



<u>Oznámení č.</u>	Obsah	Strana
II <i>Sdělení</i>		
SDĚLENÍ ORGÁNŮ A INSTITUCÍ EVROPSKÉ UNIE		
Komise		
2009/C 13/01	Povolení státních podpor v rámci ustanovení článků 87 a 88 Smlouvy o ES — Případy, k nimž Komise nevznáší námitku	1
2009/C 13/02	Partnerství pro komunikaci o Evropě	3
IV <i>Informace</i>		
INFORMACE ORGÁNŮ A INSTITUCÍ EVROPSKÉ UNIE		
Komise		
2009/C 13/03	Směnné kurzy vůči euru	5
2009/C 13/04	Stanovisko poradního výboru pro spojování podniků přijaté na jeho zasedání dne 20. června 2008 ohledně návrhu rozhodnutí ve věci č. COMP/M.4942 – Nokia/Navteq — Zpravodaj: Francie	6
2009/C 13/05	Závěrečná zpráva úředníka pro slyšení ve věci č. COMP/M.4942 – Nokia/Navteq	7
2009/C 13/06	Shrnutí rozhodnutí Komise ze dne 2. července 2008, kterým se spojení označuje za slučitelné se společným trhem a s fungováním Dohody o EHP (Věc č. COMP/M.4942 – Nokia/Navteq)	8

Poznámka pro čtenáře (pokračování na vnitřní straně zadní obálky)

II

(Sdělení)

SDĚLENÍ ORGÁNŮ A INSTITUCÍ EVROPSKÉ UNIE

KOMISE

Povolení státních podpor v rámci ustanovení článků 87 a 88 Smlouvy o ES**Případy, k nimž Komise nevznáší námitku**

(2009/C 13/01)

Datum přijetí rozhodnutí	10. 12. 2008
Podpora č.	N 2/08
Členský stát	Itálie
Region	Provincia Autonoma di Bolzano
Název (a/nebo jméno příjemce)	Aiuti per il pagamento di premi assicurativi nel settore zootecnico
Právní základ	Legge della Provincia di Bolzano n. 11 del 14 dicembre 1998 [Articolo 4, lettera k] Progetto di Deliberazione della Giunta provinciale di Bolzano del 27 agosto 2008 sui criteri e modalità per la concessione di aiuti per il pagamento di premi assicurativi nel settore zootecnico
Typ opatření	Režim podpory
Cíl	Podpora na pojištění v odvětví zemědělství
Forma podpory	Dotace ve formě kapitálových grantů
Rozpočet	Celkový rozpočet: 9 600 000 EUR Roční rozpočet: 1 600 000 EUR
Míra podpory	Max. 50 %
Doba trvání	Od data schválení Komisí do 31. prosince 2013
Hospodářská odvětví	Zemědělství
Název a adresa orgánu poskytujícího podporu	Provincia Autonoma di Bolzano Via Conciapelli 69 I-39100 Bolzano
Další informace	Tato podpora pozměňuje podporu již schválenou Komisí v rámci spisu NN 78/2000 (ex N 165/2000), zejména co se týče rozšíření kategorií příjemců.

Rozhodnutí v autentickém znění po odstranění všech informací, jež jsou předmětem obchodního tajemství, je zveřejněno na:

http://ec.europa.eu/community_law/state_aids/

Datum přijetí rozhodnutí	8. 12. 2008
Podpora č.	N 223/08
Členský stát	Španělsko
Region	—
Název (a/nebo jméno příjemce)	Ayudas a la inversión en favor de una gestión sostenible de las deyecciones porcinas
Právní základ	Proyecto de Real Decreto de 2008 por el que se establecen medidas de apoyo para determinados proyectos de mejora de la gestión medioambiental de las deyecciones porcinas. Ley General de Subvenciones n° 38/03 de 17 de noviembre de 2003
Typ opatření	Režim podpory
Cíl	Investiční podpora na lepší a z hlediska životního prostředí udržitelnější řízení zpracování prasečích exkrementů
Forma podpory	Přímá dotace
Rozpočet	Celkový rozpočet: 20 milionů EUR (2008–2012) Roční rozpočet: 4 miliony EUR
Míra podpory	75 %–60 % – max. 200 000 EUR na jeden projekt
Doba trvání	Ode dne schválení Komisí do 31. 12. 2012
Hospodářská odvětví	Zemědělství
Název a adresa orgánu poskytujícího podporu	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación Paseo Infanta Isabel, n° 1 E-28014 Madrid
Další informace	—

Rozhodnutí v autentickém znění po odstranění všech informací, jež jsou předmětem obchodního tajemství, je zveřejněno na:

http://ec.europa.eu/community_law/state_aids/

Partnerství pro komunikaci o Evropě

(2009/C 13/02)

Cíle a zásady

1. Evropský parlament, Rada a Evropská komise přikládají prvořadý význam zlepšení komunikace o otázkách EU s cílem umožnit evropským občanům uplatňovat svoje právo podílet se na demokratickém životě Unie, v jejímž rámci jsou rozhodnutí přijímána co nejotevřeněji a co nejbližší občanům, přičemž jsou současně dodržovány zásady pluralismu, účasti, otevřenosti a transparentnosti.
2. Cílem uvedených tří orgánů je podpořit sblížení názorů na priority, které má v oblasti komunikace Evropská unie jako celek, podpořit přidanou hodnotu přístupu EU ke komunikaci o evropských otázkách, usnadnit výměny informací a osvědčených postupů a rozvinout součinnost mezi orgány při zajišťování komunikace související s těmito prioritami, případně i usnadnit spolupráci mezi uvedenými orgány a členskými státy.
3. Uvedené tři orgány si jsou vědomy, že komunikace o Evropské unii vyžaduje politickou angažovanost orgánů EU a členských států a že za komunikaci o otázkách EU s občany nesou odpovědnost členské státy.
4. Uvedené tři orgány jsou přesvědčeny, že informační a komunikační činnosti související s evropskými otázkami by měly všem lidem zajistit přístup k věrohodným a různorodým informacím o Evropské unii a umožnit občanům uplatňovat svoje právo na vyjádření názorů a aktivně se účastnit veřejné rozpravy o otázkách Evropské unie.
5. Uvedené tři orgány při provádění informačních a komunikačních činností prosazují respektování mnohojazyčnosti a kulturní rozmanitosti.
6. Uvedené tři orgány přijaly politický závazek těchto cílů dosáhnout. Vyzývají ostatní orgány a instituce EU, aby jejich úsilí podpořily a aby v případě zájmu k tomuto přístupu přispěly.

Partnerský přístup

7. Uvedené tři orgány si jsou vědomy, že je důležité řešit náročný úkol týkající se komunikace o otázkách EU prostřednictvím partnerství mezi členskými státy a orgány EU s cílem zajistit na patřičné úrovni účinnou komunikaci s co největším počtem osob a poskytovat jim objektivní informace.

Chtějí rozvíjet součinnost s celostátními, regionálními a místními orgány, jakož i se zástupci občanské společnosti.

Za tímto účelem by chtěly podpořit pragmatický partnerský přístup.

8. Uvedené orgány v této souvislosti připomínají klíčovou úlohu Interinstitucionální skupiny pro informace (IGI), která uvedeným orgánům slouží jako rámec na vysoké úrovni pro rozvíjení politické rozpravy o informačních a komunikačních činnostech souvisejících s EU s cílem podpořit součinnost a doplňkovost. Za tímto účelem se Interinstitucionální skupina pro informace, jíž společně předsedají zástupci Evropského parlamentu, Rady a Evropské komise a jejichž jednání se jako pozorovatelé účastní zástupci Výboru regionů a Evropského hospodářského a sociálního výboru, schází v zásadě dvakrát za rok.

Rámec pro spolupráci

Uvedené tři orgány hodlají spolupracovat na tomto základě:

9. Uvedené tři orgány budou respektovat individuální odpovědnost každého orgánu EU a každého členského státu za svou vlastní komunikační strategii a priority a v rámci Interinstitucionální skupiny pro informace budou každý rok stanovovat omezený počet společných priorit v oblasti komunikace.

10. Tyto priority budou založeny na prioritách v oblasti komunikace, jež stanoví orgány a instituce EU v souladu se svými interními postupy a jež případně doplní strategická stanoviska a usílí členských států v této oblasti s přihlédnutím k očekáváním občanů.
11. Uvedené tři orgány a členské státy budou usilovat o získání dostatečné podpory pro komunikaci o stanovených prioritách.
12. Útvary v členských státech a orgánech EU odpovědné za komunikaci by měly spolupracovat v zájmu zajištění úspěšného provádění společných priorit v oblasti komunikace, jakož i dalších činností souvisejících s komunikací o EU, v případě potřeby na základě vhodných správních ujednání.
13. Uvedené orgány a členské státy se vyzývají, aby si vyměňovaly informace o dalších komunikačních činnostech souvisejících s EU, zejména o komunikačních činnostech v jednotlivých odvětvích plánovaných uvedenými orgány a institucemi, pokud vyústí v informační kampaně v členských státech.
14. Komise se vyzývá, aby ostatním orgánům EU předkládala na začátku každého roku zprávu o hlavních výsledcích dosažených v předchozím roce při provádění společných priorit v oblasti komunikace.
15. Toto politické prohlášení bylo podepsáno dne dvacátého druhého října dva tisíce osm.

Ve Štrasburku dne dvacátého druhého října dva tisíce osm.

Za Evropský parlament
předseda

Za Radu Evropské unie
předseda

Za Komisi Evropských společenství
předseda

IV

(Informace)

INFORMACE ORGÁNŮ A INSTITUCÍ EVROPSKÉ UNIE

KOMISE

Směnné kurzy vůči euru ⁽¹⁾

19. ledna 2009

(2009/C 13/03)

1 euro =

měna	směnný kurz	měna	směnný kurz
USD americký dolar	1,3182	AUD australský dolar	1,9628
JPY japonský jen	119,16	CAD kanadský dolar	1,6492
DKK dánská koruna	7,4509	HKD hongkongský dolar	10,2273
GBP britská libra	0,90470	NZD novozélandský dolar	2,4223
SEK švédská koruna	10,7870	SGD singapurský dolar	1,9693
CHF švýcarský frank	1,4812	KRW jihokorejský won	1 800,62
ISK islandská koruna		ZAR jihoafrický rand	13,2716
NOK norská koruna	9,1200	CNY čínský juan	9,0111
BGN bulharský lev	1,9558	HRK chorvatská kuna	7,3997
CZK česká koruna	27,708	IDR indonéská rupie	14 618,84
EEK estonská koruna	15,6466	MYR malajsijský ringgit	4,7198
HUF maďarský forint	283,55	PHP filipínské peso	62,130
LTL litevský litas	3,4528	RUB ruský rubl	43,5998
LVL lotyšský latas	0,7035	THB thajský baht	46,038
PLN polský zlotý	4,3435	BRL brazilský real	3,0813
RON rumunský lei	4,3050	MXN mexické peso	18,4192
TRY turecká lira	2,1768	INR indická rupie	64,0910

⁽¹⁾ Zdroj: referenční směnné kurzy jsou publikovány ECB.

**Stanovisko poradního výboru pro spojování podniků přijaté na jeho zasedání dne 20. června 2008
ohledně návrhu rozhodnutí ve věci č. COMP/M.4942 – Nokia/Navteq**

Zpravodaj: Francie

(2009/C 13/04)

1. Poradní výbor souhlasí s Komisí, že oznámená transakce představuje spojení ve smyslu čl. 3 odst. 1 písm. b) nařízení ES o spojování a že je lze považovat za spojení s významem pro celé Společenství podle čl. 4 odst. 5 uvedeného nařízení.
2. Poradní výbor souhlasí s Komisí, že se jedná o vertikální spojení, jež zahrnuje následující relevantní trhy výrobků:
 - digitální mapové databáze pro navigační systémy – předcházející trh,
 - navigační software – prostřední trh,
 - navigační aplikace pro mobilní telefony – následující trh I,
 - mobilní telefony – následující trh II.
3. Poradní výbor souhlasí s Komisí, že relevantní zeměpisný trh digitálních mapových databází pro navigační systémy zahrnuje území celého světa.
4. Poradní výbor souhlasí s Komisí, že relevantní zeměpisný trh navigačního softwaru zahrnuje území celého světa.
5. Poradní výbor souhlasí s Komisí, že relevantní zeměpisný trh navigačních aplikací pro mobilní telefony zahrnuje alespoň celé území EHP.
6. Poradní výbor souhlasí s Komisí, že relevantní zeměpisný trh mobilních telefonů zahrnuje alespoň celé území EHP.
7. Poradní výbor souhlasí se závěrem Komise, že by subjekt vzniklý spojením nebyl motivován zvýšit svým konkurentům na trhu navigačních aplikací pro mobilní telefony a mobilních telefonů cenu či snížit kvalitu/zpomalit přístup těchto konkurentů k digitálním mapovým databázím pro navigační systémy.
8. Poradní výbor souhlasí se závěrem Komise, že navrhované spojení pravděpodobně nevyvolá škodlivé účinky na hospodářskou soutěž na úkor spotřebitelů.
9. Poradní výbor souhlasí se závěrem Komise, že navrhované spojení významně nenaruší účinnou hospodářskou soutěž na společném trhu ani na jeho podstatné části.
10. Poradní výbor souhlasí s Komisí, že oznámené spojení by z uvedených důvodů mělo být prohlášeno za slučitelné se společným trhem podle čl. 8 odst. 1 nařízení ES o spojování.
11. Poradní výbor doporučuje zveřejnění tohoto stanoviska v *Úředním věstníku Evropské unie*.

Závěrečná zpráva ⁽¹⁾ úředníka pro slyšení ve věci č. COMP/M.4942 – Nokia/Navteq

(2009/C 13/05)

Komise dne 19. února 2008 obdržela formální oznámení podle článku 4 nařízení o spojování podniků, kterým podnik Nokia Corporation (dále jen „Nokia“) získává nákupem akcií kontrolu nad celým podnikem Navteq Corporation ve smyslu čl. 3 odst. 1 písm. b) nařízení o spojování.

Po přezkoumání uvedeného oznámení dospěla Komise k závěru, že oznámená operace vzbuzuje vážné pochybnosti o tom, zda je v souladu se společným trhem a Dohodou o Evropském hospodářském prostoru (dále jen „Dohoda o EHP“). Komise proto dne 28. března 2008 zahájila řízení podle čl. 6 odst. 1 písm. c) nařízení o spojování.

Dne 21. dubna 2008 a 2. května 2008 poskytla Komise podniku Nokia přístup ke klíčovým dokumentům včetně nedůvěrných znění dokumentů podaných třetími stranami, v souladu s bodem 45 pokynů generálního ředitelství pro hospodářskou soutěž pro vedení kontrolních řízení ES týkajících se spojování.

Útvary Komise na základě dodatečných důkazů shromážděných ve fázi hloubkového šetření dospěly k závěru, že navrhovaná transakce závažným způsobem nenaruší účinnou hospodářskou soutěž na společném trhu, a je proto slučitelná se společným trhem a Dohodou o EHP. Oznamující straně tedy nebylo zasláno prohlášení o námitkách.

Strany účastníci se spojení ani žádná třetí strana nepředložily úředníkovi pro slyšení žádné dotazy ani stanoviska. Tato věc nevyžaduje žádné zvláštní připomínky ohledně práva na slyšení.

V Bruselu dne 25. června 2008.

Karen WILLIAMS

⁽¹⁾ V souladu s články 15 a 16 rozhodnutí Komise 2001/462/ES, ESUO ze dne 23. května 2001 o mandátu úředníků pro slyšení v určitých řízeních ve věcech hospodářské soutěže (Úř. věst. L 162, 19.6.2001, s. 21).

**Shrnutí rozhodnutí Komise
ze dne 2. července 2008,
kterým se spojení označuje za slučitelné se společným trhem a s fungováním Dohody o EHP**

(Věc č. COMP/M.4942 – Nokia/Navteq)

(Pouze anglické znění je závazné)

(2009/C 13/06)

Dne 2. července 2008 přijala Komise rozhodnutí ve věci spojení podniků podle nařízení Rady (ES) č. 139/2004 ze dne 20. ledna 2004 o kontrole spojování podniků⁽¹⁾, a zejména čl. 8 odst. 1 uvedeného nařízení. Znění celého rozhodnutí bez důvěrných informací je k dispozici v závazném jazyce případu a v pracovních jazycích Komise na internetových stránkách generálního ředitelství pro hospodářskou soutěž na adrese:

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

I. STRANY

- (1) Nokia Corporation (dále jen „Nokia“, Finsko) poskytuje vybavení, řešení a služby pro sítě elektronických komunikací. Tato společnost je známá především jako výrobce přístrojů pro mobilní komunikaci (dále jen „mobilní telefony“). Společnost Nokia rovněž usiluje o rozvoj mobilních internetových služeb prostřednictvím svého portálu OVI včetně tzv. lokalizačních služeb (dále jen „LBS“).
- (2) Navteq Corporation (dále jen „Navteq“, Spojené státy americké, dále jen „Spojené státy“) je dodavatelem digitálních map využívaných v navigačních přístrojích a poskytuje širokou škálu LBS.

II. SPOJENÍ

- (3) Dne 1. října 2007 oznámila společnost Nokia podpis dohody, na jejímž základě Nokia získá všechny akcie a neuhrazené opce společnosti Navteq. Tato transakce představuje spojení ve smyslu čl. 3 odst. 1 písm. b) nařízení Rady (ES) č. 139/2004 (dále jen „nařízení o spojování“).

III. POSTOUPENÍ PODLE ČL. 4 ODS. 5

- (4) Strany spojení nedosahují ani jedné z prahových hodnot obratu stanovených v čl. 1 odst. 2 a 3 nařízení o spojování. Transakce by byla předmětem povinného přezkoumání podle vnitrostátních právních předpisů o kontrole spojování v 11 členských státech (obchodní tajemství).
- (5) Dne 22. listopadu 2007 bylo Komisi doručeno odůvodněné podání společnosti Nokia, v němž společnost žádala o postoupení věci Komisi podle čl. 4 odst. 5 nařízení o spojování. S postoupením transakce Komisi nevyjádřil žádný členský stát nesouhlas. Transakce je proto považována za transakci, jež má význam pro celé Společenství, a byla posuzována Komisí.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 24, 29.1.2004, s. 1.

IV. RELEVANTNÍ TRHY

1. Předcházející trhy

- (6) Navteq se zabývá prodejem digitálních mapových databází pro navigační systémy a digitálních mapových databází neumožňujících navigaci. Oba tyto typy map lze využít pro lokalizační služby (LBS) v mobilních telefonech. Mapy pro navigační systémy umožňují využívání navigačních aplikací vydávajících pokyny pro odbočování v reálném čase. Digitální mapové databáze, které neumožňují navigaci, se však podílejí na obratu společnosti Navteq jen necelými pěti procenty.
- (7) Z analýzy hospodářské soutěže, kterou provedla Komise, vyplynulo, že na předcházejícím trhu digitálních mapových databází neumožňujících navigaci není důvod k obavám o ohrožení hospodářské soutěže zejména proto, že na trhu se pohybuje celá řada konkurentů a překážky vstupu na trh jsou omezené. Komise se tedy při své analýze hospodářské soutěže zaměřila na předcházející trh digitálních mapových databází pro navigační systémy a na relevantní navazující trhy.

Digitální mapové databáze pro navigační systémy

- (8) Obdobně jako v nedávném rozhodnutí ve věci *TomTom/Tele Atlas* definovala Komise relevantní trh s digitálními mapovými databázemi pro navigační systémy, kde se rozsah trhu výrobků odvozuje od zeměpisného pokrytí databází. Přesné vymezení relevantních trhů výrobků (tj. zdali databáze pokrývající jednotlivé země, regiony nebo celý EHP představují oddělené trhy výrobků, či nikoliv) nebylo provedeno, neboť tato otázka neměla vliv na posouzení navrhované transakce. Rozsah relevantního zeměpisného trhu je celosvětový.

(9) Totožné závěry vyplývají z analýzy podílu na trhu bez ohledu na to, na kterém alternativním výrobovém trhu byla provedena. Celosvětový trh (celosvětové trhy) digitálních mapových databází pro navigační systémy s pokrytím zemí EHP je duopolní, přičemž významnějším účastníkem trhu je společnost Tele Atlas, o čemž svědčí její větší tržní podíly na celkovém trhu všech databází s plným nebo částečným pokrytím zemí EHP (Navteq: 40–45 %, Tele Atlas: 55–60 %), na trhu databází s regionálním pokrytím a na větších trzích jednotlivých zemí, jako jsou například databáze pokrývající Francii, Německo, Itálii, Španělsko nebo Spojené království.

(10) Šetření trhu v rámci dané věci potvrdilo zjištění uvedená v nedávném rozhodnutí v případě *TomTom/Tele Atlas* jak z hlediska odhadovaného času a nákladů vstupu na trh, tak pravděpodobnosti a dopadu tohoto vstupu. Třebaže Komise nevyklučuje, že by mohlo dojít k méně významnému vstupu na trh s digitálními mapovými databázemi pro navigační systémy pokrývajícími EHP, nebyl by takový vstup na trh ani včasný, tj. dostatečně rychlý a trvalý, ani dostačující co do rozsahu a významu, aby zabránil možným protisoutěžním následkům akvizice společnosti Navteq společností Nokia nebo je zcela odstranil.

2. Prostřední trh

Navigační software

(11) Navigační software kombinuje údaje obsažené v digitálních mapových databázích pro navigační systémy s geografickým určením pozice podle GPS-přijímače. Navigační software vypočítává pomocí určitého algoritmu trasy a udává pokyny pro odbočování v reálném čase na obrazovce nebo pomocí hlasových pokynů. Většina výrobců mobilních telefonů ani většina PMO nevyvíjí vlastní navigační software. Tyto společnosti zpravidla nakupují navigační software od třetích stran, které tento software vyvíjejí.

(12) Obdobně jako v případě *TomTom/Tele Atlas* považovala Komise za vhodné definovat jediný trh výrobků pro navigační software zahrnující všechny tři typy softwaru (tzv. *on-board*, *off-board* a hybridní) a bez ohledu na koncové využití (např. software pro využití v přenosných navigačních přístrojích (dále je PND), osobních digitálních asistentech (dále jen PDA), mobilních telefonech nebo jiných zařízeních). Zeměpisný rozsah tohoto trhu je celosvětový.

(13) Společnost Nokia působí na trhu navigačního softwaru prostřednictvím své dceřiné společnosti gate5 AG, kterou získala v roce 2006. Podíl společnosti Nokia/gate5 na trhu je omezený: (5–10) % velkoobchodního trhu v roce 2006 (největšími dodavateli jsou společnosti NAVIGON: (20–30) %, Nav N Go (15–20) % a Destinator:(15–20) %). Na tomto trhu působí celá řada společností (Nokia ve svém oznámení uvádí 23 poskytovatelů) a překážky vstupu na trh se jí omezené.

3. Dva navazující trhy

(14) Komise identifikovala dva relevantní navazující trhy: i) navigační aplikace pro mobilní telefony a ii) mobilní telefony. Digitální mapové databáze pro navigační systémy jsou součástí všech navigačních aplikací a rovněž stále většího počtu mobilních telefonů s předinstalovanou navigační funkcí.

3.a Navigační aplikace pro mobilní telefony

(15) Navigační aplikace pro mobilní telefonní přístroje se mohou prodávat buď zároveň s přístrojem, nebo samostatně následně jako volitelné doplňky a skládají se z digitální mapové databáze a navigačního softwaru, který pomocí této databáze a informací z přijímače GPS poskytuje informace o stávající pozici uživatele a v případě sofistikovanějších aplikací i grafické a hlasové pokyny umožňující navigaci do vybraného bodu.

(16) Většina provozovatelů mobilních sítí (dále jen „PMS“) v EHP například tyto služby svým zákazníkům již poskytuje nebo hodlá poskytovat. Navigační aplikace pro mobilní telefony mohou obsahovat navigační software, který si koncový odběratel zakoupí přímo v obchodě nebo na internetových stránkách softwarových firem (např. TomTom Mobile navigator 6). Mohou se případně prodávat i společně s mobilními telefony, například pokud PMS propaguje určitý telefon, který obsahuje navigační službu vlastní značky. Přístup k navigačním aplikacím pro mobilní telefony lze získat i pomocí internetového prohlížeče.

(17) Z hlediska koncového uživatele jsou navigační aplikace dodávané prostřednictvím těchto různých kanálů velmi podobné. Z těchto důvodů není nutné vymezovat oddělené trhy navigačních aplikací v závislosti na prodejní síti.

(18) Na rozdíl od internetových aplikací, které umožňují základní optimalizaci trasy (Google Maps, Mappy.com apod.), poskytují pokročilé navigační aplikace navigaci a hlasové pokyny pro odbočování v reálném čase. Pro jejich spuštění musí být v přístroji instalován speciální navigační software. Tyto navigační aplikace mohou být nainstalovány přímo v mobilním telefonu (tzv. *on-board*) nebo mohou být umístěny na centrálním serveru a stahovány do mobilního telefonu pomocí bezdrátového připojení (tzv. *off-board*). Hybridní systémy kombinují prvky *on-boardových* a *off-boardových* aplikací. Není však nutné vymezovat oddělené trhy *off-boardových*, hybridních a *on-boardových* navigačních aplikací.

- (19) Přestože v budoucnosti nelze vyloučit další rozčleňování, lze pro účely tohoto rozhodnutí definovat jednotný relevantní trh navigačních aplikací pro mobilní telefony. Pokud jde o zeměpisný rozsah, pokrývá nabídka navigačních aplikací minimálně trh EHP a potenciálně i trh celosvětový.

Tržní podmínky

- (20) Poskytování navigačních služeb v mobilních telefonech je zcela novým odvětvím a v důsledku toho o něm nejsou k dispozici žádné spolehlivé tržní údaje, jako například údaje o podílech na trhu, bez ohledu na distribuční kanál. Průzkum trhu ukazuje, že se na něm pohybuje značný počet konkurentů. Výhoda PMS spočívá v trvajících přímých obchodních vztazích se zákazníky a tuto pozici lze ještě posílit prodejem navigačních aplikací v mobilních telefonech. Výrobci navigačního softwaru mají nezbytné technické předpoklady, jejich nevýhodou však je, že nejsou v pravidelném kontaktu se zákazníky. Poskyvatelé internetových navigačních aplikací pak mají rovněž výhodu spočívající v přístupnosti přes mobilní prohlížeče (Google Maps, OVI od společnosti Nokia).
- (21) Překážky vstupu na trh navigačních aplikací pro mobilní telefony jsou omezené. Řada výrobců navigačního softwaru (kteří působí na prostředním trhu) vyvíjí vlastní výrobky bez značky, které mohou být snadno opatřeny značkou PMS nebo jiných účastníků trhu.

3.b Mobilní telefony

- (22) Jedním z hlavních typů navigačních přístrojů jsou mobilní telefony vybavené navigačními aplikacemi. Dalšími přístroji s navigačními funkcemi jsou PND a PDA. PND, PDA a mobilní telefony s navigační funkcí naplňují odlišné potřeby spotřebitelů. Mezi mobilními telefony a jinými typy navigačních přístrojů existuje z hlediska spotřebitelů jen omezená zastupitelnost. Mobilní telefon je multifunkční komunikační přístroj primárně využívaný pro mobilní telefonní služby, a navigace je pouze jednou z mnoha jeho funkcí. Vzhledem ke svým odlišným funkcím nejsou jednotlivé typy navigačních přístrojů vzájemně plně zaměnitelné. Lze tedy dospět k závěru, že mobilní telefony představují samostatný relevantní výrobový trh.
- (23) Je obvyklé, že nejnovější funkce bývají nejdříve zaváděny do telefonů vyšší třídy, a pokud je daná funkce pro spotřebitele atraktivní, poměrně rychle začínají být instalovány i do dalších typů telefonů. Většina telefonů střední až vyšší třídy v současné době používá operační systémy schopné podporovat navigační řešení. Komise posoudila, zda je pro

účely definice trhu vhodné rozlišovat mezi mobilními telefony se zabudovanou GPS a bez ní, a dospěla k závěru, že to vhodné není. Za prvé, pro navigaci lze využít většinu mobilních telefonů prodávaných v současné době díky poměrně levným externím GPS sensorům, které lze připojit k mobilnímu telefonu pomocí technologie *Bluetooth*. Za druhé, podle prognóz analytiků bude mít v roce 2011 přibližně (65–75) % mobilních telefonů prodávaných v západní Evropě zabudovaný senzor GPS.

- (24) Z výše uvedených důvodů došla Komise k závěru, že relevantní výrobový trh se týká všech mobilních telefonů. Rozsah relevantního zeměpisného trhu je celosvětový.

Tržní podmínky

- (25) Na trhu mobilních telefonů je Nokia bezkonkurenčně největším dodavatelem. Společnost Nokia a její hlavní konkurenti dosáhli v roce 2006 následujícího podílu na celosvětovém trhu: Nokia (30–40) %, Motorola (15–25) %, Samsung (10–20) %, Sony Ericsson (0–10) %, LG (0–10) %, BenQ Mobile (0–10) % (!). Celou řadu mobilních telefonů lze využít i pro navigaci a Nokia není jedinou společností, která mobilní telefony s touto funkcí nabízí. Navigační služby nejsou v současné době významným faktorem určujícím prodejnost mobilních telefonů. Strany však předpokládají, že navigační služby si získají v budoucnu větší popularitu.
- (26) Obdobně jako u většiny trhů s elektronikou je i trh mobilních telefonů charakterizován intenzivní konkurencí a častými vstupy nových soutěžitelů na trh. Vedle tradičních konkurentů v oblasti mobilních telefonů na tento trh vstupují i výrobky konkurující mobilním telefonům Nokia, které původně pocházejí z jiných trhů s elektronikou a nejmodernější technologií. Přístroje, které získávají podíl na trhu, jsou například Blackberry společnosti RIM, iPhone společnosti Apple a Nuviphone společnosti Garmin a Palm.

V. POSOUZENÍ HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE

- (27) Dne 14. května 2008 povolila Komise nabytí společnosti Tele Atlas, která konkuruje společnosti Navteq jako dodavatel digitálních mapových databází pro navigační systémy, bez závazků společností TomTom. Ačkoli spojení společností Nokia a Navteq je analyzováno nezávisle a má jiné vlastnosti – zejména na navazujících trzích – vykazují oba tyto případy celou řadu shodných rysů. Z analýzy v obou případech vyplývá, že vertikální uzavření trhu je nepravděpodobné, protože subjekt nově vzniklý spojením by nebyl k takovému uzavření trhu motivován.

(!) Zdroj: oznámení.

- (28) Komise se při šetření trhu zaměřila na odhad pravděpodobnosti poškození hospodářské soutěže vyplývající z této transakce v důsledku (i.) nekoordinovaných účinků (subjekt vzniklý spojením omezí přístup ke vstupům na navazujících trzích a získá přístup k důvěrným informacím konkurentů) a (ii.) koordinovaných účinků.

1. Omezení přístupu ke vstupům

- (29) Výrobci mobilních telefonů, PMS, uživatelé internetových map a poskytovatelé navigačního softwaru vyjádřili obavy, že by jim společnosti Nokia a Navteq je mohly omezit v přístupu ke vstupům na trhu digitálních mapových databází pro navigační systémy. Strategie omezení přístupu ke vstupům spočívá buď ve zvyšování cen, snižování kvality mapových sad, omezování přístupu k nejnovějším mapám nebo atributům nebo ve vyhrazení inovačních prvků pouze společnosti Nokia. Úplné vyloučení přístupu ke vstupům nepovažovali respondenti šetření trhu za pravděpodobné.
- (30) Komise prošetřila, (i.) zda by subjekt vzniklý spojením byl po spojení schopen omezit přístup ke vstupům, (ii.) zda by k tomu byl motivován a (iii.) zda by měla strategie omezování přístupu ke vstupům zásadní nepříznivý dopad.

Schopnost

- (31) Digitální mapové databáze pro navigační systémy představují nejdůležitější prvek poskytování navigačních aplikací pro mobilní telefony vzhledem k tomu, že navigační aplikace nelze dodávat bez mapové databáze pro navigační systémy. Na druhou stranu však není zřejmé, zda jsou digitální mapové databáze pro navigační systémy také nejdůležitější součástí trhu mobilních telefonů vzhledem k tomu, že navigační aplikace zde fungují jen jako jedna z mnoha poskytovaných služeb. Zákazníci by se například mohli rozhodnout pro koupi mobilního telefonu bez předinstalované navigační aplikace a přístup k navigačnímu řešení získat předplacením navigační služby u svého PMS. Dalo by se však rovněž argumentovat tím, že digitální mapové databáze pro navigační systémy jsou pro výrobce mobilních telefonů významným prvkem vzhledem k tomu, že oznamující strany uznávají, že navigační aplikace zabudované do mobilních telefonů se v blízké budoucnosti stanou klíčovým faktorem určujícím odbyt mobilních telefonů.
- (32) Navteq má na trhu digitálních mapových databází pro navigační systémy významné postavení, jemuž může konkurovat pouze Tele Atlas.
- (33) Nelze vyloučit existenci včasných a účinných obranných strategií, které by způsobily, že by omezení přístupu ke vstupům nebylo pro společnosti Nokia a Navteq ziskové. Významná je především dlouhodobá smlouva na dodávku digitálních mapových databází pro navigační systémy,

kteřou uzavřela společnost Garmin zabývající se výrobou PND se společností Navteq a která opravňuje společnost Garmin k opětovnému prodeji těchto databází společně s vlastním softwarem. Společnost Garmin by se mohla do určité míry stát důvěryhodným dodavatelem digitálních mapových databází pro navigační systémy výrobcům mobilních telefonů⁽¹⁾ nebo PMS a fungovat tak jako třetí dodavatel map na trhu. Výrobci mobilních telefonů a PMS by tak byli nepřímo chráněni před strategií omezování přístupu ke vstupům ze strany společnosti Nokia. Společnost Garmin by však nebyla vhodným dodavatelem mapových databází poskytovatelům navigačního softwaru a internetových navigačních služeb vzhledem k tomu, že tito klienti vyvíjejí vlastní navigační software, zatímco společnost Garmin je oprávněna pouze k prodeji map integrovaných do aplikace, kterou vyvinula.

- (34) Společnost Motorola (uzavřela smlouvu) se společností Navteq. Tento druhý největší výrobce mobilních telefonů (bude schopen vyvíjet konkurenční tlak na společnost Nokia v oblasti navigačních služeb instalovaných do mobilních telefonů).
- (35) Otázka, zda by oznamující strany byly schopny omezit svým konkurentům přístup ke vstupům na následném trhu, může být v tuto chvíli ponechána otevřená vzhledem k tomu, že jak bude prokázáno níže, nemá k tomu společnost Nokia ani Navteq motivaci.

Motivace

- (36) Po spojení zohlední společnosti Nokia a Navteq způsob, jakým prodej mapových databází konkurentům společnosti Nokia ovlivní jejich zisky nejen na předcházejícím, nýbrž i na navazujícím trhu. Proto se subjekt vzniklý spojením bude při posuzování ziskovosti strategie omezení přístupu ke vstupům rozhodovat mezi ztrátou zisku na předcházejícím trhu v důsledku snížení prodeje u vstupů a ziskem dosaženým na navazujícím trhu zvýšením nákladů konkurentů.
- (37) Komise provedla podrobnou kvalitativní i kvantitativní analýzu s cílem charakterizovat motivaci společností Nokia a Navteq v tomto smyslu na trhu mobilních telefonů. Naše analýza vedla k závěru, že přestože zisky z prodeje mobilních telefonů jsou mnohem vyšší než zisky z prodeje mapových databází, neměl by subjekt vzniklý spojením dostatečnou motivaci k tomu, aby svým konkurentům na navazujícím trhu omezoval přístup ke vstupům. Přestože tato analýza se týká pouze omezení přístupu konkurentů vyrábějících mobilní telefony, jeví se jakákoli motivace subjektu vzniklého spojením omezit přístup ke vstupům firmám poskytujícím navigační aplikace do mobilních telefonů jinými prostředky jako ještě méně pravděpodobná, zejména s ohledem na omezenější účast společnosti Nokia na tomto trhu a menší zisky, kterých by tam bylo možné dosáhnout.

⁽¹⁾ O povaze partnerství, které je možno uzavřít, vypovídá například nedávno oznámené partnerství mezi společnostmi Garmin a Samsung.

- (38) Motivaci společností Nokia a Navteq omezit svým konkurentům na navazujícím trhu přístup ke vstupům snižuje celá řada okolností. První z nich je skutečnost, že mapové databáze v průměru nedosahují ani 5 % velkoobchodních cen mobilních telefonů. Vzhledem k této skutečnosti by cenu mobilních telefonů mohlo ovlivnit jen velmi podstatné zvýšení cen těchto map. Druhou je fakt, že navigační služby jsou pouze jednou z mnoha aplikací užívaných v mobilních telefonech. A konečně třetí je skutečnost, že společnost Garmin by mohla prodávat mapy (které jsou součástí jejího navigačního softwaru) soutěžitelům, jimž společnosti Nokia a Navteq omezily přístup ke vstupům, a společnost Motorola, která je největším konkurentem společnosti Nokia, (bude schopna vyvíjet konkurenční tlak na společnost Nokia v oblasti navigačních služeb instalovaných do mobilních telefonů).
- (39) V hospodářské analýze Komise navíc dospěla k závěru, že by pro společnosti Nokia a Navteq nebylo ziskové vyvíjet jakoukoli strategii omezení přístupu ke vstupům. Zvýšením cen mapových databází pro konkurenty společnosti Nokia by subjekt vzniklý spojením získal pouze poměrně omezenou část tržeb na navazujícím trhu, avšak ztráta jeho příjmů vyplývající z nižšího odbytu mapových databází by nebyla kompenzována zvýšeným prodejem mobilních telefonů.
- (40) Vzhledem k výše uvedeným okolnostem by subjekt vzniklý spojením nebyl motivován ke zvyšování cen způsobem, který by vedl k omezování hospodářské soutěže na kterémkoli z navazujících trhů.

Účinky na navazujícím trhu

- (41) Účinky jakékoli strategie omezení přístupu ke vstupům na navazujících trzích by z výše uvedených důvodů byly velmi omezené. Nízký podíl mapových databází na ceně mobilních telefonů, nízké náklady na změnu dodavatele a konkurence se společností Tele Atlas vesměs omezují možnost zvýšení cen pro konkurenty společnosti Nokia, k němuž by společnost Navteq mohla přistoupit.
- (42) Odstranění dvojí marže navíc pravděpodobně sníží cenu mobilních telefonů Nokia prodávaných společně s navigační aplikací, i když jen ve velmi omezeném měřítku. S ohledem na výše uvedené skutečnosti tato transakce pravděpodobně nepovede k žádnému poškození hospodářské soutěže na navazujících trzích.
- (43) Oznamující strany rovněž uvedly, že v důsledku spojení dojde ke zvýšení efektivity v cenové oblasti i v dalších oblastech. Analýza Komise dospěla k závěru, že zvýšení cenové efektivity, ačkoli velmi omezené, lze považovat za důsledek spojení. Naproti tomu zvýšení efektivity v jiné než cenové oblasti (vývoj turistických map) pravděpodobně není pouze důsledkem spojení, ale spíše nárůstu trhu navigačních aplikací pro mobilní telefony.

2. Přístup subjektu vzniklého spojením k důvěrným informacím

- (44) Obava o zachování důvěrnosti vyjádřená některými třetími stranami je založena na předpokladu, že zákazníci společnosti Navteq musí dodavateli map poskytovat informace o svých budoucích konkurenčních aktivitách. Tyto třetí strany se obávají, že by uvedené informace mohly být zneužity v jejich neprospěch dceřinou společností subjektu vzniklého spojením na navazujícím trhu.
- (45) Komise dospěla k závěru, že objem informací s konkurenční hodnotou, které si vymění společnost Navteq se svými zákazníky, je omezený a může být ještě dále snížen. Není tedy pravděpodobné, že by subjekt vzniklý spojením byl schopen od svých zákazníků získávat informace s konkurenční hodnotou, pokud by se obávali využití těchto informací ve prospěch subjektu vzniklého spojením na navazujících trzích mobilních telefonů nebo navigačních aplikací. Navíc by byl subjekt vzniklý spojením motivován k tomu, aby zmírňoval obavy třetích stran o zachování důvěrnosti. S ohledem na neexistenci motivace stran k omezení přístupu ke vstupům je pravděpodobné, že by tyto strany na možné obavy o zachování důvěrnosti reagovaly různými způsoby, nejčastěji tím, že by zákazníkům nabídly podmínky, za nichž by se přechod k podniku Tele Atlas stal neatraktivním.

3. Koordinované účinky

- (46) Komise rovněž zkoumala, zda by u vertikální integrace společností Nokia a Navteq nastal důvod k obavám týkajícím se koordinovaných účinků, a dospěla k závěru, že tato transakce pravděpodobně nepovede k omezení hospodářské soutěže v důsledku koordinace z důvodů uvedených níže.
- (47) Společnosti TomTom a Nokia nepůsobí na stejných navazujících trzích a oslovují odlišné kategorie zákazníků. Společnost TomTom je největším dodavatelem PND v Evropě a její přítomnost na trhu mobilního navigačního softwaru je pouze okrajová. Společnost Nokia je největším výrobcem mobilních telefonů, který má v úmyslu rozšířit svou účast na trhu navigačních aplikací pro mobilní telefony prostřednictvím rozvoje svého internetového portálu OVI, a na prodeji PND má jen okrajový podíl. Toto spojení tedy ani nezvyšuje, ani nevytváří motivaci pro společnosti Nokia a TomTom k tomu, aby koordinovaly své chování na navazujících trzích.
- (48) Struktura předcházejícího trhu digitálních mapových databází pro navigační systémy se v důsledku této transakce stává symetričtější vzhledem k existenci dvou vertikálně integrovaných poskytovatelů map. Šetření však prokázalo, že tato struktura trhu ke koordinaci nevede vzhledem k tomu, že společnosti TomTom a Nokia působí na odlišných navazujících trzích a v důsledku toho mají odlišnou strukturu motivace.

- (49) Bylo by možné namítnout, že by společnosti TomTom a Nokia mohly mít společnou motivaci ke snížení kvality obchodních podmínek, za nichž společnosti Tele Atlas a Navteq prodávají své digitální mapy, s cílem zvýšit atraktivitu zařízení a služeb poskytovaných společnostmi TomTom a Nokia v porovnání s ostatními soutěžiteli. Je však velmi nepravděpodobné, že by taková strategie byla udržitelná.
- (50) Dělení trhu mezi PND na jedné straně a mobilními telefony a navigačními aplikacemi na straně druhé se zdá být nepravděpodobné vzhledem k jejich diametrálně odlišnému předpokládanému růstu. Společnost TomTom/Tele Atlas má například velmi omezený podíl na trhu navigačních řešení pro mobilní telefony. Ačkoli hodnota tohoto trhu je v současné době omezená, podle předpokladu je zde v budoucnosti očekáván výrazný nárůst. Společnost TomTom/Tele Atlas by tedy měla silnou motivaci k prodeji digitálních map pro mobilní navigaci za nižší ceny než Navteq za účelem proniknutí na tento trh, jehož předpokládaný nárůst je vyšší než nárůst trhu PND, které jsou tradičním sortimentem společnosti TomTom. Společnost TomTom/Tele Atlas by jinak podstupovala riziko cenového podbízení ze strany společnosti Navteq a byla by nucena k prodeji map za ceny, které by nebyly kompenzovány snížením konkurenceschopnosti jejich přímých konkurentů, tj. výrobců PND. Asymetrie motivační struktury těchto dvou vertikálně integrovaných firem tedy nevede ke koordinaci vzhledem k pravděpodobné neudržitelnosti takové koordinace.
- (51) Navíc nejsou splněny podmínky pro koordinaci. Transparentnost cen digitálních map pro navigační systémy je velmi omezená a uzavírané smlouvy mají velký objem a nízkou periodicitu, což zvyšuje pravděpodobnost odchylky od případné nekalé dohody. Navíc by společnost Garmin pravděpodobně mohla destabilizovat jakoukoli koordinaci mezi společnostmi Navteq a Tele Atlas na základě své dlouhodobé smlouvy se společností Navteq, která jí zajišťuje dodávky digitálních map. Jak již bylo uvedeno, společnost Garmin již oznámila úmysl uvést na trh mobilní telefon s navigační funkcí a rovněž oznámila, že její navigační řešení budou v Evropě zpřístupněna na mobilních přístrojích značky Samsung. (Obchodní tajemství).
- (52) S ohledem na tyto aspekty proto Komise došla k závěru, že navrhované spojení s největší pravděpodobností nepovede k omezujícím účinkům na hospodářskou soutěž v důsledku koordinace.

VI. ZÁVĚR

- (53) Komise došla k závěru, že spojení podniků nezbuzuje žádné obavy ze zásadního narušení účinné hospodářské soutěže na společném trhu nebo na jeho podstatné části, ke kterému by mohlo dojít v jeho důsledku. Komise proto prohlašuje spojení za slučitelné se společným trhem a s Dohodou o EHP v souladu s čl. 8 odst. 1 nařízení o spojování a s článkem 57 Dohody o EHP.

POZNÁMKA PRO ČTENÁŘE

Orgány se rozhodly, že ve svých textech již nebudou uvádět odkazy na poslední změny a doplňky citovaných aktů.

Pokud není uvedeno jinak, akty, na které se odkazuje v textech zde zveřejněných, se rozumí akty v platném znění.