства. Примерите включват комуникационните устройства, специфичните софтуерни програми, подлежащите на стандартизация продукти и платформите за свързване на купувачи и продавачи.

([5]) Доставчик на производствени ресурси, чийто достъп до важен клиент е ограничен, може да предпочете да остане извън пазара, ако не успее да стигне прага на жизнеспособност след направените инвестиции. Този праг на жизнеспособност може обаче да бъде стигнат, ако потенциален навлизащ участник има достъп до по-голяма база клиенти, включително клиенти на други съответни пазари. Вж. дело COMP/M.1879 — Boeing/Hughes (2000 г.); дело COMP/M.2978 — Lagardère/Natexis/VUP (2003 г.).

67. Въз основа на наличната информация в своята оценка Комисията ще разгледа дали съществуват ефикасни и своевременни, устойчиви във времето стратегически контрамерки, които конкурентните предприятия са склонни да приложат. Подобни контрастратегии включват възможността конкурентите нагоре по веригата да решат да прилагат по-агресивни цени, за да поддържат нивата на продажби на пазара надолу по веригата и така да смекчат ефекта от ограничения достъп ([1]).

Б. Стимули за ограничаване на достъпа до пазари надолу по веригата

68. Стимулите за ограничаване на достъпа зависят от това доколко подобно ограничаване би било рентабилно. Слятото предприятие заменя евентуални разходи, свързани с недоставени продукти от конкуренти нагоре по веригата, с евентуални печалби от тези действия, защото така, например, слятото предприятие може да повиши цените на пазарите нагоре или надолу по веригата.

69. Разходите, свързани с намаляването на покупките от конкурентни доставчици нагоре по веригата, са по-високи, когато подразделението на интегрираното предприятие нагоре по веригата не е толкова ефективно, колкото ограничените доставчици. Тези разходи са по-високи и когато капацитетът на подразделението на слятото предприятие е ограничен или когато продуктите на конкурентите са по-привлекателни поради продуктова диференциация.

70. Стимулите за ограничаване на достъпа до потребители зависят и от това доколко подразделението на слятото предприятие нагоре по веригата може да спечели от евентуалното покачване на цените на пазара нагоре по веригата вследствие на ограничавания достъп на конкурентите нагоре по веригата. Стимулитеза ограничаване на достъпа до потребители нарастват успоредно с очакванията подразделението на интегрираното предприятие надолу по веригата да се радва на печалби от по-високите цени надолу по веригата като резултат от стратегията за ограничаване на достъпа. В този контекст колкото по-големи са пазарните дялове на дейностите на слятото предприятие надолу по веригата, толкова по-голям е обемът на продажбите, върху който се проектират по-големите маржове ([2]).

71. Когато възприемането на специфично поведение от страна на слятото предприятие представлява съществена стъпка към ограничаване на достъпа, Комисията разглежда както стимулите за подобно поведение, така и факторите за намаляване или дори елиминиране на тези стимули, включително възможността подобно поведение да е незаконно ([3]).

В. Вероятно цялостно въздействие върху ефективната конкуренция

72. Ограничаването на достъпа на конкуренти на пазара нагоре по веригата може да има отрицателно въздействие на пазара надолу по веригата и да навреди на потребителите. Като отказва конкурентен достъп на продуктите на ограничени конкуренти (нагоре по веригата) до значителна маса клиенти, сливането може да ограничи конкурентоспособността на тези конкурентив обозримо бъдеще. В резултат на това конкурентите надолу по веригата вероятно ще бъдат поставени в неизгодно конкурентно положение, например, под формата на повишени разходи за производствени ресурси. На свой ред, това може да позволи на слятото предприятие да увеличи цените с цел печалба или да намали цялостната продукция на пазара надолу по веригата.

---

([1]) Например в дело COMP/M.1879 — Boeing/Hughes (2000 г.), точка 100 измежду няколко други фактори бе отчетено, че с оглед на високите постоянни разходи, ако конкуриращите се доставчици на системи за изстрелване на спътници станат по-малко конкурентоспособни от гледна точна на разходите спрямо слятото предприятие, те по-скоро биха опитали да намалят цените, за да спасят обема и да си възстановят поне част от постоянните разходи, отколкото да загубят договор и да понесат още по-голяма загуба. Следователно по-вероятният ефект е по-голяма ценова конкуренция, а немонополизация на пазара.

([2]) Ако вертикално интегрираното предприятие частично снабдява с производствени ресурси конкуренти надолу по веригата, то може да печели от способността да разширява продажбите или, според случая, да увеличава цените на производствените ресурси.

([3]) Анализът на тези стимули ще бъде извършен, съгласно посоченото в параграф 46 по-горе.

73. Може да мине известно време преди негативното въздействие върху потребителите да се материализира, когато основното въздействие от ограничаването на достъпа до потребители е върху приходните потоци на конкурентите нагоре по веригата, намалявайки техните стимули да инвестират в понижаване на разходите, подобряване на качеството на продукцията или в други измерения на конкуренцията, за да останат конкурентоспособни.

74. Само когато достатъчно голям дял от продукцията нагоре по веригата бъде засегнат от понижените приходи в резултат на вертикалното сливане, сливането може да възпрепятства съществено конкуренцията на пазара нагоре по веригата. Ако известен брой конкуренти нагоре по веригата останат незасегнати, конкуренцията от страна на тези предприятия може да бъде достатъчна, за да предотврати повишаването на цените на пазара нагоре по веригата, а следователно и на пазара надолу по веригата. За да бъде достатъчна конкуренцията на тези неограничавани предприятия нагоре по веригата, е необходимо те да не са изправени пред бариери за разрастването си, напр. посредством ограничаване на капацитета или продуктова диференциация ([1]). Когато намаляването на конкуренцията нагоре по веригата засегне значителен дял от продукцията надолу по веригата, сливането, подобно на случая с ограничаването на достъпа до производствени ресурси, е вероятно да доведе до значително повишаване на цените на пазара надолу по веригата и, следователно, да възпрепятства съществено конкуренцията ([2]).

75. Ефективната конкуренция на пазара нагоре по веригата може също да бъде съществено възпрепятствана чрез поставяне на бариери пред навлизането на потенциални конкуренти. Това може да стане, особено ако ограничаването на достъпа до потребители би принудило тези потенциални конкуренти да навлязат и на двете нива — надолу и нагоре по веригата — за да се конкурират ефективно на който и да е от двата пазара. В този контекст ограничаването на достъпа до потребители и ограничаването на достъпа до производствени ресурси могат да бъдат част от една и съща стратегия. Издигането на бариери пред навлизането на пазара буди опасения особено за онези промишлени отрасли, които се отварят за конкуренцията или се очаква да направят това в обозримо бъдеще ([3]).

76. Въздействието върху конкуренцията трябва да се оценява предвид компенсиращи фактори като наличието на балансираща пазарна мощ на купувача ([4]) или вероятността навлизането на нови участници да поддържа ефективна конкуренция на пазарите нагоре и надолу по веригата ([5]).

77. Освен това е необходимо оценката на въздействието върху конкуренцията да се извършва с оглед на предимствата за ефективността, доказани от страните по сливането ([6]).

## Б. **Друго некоординирано въздействие**

78. Чрез вертикално интегриране слятото предприятие може да придобие достъп до поверителна търговска информация по отношение на дейностите на конкурентите нагоре и надолу по веригата ([7]). Например, като стане доставчика на конкурент надолу по веригата, едно предприятие може да придобие много важна информация, която му позволява да определя цените по-малко агресивно на пазара надолу по веригата в ущърб на потребителите ([8]). То може също да постави конкурентите в неизгодна позиция от гледна точка на конкуренцията,а като по този начин ги откаже от намерението да навлязат или да се разрастват на пазара.

---

([1]) Анализът на това некоординирано въздействие е сходен с анализа на некоординираното въздействие при хоризонталните сливания (вж. раздел IV от Известието относно хоризонталните сливания).

([2]) Вж. параграфи 47-50 от настоящото известие.

([3]) Важно е да не се отнема ефективността на регулаторните мерки, насочени към отварянето на пазара, чрез сливане между вертикално свързани предприятия титуляри на пазара, които по този начин затварят пазара, или чрез взаимното им елиминиране като потенциални навлизащи участници.

([4]) Вж. раздел V за балансиращата пазарна мощ на купувача в Известието относно хоризонталните сливания.

([5]) Вж. раздел VI за навлизането в Известието относно хоризонталните сливания.

([6]) За оценяването на предимствата за ефективността във вертикален контекст вж. раздел V.A.1 по-горе.

([7]) Вж. дело COMP/M.1879 — Boeing/Hughes (2000 г.); дело COMP/M.2510 — Cendant/Galileo, точка 37; дело COMP/M.2738 — Gees/Unison, точка 21; дело COMP/M.2925 — Charterhouse/CDC/Telediffusion de France, точки 37-38; дело COMP/M.3440 — EDP/ENL/GDP (2004 г.).

([8]) Вж. напр. дело COMP/M.2822 — ENBW/ENI/GVS (2002 г.), в точка 56; дело COMP/M.3440 — EDP/ENI/GDP (2004 г.), точки 368-379; дело COMP/M.3653 — Siemens/VA Tech (2005 г.) точки 159-164.

## B. **Координирано въздействие**

79. Както е посочено в раздел IV от Известието относно хоризонталните сливания, дадено сливане може да промени характера на конкуренцията по такъв начин, че предприятия, които преди това не са координирали своето поведение, сега е много по-вероятно да се координират и да повишават цените или по друг начин да нарушават ефективната конкуренция. За предприятия, които са координирали действията си преди сливането, то може също да улесни координацията, да я направи по-стабилна или по-резултатна ([1]).

80. Пазарна координация може да възникне там, където конкурентите могат, без да сключват споразумение или да прибягват до съгласувани практики по смисъла на член 81 от Договора, да определят и преследват общи цели, като избягват обичайния взаимен конкурентен натиск чрез последователна система от неявни заплахи. В обичайните условия на конкуренция всяко предприятие непрекъснато има стимул да се конкурира. Този стимул е в крайна сметка това, което задържа цените на ниско ниво и което не позволява на предприятията съвместно да постигат максимални печалби. Координацията включва отклоняване от обичайните условия на конкуренция, изразяващо се в това, че предприятията са в състояние да поддържат цени над равнището, до което би довело самостоятелното краткосрочно максимизиране на печалбата. Предприятията ще се въздържат от подбиване на високите цени, които техни конкуренти налагат координирано, защото предвиждат, че подобно поведение би изложило на риск координирането в бъдеще. За да се появят координирани въздействия, печалбата, която предприятията могат да реализират, като се конкурират агресивно в краткосрочен план („отклоняване"), трябва да бъде по-малка от очакваното намаление на приходите вследствие на това поведение в по-дългосрочен план, тъй като се очаква, че то ще доведе до агресивна реакция от страна на конкурентите („наказание").

81. По-вероятно е координация да възникне на пазари, където е сравнително лесно да се постигне обща договорка за условията за координация. В допълнение, за устойчива координация е необходимо да бъдат спазени три условия. Първо, координиращите се предприятия трябва да са способни да контролират в достатъчна степен дали условията за координация се спазват. Второ, дисциплината изисква наличието на някакъв вид възпиращ механизъм, който може да бъде задействан, ако се долови отклонение. Трето, реакциите на външни лица като настоящи и бъдещи конкуренти, които не участват в координацията, както и на клиенти, не следва да застрашават очакваните от координацията резултати ([2]).

*Постигане на условия за координация*

82. Вертикалното сливане може да улесни предприятията от пазара нагоре и надолу по веригата да постигнат обща договорка за условията за координация ([3]).

83. Например, когато вертикално сливане води до ограничаване на достъпа ([4]), то води до намаляването на броя на действителните конкуренти на пазара. Най-общо намаляването на броя участници улеснява координацията между останалите действащи участници на пазара.

84. Вертикалните сливания могат също да увеличат симетрията между действащите на пазара предприятия ([5]). Това може да повиши вероятността от координация, като улесни постигането на договорка относно условията на координация. Аналогично вертикалната интеграция може да увеличи прозрачността на пазара, като улесни координацията между останалите участници на пазара.

85. Освен това дадено сливане може да доведе до елиминиране на отцепник на пазара. Отцепникът е доставчик, който по свои собствени причини не желае да приеме координирания резултат и по този начин поддържа агресивна конкуренция. Вертикалното интегриране на отцепника може да измени неговите стимули до такава степен, че координацията вече няма да бъде предотвратявана.

---

([1]) Вж. дело COMP/M.3101 — Accor/Hilton/Six Continents, точки 23-28.
([2]) Вж. дело T-342/99, Airtours срещу Комисията, [2002] ECR II-2585, параграф 62.
([3]) Вж. напр. дело COMP/M.3314 — Air Liquide/Messer Targets, точки 91-100.
([4]) Комисията следва да покаже наличие на ограничаване на достъпа в съответствие с посоченото в част A от настоящия раздел.
([5]) Вж. дело COMP/M.2389 — Shell/DEA; дело COMP/M.2533 — BP/EON. Алтернативно, вертикалната интеграция може също да намали симетрията между действащите на пазара предприятия, което затруднява процеса на координация.

*Контролиране на отклоненията*

86. Вертикалната интеграция може да улесни координацията, като увеличи прозрачността на пазара между предприятията посредством достъп до поверителна информация за конкурентите или чрез улесняване на контрола върху определянето на цените. Подобни опасения могат да възникнат например, ако ценовата прозрачност е по-голяма надолу по веригата, отколкото нагоре по веригата. Такъв би бил случаят, когато цените за крайните потребители са общоизвестни, докато сделките на междинния пазар са поверителни. Вертикалната интеграция може да даде на производителите нагоре по веригата възможност да контролират крайните цени и по този начин да контролират по-ефективно отклоненията.

87. Когато вертикалното сливане води до ограничаване на достъпа, то може също да предизвика намаляване на броя на действителните конкуренти на даден пазар. Намаляването на броя участници може да ги улесни в контрола на взаимните им действия на пазара.

*Възпиращи механизми*

88. Вертикалните сливания могат да засегнат стимулите на координиращите се предприятия да се придържат към условията за координация. Например едно вертикално интегрирано предприятие може да бъде в състояние по-ефективно да накаже конкурентните предприятия, когато решат да се отклонят от условията за координация, защото то е или много важен техен клиент, или техен доставчик ([1]).

*Реакции на външни лица*

89. Вертикалните сливания могат да намалят обхвата на действие на външни лица за дестабилизиране на координацията, като увеличат бариерите за навлизане на пазара или по друг начин ограничат способността на външни спрямо координацията лица да се конкурират.

90. Вертикалното сливане може също да включва елиминирането на някой недисциплиниран купувач на пазара. Ако предприятията нагоре по веригата смятат продажбите към конкретен купувач за достатъчно важни, те може да се изкушат да се отклонят от условията за координация в стремежа си да обезпечат деловата си дейност. Аналогично даден голям купувач може да е в състояние да изкуши координиращите се предприятия да се отклонят от тези условия, като съсредоточи голяма част от своите нужди върху един доставчик или като предложи дългосрочни договори. Придобиването на такъв купувач може да увеличи риска от координация на даден пазар.

## V. **КОНГЛОМЕРАТНИ СЛИВАНИЯ**

91. Конгломератните сливания са сливания между предприятия, чиито взаимоотношения не са нито чисто хоризонтални (като конкуренти на един и същи съответен пазар), нито вертикални (като доставчик и потребител). На практика вниманието е насочено към сливанията между предприятия, които действат на тясно свързани пазари ([2]) (напр. сливания, които обхващат доставчици на допълващи се продукти или на продукти, принадлежащи към един продуктов асортимент, обикновено закупуван от една и съща група клиенти за една и съща крайна цел).

92. Въпреки че се признава, че конгломератните сливания в повечето случаи не водят до никакви проблеми във връзка с конкуренцията, в определени конкретни случаи конкуренцията може да бъде нарушена. В своята оценка Комисията ще отчете както възможните антиконкурентни ефекти, произтичащи от конгломератните сливания, така и вероятните ефекти в полза на конкуренцията, възникващи от предимствата за ефективността, доказани от страните.

---

([1]) Например в случая, който впоследствие бе оттеглен (дело COMP/M.2322 — CRH/Addtek (2001 г.)), сливането обхващаше две действащи във Финландия предприятия —доставчик на цимент с господстващо положение нагоре по веригата и производител на предварително излети бетонни елементи надолу по веригата. В административната процедура Комисията зае предварителна позиция, че новото предприятие ще бъде в състояние да дисциплинира конкурентите надолу по веригата, като използва факта, че са силно зависими от доставките на цимент на слятото предприятие. В резултат на това предприятието надолу по веригата ще може да увеличи цената на своите предварително излети бетонни елементи, като същевременно накара конкурентите си да последват това увеличение на цените и избегне това те да се насочат към внос на цимент от балтийските държави и Русия.

([2]) Вж. също формуляр CO, раздел IV, 6.3, буква в).

## A. **Некоординирано въздействие: ограничаване на достъпа**

93. Основното опасение в контекста на конгломератните сливания се отнася до ограничаването на достъпа. Комбинацията от продукти на свързаните пазари може да даде на слятото предприятие възможността и стимула да поддържа преимуществото (leverage) ([1]) на една силна пазарна позиция от един пазар на друг посредством обвързване, пакетна продажба или други практики за изключване ([2]). Обвързването и пакетната продажба като такива са общи практики, които често нямат антиконкурентни последствия. Предприятията извършват обвързване и пакетни продажби, за да осигурят на клиентите си по-добри продукти или предложения по разходно-ефективен начин. Въпреки това при определени обстоятелства тези практики могат да доведат до намаляване на способността или стимула на действителните или потенциалните конкуренти да се конкурират. Това може да намали конкурентния натиск върху слятото предприятие, като му позволи да повиши цените.

94. При оценяването на вероятността за такъв сценарий Комисията разглежда, първо, дали слятото предприятие би имало възможност за ограничаване на достъпа на своите конкуренти, второ, дали би имало икономически стимул да го направи и трето, дали една стратегия за ограничаване на достъпа би оказала сериозно вредно въздействие върху конкуренцията, като по този начин нанася вреда на потребителите ([3]). На практика тези фактори често биват разглеждани заедно, тъй като са тясно преплетени.

### A. *Способност за ограничаване на достъпа*

95. Най-прекият начин, по който слятото предприятие може да бъде в състояние да използва своята пазарна мощ на един пазар, за да ограничи достъпа на конкуренти на друг, е чрез продажби при поставени условия по начин, който свързва помежду им продуктите на отделните пазари. Това най-пряко се постига или чрез обвързване, или чрез пакетни продажби.

96. „Пакетна продажба“ обикновено се отнася до начина на предлагане и ценообразуване на продуктите от слятото предприятие. В това отношение може да се направи разграничение между чистата и смесената пакетна продажба. В случая на чистата пакетна продажба продуктите се продават само заедно в определени съотношения. При смесената пакетна продажба продуктите са на разположение и поотделно, но сумата от единичните цени е по-голяма, отколкото пакетната цена ([4]). Когато търговските отстъпки се правят в зависимост от закупуването и на други стоки, това може да се приеме като форма на смесена пакетна продажба.

97. „Обвързването“ обикновено се отнася до ситуации, при които клиентите, купуващи една стока (обвързващата стока), трябва да купят и друга стока от производителя (обвързаната стока). Обвързването може да се реализира на техническа или договорна основа. Например обвързването е техническо, когато обвързващият продукт е проектиран по такъв начин, че да работи само с обвързания продукт (а не с алтернативните продукти, предлагани от конкурентите). Договорното обвързване налага на клиента, когато купува обвързващия продукт, да се ангажира да закупи обвързания продукт (а не алтернативните продукти, предлагани от конкурентите).

98. Специфичните характеристики на продуктите могат да са от значение, за да се определи дали някой от тези начини за свързване на продажбите между отделните пазари може да се приложи от слятото предприятие. Например вероятността за чиста пакетна продажба е съвсем малка, ако продуктите не се купуват едновременно или от едни и същи клиенти ([5]). Аналогично техническото обвързване е само един вариант в определени промишлени отрасли.

99. За да може да ограничава достъпа на конкуренти, новото предприятие трябва да притежава значителна пазарна мощ, което не означава непременно наличие на господстващо положение, на някой от засегнатите пазари. Може да се очаква, че ефектите от пакетните продажби или от обвързването ще бъдат съществени само когато поне един от продуктите на страните по сливането бива считан от много

([1]) Не е получена дефиниция на понятието „leverage“, но в неутрален смисъл то предполага възможност за увеличаване на продажбите на продукт на един пазар („обвързания пазар“ или „пазара, чиито продукти се продават в пакет“) въз основа на силната пазарна позиция на продукта, с който е първият продукт е обвързан или е в пакет („обвързващ пазар“ или „пазар на продукт, чиято силна пазарна позиция служи за увеличаване на продажбите на друг продукт“ (leveraging market)).

([2]) Тези концепции са дефинирани по-долу.

([3]) Вж. дело T-210/01, General Electric срещу Комисията, [2005], ECR II-000, параграфи 327, 362-363, 405; дело COMP/M.3304 — GE/Amersham (2004 г.), точка 37 и дело COMP/M.4561 — GE/Smiths Aerospace, точки 116-126.

([4]) Между смесената и чистата пакетна продажба няма ясно разграничение. Смесената пакетна продажба може да се доближи до чистата, когато цените на индивидуалните продукти са високи.

([5]) Вж. напр. дело COMP/M.3304 — GE/Amersham (2004 г.), точка 35.

клиенти за особено важен и има малко приемливи алтернативи на този продукт, например поради продуктова диференциация ([1]) или ограничения на капацитета, на които са подложени конкурентите.

100. Освен това, за да бъде ограничаването на достъпа повод за потенциално опасение, трябва да има голяма обща група клиенти за съответните единични продукти. Колкото повече клиентите имат тенденция да купуват и двата продукта (вместо само един от тях), толкова повече търсенето за отделните продукти може да бъде повлияно чрез пакетни продажби или обвързване. Това съответствие в поведението при купуване е по-вероятно да бъде значимо, когато въпросните продукти се допълват.

101. Най-общо вероятността за по-изразени ефекти от ограничаването на достъпа чрез пакетни продажби и обвързване е налице в промишлени отрасли, в които има икономии от мащаба и структурата на търсенето във всеки един момент се отразява динамично на условията на доставка на пазара в бъдеще. По-специално, когато доставчик на допълващи се стоки разполага с пазарна мощ по отношение на един от продуктите (продукт А), решението за пакетна продажба или обвързване може да причини намаляване на продажбите на неинтегрираните доставчици на допълващата стока (продукт Б). Ако освен това съществуват и вторични мрежови ефекти ([2]), това значително ще намали възможността за разрастване на продажбите на продукт Б на тези конкуренти в бъдеще. От друга страна, когато потенциални навлизащи участници предвиждат навлизане на пазара с допълващия продукт, решението на слятото предприятие да използва пакетни продажби може да има възпиращ ефект за това навлизане. Ограничената наличност на допълващи се продукти, с които да се комбинират, може на свой ред да обезкуражи потенциалните навлизащи участници да навлязат на пазар А.

102. Може също да се отбележи, че има тенденция възможността за ограничаване на достъпа да е по-малка, когато страните по сливането не могат да се ангажират да задържат продължително време своята стратегия за обвързване или пакетни продажби, например посредством техническо обвързване или пакетни продажби, прекратяването на които струва скъпо.

103. В оценката си Комисията преценява, въз основа на наличната информация, дали съществуват ефективни и навременни контрастратегии, които конкурентните предприятия могат да разгърнат. Един такъв пример е, когато стратегия за пакетна продажба може да бъде осуетена от предприятия производители на единични продукти, които обединят своите предложения, за да ги правят по-атрактивни за клиентите ([3]). В допълнение пакетната продажба е по-малко вероятно да доведе до ограничаване на достъпа, ако предприятие на пазара закупи продаваните в пакет продукти и спечели, като ги препродаде поотделно. Освен това конкурентите могат да решат да определят цените по-агресивно, за да запазят пазарния си дял, смекчавайки ефекта от ограничаването на достъпа ([4]).

104. Клиентите могат да имат силен стимул да купуват съответния продуктов асортимент от един-единствен доставчик (пазаруване на едно място), а не от много доставчици, например защото така спестяват разходи по сделката. Фактът, че слятото предприятие ще има широк асортимент или портфейл от продукти, сам по себе си не поражда опасения за конкуренцията ([5]).

Б. *Стимул за ограничаване на достъпа*

105. Стимулът за ограничаване на достъпа на конкурентите посредством пакетни продажби или обвързване зависи от това доколко тази стратегия е печеливша. Слятото предприятие се изправя пред възможността за замяна на възможните разходи по пакетните продажби или обвързването на своите продукти срещу възможните печалби от разширяване на пазарните дялове на съответния(те) пазар(и) или, в зависимост от случая, да е в състояние да повиши цената на този(ези) пазар(и) благодарение на своята пазарна мощ.

([1]) Например в контекста на марковите продукти, особено важните продукти понякога се наричат „продукти, от които задължително трябва да има запас“. Вж. напр., дело COMP/M.3732 — Procter&Gamble/Gillette (2005 г.), точка 110.

([2]) Когато даден продукт се отличава с вторични мрежови ефекти, това означава, че клиентите или производителите извличат полза от факта, че и други клиенти или производители използват същите продукти. Примери за това са комуникационните устройства, специфичните софтуерни програми, подлежащите на стандартизация продукти и платформите за свързване на купувачи и продавачи.

([3]) Вж. напр. дело COMP/M.3304 — GE/Amersham (2004 г.), точка 39.

([4]) Вж. напр. дело COMP/M.1879 — Boeing/Hughes (2000 г.), точка 100; дело COMP/M.3304 — GE/Amersham (2004 г.), точка 39. При определени обстоятелства обаче, произтичащата загуба на приходи може да повлияе на способността на конкурентите да се конкурират. Вж. раздел В.

([5]) Вж. напр. дело COMP/M.2608 — INA/FAG, точка 34.

106. Чистата пакетна продажба и обвързване може да доведе до загуби на самото слято предприятие. Например, ако значителен брой клиенти не се интересуват от закупуването на пакета, а предпочитат да купуват само един продукт (напр. продукта, използван за увеличаване на продажбите на друг продукт), продажбите на този продукт (като част от пакета) може сериозно да спаднат. Нещо повече, продуктът, използван за увеличаване на продажбите на друг продукт, може да доведе до загуби, когато клиенти, които преди сливането обикновено са „смесвали“ този продукт, произведен от страна по сливането, с продукт на друго предприятие, решат да купуват пакета, предлаган от конкуренти, или да не купуват нищо ([1]).

107. В този контекст следователно е уместно да се оцени относителната стойност на различните продукти. Например малко вероятно е слятото предприятие да пожелае да се откаже от продажбите на един много печеливш пазар, с цел да спечели пазарни дялове на друг пазар, където оборотът е сравнително малък, а печалбите — скромни.

108. При все това решението за пакетна продажба и обвързване може също да увеличи печалбите чрез придобиване на пазарна мощ на пазара на обвързаните стоки, защита на пазарната мощ на пазара на обвързващите стоки или чрез комбинация от двата подхода (Вж. раздел В по-долу).

109. В своята оценка на вероятните стимули на слятото предприятие Комисията може да вземе под внимание други фактори като структурата на собствеността на слятото предприятие ([2]), вида на възприетите пазарни стратегии в миналото или съдържанието на вътрешна стратегическа документация като бизнес плановете.

110. Когато възприемането на конкретно поведение от слятото предприятие е съществена стъпка към ограничаване на достъпа, Комисията разглежда както стимулите за възприемане на такова поведение, така и решаващите фактори за намаляване или дори елиминиране на тези стимули, включително възможността това поведение да е неправомерно ([3]).

В. *Цялостно вероятно въздействие върху цените и избора*

111. Пакетната продажба или обвързването може да доведе до значително намаляване на перспективите за продажби, пред които са изправени конкурентите на пазара, предлагащи единични компоненти. Намаляването на продажбите на конкурентите само по себе си не е проблем. И все пак, в определени промишлени отрасли, ако това намаление е достатъчно сериозно, то може да доведе до намаляване на възможността или стимулите на конкурентите да се конкурират. Това може да позволи на слятото предприятие впоследствие да придобие пазарна мощ (на пазара на обвързаната или продаваната в пакет стока) и/или да поддържа пазарна мощ (на пазара на обвързващата стока или на стоката, използвана за увеличаване на продажбите на друга стока).

112. В частност практиките на ограничаване на достъпа могат да възпрат навлизането на потенциални конкуренти. Те могат да го направят на конкретен пазар, като намалят перспективите за продажби на потенциалните конкуренти на този пазар до ниво под прага на жизнеспособност. В случая на допълващите се продукти възпирането на навлизане на един пазар посредством пакетна продажба или обвързване може също да позволи на слятото предприятие да възпре навлизането на друг пазар, ако пакетната продажба или обвързването принуждава потенциалните конкуренти да навлязат и на двата продуктови пазара едновременно, а не само на единия от тях или последователно. Последното може да окаже значително влияние най-вече в тези промишлени отрасли, където структурата на търсенето във всеки един момент се отразява динамично на условията на доставка на пазара в бъдеще.

113. Само когато достатъчно голям дял от пазараната продукция е засегната от ограничаване на достъпа вследствие на сливането, то може да възпрепятства съществено конкуренцията. Ако на някой от двата пазара останат действащи участници с единични продукти, вероятността за нарушаване на конкуренцията след конгломератно сливане е малка. Същото се отнася и за случая, когато останат малко на брой конкуренти с единични продукти, но които са способни и имат стимул да увеличат продукцията си.

([1]) Вж. напр. дело COMP/M.3304 — GE/Amersham (2004 г.), точка 59.
([2]) Например в случаите, когато две предприятия имат съвместен контрол над предприятие, действащо на един пазар, но само едно от тях действа на съседния пазар, предприятието без дейности на последния пазар може да е слабо заинтересовано от това да се откаже от продажбите на първия пазар. Вж. напр. дело T-210/01, General Electric срещу Комисията, [2005], ECR II-000, параграф 385 и дело COMP/M.4561, GE/Smiths Aerospace, точка 119.
([3]) Анализът на тези стимули ще бъде извършен, съгласно посоченото в параграф 46 по-горе.

114. Ефектът върху конкуренцията трябва да бъде оценяван с оглед на балансиращи фактори като наличието на балансираща пазарна мощ на купувача ([1]) или вероятността пазарното навлизане да запази ефективната конкуренция на пазарите нагоре или надолу по веригата ([2]).

115. Освен това ефектът върху конкуренцията трябва да бъде оценяван с оглед на предимствата за ефективността, доказани от страните по сливането ([3]).

116. Много от установените в контекста на вертикалните сливания предимства за ефективността могат, *mutatis mutandis*, да се прилагат и при конгломератните сливания, касаещи допълващи се продукти.

117. По-специално, когато производителите на допълващи се стоки определят цените самостоятелно, те не взимат под внимание положителния ефект от спад в цената на своя продукт върху продажбите на другия продукт. В зависимост от пазарните условия едно слято предприятие може да възприеме този ефект и е възможно да има известен стимул да намали маржовете, ако това води до по-високи печалби като цяло (този стимул често се нарича „ефект на Курно"). В повечето случаи слятото предприятие се възползва максимално от този ефект чрез смесени пакетни продажби, т.е. чрез обвързване на намаляването на цената с това дали клиентът купува и двата продукта от слятото предприятие ([4]).

118. Специфично при конгломератните сливания е, че те могат да спестят разходи под формата на икономии от обхвата (от производството или от потреблението), което им носи присъщо предимство при доставяне на стоките заедно, а не поотделно ([5]). Например може да е по-ефикасно определени компоненти да се продават заедно като пакет, отколкото поединично. До подобряване на стойността за клиента може да се стигне чрез по-добра съвместимост и гарантиране на качеството на допълващите се компоненти. При все това подобни икономии от обхвата са необходимо, но недостатъчно условие, за да обосноват предимство по отношение на ефективността на пакетната продажба или обвързването. В действителност ползите от икономиите от обхвата често могат да бъдат реализирани без никаква нужда от техническа или договорна пакетна продажба.

### Б. **Координирано въздействие**

119. При определени обстоятелства конгломератните сливания могат да улеснят антиконкурентната координация на пазарите, дори и в отсъствието на споразумение или съгласувана практика по смисъла на член 81 от Договора. Рамката, изложена в раздел IV от Известието относно хоризонталните сливания, е приложима и в този контекст. По-конкретно по-вероятно е координация да се появи на пазари, където е сравнително лесно да се идентифицират условията за координация и където подобна координация е устойчива.

120. Един от начините, по които конгломератно сливане може да повлияе на вероятността за координирани резултати на даден пазар, е чрез намаляване на броя на действителните конкуренти до такава степен, че негласната координация се превръща в реална възможност. Също така, когато конкурентите не са изключени от пазара, те могат да изпаднат в по-уязвимо положение. В резултат на това конкурентите с ограничен достъп могат да изберат да не оспорват положението на координация, а вместо това могат да предпочетат да съществуват под закрилата на увеличеното ценово равнище.

121. Освен това едно конгломератно сливане може да повиши обсега и значението на многопазарната конкуренция. Конкурентното взаимодействие на няколко пазара може да увеличи обхвата и ефективността на механизмите за поддържане на дисциплината при гарантиране на това, че условията за координация се спазват.

---

([1]) Вж. раздел V за балансиращата пазарна мощ на купувача в Известието относно хоризонталните сливания.

([2]) Вж. напр. дело COMP/M.3732 — Procter & Gamble/Gillette (2005 г.), точка 131. Вж. също раздел VI за навлизането в Известието относно хоризонталните сливания.

([3]) Вж. раздел VII за предимствата за ефективността в Известието относно хоризонталните сливания.

([4]) Важно е да се признае обаче, че проблемът с двойните търговски надценки невинаги е налице или значим преди сливането. В контекста на смесената пакетна продажба трябва още да се отбележи, че въпреки че слятото предприятие може да има стимул да намали общата пакетна цена, ефектът върху цените на отделните продукти не е толкова ясно изразен. Стимулът на слятото предприятие да повиши цените на своите единични продукти може да произтича от факта, че то разчита в замяна на това да продава повече продукти в пакет. Пакетната цена и цените на самостоятелно продаваните продукти (ако има такива) на слятото предприятие зависят освен това и от реакциите на конкурентите на пазара на цените.

([5]) Вж. напр. дело COMP/M.3732 — Procter & Gamble/Gillette (2005 г.), точка 131.