

# Den Europæiske Unions Tidende

# C 66



Dansk udgave

## Meddelelser og oplysninger

56. årgang

7. marts 2013

<u>Informationsnummer</u>	Indhold	Side
	IV Oplysninger	

OPLYSNINGER FRA DEN EUROPÆISKE UNIONS INSTITUTIONER, ORGANER, KONTORER OG AGENTURER

### Europa-Kommissionen

2013/C 66/01	Euroens vekselkurs .....	1
2013/C 66/02	Udtalelse afgivet af Det Rådgivende Udvalg for fusionskontrol på dets møde den 8. august 2012 om et udkast til afgørelse i Sag COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV — Referent: Portugal .....	2
2013/C 66/03	Høringskonsulentens endelige rapport — COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV .....	4
2013/C 66/04	Resumé af Kommissionens afgørelse af 4. september 2012 om en fusions forenelighed med det indre marked og EØS-aftalen (Sag COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV) (meddelt under nummer C(2012) 6063 final) <sup>(1)</sup> .....	5
2013/C 66/05	Kommissionens afgørelse af 6. marts 2013 om ændring af afgørelse af 6. oktober 2010 om nedsættelse af ekspertgruppen om udvikling af missionen for de europæiske satellitbaserede navigationssystemer, »Den Rådgivende Gruppe om Udvikling af Missionen« <sup>(1)</sup> .....	24

# DA

Pris:  
3 EUR

<sup>(1)</sup> EØS-relevant tekst

(Fortsættes på omslagets anden side)

## OPLYSNINGER VEDRØRENDE DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE SAMARBEJDSOMRÅDE

**EFTA-Tilsynsmyndigheden**

2013/C 66/06	EFTA-staternes oplysninger om statsstøtte ydet i henhold til den retsakt, der er nævnt under punkt 1j i bilag XV til EØS-aftalen (Kommissionens forordning (EF) nr. 800/2008 om visse former for støttes forenelighed med fællesmarkedet i henhold til traktatens artikel 87 og 88 (Generel gruppefritagelsesforordning)) .....	25
2013/C 66/07	EFTA-Tilsynsmyndighedens meddelelse om de tilbagebetalingsrenter, referencesatser og kalkulationsrenter for statsstøtte, der gælder for tre EFTA-stater pr. 1. januar 2013 ( <i>Offentliggjort i overensstemmelse med artikel 10 i Tilsynsmyndighedens beslutning nr. 195/04/KOL af 14. juli 2004 (EUT L 139 af 25.5.2006, s. 37, og EØS-tillæg nr. 26/2006 af 25.5.2006, s. 1)</i> ) .....	27

## V Øvrige meddelelser

## RETSLIGE PROCEDURER

**EFTA-Domstolen**

2013/C 66/08	Sag anlagt den 4. december 2012 af EFTA-Tilsynsmyndigheden mod Fyrstendømmet Liechtenstein (Sag E-14/12) .....	28
2013/C 66/09	Sag anlagt den 30. november 2012 af EFTA-Tilsynsmyndigheden mod Island (Sag E-12/12) .....	29
2013/C 66/10	Sag anlagt den 30. november 2012 af EFTA-Tilsynsmyndigheden mod Island (Sag E-13/12) .....	30

## PROCEDURER VEDRØRENDE GENNEMFØRELSEN AF KONKURRENCEPOLITIKKEN

**Europa-Kommissionen**

2013/C 66/11	Anmeldelse af en planlagt fusion (Sag COMP/M.6869 — GM/Ispol) — Behandles eventuelt efter den forenklede procedure <sup>(1)</sup> .....	31
--------------	---	----



---

<sup>(1)</sup> EØS-relevant tekst

## IV

(Oplysninger)

OPLYSNINGER FRA DEN EUROPÆISKE UNIONS INSTITUTIONER, ORGANER,  
KONTORER OG AGENTURER

## EUROPA-KOMMISSIONEN

Euroens vekselkurs <sup>(1)</sup>

6. marts 2013

(2013/C 66/01)

## 1 euro =

Valuta	Kurs	Valuta	Kurs		
USD	amerikanske dollar	1,3035	AUD	australske dollar	1,2670
JPY	japanske yen	121,85	CAD	canadiske dollar	1,3408
DKK	danske kroner	7,4556	HKD	hongkongske dollar	10,1099
GBP	pund sterling	0,86440	NZD	newzealandske dollar	1,5630
SEK	svenske kroner	8,3159	SGD	singaporeanske dollar	1,6244
CHF	schweiziske franc	1,2301	KRW	sydkoreanske won	1 412,69
ISK	islandske kroner		ZAR	sydafrikanske rand	11,7980
NOK	norske kroner	7,4250	CNY	kinesiske renminbi yuan	8,1066
BGN	bulgarske lev	1,9558	HRK	kroatiske kuna	7,5928
CZK	tjekkiske koruna	25,565	IDR	indonesiske rupiah	12 638,96
HUF	ungarske forint	298,55	MYR	malaysiske ringgit	4,0497
LTL	litauiske litas	3,4528	PHP	filippinske pesos	53,067
LVL	lettiske lats	0,7008	RUB	russiske rubler	39,9850
PLN	polske zloty	4,1495	THB	thailandske bath	38,792
RON	rumænske leu	4,3578	BRL	brasilianske real	2,5631
TRY	tyrkiske lira	2,3365	MXN	mexicanske pesos	16,5647
			INR	indiske rupee	71,3700

<sup>(1)</sup> Kilde: Referencekurs offentliggjort af Den Europæiske Centralbank.

**Udtalelse afgivet af Det Rådgivende Udvalg for fusionskontrol på dets møde den 8. august 2012 om et udkast til afgørelse i Sag COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV**

**Referent: Portugal**

(2013/C 66/02)

**Fusion**

1. Det rådgivende udvalg er enig med Kommissionen i, at den anmeldte transaktion er en fusion som defineret i fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b).
2. Det rådgivende udvalg er enig med Kommissionen i, at den anmeldte transaktion har fællesskabsdimension, jf. fusionsforordningens artikel 1, stk. 3.

**Afgrænsning af markedet**

3. Det rådgivende udvalg er enig med Kommissionen i dens afgrænsning af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked i afgørelsesudkastet.
4. Det rådgivende udvalg er især enig i, at transaktionen skal vurderes på følgende markeder:
  - a) Markedet for engrosleverancer af mobile tegnebogsplatforme, som mindst omfatter Det Forenede Kongerige.
  - b) Markedet for sikker opbevaring, som mindst omfatter Det Forenede Kongerige.
  - c) Markedet for detaildistribution af mobile tegnebogsplatforme til kunder, som mindst omfatter Det Forenede Kongerige.
  - d) Markedet for reklamevirksomhed, som mindst omfatter Det Forenede Kongerige.
  - e) Markedet for formidling af mobilannonceringstjenester, som mindst omfatter Det Forenede Kongerige.
  - f) Markedet for engros- og detailsalg af masse-SMS'er, som mindst omfatter Det Forenede Kongerige.
  - g) Markedet for dataanalysetjenester, som mindst omfatter Det Forenede Kongerige.
  - h) Markedet i Det Forenede Kongerige for detailmobiltelefonitjenester.

**Vurdering af konkurrenceforholdene**

*Vertikale virkninger*

5. Det rådgivende udvalg er enig i Kommissionens vurdering, at den anmeldte transaktion sandsynligvis ikke vil forårsage ikke-samordnede eller samordnede vertikale virkninger, der vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, i det mindste ikke på markedet for engrosleverancer af mobile tegnebogsplatforme i Det Forenede Kongerige.
6. Det rådgivende udvalg er især enig i Kommissionens vurdering, at det ikke er sandsynligt, at de anmeldende parter vil få:
  - a) teknisk mulighed for i væsentlig grad at udelukke konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger
  - b) kommerciel mulighed for i væsentlig grad at udelukke konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger, eller
  - c) ensidige eller samordnede incitamenter til at udelukke konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger.

7. Det rådgivende udvalg er enig i Kommissionens vurdering, at den anmeldte transaktion sandsynligvis ikke vil forårsage ikke-samordnede eller samordnede vertikale virkninger, der vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på det marked, der mindst omfatter markedet for engros- og detailsalg af masse-SMS'er i Det Forenede Kongerige.

#### *Konglomeratvirkninger*

8. Det rådgivende udvalg er enig i Kommissionens vurdering, at den anmeldte transaktion sandsynligvis ikke vil forårsage ikke-samordnede eller samordnede virkninger, der vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailmobiltelefonitjenester i Det Forenede Kongerige.

#### *Horizontale virkninger*

9. Det rådgivende udvalg er enig i Kommissionens vurdering, at den anmeldte transaktion sandsynligvis ikke vil forårsage horizontale virkninger, der vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på de relevante markeder.

#### **Konklusion**

10. Det rådgivende udvalg er enig i Kommissionens konklusion, at den anmeldte transaktion sandsynligvis ikke vil hæmme effektiv konkurrence på det indre marked eller på væsentlige dele af det, og at den som følge heraf må erklæres forenelig med det indre marked og med EØS-aftalens funktion i overensstemmelse med fusionsforordningens artikel 2, stk. 2, og artikel 8, stk. 2, samt EØS-aftalens artikel 57.
-

**Høringskonsulentens endelige rapport <sup>(1)</sup>****COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV**

(2013/C 66/03)

Den 6. marts 2012 modtog Europa-Kommissionen i overensstemmelse med artikel 4 i fusionsforordningen <sup>(2)</sup> anmeldelse af en planlagt fusion, hvorved Telefónica UK Limited, Vodafone Group plc og Everything Everywhere Limited, som kontrolleres i fællesskab af France Télécom og Deutsche Telekom, erhverver fælles kontrol over et nyoprettet joint venture, som vil tilbyde forskellige mobile handelstjenester til virksomheder i Det Forenede Kongerige, jf. fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b). Kommissionen besluttede den 13. april 2012 at indlede procedure i sagen, jf. fusionsforordningens artikel 6, stk. 1, litra c).

Den 14. juni og den 10. juli 2012 accepterede jeg anmodninger fra henholdsvis Hutchinson 3G UK Limited (»Tre«) og Lloyds Banking Group om at blive hørt som interesserede tredjeparter, jf. fusionsforordningens artikel 18, stk. 4. Tre og Lloyds Banking Group demonstrerede, at de havde tilstrækkelige interesser i proceduren. Den anmeldte fusion vil sandsynligvis påvirke konkurrencesituationen på markedet for mobile tegnebogstjenester i Det Forenede Kongerige. Lloyds Banking Group er også en mulig kunde hos det fremtidige joint venture. Endvidere har begge parter bidraget på en række punkter i løbet af proceduren. Derfor har jeg informeret de anmeldende parter om min beslutning om at anerkende Tre og Lloyds Banking Group som interesserede tredjeparter.

På baggrund af det supplerende bevismateriale, der er blevet indsamlet i den dybdegående undersøgelsesfase, konkluderede Kommissionens tjenestegrene, at den planlagte fusion ikke ville hæmme den effektive konkurrence på det indre marked betydeligt, og den er derfor forenelig med det indre marked og EØS-aftalens funktion. Der blev derfor ikke sendt nogen klagepunktsmeddelelse til parterne.

Udkastet til afgørelsen indeholder en uforbeholden afklaring af den planlagte fusion. Jeg har ikke modtaget nogen klager til den effektive udøvelse af de proceduremæssige rettigheder fra hverken de anmeldende parter eller andre parter. Dette udkast til afgørelse indeholder ingen indvendinger, som parterne ikke har haft mulighed for at fremlægge deres synspunkt til. I lyset heraf finder jeg, at alle deltagende parter i undersøgelsesproceduren har haft mulighed for at udøve deres procedurerettigheder effektivt i denne sag.

Bruxelles, den 8. august 2012.

Michael ALBERS

---

<sup>(1)</sup> I henhold til artikel 16 og 17 i afgørelse 2011/695/EU vedtaget af formanden for Europa-Kommissionen af 13. oktober 2011 om høringsekonsulentens funktion og kompetenceområde under behandling af visse konkurrencesager (EUT L 275 af 20.10.2011, s. 29).

<sup>(2)</sup> Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1).

## Resumé af Kommissionens afgørelse

af 4. september 2012

om en fusions forenelighed med det indre marked og EØS-aftalen

(Sag COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV)

(meddelt under nummer C(2012) 6063 final)

(Kun den engelske version er autentisk)

(EØS-relevant tekst)

(2013/C 66/04)

Dele af denne tekst er udeladt for at sikre, at fortrolige oplysninger ikke videregives. Disse dele er sat i kantet parentes og markeret med en asterisk.

Den 4. september 2012 vedtog Kommissionen en afgørelse i en fusionssag efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser <sup>(1)</sup>, særlig forordningens artikel 8, stk. 1. En komplet ikke-fortrolig udgave af afgørelsen kan konsulteres på det autentiske sagsprog og på Kommissionens arbejdsprog på webstedet for generaldirektoratet for konkurrence:

[http://ec.europa.eu/comm/competition/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html)

### I. SAGSFORLØB

- (1) Den 6. marts 2012 modtog Kommissionen en anmeldelse af en planlagt fusion i henhold til artikel 4 i forordning (EF) nr. 139/2004 (»fusionsforordningen«), hvorigennem virksomhederne Everything Everywhere Limited (»Everything Everywhere«), Telefónica UK Limited (»Telefónica UK«) og Vodafone Group Plc (»Vodafone Group«) (samlet benævnt »de anmeldende parter«) i den i fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), anførte forstand ville erhverve fælles kontrol over en nyetableret virksomhed, som er et joint venture-selskab (»JVC«), og som vil tilbyde forskellige mobilhandelstjenester (»m-handel«) til virksomheder i Det Forenede Kongerige (»aktiviteten«).
- (2) Aktiviteten har en EU-dimension, jf. fusionsforordningens artikel 1, stk. 2.
- (3) Efter fase 1-vurderingen konkluderede Kommissionen, at aktiviteten faldt inden for fusionsforordningens anvendelsesområde, men rejste alvorlig tvivl med hensyn til foreneligheden med det indre marked og EØS-aftalen. Kommissionen indledte derefter den 13. april 2012 en procedure efter fusionsforordningens artikel 6, stk. 1, litra c), (»beslutningen om at indlede proceduren«).
- (4) De anmeldende parter indgav flere forskellige indlæg som svar på bestemte spørgsmål, som blev rejst i beslutningen om at indlede proceduren.

- (5) Den 2. maj 2012 anmodede de anmeldende parter om en forlængelse af fristen for fase 2-vurderingen med 17 arbejdsdage i overensstemmelse med fusionsforordningens artikel 10, stk. 3, andet afsnit.

### II. DE ANMELDENDE PARTER

- (6) Everything Everywhere er et joint venture-selskab etableret ved en fusion mellem T-Mobile UK og Orange UK, som blev erklæret forenelig med det indre marked i Kommissionens beslutning af 1. marts 2010 i sag COMP/M.5650 — T-Mobile/Orange <sup>(2)</sup>. Everything Everywhere ejes i sidste instans af France Télécom og Deutsche Telekom, som beskæftiger sig med fastnet- og mobiltelefonitjenester i en række EU-medlemsstater og i resten af verden.
- (7) Telefónica UK er et 100 % ejet datterselskab af Telefónica S.A. og tilhører Telefónica Group, som primært tilbyder fastnet- og mobiltelefonitjenester i en række EU-medlemsstater samt i en række lande uden for Europa, navnlig i Latinamerika.
- (8) Vodafone Group er et holdingselskab bestående af en række virksomheder, der beskæftiger sig med telekommunikationsnet til mobiltelefoner og levering af tilknyttede telekommunikationstjenester. Vodafone Group har kapitalandele i 30 mobiloperatører over hele verden. Vodafone Group er aktiv andre steder i EU gennem sine 100 % ejede og kontrollerede datterselskaber, ligesom koncernen samarbejder med partnernetværk i over 40 andre lande, herunder lande i EU. Vodafone

<sup>(1)</sup> EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1 (i det følgende benævnt »fusionsforordningen«).

<sup>(2)</sup> Nr. 239.

UK Limited (»Vodafone UK«) er et 100 % ejet og kontrolleret datterselskab i Vodafone Group og er især aktiv på detailmarkedet for mobiltelefoni i Det Forenede Kongerige.

(9) JVCo vil tilbyde forskellige tjenester til erhvervs kunder i Det Forenede Kongerige. Ingen af JVCo's aktiviteter vil blive rettet direkte mod forbrugere. JVCo vil levere tjenester til de anmeldende parter samt til eksterne mobiloperatører (»tjenestebrugere«). JVCo planlægger navnlig at tilbyde følgende tjenester:

a) Etablering af en platform, der giver mulighed for at levere transaktionstjenester (f.eks. til betalinger eller billetkøb), som kan bruges offline ved hjælp af en mobiltelefon med NFC (»Near Field Communication«) eller online over internettet (»tegnebogsplatformen«) <sup>(3)</sup>. Tegnebogsplatformen understøtter levering af forskellige relaterede NFC-tjenester, herunder betaling i butikker, billetsalg og adgangstjenester samt værdibevis- og loyalitetstjenester, som giver mulighed for at tilbyde forbrugere digitale værdibeviser (»transaktionerne«). Disse tjenester leveres til kommercielle enheder som banker, andre betalingskortudstedere (kreditkort, debetkort, forudbetalte kort), udstedere af loyalitetskort, billetudstedere og andre detailhandlere (»tjenesteudbydere«).

b) Etablering og levering af en mobil platform til markedsføring, hvorved annoncører og mediebyureauer, der ønsker at udvikle reklamekampagner rettet mod mobilnetoperatørers (»MNO«) og de virtuelle mobilnetoperatørers (»MVNO«) (samlet benævnt »mobiloperatører«) kunder, får et enkelt kontaktpunkt til f.eks. push-beskeder, kuponer og værdibeviser eller salg af annonceplads.

<sup>(3)</sup> Der findes to typer »mobile tegnebøger«, som de normalt betegnes: i) en samletegnebog: Denne tegnebog giver som minimum forbrugeren et overblik over alle de applikationer, der findes på det sikre element, og giver vedkommende mulighed for at vælge, hvilke betalingskort der skal aktiveres eller deaktiveres, samt at sætte dem i prioriteret rækkefølge. Denne mobile tegnebog samler alle forbrugers virtuelle betalingskort (den grafiske brugergrænsefladekomponent) og giver mulighed for at konfigurere det sikre element (den tekniske komponent), selv fra forskellige kortudstedere, ligesom hvis forbrugeren havde adskillige betalingskort i sin fysiske pung, ii) en app-specifik tegnebog: Denne omfatter kun én applikation, som kan indeholde adskillige kort, men fra samme udsteder. Hvert enkelt kort, der lagres på det sikre element, (f.eks. et betalingskort) har en tilsvarende applikation (grafisk brugergrænseflade) på mobiltelefonen. Et kort fra én enkelt tjenesteudbyder vises derfor som en selvstændig applikation på telefonen. I den fysiske verden ville dette svare til et plastkort.

c) Etablering af dataanalysetjenester til JVCo's transaktions- og annoncekunder for data, der indsamles gennem transaktionstjenesterne og annonceringstjenesterne <sup>(4)</sup>.

### III. DE RELEVANTE MARKEDER

#### 3.1. Relevante produktmarkeder

##### *Markedet for engrossalg af mobile tegnebogsplatforme*

(10) Der kan defineres et relevant marked for engrossalg af mobile tegnebogsplatforme <sup>(5)</sup>, som adskiller sig fra markedet for detailsalg af mobile tegnebogsplatforme til kunder. I denne beslutning kan dette aspekt imidlertid stå åbent, idet aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

##### *Markedet for sikker lagring*

(11) En mobil tegnebog kræver sikker lagring af oplysninger, herunder især betalingsoplysninger. Denne lagring kan i princippet tilbydes på flere måder som f.eks. cloud-lagring og lagring på et sikkert element (»SE«), som kan være placeret forskellige steder i eller på mobiltelefonen.

(12) Kommissionen vil ikke udelukke, at der kan skelnes mellem et marked for engrossalg af platformstjenester til mobile tegnebøger og et marked kun for levering af sikker lagring. Et marked for sikker lagring ville imidlertid ikke kun omfatte sikker lagring på SIM-kort, men som

<sup>(4)</sup> JVCo ville også fungere som virtuel transaktionsbehandler (»VTP«), hvorigennem detailhandlere kunne analysere forbrugers detailaktiviteter. JVCo vil ikke behandle nogen transaktion selv, men vil i stedet samarbejde med eksisterende eksterne transaktionsbehandlere og fungere som mellemlid for at indsamle grundlæggende oplysninger om onlinekøb og fysiske køb foretaget af den mobile tegnebogs brugere samt visse oplysninger om brugeren. JVCo kan derefter videregive disse oplysninger til den relevante detailhandler som en ekstra service. Selv om det ikke er et relevant produktmarked (idet JVCo's VTP-tjenester ikke udbydes som et særskilt produkt), er disse tjenester forbundet med JVCo's annoncerings- og dataanalyseaktiviteter.

<sup>(5)</sup> Flere virksomheder (Ericsson, Microsoft osv.) tilbyder de såkaldte »white label«-tegnebøger. Disse virksomheder ønskede at tilbyde markedsdeltagerne en it-infrastruktur til at lette transaktioner, indløsning af værdibeviser og dataanalyse med henblik på lancering af en tegnebog under et bestemt varemærke. Disse »white label«-tegnebøger minder derfor om den tegnebogsplatform, som JVCo selv ønsker at tilbyde eksterne MVNO'er. Endvidere opererer disse virksomheder, ligesom JVCo, kun på engrosmarkedet, hvorfor udbudssiden af et marked for engrossalg af platformstjenester til mobile tegnebøger ville adskille sig væsentligt fra markedet for detailsalg af mobile tegnebogsplatforme til slutkunder.



minimum også sikker lagring på indbyggede SE'er og muligvis på SE'er på enheder forbundet med mobiltelefonen samt cloud-baserede løsninger.

- (13) Under alle omstændigheder kan det i denne afgørelse stå åbent, hvorvidt et marked for sikker lagring også omfatter lagring på SE'er på enheder forbundet med mobiltelefonen eller cloud-baserede løsninger, eftersom aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### **Markedet for detailsalg af mobile tegnebogstjenester til kunder**

- (14) De anmeldende parter mener, at der findes et downstream-marked for detailsalg af mobile tegnebogstjenester til kunder. JVCo selv vil ikke være til stede på dette marked. I stedet vil JVCo's engrossalg af mobile tegnebogstjenester give de anmeldende parter og andre tjenestebrugere mulighed for at tilbyde en individualiseret mobil tegnebog til detailsalg bygget på JVCo's underliggende tegnebogstjenesteplatform.

- (15) I forbindelse med markedsundersøgelsen vurderede Kommissionen især følgende:

a) hvorvidt detailmarkedet for mobile tegnebogstjenester (herunder mobile betalinger både offline og online) vil udgøre et marked, der adskiller sig fra de eksisterende onlinebetalingstjenester (kreditkort/debetkort/PayPal osv., over internettet på en stationær pc, tavle-pc eller på en mobiltelefon)

b) hvorvidt detailmarkedet for mobile tegnebogstjenester (herunder mobile betalinger både offline og online) vil udgøre et marked, der adskiller sig fra de eksisterende offlinebetalingstjenester (NFC-baserede kredit- og debetkort samt traditionelle betalingsmidler som kreditkort, debetkort og kontanter)

c) hvorvidt detailmarkedet for mobile tegnebogstjenester bør underinddeles i offline- og onlinebetalingstjenester.

- (16) Kommissionen mener, at de eksisterende metoder til onlinebetalinger og mobile betalinger kan tilhøre forskellige relevante produktmarkeder. I forbindelse med denne afgørelse kan det imidlertid stå åbent, hvorvidt de eksisterende metoder til onlinebetalinger er en del af det

samme marked som metoder til mobile betalinger, idet aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

- (17) Kommissionen mener, at det er sandsynligt, at mobile betalinger fortsat vil eksistere i den nærmeste fremtid side om side med ikke-mobile betalingsmidler, herunder NFC- og ikke-NFC-baserede kredit- og debetkort. Forbrugerne vil stadig gerne kunne bruge forskellige betalingsmidler, og betalingsmiddeludbydere og detailhandlerne har et incitament til fortsat at tilbyde og modtage de betalingsmidler, deres kunder bruger. Selv om disse betalingsmidler har egenskaber, der betyder, at de adskiller sig fra mobile betalinger, vil der sandsynligvis være en vis grad af substituerbarhed, navnlig mellem mobile betalinger og NFC-baserede kredit- og debetkort, hvilket betyder, at de eksisterende offlinebetalingsmidler kan lægge et konkurrencepres på detailleverandørerne af mobile betalingstjenester. Dette vil dermed skabe et indirekte konkurrencepres på engrosleverandørerne af mobile tegnebogstjenester. I forbindelse med denne afgørelse kan det imidlertid stå åbent, hvorvidt de eksisterende offlinebetalinger er en del af det samme marked som mobile betalinger, idet aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

- (18) Endelig mener Kommissionen ikke, at det er sandsynligt, at online- og offlinemobilbetalinger, på nuværende tidspunkt, vil blive en del af det samme relevante produktmarked. Det står ikke helt klart, hvordan udviklingen vil forme sig på kort til mellemlang sigt<sup>(6)</sup>, men det kan i forbindelse med denne afgørelse imidlertid stå åbent, hvorvidt online- og offlinemobilbetalinger er en del af det samme marked, eftersom aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### **Markedet for annonceringstjenester**

- (19) JVCo vil fungere som mellemlid i salget af digitale annonceringstjenester og være en »one-stop shop« for annoncører, bureauer og andre til levering af kuponer og tilbud eller mærkereklemekampagner på mobiltelefonen hos alle de deltagende MVNO'ers kunder, som har tilvalgt det, i forbindelse med én kampagne.

<sup>(6)</sup> Dette stemmer overens med Kommissionens grønne bog »På vej mod et integreret europæisk marked for kort-, internet- og mobilbetalinger«, hvor den anfører, at grænsen mellem e-betalinger og m-betalinger er flydende, og at dette kan blive endnu mere udpræget fremover. Se nr. 2.4 i grønnebogen på <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011DC0941:DA:NOT>

(20) JVCo vil navnlig tilbyde følgende tjenester:

- a) Push-SMS'er: JVCo vil sende SMS-beskeder til deltagende MVNO'ers kunder, som har tilvalgt reklamer eller nyheder.
- b) Intelligent masse-SMS'er: JVCo vil sende SMS-beskeder til en annoncørs egne kunder, der har tilvalgt det, med tillæg af andre data/funktioner, som gør kampagnen mere effektiv. JVCo vil, kun som en ekstraservice, tilbyde standard-masse-SMS'er, dvs. uden et intelligent tilsnit.
- c) Pull-tilbud: JVCo vil give annoncører og bureauer adgang til platforme som f.eks. MVNO'ers apps eller JVCo's tegnebog for at placere tilbud eller information på et sted, som forbrugerne vil blive opfordret til at besøge for at finde disse tjenester, i stedet for at tilbud eller information sendes til dem via push-SMS/MMS eller bannerreklamer.
- d) Bannerreklamer på MVNO'ers platforme: JVCo vil give annoncører annonceringsmuligheder som f.eks. bannerreklamer, pop-ups osv. på tværs af alle de deltagende MVNO'ers mobile platforme, dvs. tegnebog, mobilportaler og apps.
- e) Kuponer og værdibeviser: JVCo vil tilbyde muligheden for både at udstede kuponer og værdibeviser gennem beskeder og på andre måder, indløse begge online og i detailbutikker gennem JVCo's tegnebog eller andre mobile apps og spore de indløste værdibeviser og kuponer, hvor det er nødvendigt.

(21) JVCo vil ikke være aktiv inden for andre typer mobilannoncering (f.eks. formidling af tjenester til søgeannoncering).

#### **Markedet for formidling af mobilannonceringstjenester**

- (22) Ifølge de anmeldende parter er det relevante produktmarked for vurderingen af etableringen af JVCo markedet for formidling af digital annoncering i Det Forenede Kongerige, herunder alle former for digital annoncering (reklamer pr. e-mail, SMS eller push-meddelelser eller søgeannoncering og ikke-søgeannoncering online), som tilbydes gennem både stationære internetforbindelser og mobilkommunikationsenheder (samt gennem mellemliggende enheder som bærbare computere og tavle-pc'er).
- (23) Kommissionen har i sin tidligere praksis sondret mellem levering af reklameplads online og offline<sup>(7)</sup>. Kommissionen har også drøftet spørgsmålet om, hvorvidt markedet for onlineannoncering kan underopdeles i

søge- og ikke-søgetjenester, men lod til sidst dette spørgsmål stå åbent, fordi transaktionen ifølge enhver alternativ definition af produktmarkedet ikke gav anledning til konkurrencemæssige bekymringer<sup>(8)</sup>.

- (24) I forbindelse med denne afgørelse kan det imidlertid stå åbent, hvorvidt mobilannoncering udgør et andet marked end onlineannoncering (søge eller ikke-søge), eller om det er en del af et bredere marked, eftersom det ikke er sandsynligt, at aktiviteten ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### *Målrettede markedsføringsmeddelelser inden for mobilannoncering*

- (25) I forbindelse med denne afgørelse kan det imidlertid stå åbent, hvorvidt mobile markedsføringsmeddelelser udgør et andet marked end søge- og ikke-søgeannoncering online, eller om det er en del af et bredere marked, eftersom det ikke er sandsynligt, at aktiviteten ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### *Eksistensen af særskilte undermarkeder inden for målrettede markedsføringsmeddelelser*

- (26) Kommissionen vurderede også, hvorvidt push-SMS'er og intelligente masse-SMS'er på den ene side og IP-push-meddelelser på den anden side ville udgøre særskilte markeder i forbindelse med de målrettede markedsføringsmeddelelser.
- (27) I forbindelse med denne afgørelse kan det imidlertid stå åbent, hvorvidt de forskellige typer målrettede mobile markedsføringsmeddelelser udgør særskilte markeder eller er en del af et bredere marked, idet det ikke er sandsynligt, at aktiviteten ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### *Formidling af mobilannoncering i forhold til direkte salg*

- (28) JVCo vil være et mellemlidende for målrettede markedsføringsmeddelelser, ikke-søgeannoncering og andre former for annoncering på mobiltelefonen (f.eks. værdibeviser og kuponer).
- (29) Kommissionen har på grundlag af markedsundersøgelsen konkluderet, at direkte salg af mobilannoncering hæmmer salget gennem mellemlidende betydeligt. I forbindelse med denne afgørelse kan det under alle omstændigheder stå åbent, hvorvidt der er særskilte markeder for direkte salg og salg gennem mellemlidende af mobilannoncering, eller hvorvidt de er en del af et bredere marked,

<sup>(7)</sup> Se Kommissionens beslutning af 11. marts 2008 i sag COMP/M.4731 — Google/DoubleClick.

<sup>(8)</sup> Se fodnote 7.

eftersom det ikke er sandsynligt, at aktiviteten ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### *Samlet konklusion*

- (30) På grundlag af ovenstående konkluderes det med hensyn til JVCo's annonceringsaktiviteter, at den præcise markedsdefinition kan stå åben, idet aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### **Detail- og engrosmarkedet for masse-SMS-tjenester**

- (31) Masse-SMS'er på detailmarkedet er en tjeneste, der giver virksomheder (såsom detailhandlere eller finansielle institutioner) mulighed for at sende store mængder tekstbeskeder til deres kunder (hvis kunderne har tilvalgt sådanne beskeder på deres mobiltelefon). De kan bruges til at udsende markedsføringsmeddelelser, men bruges i øjeblikket primært til generelle kundemeddelelser. En bank kan f.eks. bruge disse masse-SMS'er til at udsende minikontoudtog eller advarsler om svindel til sine kunder.
- (32) Udsendelse af meddelelser pr. SMS til de rette modtagere kræver forbindelse til et eller flere mobilnetværk samt fysisk udsendelse af disse meddelelser til de relevante mobilabonnenter. Denne tjeneste består i udsendelse af masse-SMS'er på engrosmarkedet. Tjenesten omfatter to hovedelementer: For det første afsendelse af meddelelsen fra afsenderen (JVCo eller en aggregator til det mobilnetværk, som modtageren har abonnement til — hjemmenetværket) og for det andet afsendelse fra hjemmenetværket til modtagerens mobiltelefon.
- (33) De anmeldende parter mener, at der findes et særskilt marked for masse-SMS-tjenester på detailniveau og et marked for udsendelse af masse-SMS'er på engrosniveau, som er et upstream-element i JVCo's markedsføringsmeddelelsetjenester.
- (34) På grundlag af markedsundersøgelsen konkluderes det, at masse-SMS-tjenester på detailmarkedet udgør et andet marked end markedet for aktive markedsføringsmeddelelser. Førstnævnte er downstream i forhold til det mulige engrosmarked for udsendelse af masse-SMS'er. I forbindelse med denne afgørelse kan den præcise markedsdefinition imidlertid stå åben, eftersom det ikke er sandsynligt, at aktiviteten vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### **Markedet for dataanalysetjenester**

- (35) Ud over sine transaktioner og annonceringstjenester vil JVCo tilbyde sine kunder dataanalysetjenester. De anmeldende parter mener ikke, at JVCo vil tilbyde dataanalysetjenester som særskilte produkter. JVCo agter at indsamle

og analysere de data, der genereres gennem både transaktionerne og annonceringstjenesterne, for at give kunderne et nyttigt indblik i forbrugernes adfærd. JVCo's dataanalyseaktiviteter vil omfatte tre hovedelementer: rapporteringsanalyse, forretningsudviklingsanalyse og loyalitetsanalyse.

- (36) De anmeldende parter mener, at JVCo vil være aktiv på markedet for levering af dataanalysetjenester med hensyn til online- og offlineannoncering og transaktionstjenester. De mener ikke, at det i denne sag er nødvendigt at inddele det overordnede marked for levering af dataanalysetjenester.
- (37) Kommissionen vurderede i forbindelse med denne afgørelse, hvorvidt der kunne være et særskilt produktmarked for levering af dataanalysetjenester til mobilannoncering.
- (38) Endvidere vurderede Kommissionen, hvorvidt der inden for det mobile miljø kunne være særskilte markeder for markedsresearchtjenester (med henblik på at måle og forstå forbrugernes købsadfærd) og markedsinformations-tjenester (med henblik på at tilvejebringe data om de enkelte forbrugere, såsom alder, socialgruppe, aktiviteter, adresse osv. til direkte markedsføring).
- (39) I forbindelse med denne afgørelse kan den præcise definition af produktmarkedet imidlertid stå åben, eftersom aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

#### **Markedet for detailmobiltelefonitjenester**

- (40) På dette marked sælger MNO'er nationale og internationale taleopkald, SMS (herunder MMS), mobilt internet med datatjenester og adgang til indhold via mobilnetværket til slutkunder.
- (41) Kommissionen underopdelte ikke i sine tidligere beslutninger<sup>(9)</sup> markedet for levering af mobilkommunikationstjenester til slutkunder efter kundetype (erhvervs- eller privatkunde, abonnenter, der betaler efter forbrug,

<sup>(9)</sup> Se Kommissionens beslutning af 1. marts 2012 i sag COMP/M.5650 — *T-Mobile/Orange*, nr. 24, Kommissionens beslutning af 27. november 2007 i sag COMP/M.4947 — *Vodafone/Tele2 Italy/Tele2 Spain*, nr. 14, Kommissionens beslutning af 26. april 2006 i sag COMP/M.3916 — *T-Mobile Austria/Tele ring*, nr. 18, Kommissionens beslutning af 24. september 2004 i sag COMP/M.3530 — *TeliaSonera/Orange*, nr. 13, og Kommissionens beslutning af 16. september 2003 i sag COMP/M.3245 — *Vodafone/Singlepoint*, nr. 12.

eller kunder, der forudbetaler) eller efter type netværksteknologi (2G/GSM eller 3G/UMTS). Kommissionen vurderede derfor de tidligere sager på grundlag af et indre marked for levering af mobiltelekommunikationstjenester til slutkunder.

- (42) I forbindelse med denne afgørelse kan det stå åbent, hvorvidt der er særskilte undermarkeder for mobiltelekommunikationstjenester til slutkunder, eftersom aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af produktmarkedet.

### 3.2. Relevante geografiske markeder

#### *Markedet for engrossalg af mobile tegnebogsplatforme*

- (43) De anmeldende parter mener, at det relevante geografiske marked for engrossalg af mobile tegnebogsplatforme som minimum er nationalt og dækker hele Det Forenede Kongerige.
- (44) På grundlag af markedsundersøgelsen mener Kommissionen, at det geografiske omfang af engrossalg af mobile tegnebogsplatforme synes som minimum at være nationalt (Det Forenede Kongerige) og muligvis større end nationalt. Det kan imidlertid stå åbent, hvorvidt det geografiske omfang af markedet for engrossalg af mobile tegnebogsplatforme er større end nationalt, eftersom aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen relevant definition af det geografiske marked.

#### *Markedet for sikker lagring*

- (45) De anmeldende parter omtalte ikke et marked for sikker lagring eller dets geografiske omfang.
- (46) Levering af SIM-baseret sikker SE-lagring synes at være tæt forbundet med levering af mobiltelefonitjenester på detailmarkedet, og Kommissionen har i tidligere beslutninger konkluderet, at disse markeders geografiske omfang er nationalt<sup>(10)</sup>.
- (47) På den anden side har sikker lagring på indbyggede SE'er et noget større geografisk omfang, fordi udbydere af indbyggede SE'er, herunder især OEM'er og udbydere af operativsystemer (OSP'er), og muligvis udbydere af eksterne SE'er og cloud-baseret sikker lagring er aktive i

hele verden. De kan derfor muligvis indgå aftaler med leverandører af mobile tegnebogstjenester på detailmarkedet eller leverandører af mobile tegnebogsplatforme på engrosmarkedet med henblik på levering af sikker adgang i et større end nationalt omfang.

- (48) Kommissionen mener, at det geografiske omfang af det mulige marked for levering af sikker lagring i denne sag som minimum er nationalt (Det Forenede Kongerige). I forbindelse med denne aktivitet kan den præcise definition af det geografiske marked for et muligt marked for sikker lagring imidlertid stå åben, fordi den foreslåede aktivitet ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen relevant definition af det geografiske marked.

#### *Markedet for detailsalg af mobile tegnebogstjenester til kunder*

- (49) De anmeldende parter mener, at det relevante geografiske omfang af markedet for detailsalg af mobile tegnebogstjenester som minimum er nationalt. De forventer ikke, at de aktivt vil tilbyde mobile tegnebøger til forbrugere uden for UK, hvilket også ses af, at de betalingskort og -tjenester, der vil blive tilbudt via den mobile tegnebog, vil være relateret til tjenesteudbydere i Det Forenede Kongerige.
- (50) De anmeldende parter forventer imidlertid, at deres konkurrenter, som f.eks. Google og PayPal, vil tilbyde disse tjenester til forbrugere i adskillige lande<sup>(11)</sup> og derfor vil være aktive globalt. De mener, at det, selv om der ikke er grundlag for at identificere regionale eller lokale markeder, kan stå åbent, hvorvidt det relevante marked for detailsalg af mobile tegnebogstjenester til kunder kan være større end nationalt.
- (51) Kommissionen mener på grundlag af markedsundersøgelsen i denne sag, at det geografiske omfang af markedet for detailsalg af mobile tegnebogstjenester som minimum synes at være nationalt (Det Forenede Kongerige). I forbindelse med denne sag kan den præcise definition af det geografiske marked for detailsalg af mobile tegnebogstjenester til kunder imidlertid stå åben, idet aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen relevant definition af det geografiske marked.

<sup>(10)</sup> Se Kommissionens beslutning af 24. september 2004 i sag COMP/M.3530 — *TeliaSonera AB/Orange AS*, nr. 16, og Kommissionens beslutning af 24. oktober 2005 i sag COMP/M.3920 — *France Telecom/Amena*, nr. 20.

<sup>(11)</sup> De anmeldende parter har endvidere planer om, at JVCo's mobile tegnebog skal være interoperabel med de forskellige tegnebogsinitiativer i andre EU-medlemsstater, således at brugerne kan bruge deres mobile tegnebog, når de rejser i EU (og muligvis i andre dele af verden).

### Markedet for annonceringstjenester

- (52) Med hensyn til de annonceringstjenester, som JVCo tilbyder, (og mulige undermarkeder) angiver de anmeldende parter, at definitionen af det geografiske marked som minimum omfatter Det Forenede Kongerige og eventuelt mere.
- (53) Kommissionen konkluderer på grundlag af markedsundersøgelsen, at det geografiske omfang af markedet for annonceringstjenester og de mulige undermarkeder synes at være nationalt (Det Forenede Kongerige). I forbindelse med denne afgørelse kan den præcise definition af det geografiske marked imidlertid stå åben, eftersom aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen mulig definition af det geografiske marked.

### Detail- og engrosmarkedet for masse-SMS-tjenester

- (54) De anmeldende parter mener, at det relevante geografiske omfang af engrosmarkedet for masse-SMS-tjenester som minimum er nationalt og dækker hele Det Forenede Kongerige.
- (55) Det geografiske omfang af det (mulige) detailmarked for masse-SMS-tjenester synes at være nationalt (Det Forenede Kongerige) eller muligvis større, mens det (mulige) engrosmarked for masse-SMS-tjenester synes at være større end nationalt.
- (56) Med hensyn til både detail- og engrosmarkedet for masse-SMS-tjenester kan den præcise definition af det geografiske marked stå åben i denne sag, fordi aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af det geografiske marked.

### Markedet for dataanalysetjenester

- (57) De anmeldende parter mener, at det geografiske omfang af markedet for dataanalysetjenester (og de relevante undermarkeder) som minimum er nationalt og dækker hele Det Forenede Kongerige.
- (58) I forbindelse med denne afgørelse kan den præcise definition af det geografiske marked stå åben, eftersom aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge nogen alternativ definition af det geografiske marked.

### Markedet for detailmobiltelefonitjenester

- (59) I sine tidligere beslutninger<sup>(12)</sup> har Kommissionen vurderet, at det relevante geografiske marked for mobiltele-

kommunikationstjenester til slutkunder (og mulige undermarkeder) er nationalt. Dette er baseret på, at mobiltakster gælder nationalt, og at regulering (såsom frekvens-tildeling, nummertildeling og mobilterminering) også foregår nationalt.

- (60) Kommissionen konkluderer i overensstemmelse med sine tidligere beslutninger, at det geografiske marked er begrænset til Det Forenede Kongerige.

## IV. VURDERING AF KONKURRENCEFORHOLDENE

### 4.1. Indledning

- (61) I henhold til fusionsforordningens artikel 2, stk. 2 og 3, skal Kommissionen vurdere, om en planlagt fusion ville hæmme »den effektive konkurrence betydeligt inden for fællesmarkedet eller en væsentlig del heraf«<sup>(13)</sup>. I denne forbindelse har Kommissionen vurderet alle de markeder, der berøres af aktiviteten.
- (62) Med hensyn til mobiltransaktionstjenester er de relevante markeder for vurderingen af aktiviteten upstream-markedet for engrossalg af platformstjenester til mobile tegnebøger, markedet for adgang til sikker lagring, downstream-markedet for detailsalg af mobile tegnebøger til kunder samt detailmarkedet for mobiltelefonitjenester. Alle disse markeder har et geografisk omfang, der som minimum omfatter Det Forenede Kongerige og måske mere<sup>(14)</sup>.
- (63) Hvad angår JVCo's annonceringstjenester, er de relevante markeder for vurderingen af konkurrenceforholdene for aktiviteten markederne for formidling af mobilannoncering og de mulige undermarkeder samt engros- og detailmarkedet for masse-SMS-tjenester. Desuden er markedet for dataanalyse med de mulige undermarkeder også relevant for vurderingen af konkurrenceforholdene i denne sag.
- (64) I sin markedsundersøgelse har Kommissionen primært fokuseret på at vurdere sandsynligheden for, at konkurrencen på grund af aktiviteten vil lide skade som følge af mulige markedsafskærmningsstrategier, navnlig i lyset af, at de anmeldende parter sammen står stærkt på detailmarkedet for mobiltelefoni i Det Forenede Kongerige. Derfor vil Kommissionen i dette afsnit først vurdere de mulige ikke-horisontale virkninger af aktiviteten på markederne for mobile tegnebøger og masse-SMS'er og dernæst undersøge de mulige horisontale virkninger af aktiviteten på engrosmarkederne for platformstjenester til mobile tegnebøger og markederne for mobilannonceringstjenester og dataanalyse.

<sup>(12)</sup> Se Kommissionens beslutning af 1. marts 2012 i sag COMP/M.5650 — *T-Mobile/Orange*, nr. 25, Kommissionens beslutning af 20. august 2007 i sag COMP/M.4748 — *T-Mobile/Orange Netherlands*, nr. 16, og Kommissionens beslutning af 26. april 2006 i sag COMP/M.3916 — *T-Mobile Austria/Telespina*, nr. 19.

<sup>(13)</sup> Se Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsøvertagelser (EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1).

<sup>(14)</sup> Vurderingen af konkurrenceforholdene udføres på et marked, der omfatter hele Det Forenede Kongerige. På et bredere geografisk marked ville der blive draget lignende konklusioner om, at den effektive konkurrence ikke vurderes at ville blive hæmmet betydeligt.

(65) I forbindelse med vurderingen af de mulige horisontale virkninger har Kommissionen vurderet, hvordan situationen ville se ud, hvis aktiviteten ikke fandtes. På grundlag af resultatet af markedsundersøgelsen mener Kommissionen, at de anmeldende parter ville være i stand til (og til en vis grad allerede er i stand til) at tilbyde deres m-handelstjenester uden JVCo<sup>(15)</sup>. Det er imidlertid ikke i forbindelse med denne afgørelse nødvendigt at drage en konklusion vedrørende dette, fordi aktiviteten ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt ifølge noget alternativt scenarie.

#### 4.2. Ikke-horisontale virkninger — vertikale virkninger

##### Indledning

(66) I denne afgørelse vurderer Kommissionen, hvorvidt de anmeldende parter vil kunne udnytte deres fælles stærke stilling på detailmarkedet for mobiltelefonitjenester (og ethvert muligt undermarked) til i betydelig grad at afskærme andre mulige markedsaktører på engrosmarkedet for mobile tegnebogsplatforme fra at tilbyde konkurrerende platformstjenester til mobile tegnebøger. Ifølge retningslinjerne for vurdering af ikke-horisontale fusioner findes der to former for afskærmning: input-afskærmning og kundeafskærmning<sup>(16)</sup>. Kommissionen vurderer i denne sag sandsynligheden for en strategi om enten teknisk eller kommercielt at afskærme adgang til vigtige input til levering af mobile tegnebogsprodukter til slutforbrugere. Disse vigtige input er SE samt placering af apps på en mobiltelefon, så den mobile tegnebog kan fungere. Sådant input-afskærmning kan skade eller forringe konkurrenceforholdene på engrosmarkedet for platformstjenester til mobile tegnebøger (f.eks. ved at hæve priserne for tjenesteudbydere) og ville også ramme konkurrenceforholdene på detailmarkedet for mobile tegnebøger downstream. Derfor undersøger Kommissionen nedenfor de anmeldende parter mulighed for og incitament til at udføre sådan input-afskærmning.

(67) Kommissionen har især undersøgt, hvorvidt de anmeldende parter ville:

- a) have teknisk mulighed for at afskærme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger betydeligt med en række forskellige potentielle midler
- b) have mulighed for og incitament til kommercielt at afskærme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger med en række forskellige potentielle midler.

<sup>(15)</sup> Se f.eks. svarene på spørgeskema Q1 og Q2 af 7. marts 2012, spørgsmål 64 og 65.

<sup>(16)</sup> Der findes en definition af input-afskærmning i Retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (EUT C 265 af 18.10.2008, s. 7), nr. 31.

##### Vurdering af teknisk afskærmning

(68) Hvad angår den tekniske mulighed for at afskærme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger betydeligt, bør det først bemærkes, at størstedelen af respondenterne i markedsundersøgelsen gav udtryk for, at de anmeldende parter ikke ville have teknisk mulighed for at begrænse eller forhindre deres konkurrenters<sup>(17)</sup> mulighed for at tilbyde mobile tegnebogsplatformstjenester på andre måder end gennem JVCo<sup>(18)</sup>. Det bør også bemærkes, at de anmeldende parter gør gældende, at JVCo vil tilbyde de andre MNO'er og MVNO'er adgang på ikke-diskriminerende betingelser<sup>(19)</sup>. Herunder bemærkes det især, at alle tekniske oplysninger vil blive udarbejdet af JVCo i overensstemmelse med branchestandarden og formidlet åbent til tjenestebrugere og potentielle tjenestebrugere på en ikke-diskriminerende måde<sup>(20)</sup>.

(69) Adgang til en SE synes at være afgørende for, at mobile tegnebøger fungerer. Selv om det i princippet er muligt, at transaktioner, der foretages fra en mobiltelefon, kan foretages ved hjælp af softwarebaserede sikre løsninger, hvor betalingsoplysningerne cloud-lagres, betragtes disse løsninger på dette tidspunkt som værende mindre sikre eller for langsomme til at bruge på salgsstederne, da de kræver indtastning af brugernavn og adgangskode. Sådanne løsninger vil tilsyneladende blive anvendelige på mellemlang til lang sigt<sup>(21)</sup>.

(70) Kommissionen mener derfor, at den i øjeblikket mest sandsynlige metode til at levere mobile tegnebøger til kunderne er ved hjælp af et SIM-baseret SE eller alternativt et indbygget SE.

(71) Derfor vurderer Kommissionen først, hvorvidt de anmeldende parter ville kunne afskærme konkurrenterne betydeligt fra at tilbyde kunderne en mobil tegnebog, der konkurrerer med den, der udbydes gennem JVCo, ved at nægte adgang til SE i det SIM-baserede SE.

(72) For det andet vurderer Kommissionen, idet det antages, at adgang til det SIM-baserede SE bliver nægtet, hvorvidt konkurrenterne stadig ville kunne tilbyde deres mobile tegnebøger ved at få adgang til et andet SE indbygget i mobiltelefonens hardware, eller hvorvidt de anmeldende parter også ville kunne afskærme konkurrenterne betydeligt fra at tilbyde kunderne en mobil tegnebog, der konkurrerer med den, der udbydes gennem JVCo, ved at nægte adgang til dette alternative indbyggede SE.

<sup>(17)</sup> F.eks. konkurrerende MVNO'er, Google Wallet, PayPal eller andre leverandører af mobile tegnebøger.

<sup>(18)</sup> Svar på spørgeskema Q3 af 7. marts 2012, spørgsmål 7.

<sup>(19)</sup> Se svar fra de anmeldende parter på Kommissionens anmodning om oplysninger af 13. september 2011, spørgsmål 6.

<sup>(20)</sup> Se formular CO, punkt 994 og 995.

<sup>(21)</sup> Software- eller cloud-baserede tjenester kan også bruges til at lagre betalingsoplysninger. Dette er en ny teknologi, som er under udvikling, og det står endnu ikke klart, hvordan den kan bringes i anvendelse på massemarkedet. Den kan imidlertid udgøre et alternativ til MNO'ernes tjenester.

(73) Kommissionen bemærker ikke desto mindre, da dette er et nyt marked, som er under udvikling, at, hvis nye teknologier baseret på software, cloud-baserede SE'er, mikro-SD, NFC-mærker eller -covers eller alternative løsninger bliver markedsført i fremtiden, hvilket er rimeligt at forvente i lyset af den tekniske udvikling, vil de kunne skærpe konkurrencen betydeligt og dermed skabe konkurrencepres for JVCo og de anmeldende parter.

*Teknisk mulighed for at afskærme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger betydeligt ved at afskærme adgang til det SIM-baserede SE*

(74) Kommissionen konkluderer, at de anmeldende parter ville have teknisk mulighed for at afskærme adgang til SIM-baserede SE'er betydeligt for konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger for de detailkontrakter for mobiltelefoni, de indgår med deres kunder (hvor de leverer SIM-kortet til kunden) i Det Forenede Kongerige. Denne konklusion ville ikke ændre sig, hvis det geografiske marked var større end Det Forenede Kongerige, da de anmeldende parter primært tilbyder deres mobiltelefonikontrakter til kunder, som er bosiddende i Det Forenede Kongerige.

*Teknisk mulighed for at blokere/forringe konkurrerende mobile tegnebøger, der fungerer ved hjælp af et alternativt SE*

(75) De konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger kunne i princippet undgå behovet for at få adgang til det SIM-baserede SE, hvis de kunne få adgang til andre SE'er et andet sted i mobiltelefonen end på de anmeldende parters SIM-kort.

(76) SE'er kan enten indbygges i mobiltelefonens hardware (en løsning, som flere OEM'er<sup>(22)</sup>, der sælger mobiltelefoner i Det Forenede Kongerige, foreslår) eller indsættes på en eksternt enhed, der påsættes mobiltelefonen. Som et eksempel tilbyder Visa allerede en mobil betalingsløsning, som bruger disse SE'er, i Det Forenede Kongerige.

(77) Disse alternativer vil sandsynligvis blive anvendt af konkurrenter, der tilbyder transaktionstjenester. Dette baner helt klart vejen for, at konkurrenter kan tilbyde deres produkter til forbrugere, der bruger indbyggede SE'er, som f.eks. Google Wallet.

(78) Det mest sandsynlige alternativ til det SIM-baserede SE ville være det indbyggede SE, hvorfor Kommissionen fokuserer sin vurdering af teknisk afskærmning på de

anmeldende parters mulighed for at forringe funktionaliteten af konkurrerende mobile tegnebøger, som vil kræve brug af et indbygget SE. Denne forringelse kunne tage forskellige former, som vi beskriver nedenfor.

*Teknisk mulighed for at blokere/forringe en konkurrerende mobil tegnebogs-app, som krævede et indbygget SE, så den ikke kan downloades, installeres og/eller opdateres på en mobiltelefon på de anmeldende parters netværk*

(79) Kommissionen vurderede, hvorvidt de anmeldende parter kan have teknisk mulighed for at sikre, at forbrugerne ikke ville kunne downloade den nødvendige mobile tegnebogs-app eller bruge den. De anmeldende parter gør gældende, at det ikke er teknisk muligt for en MNO at blokere (eller forringe) download/installation eller opdatering af en (konkurrerende) mobil tegnebogs-app<sup>(23)</sup>.

(80) I forbindelse med markedsundersøgelsen har Kommissionen haft en tæt kommunikation med Det Forenede Kongeriges tilsynsmyndighed på telekommunikationsområdet (Ofcom), som har dokumenteret uafhængig teknisk ekspertise. Ofcom analyserede grundigt de anmeldende parters udtalelser om teknisk afskærmning. Ofcom konkluderede i det væsentlige, at de anmeldende parters påstande er rimelige i lyset af det aktuelle teknologiske stade og anvendelsen af mobile tegnebogstjenester.

(81) Hvad angår MNO'ers tekniske mulighed for at forhindre download af en konkurrerende mobil tegnebogs-app uden at blokere adgangen til hele app-butikken, bekræftede to MNO'er, som ikke er en del af JVCo, at dette ikke ville være muligt.

(82) Endvidere anførte flere respondenter med hensyn til MNO'ers tekniske mulighed for at forhindre en forbruger i at bruge deres 3G- eller Wi-Fi-forbindelse til at downloade apps (f.eks. fra PayPal) fra app-butikker som Google Play eller iTunes, at dette ikke var muligt.

(83) Hvis de anmeldende parter forsøgte at blokere websteder eller apps af andre grunde end trafikstyring eller blokering af ulovligt indhold, ville det sandsynligvis blive opdaget af forbrugerne eller ejerne af disse websteder og Ofcom, hvilket ville påvirke de anmeldende parters adfærd i denne henseende. Kommissionen mener, at dette sandsynligvis også vil gælde for de andre tekniske afskærmningsstrategier, der vurderes i denne afgørelse.

<sup>(22)</sup> F.eks. RIM med modellerne BlackBerry Curve 9360, Bold 9900, Bold 9790 og 9860, HTC med modellerne One X og Desire C, Samsung med modellerne Galaxy Nexus og Galaxy SIII og Sony Ericsson med modellen Xperia S, som alle understøtter dobbelt SE-arkitektur (indbygget SE og SIM-baseret SE), og Samsung med Galaxy note, som kun understøtter indbygget SE.

<sup>(23)</sup> De anmeldende parters svar på Kommissionens anmodning om oplysninger af 24. april 2012, spørgsmål 14, og teknisk dokument af 8. maj 2012 indsendt af [...] på vegne af de anmeldende parter, side 21 og 22.

(84) På grundlag af ovenstående er det mest sandsynligt, at de anmeldende parter ikke har mulighed for teknisk at blokere eller forringe muligheden for at downloade, installere eller opdatere en konkurrerende mobil tegnebogs-app på en mobiltelefon på de anmeldende parters netværk.

*Teknisk mulighed for at blokere/forringe funktionaliteten af eller deaktivere et indbygget SE efter installation*

(85) De anmeldende parter gør gældende, at OEM'erne leverer de indbyggede SE'er og kontrollerer adgangen til dem, fordi OEM'erne har content management-rettighederne. De anmeldende parter kan ikke blokere adgangen til eller forringe funktionaliteten af det indbyggede SE, fordi de ikke har de nødvendige tekniske nøgler til at få adgang til det indbyggede SE. De kan ikke ændre eller oprette adgangsrettigheder til indbyggede SE'er.

(86) Kommissionen mener, navnlig på baggrund af Ofcom-rapporten<sup>(24)</sup>, ikke, at MNO'er »ejer« SE'er, som ikke er SIM-baserede, hvorfor MNO'en ikke styrer aktivering af og kontrol med et sådant SE (selv om nogle aspekter kan afhænge helt eller delvist af adgangstjenester, som f.eks. mobile bredbåndsforbindelser, som MNO'en kan levere til nogen kunder). Hvis adgang til MNO'ens bredbåndsforbindelse kan bruges til i første omgang at aktivere et indbygget SE, kan dette som alternativ også gøres ved hjælp af USB eller en Wi-Fi-forbindelse. Derfor, hvis MNO'en ønsker at afskærme adgangen, kan den gøre det gennem MNO'ens bredbåndsforbindelse (dvs. at det kan være teknisk muligt), men det er usandsynligt, at det ville være teknisk muligt at forhindre brugen af andre adgangstjenester (f.eks. USB eller Wi-Fi)<sup>(25)</sup>.

(87) På grundlag af markedsundersøgelsen er det mest sandsynligt, at de anmeldende parter ikke har teknisk mulighed for teknisk at blokere eller forringe funktionaliteten af eller deaktivere et indbygget SE efter installation.

*Teknisk mulighed for at nedprioritere en konkurrerende mobil tegnebog, så det SIM-baserede SE/de anmeldende parters mobile tegnebog automatisk foretrækkes*

(88) De anmeldende parter gør gældende, at det er muligt at have både et SIM-baseret SE og et SE indbygget i mobiltelefonen på en og samme mobiltelefon. Det er også teknisk muligt at have både et SIM-baseret SE og et indbygget SE, der er »aktive« samtidig, således at de kører i en tilstand, hvor den kontaktløse læser vil kunne kalde op til et hvilket som helst af SE'erne.

Endvidere har MNO'er ikke teknisk mulighed for at nedprioritere en konkurrerende mobil tegnebog, så det SIM-baserede SE eller den mobile tegnebog, der er baseret på JVCo's platform, automatisk foretrækkes.

(89) På grundlag af markedsundersøgelsen og især Ofcoms indlæg mener Kommissionen, at valg af standard-SE i sidste ende ville være kundens beslutning.

(90) Kommissionen anerkender, at der kan være fordele i, at en mobil tegnebog er forvalgt som standard i mobiltelefonens indstillinger. Kommissionen mener imidlertid, at forbrugeren sandsynligvis vil vælge den betalings-app, som han/hun vælger at betale varer eller tjenesteydelser med, når det drejer sig om en app, der giver mulighed for betaling i butikker eller online, som kan betragtes som værende en vigtig app for forbrugere med hensyn til opfattet sikkerhed, fordele osv.

(91) Det kan derfor konkluderes, at i forbindelse med en mobiltelefon med et SIM-baseret SE og et indbygget SE, er det OSP'en og ikke OEM'erne, der sandsynligvis vil foretage den første konfiguration af præferenceindstillingerne for SE, og at det i sidste ende vil være forbrugeren, som vil kunne konfigurere indstillingerne, som han eller hun ønsker.

*Udarbejdelse af de facto-standarder eller -specifikationer, som ville afskærme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger*

(92) De anmeldende parter gør gældende, at det ikke er planen, at JVCo udarbejder nye standarder. I stedet vil de eksisterende tilgængelige standarder blive anvendt i udviklingen af den mobile tegnebogsplatform.

(93) Kommissionen undersøgte, hvorvidt de anmeldende parter kunne udarbejde de facto-standarder og -specifikationer, hvormed de ville forhindre engrosleverandører af konkurrerende platformstjenester til mobile tegnebøger i at få adgang, hvilket ville afskærme dem fra at tilbyde konkurrerende mobile tegnebøger.

(94) Resultatet af markedsundersøgelsen med hensyn til spørgsmålet om, hvorvidt der allerede findes standarder eller specifikationer for interoperabiliteten mellem SIM-baserede SE'er og mobile tegnebogs-apps, var ikke entydigt. Kommissionen mener, at dette kan skyldes, at denne nye teknologi stadig er under udvikling.

(95) Med hensyn til at give kunderne mulighed for samtidig at betale, indløse kuponer eller få loyalitetspoint med deres mobiltelefon (»ét-tryk-løsning«) har Kommissionen konstateret, at der ikke findes nogen standardspecifikationer, og at det er sandsynligt, at de anmeldende parter vil

<sup>(24)</sup> Ofcoms indlæg af 31. maj 2012, punkt 2.4.4.

<sup>(25)</sup> Se navnlig det godkendte referat af et telefonmøde med Ofcom af 6. juni 2012.



skulle udarbejde deres egne specifikationer <sup>(26)</sup> eller bruge de standarder og specifikationer, der er udarbejdet af markedsdeltagere som Google eller VeriFone <sup>(27)</sup>.

(96) Ikke desto mindre har Google også, for at få sin Google Wallet til at fungere, udarbejdet egne specifikationer, der giver mulighed for samtidig betaling, indløsning af kuponer og loyalitetspoint, og producenter af læsere til salgsstederne har anført, at disse specifikationer alle kan findes samtidig på læserne, så forskellige mobile tegnebøger kan fungere der <sup>(28)</sup>.

(97) I maj 2010 blev Cityzi-projektet for interoperable kommercielle tjenester, hvor transportbilletsystemer, sikre mobilbetalinger, flere detailprojekter og andre turist-tjenester blev kombineret på mobiltelefonen, lanceret i Frankrig. Over en million NFC-mobiltelefoner bruger i øjeblikket denne tjeneste. Under forsøget har det vist sig, at den aktuelle GlobalPlatform-standard eller -specifikation for forbindelserne mellem TSM og administrationen af SE'erne ikke var klar nok, f.eks. for loyalitetskort. Derfor har Association Française Sans Contact Mobile udarbejdet nye standarder eller specifikationer for at løse problemet <sup>(29)</sup>. Disse standarder og specifikationer er nu ved at blive drøftet og godkendt af GlobalPlatform og er også en del af GSMA Fast Track-projektet.

<sup>(26)</sup> First Data gør gældende, at salgsterminaler endnu ikke har standarder eller specifikationer for behandlingen af ikke-betalingstransaktioner som f.eks. indløsning af kuponer og tildeling af loyalitetspoint. Der er forskellige mulige metoder til at udarbejde disse standarder og opgradere terminalerne i overensstemmelse dermed. Udarbejdelsen af sådanne standarder eller specifikationer forventes at ville finde sted inden for branchens sammenslutningers typeorganer såsom EMVCO eller i overensstemmelse med de internationale kortordninger (Visa, MasterCard). First Data agter at anvende de standarder eller specifikationer, som branchen kræver.

<sup>(27)</sup> VeriFone gør gældende, at der kun findes standarder og specifikationer for betalingstransaktioner (udarbejdet af Visa og MasterCard). For kuponer og loyalitetspoint skal operatører som f.eks. Google udarbejde en specifik protokol. VeriFone forsøger også at oprette en åben API-ramme, så enhver mobil tegnebøger, der har kuponfunktioner, kan arbejde sammen med terminaler. VeriFone forventer, at der på et tidspunkt vil blive udarbejdet globale standarder. Med hensyn til certificeringsprocessen for VeriFone-terminaler findes der ikke nogen standardcertificering for kontaktløse betalingsterminaler. VeriFone får sine terminaler certificeret særskilt hos Visa, MasterCard osv. De forskellige certificeringsprocesser ændres løbende, men de er gyldige i hele verden, bortset fra Visa, som har udviklet forskellige versioner i nogle regioner (f.eks. Visawave i Asien og Stillehavsområdet).

<sup>(28)</sup> VeriFone gør gældende, at der ikke er nogen patenter for »ét-tryk«. Google ville have udarbejdet sine egne specifikationer for Google Wallet og besidde de respektive ejendomsrettigheder. API for anvendelsen af disse specifikationer på VeriFones terminaler udarbejdes af VeriFone på grundlag af disse specifikationer. VeriFone har ejendomsrettighederne til API. VeriFone har også udviklet sit eget generelle miljø til at understøtte mobile tegnebøger, så de kan fungere på virksomhedens terminaler. Derfor ville det være enkelt at foreslå en tjeneste, der minder om Googles »ét-tryk« for andre virksomheder.

<sup>(29)</sup> Se pressemeddelelse (20.12.2011): <http://www.afscm.org/en/news/the-afscm-releases-a-new-set-of-specifications.htm?id=59>

(98) På grundlag af ovenstående kan det konkluderes, at det er mest sandsynligt, at de anmeldende parter ikke ville være i stand til at udarbejde de facto-standarder og -specifikationer, som ingen andre markedsdeltager kan bruge, og dermed afskærme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger betydeligt.

## Vurdering af kommerciel afskærmning

### Indledning

(99) I denne afgørelse betragter Kommissionen »kommerciel afskærmning« som en strategi, der afhænger af de anmeldende parter mulighed for og incitament til at afskærme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger betydeligt ved hjælp af kommercielle, og ikke tekniske, midler. Kommerciel afskærmning gennemføres derfor primært indirekte <sup>(30)</sup>, f.eks. ved at forhandle med tredjeparter som OEM'er for at tilskynde dem til at træffe kommercielle foranstaltninger, der kan blokere eller hæmme konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger, eller ved at give tredjeparter et incitament, f.eks. uafhængige detailhandlere for at få dem til at sælge mobiltelefoner med JVCo's mobile tegnebøger i stedet for mobiltelefoner med konkurrerende mobile tegnebøger.

(100) Kommissionen overvejede, hvorvidt en kommerciel afskærmningsstrategi kunne gennemføres af én af de anmeldende parter alene, uafhængigt af de andre anmeldende parter strategier, eller hvorvidt de anmeldende parter i forbindelse med et af de potentielle afskærmningsscenarier ville gennemføre en afskærmningsstrategi i fællesskab.

(101) For at finde ud af, om de anmeldende parter ville have kommerciel mulighed for at afskærme de konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger betydeligt, undersøgte Kommissionen forsyningskæden for mobiler. Følgende er hovedaktører i forsyningskæden:

- a) OEM'er, som er ansvarlige for hardware- og softwarespecifikationer for de mobiltelefoner, der leveres til detailhandlerne

<sup>(30)</sup> Bortset fra kommerciel afskærmning baseret på fjernelse af mobiltelefoner, der indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, fra sortimentet, hvilket kunne gennemføres direkte af de afskærmende parter.

- b) Operativsystemudviklere, der leverer software til OEM'er og ofte fastsætter minimumskrav for hardware og kontrollerer, hvilke apps der kan køre på deres operativsystem, og/eller de app-butikker, hvorfra deres apps kan downloades
- c) MVNO'er som leverandører af mobiltjenester
- d) Detailforhandlere af mobiltelefonen og mobiltjenester, både MVNO'ernes direkte salgskanaler og uafhængige detailhandlere.
- (102) Kommissionen analyserer for hver enkelt metode til kommerciel afskærmning, hvorvidt de anmeldende parter har mulighed for og incitament til at deltage i en fælles kommerciel afskærmningsstrategi. Desuden har Kommissionen analyseret, hvorvidt de anmeldende parter sammen med banker har mulighed for og incitament til at afskærme ikke-bankbetalingsløsninger betydeligt.
- Kommercielt pres på OEM'er for ikke at installere eller for at blokere det forudinstallerede indbyggede SE*
- (103) Kommissionen har undersøgt, hvorvidt de anmeldende parter ville have mulighed for og incitament til at lægge kommercielt pres på OEM'er for ikke at installere et indbygget SE på deres mobiltelefonmodeller eller for at blokere et forudinstalleret indbygget SE. Kommissionen har undersøgt de anmeldende parters kommercielle indflydelse i forbindelse med mobiltelefoner leveret til de anmeldende parter selv til distribution gennem deres direkte salgskanaler samt i forbindelse med almindelige mobiltelefoner leveret til uafhængige detailhandlere.
- (104) En række OEM'er har besvaret Kommissionens spørgsmål i forbindelse med markedsundersøgelsen og angivet, at MNO'er nogle gange ønsker at købe en specifik »operatørvariant« af en given mobiltelefon, der sælges gennem deres egne MNO-detailkanaler. Nogle funktioner kan derfor være forskellige i »operatørvarianten« af mobiltelefonen, afhængigt af MNO'ens ønsker med hensyn til funktioner, som skal understøttes af mobiltelefonen, og som de er villige til at støtte som forudinstalleret indhold. Disse funktioner (som f.eks. et indbygget SE) ville imidlertid findes i de almindelige varianter af mobiltelefonen på det åbne marked, som ville være tilgængelige for uafhængige detailhandlere, efter at de har gennemgået MNO'ernes tekniske certificering. Denne tekniske certifi-

cering udstedes af MNO'erne til alle mobiltelefoner, der er teknisk kompatible med deres netværk, og her har kommercielle hensyn ingen indflydelse. Dette afspejles i, at NFC-baserede mobiltelefoner med et indbygget SE (som kunne indeholde en konkurrerende mobil tegnebog) allerede føres i vid udstrækning af de anmeldende parter samt af uafhængige detailhandlere i Det Forenede Kongerige. En markant undtagelse er Apple, som ikke tilbyder operatørvarianter.

- (105) På dette grundlag kunne de anmeldende parter i teorien bede OEM'er om at fjerne eller blokere et forudinstalleret indbygget SE på mobiltelefonen, som leveres til deres egen direkte detailkanal under deres eget mærke. OSP'er eller fuldt ud vertikalt integrerede OEM'er kunne imidlertid iværksætte modstrategier i tilfælde af et sådant forsøg på afskærmning. OSP'er involveres meget tidligere i udviklingen af en mobiltelefon end MNO'erne, hvilket begrænser de anmeldende parters indflydelse på mobiltelefonens specifikationer i forhold til OSP'erne. En OSP'er, der forventer en sådan anmodning fra de anmeldende parter, kunne forsøge at påvirke OEM'ens specifikationer for mobiltelefonen på et tidligt tidspunkt ved at kræve, at enhver mobiltelefon med OSP'ens mærke har et fungerende indbygget SE. Dette ville være tilfældet for især Google, hvis kontrol over Android stiller virksomheden stærkt i mulige forhandlinger med OEM'er<sup>(31)</sup>. Googles stilling på markedet for levering af mobiltelefoner bliver stadig vigtigere, idet andelen af mobiltelefoner, der sælges med Android, er steget betydeligt i tidens løb. I perioden 2010-2011 har Android-mobiltelefoner øget deres andel fra under 5 % til omkring 40 % i Det Forenede Kongerige. Fuldt vertikalt integrerede OEM'er, som udbyder en

<sup>(31)</sup> Se Kommissionens afgørelse af 13. februar 2012 i sag COMP/M.6381 — *Google/Motorola Mobility*. Selv om Google er i færd med at begive sig ind på hardwaremarkedet, bekræfter uafhængige eksperter desuden følgende: »På trods af den åbne filosofi, som Android i første omgang var baseret på, har det været en stigende tendens for Google at tage mere kontrol over platformen. Dette skete først gennem Googles Nexus-enheder under eget mærke, som virksomheden har brugt til at præsentere den nyeste version af Android, men efterfølgende har Google nægtet at gøre koden til den tablet-optimerede Honeycomb-version af Android til en open source-kode. Der har også været meldinger om, at Google er blevet mere selektiv med hensyn til, hvilke OEM'er der får tidlig adgang til de seneste versioner af Android-kildekoden, hvilket i bund og grund skaber en udvalgt skare af OEM'er, der skal holde sig tæt på Google for at være på forkant med den teknologiske udvikling. Google bevarer ejerskabet over og kontrollen med det »åbne« operativsystem, som f.eks. varemærket til ordet »Android«, ud over de primære Google-mærkede apps på enheden, såsom Google Mail, Maps og Android Marketplace. Endvidere betyder open source-lisensen Apache 2.0, som Google har valgt til Android, at virksomheden ikke er juridisk forpligtet til at offentliggøre kildekoden, hvilket var årsagen til, at virksomheden kunne holde Honeycomb-koden hemmelig. Disse faktorer betyder, at OEM'er skal bevare et tæt forhold til Google og have virksomhedens velsignelse for at kunne få adgang til kildekoden, bruge virksomhedens populære tjenester og bruge Android-mærket på deres enheder. I lyset af dette står det klart, at Google ikke kun ønsker mere kontrol over, hvem der bruger Android, men også hvordan de bruger det. Virksomheden har klart set, hvilke fordele større kontrol og vertikal integration kan have, afspejlet i den tætte konkurrent Apples stigende værdi, og vil muligvis også ønske at udnytte fordelene ved at blive mere vertikalt integreret.« [...] rapport, side 6, vedhæftet som bilag 4 til de anmeldende parters indlæg af 6. juni 2012.

konkurrerende tegnebog over et indbygget SE, kunne også sikre, at hardwaren i mobiltelefonen var fuldt kompatibel med deres mobile tegnebog <sup>(32)</sup>.

- (106) Endvidere vil en mulighed for kommerciel afskærmning baseret på blokering eller deaktivering af det indbyggede SE under alle omstændigheder være begrænset og til dels uden virkning. De anmeldende parter kommercielle mulighed for at blokere eller deaktivere det forudinstallerede indbyggede SE ville kun resultere i delvis afskærmning af konkurrerende mobile tegnebøger, idet de anmeldende parter ikke ville have mulighed for eller incitament til at afskærme den indirekte detailkanal betydeligt eller til at afskærme tegnebøger på Apples mobiltelefoner, hvis Apple beslutter sig for at trænge ind på dette marked. Uafhængige detailhandlere har en stærk stilling på markedet med en markedsandel på op til 49 % og 41 % af de samlede detailbutikker i Det Forenede Kongerige. Ifølge en rapport fra Mintel <sup>(33)</sup> har Phones 4U og Carphone Warehouse tilsammen 1 258 butikker. Dette skal sammenlignes med Everything Everywhere med 672 butikker, Telefónica med 450 butikker og Vodafone med 365 butikker. Three UK har også 300 butikker i Det Forenede Kongerige.
- (107) Kommissionen konkluderer derfor, at de anmeldende parter kommercielle mulighed for at afskærme betydeligt ved at lægge et kommercielt pres på OEM'er for at blokere eller deaktivere det forudinstallerede indbyggede SE højst ville føre til delvis afskærmning (bortset fra Apples mobiltelefoner og de indirekte detailhandlere). Endvidere vil det måske slet ikke lykkes, hvis OSP'erne kunne gennemføre effektive modstrategier, som ville forhindre de anmeldende parter i at blokere det indbyggede SE.
- (108) Den kendsgerning, at en kommerciel afskærmningsstrategi baseret på undladelse af at installere eller blokering af indbyggede SE'er kun ville føre til delvis afskærmning, ville begrænse virkningen betydeligt og vil, selv hvis den gennemføres, kunne gøre incitamentet til at deltage i en sådan strategi mindre, eftersom merfortjenesten ved afskærmning ville være begrænset. Dette bestyrkes af den store asymmetri mellem JVCo's forventede fortjeneste og

fortjenesten på detailmarkedet for mobiltelefoni, hvilket de anmeldende parter fremhæver. Bruttofortjenesten for de anmeldende parter mobiltelefonaktiviteter på detailmarkedet (inkl. sammenkobling og ekskl. kundens anskaffelsespris) er omkring [...] \* gange højere end JVCo's forventede fortjeneste efter den indledende indkøbringsperiode <sup>(34)</sup>.

- (109) Endvidere har de anmeldende parter også påvist, at konkurrencevilkårene på markederne for annoncering og dataanalyse er meget forskellige fra vilkårene på engrosmarkedet for mobile tegnebøger. Indtægter og fortjeneste for disse to aktiviteter er desuden ikke direkte knyttet til JVCo's aktivitet og ville ikke blive berørt direkte af en strategi, som afskærmer konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger.
- (110) Især en negativ reaktion fra kunderne på en indskrænkning af udbuddet af konkurrerende mobile tegnebøger ville også betyde, at kommerciel afskærmning ville resultere i tab på detailmarkedet for mobiltelefoni. Konkurrenterne kunne desuden gennemføre modstrategier for at skærpe kundernes negative reaktion. Disse modstrategier kunne gøre de konkurrerende mobile tegnebøger attraktive for kunderne og dermed øge omkostningerne ved afskærmning.
- (111) Disse faktorer betyder tilsammen, at kommerciel afskærmning ville resultere i, at nogle af de anmeldende parter ville have et betydeligt incitament til at gå imod strategien for at forhindre negative reaktioner fra forbrugere på indskrænkningen i deres udbud og for at få en fordel i forhold til de andre anmeldende parter, som deltog i afskærmningen. En anmeldende part, som ikke deltager i afskærmningen, ville også undgå at miste markedsandele til MVNO'er uden for JVCo.
- (112) Alt i alt synes det at være meget sandsynligt, at mindst én af de anmeldende parter ville have et ensidigt incitament til ikke at deltage i en fælles kommerciel afskærmningsstrategi baseret på at lægge pres på OEM'er for at blokere det forudinstallerede indbyggede SE. Dette ville underminere en fælles kommerciel afskærmningsstrategi.
- (113) Hvad angår en fælles afskærmningsstrategi baseret på stiltiende og løbende koordinering mellem de anmeldende parter, er det usandsynligt, at alle betingelserne i *Airtours*-dommen <sup>(35)</sup> ville være opfyldt i forbindelse med kommerciel afskærmning.

<sup>(32)</sup> Producenten af mobiltelefonen BlackBerry, RIM, har for nyligt meddelt, at udvikling af NFC-apps vil blive prioriteret for BlackBerry-smartphones, og anførte, at »NFC vil være en stor satsning for RIM i løbet af de næste 12 måneder« (se <http://www.forbes.com/sites/elizabethwoyke/2011/11/08/rim-plans-big-push-for-nfc-enabled-blackberry-apps/>). Kommissionen bemærker imidlertid udviklingen i RIM's situation, idet virksomheden synes at være i færd med at gennemføre nogle omstrukturingsforanstaltninger. BlackBerry har sandsynligvis den nødvendige magt i mobilforsyningskæden til at sikre en vej til markedet for sine populære mobiltelefoner. Ifølge [...] \* var tre af de 10 bedst sælgende mobiltelefoner for bagudbetalende kunder i første kvartal 2012 i Det Forenede Kongerige fra BlackBerry (se de anmeldende parter indlæg »No commercial ability to foreclose rival wholesale mobile wallet platform services« (»Ingen kommerciel mulighed for at afskærme konkurrerende platformstjenester til mobile tegnebøger på engrosmarkedet«), side 35).

<sup>(33)</sup> Mintel, »Telecoms Retailing« (»Telekommunikation i detailhandelen«) (januar 2011), figur 27.

<sup>(34)</sup> Se svar fra de anmeldende parter på Kommissionens anmodning om oplysninger af 31. maj 2012, 8. juni 2012 og 14. juni 2012.

<sup>(35)</sup> Sag T-342/99, *Airtours* mod Kommissionen, Sml. 2002 II, s. 02585.

- (114) For det første ville koordineret kommerciel afskærmning være for kompleks at gennemføre, fordi det afhænger af resultatet af bilaterale forhandlinger mellem hver enkelt anmeldende part og tredjeparter, som er fortrolige, og som tager udgangspunkt i hver enkelt forhandlingsparts forhandlingsstyrke.
- (115) For det andet vil koordineret afskærmning muligvis ikke være internt stabilt, eftersom de enkeltes gevinster ved ikke at gå med kan overstige straffen efter den koordinerede strategis sammenbrud. I lyset af den betydelige asymmetri mellem fortjenesten ved detailmobiltelefoni og JVCo's forventede fortjeneste ved transaktionsaktiviteterne vil truslen om straf måske ikke være nok til at opveje incitamentet til ikke at deltage. Endvidere vil det først lidt forsinket blive opdaget på markedet, hvis en part ikke deltog, eftersom kommercielle forhandlinger er fortrolige, og det først ville blive opdaget, når mobiltelefonen bliver markedsført. Dette ville yderligere underminere virkningen af straffemekanismer, hvilket gør en hemmelig aftale endnu vanskeligere at opretholde.
- (116) Alt i alt konkluderer Kommissionen på grundlag af ovenstående analyse, at det er meget usandsynligt, at de anmeldende parter ville have muligheden for og incitamentet til at deltage i en fælles afskærmningsstrategi, som ville gå ud på at lægge kommercielt pres på OEM'er for at blokere det forudinstallerede indbyggede SE, som eventuelt understøtter en konkurrerende mobil tegnebog.
- Påvirkning af operativsystemudviklere eller OEM'er til at blokere mobile tegnebogs-apps*
- (117) Kommissionen har undersøgt, hvorvidt de anmeldende parter ville have mulighed for og incitament til at påvirke operativsystemudviklere eller OEM'er til at blokere forudinstallering af eller til at fjerne mobile tegnebogs-apps på mobiltelefonen.
- (118) En række af dem, der svarede på spørgsmål i markedsundersøgelsen, fremhævede vigtigheden af at forudinstallere en app og bemærkede, at de anmeldende parter kunne påvirke, om en specifik app ligger på mobiltelefonens skærm i deres »operatørvarianter« af mobiltelefonen.
- (119) Konkurrerende leverandører af mobile tegnebøger ville imidlertid kunne træffe modforanstaltninger og arbejde for, at deres mobile tegnebøger bliver placeret på et fremtrædende sted i app-butikken. Endvidere kunne OSP'er også knytte den mobile tegnebogs-app til operativsystemet i forventning om, at OEM'erne anmodes derom. En sådan modstrategi vil især kunne gennemføres af Google, som f.eks. har mulighed for at påvirke valg af software gennem deres distributionsaftaler om mobile apps med OEM'er, hvori det foreskrives, hvilke af Googles mobile apps der forudinstalleres på en mobiltelefon. En sådan strategis potentielle virkning afspejles også i den indflydelse, Google i øjeblikket har på markedet for mobile operativsystemer.
- (120) Alt i alt er det i lyset af den begrænsede virkning af kommerciel afskærmning baseret på pres på OEM'er for ikke at installere eller for at blokere det forudinstallerede indbyggede SE og styrken af modstrategier fra konkurrerende leverandører af mobile tegnebøgers side usandsynligt, at de anmeldende parter har kommerciel mulighed for at afskærme betydeligt ved at blokere konkurrerende mobile tegnebogs-apps.
- (121) Størstedelen af argumenterne vedrørende incitament, som fandt anvendelse på den første kommercielle afskærmningsstrategi, der blev drøftet i afsnittet om afskærmning ved at presse OEM'er til ikke at installere eller til at blokere det forudinstallerede indbyggede SE, gælder også for en kommerciel strategi baseret på at påvirke operativsystemudviklere eller OEM'er til at blokere mobile tegnebøger.
- (122) Alt i alt konkluderer Kommissionen på grundlag af ovenstående analyse, at det er meget usandsynligt, at de anmeldende parter vil have mulighed for og incitament til at deltage i en fælles afskærmningsstrategi baseret på at påvirke operativsystemudviklere eller OEM'er til at blokere eller fjerne mobile tegnebogs-apps.
- At stille mobiltelefonen med konkurrerende mobile tegnebøger ringere eller fjerne dem fra sortimentet*
- (123) Kommissionen har undersøgt, hvorvidt de anmeldende parter har mulighed for og incitament til at stille mobiltelefoner, der kan understøtte konkurrerende tegnebøger, ringere eller fjerne dem fra sortimentet.
- (124) I lyset af, at de mobiltelefoner, som kan indeholde konkurrerende mobile tegnebøger, og som fjernes fra sortimentet eller stilles ringere, vil have en alternativ vej til markedet gennem de uafhængige detailhandlere, vil MNO'er, der stiller mobiltelefoner, som indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, ringere i deres eget detailnetværk, kun delvist afskærme markedet. Desuden vil sådan en strategi få store kommercielle omkostninger. Konkurrenterne kan gennemføre modstrategier, som vil gøre de konkurrerende mobile tegnebøger attraktive for kunder, hvilket kunne øge omkostningerne ved afskærmning.
- (125) Fjernelse af mobiltelefoner med konkurrerende mobile tegnebøger fra sortimentet ville betyde, at disse mobiltelefoner ikke længere ville blive ført af den direkte detailkanal, som kontrolleres af de anmeldende parter. At stille mobiltelefoner med konkurrerende mobile tegnebøger ringere vil være en mere diskret form for afskærmning baseret på at reducere støtten til sådanne mobiltelefoner i den direkte detailkanal, som kontrolleres af de anmeldende parter.

(126) Størstedelen af argumenterne vedrørende incitament i afsnittet om en afskærmningsstrategi baseret på at lægge kommercielt pres på OEM'er for ikke at installere eller for at blokere det forudinstallerede indbyggede SE gælder også for en kommerciel afskærmningsstrategi baseret på at stille mobiltelefoner ringere eller fjerne dem fra sortimentet.

(127) I lyset af ovenstående analyse konkluderer Kommissionen, at det er meget usandsynligt, at de anmeldende parter ville have mulighed for og incitament til at deltage i en fælles afskærmningsstrategi baseret på at stille mobiltelefoner ringere eller fjerne dem fra sortimentet.

*At give uafhængige detailhandlere incitament til at markedsføre mobiltelefoner, som ikke indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, eller til at foretage visse standardindstillinger, som begunstiger de anmeldende parter mobile tegnebøger*

(128) Kommissionen har undersøgt, om de anmeldende parter ville have mulighed for og incitament til at få uafhængige detailhandlere til at markedsføre mobiltelefoner, som ikke indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, eller til at foretage visse standardindstillinger, som begunstiger de anmeldende parter mobile tegnebøger.

(129) For at benytte en forsigtig strategi med hensyn til en kommerciel afskærmningsstrategi baseret på at give uafhængige detailhandlere incitament til at markedsføre mobiltelefoner, som ikke indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, eller til at foretage visse standardindstillinger, som begunstiger de anmeldende parter mobile tegnebøger, vurderer Kommissionen denne kommercielle afskærmningsstrategi sammen med en af de tre strategier, der blev drøftet ovenfor (afskærmning af den direkte detailkanal, som kontrolleres af de anmeldende parter).

(130) I modsætning til afskærmningsstrategier rettet mod den direkte detailkanal ville de anmeldende parter i mindre grad have mulighed for at afskærme deres konkurrenter kommercielt ved at give incitamenter til uafhængige detailhandlere. De anmeldende parter kan være i stand til at give incitament til uafhængige detailhandlere, da de allerede yder provision og [...] støtte til dem (selv om disse klart tenderer til ikke at være mobiltelefonspecifikke), men OEM'er og OSP'er yder også selektiv markedsføringsstøtte til uafhængige detailhandlere og kunne deltage i en parallel modstrategi for at give incitament til salg af mobiltelefonen, som indeholder en konkurrerende mobil tegnebog på det åbne marked. Kommissionen mener især, at en potentiel ny markedsaktør på markedet for mobile tegnebøger kunne indgå indtægtsdelingsaftaler med OEM'er for at sikre, at mobiltelefonerne er udstyret med indbyggede SE'er. I bund og grund er det ikke klart, hvorfor de anmeldende parter

ville have et større incitament end OEM'er eller OSP'er til at yde støtte til bestemte mobiltelefoner for at afskærme markedet for mobile tegnebøger.

(131) Selv om de anmeldende parter ville have en vis kommerciel mulighed for at give uafhængige detailhandlere incitament til at markedsføre mobiltelefonen, som ikke indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, eller til at foretage visse standardindstillinger, som begunstiger de anmeldende parter mobile tegnebøger, kunne en sådan strategisk virkning imidlertid derfor reduceres væsentligt af lignende modstrategier fra tredjeparter.

(132) Nogle af argumenterne vedrørende incitament i de foregående afsnit om de andre kommercielle afskærmningsstrategier gælder også for en kommerciel afskærmningsstrategi baseret på at give uafhængige detailhandlere incitament til at markedsføre mobiltelefoner, som ikke indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, eller baseret på visse standardindstillinger, som begunstiger de anmeldende parter mobile tegnebøger.

(133) For at sikre effektiv afskærmning af konkurrerende udbud i den indirekte detailkanal ville de anmeldende parter skulle bruge store beløb til at overbyde OEM'er eller OSP'er, så de fik de uafhængige forhandlers støtte. Dette ville så øge omkostningerne til afskærmning væsentligt, hvilket styrker den enkeltes incitament til ikke at gå med i denne kommercielle afskærmningsstrategi. Det er derfor usandsynligt, at en strategi baseret på afskærmning ved at give detailhandlere incitament til at markedsføre mobiltelefoner, som ikke indeholder konkurrerende mobile tegnebøger, eller til at foretage visse standardindstillinger, som begunstiger de anmeldende parter mobile tegnebøger, vil resultere i afskærmning af den indirekte detailkanal.

*Potentiel afskærmning af ikke-bankbetalingsløsninger*

(134) Kommissionen mener ikke, at JVCo vil ændre noget med hensyn til bankernes mulighed for og incitament til at stille ikke-bankbetalingssystemer ringere som følge af oprettelsen af JVCo i forhold til et scenarie, hvor hver enkelt aktionær vil tilbyde sin egen mobile tegnebog, fordi bankerne ikke er aktionærer i aktiviteten.

(135) Derfor mener Kommissionen, at det er meget usandsynligt, at bankerne og MNO'erne vil have de samme incitamenter til at afskærme ikke-bankbetalingssystemer betydeligt.

*Samlet konklusion*

- (136) Kommissionen konkluderer, at det er usandsynligt, at de anmeldende parter har mulighed for og incitament til at deltage i kommerciel afskærmning.

**Masse-SMS-tjenester**

- (137) JVCo ville også være aktiv som aggregator på engrosmarkedet for masse-SMS'er, som køber oprindelses- og termineringstjenester af MNO'erne på engrosmarkedet for masse-SMS-tjenester i Det Forenede Kongerige.
- (138) Upstream-markedet for udsendelse af masse-SMS'er på engrosniveau består af to primære aktiviteter: afsendelse af meddelelsen fra afsenderen (dvs. JVCo eller en aggregator) til det mobilnetværk, som modtageren har abonnement til (hjemmenetværket), og afsendelse fra hjemmenetværket til modtagerens mobiltelefon.
- (139) Det er kun MNO'er, der kan tilbyde udsendelse af masse-SMS'er på engrosmarkedet, og alle MNO'er i Det Forenede Kongerige tilbyder dette på et konkurrencemæssigt grundlag. Aggregatører indgår normalt aftale med én MNO om udsendelse af alle deres masse-SMS-beskeder, uanset de enkelte modtages hjemmenetværk. MNO'er kan tilbyde denne tjeneste, som omfatter både levering i og uden for nettet, som følge af de underliggende sammenkoblingsaftaler mellem MNO'erne om udveksling af SMS-beskeder.
- (140) Aggregering kræver en computer med software til at oprette beskeder og en forbindelse til én globalt forbundet MNO, som kan route SMS-beskeder til en hvilken som helst destination ved hjælp af operatørens underliggende sammenkobling med andre MNO'er. Aggregatører, som genererer et tilstrækkelig stort antal beskeder til et bestemt netværk til, at det kan betale sig, etablerer normalt deres egen sammenkobling med individuelle netværk til afsendelse af beskeder til (og fra) mobilabonnenter på det pågældende netværk.
- (141) Kommissionen vurderede, hvorvidt de anmeldende parter samlede position på upstream-engrosmarkedet for masse-SMS kunne resultere i betydelig afskærmning af masse-SMS-aggregatører, som konkurrerer med JVCo på detailmarkedet for masse-SMS'er, ved at nægte at terminere masse-SMS'er, som kommer fra konkurrerende aggregatører på deres respektive netværk, eller ved at opkræve højere termineringspriser fra JVCo's konkurrenter. Langt størstedelen af respondenterne mener, at de anmeldende parter fortsat ville udføre terminering af masse-SMS-tjenester for dem.
- (142) På grundlag af markedsundersøgelsen mener Kommissionen, at det er usandsynligt, at de anmeldende parter vil have mulighed for at forskelsbehandle masse-SMS-beskeder sendt af JVCo og masse-SMS-beskeder sendt af

deres konkurrenter, som skal termineres på deres netværk. Derfor er det usandsynligt, at de anmeldende parter vil deltage i afskærmning.

- (143) Endvidere vil det være vanskeligt at gennemføre koordineret afskærmning. Især på grund af den manglende gennemsigtighed på engrosmarkedet og markedsandele, som hele tiden skifter, vil de anmeldende parter kun have meget begrænset mulighed for at nå til enighed om afskærmningsstrategien.
- (144) Kommissionen konkluderer, at det er usandsynligt, at aktiviteten vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på nogen af de markeder, der er relevante for JVCo's masse-SMS-aktiviteter.

**4.3. Ikke-horisontale virkninger — konglomeratvirkninger**

- (145) Kommissionen analyserede, hvor vigtigt det vil være for en konkurrerende MVNO at kunne tilbyde en mobil tegnebog for at opretholde en position som troværdig konkurrent på detailmarkedet for mobiltelefoni.
- (146) Størstedelen af respondenterne i markedsundersøgelsen forventer, at tilstedeværelsen af mobile tegnebøger, i det mindste på kort sigt, ikke vil være en vigtig differentieringsfaktor for forbrugere, når de skal vælge en mobiltelefon eller en mobiltjenestekontrakt hos en MNO.
- (147) Selv om det at have kapacitet til at tilbyde en mobil tegnebog blev en »must have« — hvilket er en vigtig påstand for Three UK <sup>(36)</sup> — er det endvidere sandsynligt, at Three UK ville være i stand til at tilbyde sin egen mobile tegnebog til kunder, muligvis i partnerskab med tredjeparter som Google eller finansielle institutioner.
- (148) På grundlag af ovenstående konkluderes det, at det er mest sandsynligt, at der ikke vil være nogen konkurrenceproblemer som følge af konglomeratvirkninger på grund af JVCo.

**4.4. Horisontale virkninger**

- (149) Kommissionen har også undersøgt, hvorvidt aktiviteten vil skabe horisontale konkurrenceproblemer. Vurderingen i dette afsnit er opdelt i to dele om henholdsvis engrosmarkedet for platformstjenester til mobile tegnebøger og markedet for mobile annonceringstjenester og dataanalyse. Den mest direkte virkning af fusionen vil være den manglende konkurrence mellem de fusionerende virksomheder.

<sup>(36)</sup> Three UK gør gældende, at det at kunne tilbyde en mobil tegnebog vil blive et vigtigt konkurrenceparameter, når forbrugerne skal vælge abonnement hos en operatør, fordi mobiltelefoner bliver mere og mere multifunktionelle, og den mobile tegnebog vil blive det næste skridt i en allerede eksisterende naturlig udvikling og blive en »hygiejnefaktor« i den forstand, at den vil blive en integreret del af mobiltelefonen som f.eks. kamera og internetadgang.

*Engrosmarkedet for platformstjenester til mobile tegnebøger og sikker lagring*

- (150) JVCo vil være en ny markedsaktør på det nye engrosmarked for platformstjenester til mobile tegnebøger. De anmeldende parter er enten nye markedsaktører (f.eks. Orange/Barclaycard Quicktap-produktet og Telefónica 02-tegnebogen) eller potentielle aktører. De er også enten nye eller potentielle aktører på det mulige marked for sikker lagring.
- (151) Kommissionen har undersøgt disse barrierer for indtrængen på dette nye marked for platformstjenester til mobile tegnebøger og sikker lagring. En række initiativer er allerede blevet præsenteret i flere lande, ligesom der er lanceret en række initiativer i Det Forenede Kongerige. Potentielle markedsdeltagere er banker og finansielle institutioner, andre MNO'er/MVNO'er (herunder især Three UK) samt online- eller OTT-aktører som Google og PayPal. Kommissionen mener også, at det er sandsynligt, at Apple vil trænge ind på markedet, hvis betingelserne er gunstige. Ud over SIM-baserede SE'er vil adgang også være mulig for indbyggede SE'er samt for SE'er, der indgår i ekstra hardware (mærker, tags osv.). Som beskrevet ovenfor i afsnittene om vertikale virkninger og konglomeratvirkninger vil de anmeldende parter hverken have mulighed for eller incitament til at afskærme deltagerne på dette marked betydeligt. Dette betyder, at de anmeldende parter ikke ville kunne afholde nogen fra at trænge ind på downstream-detailmarkedet for mobile tegnebøger.
- (152) Kommissionen konkluderer på dette grundlag, at det ikke er sandsynligt, at aktiviteten vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, fordi JVCo vil møde konkurrence fra en række andre markedsdeltagere. Selv om aktiviteten fjerner den potentielle konkurrence mellem de anmeldende parter, er det derfor ikke sandsynligt, at den vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, da den ikke vil afholde store virksomheder (f.eks. Google og Apple) fra at trænge ind på dette nye marked og konkurrere med JVCo.

*Dataanalysetjenester*

- (153) Der er i øjeblikket ingen af de anmeldende parter, som alene er aktive inden for levering af dataanalysetjenester for online- og offlineannoncering og -transaktioner. JVCo vil være aktiv i leveringen af dataanalysetjenester i Det Forenede Kongerige for online- og offlineannoncering og -transaktioner og tilbyde rapporteringsanalyser, forretningsudviklingsanalyser og loyalitetsanalyser.
- (154) JVCo vil tilbyde elementer af alle disse tre typer dataanalysetjenester. JVCo vil imidlertid ikke levere dataanalyse-softwaren<sup>(37)</sup>, men vil tilbyde analyser af webtendenser,

som disse virksomheder også tilbyder. Tilsvarende vil JVCo ikke sælge data alene (som BlueKai og Experian), men vil i stedet sælge den information, der fremkommer ved hjælp af analysetjenesterne.

- (155) Den information, JVCo har adgang til, har både eksisterende og nye markedsdeltagere som Google, Apple, Facebook, kortudstedere, kreditoplysningsbureauer eller detailhandlere imidlertid også adgang til<sup>(38)</sup>. Desuden findes der andre metoder til at nå et stort antal forbrugere, f.eks. forsyningsvirksomheder (næsten alle forbrugere er i kontakt med forsyningsvirksomheder). Endvidere anerkendes det, at nogle andre virksomheder, som f.eks. RIM, vil have adgang til en tilsvarende mængde data fra mobiltelefonen som JVCo.
- (156) Kommissionen vurderede også, hvorvidt de anmeldende parter uden aktiviteten vil kunne levere (mobile) dataanalysetjenester alene. Langt størstedelen af respondenterne anså dette for at være muligt. Ikke desto mindre mener mange respondenter i markedsundersøgelsen, at det er mere effektivt, hvis JVCo udgør et enkelt kontaktpunkt, og at det ikke ville kunne betale sig at tilbyde denne tjeneste alene, fordi dataanalyse ikke indgår i kerneforretningen for nogen af dem.
- (157) På grundlag af alle de tilgængelige oplysninger konkluderer Kommissionen, at JVCo på alle de mulige undermarkeder ville have mulighed for at indsamle en lang række forskellige forbrugeroplysninger, som vil være meget værdifulde for virksomhedens (mobile) dataanalysetjenester og annonceringstjenester. Mange andre stærke og etablerede markedsaktører er imidlertid også i stand til at tilbyde løsninger, der kan sammenlignes med JVCo's. Derfor vil andre leverandører af annonceringstjenester, som konkurrerer med JVCo, ikke være afskærmet fra vigtige input, og oprettelsen af JVCo vil ikke få en negativ indvirkning på konkurrencen på markedet for (mobil) dataanalyse eller for markedsresearchtjenester eller markedsinformationstjenester. Spørgsmålet om, hvorvidt de anmeldende parter kunne trænge ind på markedet hver for sig, hvis ikke aktiviteten fandtes, kan dermed stå åbent.

- (158) I lyset af ovenstående er det ikke sandsynligt, at aktiviteten vil hæmme den effektive konkurrence på nogen af de mulige markeder for JVCo's dataanalyseaktiviteter betydeligt.

<sup>(37)</sup> [...]\*

<sup>(38)</sup> Det, at der ikke forekommer afskærmning i transaktionsaktiviteterne, er også med til at sikre, at disse virksomheder vil være i stand til at indsamle de relevante data efter aktiviteten.

*Annonceringstjenester*

- (159) JVCo vil fungere som annonceringsformidler og tilbyde en række forskellige annonceringstjenester, herunder ikke-søgeannoncering (i registre hos MNO'er eller MVNO'er, som deltager i JVCo, samt tredjeparter), push-SMS'er, intelligente masse-SMS'er og pull-beskeder (kuponer og værdibeviser).
- (160) Kommissionen vurderede virkningerne af oprettelsen af JVCo på markedet for formidling af mobilannoncering og alle mulige undermarkeder. Mange tjenester er stadig helt nye, selv om analytikere forventer, at området vil udvikle sig meget hurtigt i den nærmeste fremtid <sup>(39)</sup>.
- (161) Ingen af de anmeldende parter udfører i øjeblikket hver for sig formidlingstjenester for nogen form for digital annoncering. De er lige nu hver især kun aktive inden for salg af deres egne registre i meget begrænset omfang.
- (162) På et overordnet marked for mobilannoncering mener Kommissionen, at JVCo kunne stå over for stærke globale konkurrenter som Google (DoubleClick, AdMob, Admeld), Apple (Quattro Wireless/iAd), Yahoo! (Blue Lithium og RightMedia), Microsoft (Screentonic, aQuantive), AOL (AOL Advertising), WPP (24/7 RealMedia) eller uafhængige mobile reklamenetværk som Millennial Media. På et sådant marked vil JVCo være et alternativ til disse etablerede markedsaktører.
- (163) På et smallere marked for målrettede markedsføringsmeddelelser og især de mulige undermarkeder for intelligente masse-SMS'er og push-SMS'er vurderede Kommissionen, hvorvidt JVCo ville blive en stærk aktør med adgang til de anmeldende parters slutkunder og have mulighed for at sende dem målrettede markedsføringsmeddelelser.
- (164) Markedet for målrettede markedsføringsmeddelelser (og især push-SMS'er og intelligente masse-SMS'er) er i øjeblikket ubetydeligt i forhold til mobilannoncering. Endvidere vil JVCo's evne til at tilbyde målrettede SMS-beskeder ikke være unik, eftersom der er forskellige andre aktører (som Apple eller Google) <sup>(40)</sup>, der også har mobilnumrene til (de fleste af) deres kunder kombineret med andre kundeoplysninger og nemt kunne skabe en lignende tjeneste eller levere de relevante data til tredjeparter <sup>(41)</sup>. Andre markedsaktører som kreditkortudstedere, betalingssystemer, detailhandlere og kreditoplys-

ningsbureauer kunne, muligvis i fællesskab, også etablere tjenester eller levere data til tredjeparter.

- (165) Desuden skal det bemærkes, at JVCo, selv i henhold til den snævrere mulige markedsdefinition for kun push-SMS'er og intelligente masse-SMS'er, sandsynligvis vil blive tilstrækkeligt begrænset af alternative former for meddelelser såsom IP-push-meddelelser eller e-mail-meddelelser.
- (166) Kommissionen konkluderer, at det ikke er sandsynligt, at aktiviteten vil hæmme den effektive konkurrence på nogen af de mulige markeder for JVCo's annonceringstjenester betydeligt.

**Samordning af detailmarkedet for mobiltelefoni**

- (167) Kommissionen har i overensstemmelse med fusionsforordningens artikel 2, stk. 4, analyseret, hvorvidt JVCo vil give mulighed for samordning af de anmeldende parter på detailmarkedet for mobiltelefoni, som skal vurderes efter kriterierne i artikel 101, stk. 1 og 3, TEUF. Hindring af konkurrencen i henhold til artikel 101, stk. 1, TEUF sker, når samordning af moderselskabernes konkurrenceadfærd er sandsynlig og mærkbar og skyldes oprettelsen af det pågældende joint venture-selskab <sup>(42)</sup>.
- (168) Alle tre anmeldende parter er aktive og vil fortsætte deres aktiviteter på detailmarkedet for mobiltelefoni i Det Forenede Kongerige, som er nabomarked til markederne for JVCo's aktiviteter.
- (169) Oprettelsen af JVCo vil imidlertid sandsynligvis ikke påvirke nogen af de vigtigste konkurrenceparametre på detailmarkedet for mobiltelefoni, som f.eks. udbuddet af forskellige mobiltelefoner eller omfanget af inkluderede minutter, datavolumen eller tekstbeskeder.
- (170) Kommissionen konkluderer, at der ikke bør være nogen praktisk årsag til samordning mellem de anmeldende parter på detailmarkedet for mobiltelefoni gennem JVCo.

**V. EFFEKTIVITETSGEVINSTER**

- (171) Aktivitetens samlede virkninger vil også blive påvirket af de sandsynlige effektivitetsgevinster, som aktiviteten medfører. Der er ikke nogen konkurrencebegrænsende virkninger ud over effektivitetsgevinsterne, men disse effektivitetsgevinster indgår i den samlede vurdering af konkurrenceforholdene.

<sup>(39)</sup> Ofcom-rapport fra august 2011, side 201-202.

<sup>(40)</sup> De anmeldende parter fremhæver f.eks., at Apple og Google indsamler mobilnumre, når kunderne opretter deres konti på iTunes eller Google Play.

<sup>(41)</sup> Kommissionen har fra andre markedsdeltagere erfaret, at Apple og Google i øjeblikket ikke sælger denne type data direkte.

<sup>(42)</sup> Se Kommissionens beslutning af 27. maj 1998, sag IV/JV. 1 — *Telia/Telenor/Schibsted*, nr. 28.



- (172) De anmeldende parter har ikke fremsendt en detaljeret analyse, som viser, at nogen af disse effektivitetsgevinster opfylder kriterierne i retningslinjerne for vurdering af ikke-horisontale fusioner, og navnlig at de ikke kunne opnås ved hjælp af mindre konkurrencebegrænsende alternativer.
- (173) Det er imidlertid ikke nødvendigt præcist at vurdere omfanget af disse sandsynlige effektivitetsgevinster, idet aktiviteten ikke har nogen konkurrencebegrænsende virkning ud over effektivitetsgevinsterne.

#### VI. GENEREL KONKLUSION AF VURDERINGEN AF KONKURRENCEFØRHOVDENE PÅ DE RELEVANTE MARKEDER

- (174) M-handel er et nyt marked, hvor en række interesserede virksomheder slutter sig til sektoren, og en række forskellige teknologier dukker op. JVCo vil sandsynligvis ikke have teknisk eller kommerciel mulighed for eller incitament til at afskærme adgang eller forhindre udvidelse for nogen konkurrenter betydeligt med hensyn til platformstjenester til mobile tegnebøger på detail- eller engrosmarkedet, annonceringstjenester eller dataanalysetjenester.
- (175) Der er allerede et tilstrækkeligt antal konkurrenter, som er på vej ind, eller som sandsynligvis snart vil være det. Nogle af disse konkurrenter er virksomheder med stor

markedsstyrke, mange kunder og stor ekspertise inden for deres felt. De omfatter udbydere af finansielle tjenester, internet- og OTT-aktører, aktører, som allerede er aktive inden for onlinebetalinger, og andre MVNO'er. Kommissionen mener ikke, at aktiviteten vil skabe nogen betydelige hindringer for indtrængen på markedet, f.eks. ved at gøre det vanskeligere for mulige nye aktører at få det nødvendige input. Derfor konkluderer Kommissionen, at selv om de anmeldende parter ikke hver for sig bliver egentlige konkurrenter på grund af JVCo, vil der stadig være et tilstrækkeligt antal andre konkurrenter til at sikre et passende konkurrencepres efter aktiviteten. Tilsvarende konkluderer Kommissionen, at JVCo sandsynligvis ikke vil være i stand til at hæmme innovationen. Faktisk er det sandsynligt, at markedet for m-handel fortsat vil være kendetegnet ved udvikling af nye initiativer og lancering af en række mulige kommercielle og tekniske nyheder i de kommende år.

- (176) Kommissionen konkluderer, at aktiviteten sandsynligvis ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. fusionsforordningens artikel 2, stk. 2, på nogen af de relevante markeder eller potentielle undermarkeder.
- (177) Aktiviteten bør derfor erklæres forenelig med det indre marked og EØS-aftalens funktion i overensstemmelse med fusionsforordningens artikel 8, stk. 1, og EØS-aftalens artikel 57.

## KOMMISSIONENS AFGØRELSE

af 6. marts 2013

om ændring af afgørelse af 6. oktober 2010 om nedsættelse af ekspertgruppen om udvikling af missionen for de europæiske satellitbaserede navigationssystemer, »Den Rådgivende Gruppe om Udvikling af Missionen«

(EØS-relevant tekst)

(2013/C 66/05)

EUROPA-KOMMISSIONEN HAR —

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, og

ud fra følgende betragtninger:

- (1) Kommissionens afgørelse af 6. oktober 2010 nedsatte ekspertgruppen om udvikling af missionen for de europæiske satellitbaserede navigationssystemer, »Den Rådgivende Gruppe om Udvikling af Missionen«<sup>(1)</sup> (»gruppen«) med henblik på at give Kommissionen uafhængig rådgivning om udvikling af Egnos- og Galileomissionerne.
- (2) Da gruppen blev nedsat, besluttede Kommissionen, at gruppen bør sammensættes af personer, der udnævnes personligt.
- (3) Ifølge Kommissionens regler for ekspertgrupper<sup>(2)</sup>, skal medlemmer, der udnævnes personligt, handle uafhængigt og i offentlighedens interesse.
- (4) Nogle af gruppens medlemmer, som udnævnes af Kommissionen<sup>(3)</sup>, er medarbejdere og ledere fra private virksomheder, der er direkte berørt af gruppens arbejde. Derfor kan sådanne medarbejdere og ledere ikke udnævnes personligt. De kan deltage i gruppens arbejde som repræsentanter for de interesserede parter.
- (5) I lyset af ovenstående bør gruppens medlemmer være enkeltpersoner, der udnævnes personligt, enkeltpersoner, der repræsenterer interessenternes fælles interesser, og organisationer. I tråd med Kommissionens regler for ekspertgrupper<sup>(4)</sup> forstås udtrykket »organisationer« i bred forstand og henviser bl.a. til virksomheder, foreninger, ngo'er, fagforeninger, EU-agenturer og -organer samt internationale organisationer.
- (6) Kommissionens afgørelse af 6. oktober 2010 om nedsættelse af ekspertgruppen om udvikling af missionen for de europæiske satellitbaserede navigationssystemer, »Den Rådgivende Gruppe om Udvikling af Missionen«, bør derfor ændres i overensstemmelse hermed —

VEDTAGET DENNE AFGØRELSE:

## Artikel 1

Artikel 4, stk. 2 og 3, i afgørelse af 6. oktober 2010 om nedsættelse af ekspertgruppen om udvikling af missionen for de europæiske satellitbaserede navigationssystemer, »Den Rådgivende Gruppe om Udvikling af Missionen«, affattes således:

»2. Medlemmerne udnævnes af Kommissionen blandt specialister med kompetence på de i artikel 2 omhandlede områder og blandt organisationer med gennemførte aktiviteter inden for disse områder, som har reageret på en indkaldelse af interessetilkendegivelser.

3. Gruppens medlemmer er:

- enkeltpersoner, der udnævnes personligt
- enkeltpersoner, der repræsenterer interessenternes fælles interesser inden for satellitbaseret navigation; de må ikke repræsentere en enkelt interessent, eller
- organisationer i ordets bredeste forstand, herunder virksomheder, foreninger, ngo'er, fagforeninger, EU-agenturer og -organer samt internationale organisationer. Organisationer udpeger selv deres repræsentanter.«

## Artikel 2

Denne afgørelse træder i kraft dagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*. Den anvendes indtil den 31. december 2014.

Udfærdiget i Bruxelles, den 6. marts 2013.

På Kommissionens vegne  
Antonio TAJANI  
Næstformand

<sup>(1)</sup> EUT C 271 af 7.10.2010, s. 2.

<sup>(2)</sup> K(2010) 7649 endelig, regel 9.

<sup>(3)</sup> K(2011) 3624 endelig.

<sup>(4)</sup> K(2010) 7649 endelig, regel 8.

OPLYSNINGER VEDRØRENDE DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE  
SAMARBEJDSOMRÅDE

EFTA-TILSYNSMYNDIGHEDEN

**EFTA-staternes oplysninger om statsstøtte ydet i henhold til den retsakt, der er nævnt under punkt 1j i bilag XV til EØS-aftalen (Kommissionens forordning (EF) nr. 800/2008 om visse former for støttes forenelighed med fællesmarkedet i henhold til traktatens artikel 87 og 88 (Generel gruppefritagelsesforordning))**

(2013/C 66/06)

DEL I

Støtte nr.	GBER 12/12/ENV	
EFTA-stat	Norge	
Navn og adresse på den myndighed, der yder støtten	Navn	Toll- og avgiftsdirektoratet (regionale toldmyndigheder)
	Adresse	Postbox 8122 Dep 0032 Oslo NORWAY
	Websted	<a href="http://www.toll.no">http://www.toll.no</a>
Støtteforanstaltningens navn	Nedsat CO <sub>2</sub> -avgift på mineralolie til luftfart under den europæiske emissionshandelsordning	
Nationalt retsgrundlag (Henvisning til den nationale officielle bekendtgørelse)	— Stortingets vedtak om CO <sub>2</sub> -avgift — Forskrift 11. desember 2001 nr. 1451 om særavgifter § 4-6-1 (2)	
Weblink til støtteforanstaltningens fulde ordlyd	<a href="http://www.lovdatab.no/for/sf/sv/fd-20121127-1217.html">http://www.lovdatab.no/for/sf/sv/fd-20121127-1217.html</a> og <a href="http://www.lovdatab.no/for/sf/fd/td-20011211-1451-029.html">http://www.lovdatab.no/for/sf/fd/td-20011211-1451-029.html</a>	
Foranstaltningens art	Ordning	Afgiftsnedsættelse
Varighed	Ordning	1.1.2012 til 31.12.2021
Berørte økonomiske sektorer	Begrænset til særlige sektorer — specificeres på grundlag af NACE Rev. 2	51.10 Lufttransport af personer 51.21 Lufttransport af gods
Type virksomheder, der modtager støtte	SMV'er	Både SMV'er og store virksomheder
	Store virksomheder	Både SMV'er og store virksomheder
Støttebeløb	De planlagt årlige udgifter i henhold til ordningen	70 mio. NOK
Støtteinstrument (artikel 5)	Afgiftsmæssig foranstaltning	Afgiftsnedsættelse

## DEL II

Generelle formål (liste)	Formål (liste)	Maksimal støtteintensitet i % eller maksimalt støttebeløb i NOK	SMV — bonus i %
Støtte til miljøbeskyttelse (artikel 17-25)	Støtte i form af lempelse af miljøafgifter (artikel 25)	70 mio. NOK	

**EFTA-Tilsynsmyndighedens meddelelse om de tilbagebetalingsrenter, referencesatser og kalkulationsrenter for statsstøtte, der gælder for tre EFTA-stater pr. 1. januar 2013**

(Offentliggjort i overensstemmelse med artikel 10 i Tilsynsmyndighedens beslutning nr. 195/04/KOL af 14. juli 2004 (EUT L 139 af 25.5.2006, s. 37, og EØS-tillæg nr. 26/2006 af 25.5.2006, s. 1))

(2013/C 66/07)

Basissatser beregnes i overensstemmelse med kapitlet om metoden til fastsættelse af referencesatser og kalkulationsrenter i Tilsynsmyndighedens retningslinjer for statsstøtte som ændret ved Tilsynsmyndighedens beslutning nr. 788/08/KOL af 17. december 2008. For at kunne fastsætte de gældende referencesatser er det nødvendigt at lægge de relevante margener til, jf. retningslinjerne for statsstøtte. For kalkulationsrenten betyder det, at der skal lægges en margen på 100 basispoint til basissatsen. Tilbagebetalingsrenten vil også normalt blive beregnet ved at lægge 100 basispoint til basissatsen som fastsat i Tilsynsmyndighedens beslutning nr. 789/08/KOL af 17. december 2008 om ændring af Tilsynsmyndighedens beslutning nr. 195/04/KOL af 14. juli 2004 (offentliggjort i EUT L 340 af 22.12.2010, s. 1, og i EØS-tillæg nr. 72/2010 af 22.12.2010, s. 1). Basissatserne er blevet fastsat som følger:

	Island	Liechtenstein	Norge
1.1.2013-	6,14	0,34	2,39

## V

(Øvrige meddelelser)

## RETSLIGE PROCEDURER

## EFTA-DOMSTOLEN

**Sag anlagt den 4. december 2012 af EFTA-Tilsynsmyndigheden mod Fyrstendømmet Liechtenstein****(Sag E-14/12)**

(2013/C 66/08)

EFTA-Tilsynsmyndigheden, Rue Belliard 35, 1040 Bruxelles, Belgium ved Xavier Lewis, Clémence Perrin og Catherine Howdle som befuldmægtigede, har den 4. december 2012 anlagt sag mod Fyrstendømmet Liechtenstein ved EFTA-Domstolen.

EFTA-Tilsynsmyndigheden har nedlagt følgende påstande:

- 1) Det fastslås, at Liechtenstein ved at opretholde en lovgivning, som pålægger personer, der er bosiddende i Liechtenstein, og som er ansvarlige for et vikarbureau, pligt til at stille en garanti på 50 000 CHF, mens personer, som udøver en tilsvarende funktion, og som er bosiddende uden for Liechtenstein, og bureauer, som ønsker at levere vikartjenester på tværs af grænserne, pålægges en garanti på 100 000 CHF, har tilsidesat sine forpligtelser i henhold til artikel 31 og artikel 36 i aftalen om Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde.
- 2) Liechtenstein tilpligtes at betale sagens omkostninger.

*Retlige og faktiske omstændigheder samt anbringender:*

- EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at Liechtenstein ikke har efterkommet en begrundet udtalelse, som EFTA-Tilsynsmyndigheden afgav den 25. januar 2012 om Liechtensteins tilsidesættelse af sine forpligtelser i henhold til artikel 31 og 35 i EØS-aftalen vedrørende vikararbejde og vikartjenester.
- De foranstaltninger, det drejer sig om, er artikel 25 og 26 i Verordnung vom 11. Juli 2000 zum Gesetz über die Arbeitsvermittlung und den Personalverleih (forordning af 11. juli 2000 om arbejdsformidling og vikartjenester).

EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at Liechtensteins nationale lovgivning gennem disse foranstaltninger pålægger personer, der er bosiddende i Liechtenstein, og som er ansvarlige for et vikarbureau, pligt til at stille en garanti på 50 000 CHF. Samme lovgivning pålægger personer, der udøver en tilsvarende funktion, og som er bosiddende uden for Liechtenstein, pligt til at stille en garanti på 100 000 CHF, når de leverer vikartjenester. Der kræves også en garanti på 100 000 CHF fra vikarbureauer, der er etableret uden for Liechtenstein, og som ønsker at levere sådanne tjenester på tværs af grænserne.

- EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at Liechtenstein ved at opretholde sin nugældende lovgivning har tilsidesat sine forpligtelser i henhold til artikel 31 og 36 i EØF-aftalen.
-

**Sag anlagt den 30. november 2012 af EFTA-Tilsynsmyndigheden mod Island****(Sag E-12/12)**

(2013/C 66/09)

EFTA-Tilsynsmyndigheden, Rue Belliard 35, 1040 Bruxelles, Belgium ved Markus Schneider og Clémence Perrin som befuldmægtigede, har den 30. november 2012 anlagt sag mod Island ved EFTA-Domstolen.

EFTA-Tilsynsmyndigheden har nedlagt følgende påstande:

- 1) Det fastslås, at Island ved ikke inden for den fastsatte frist at have vedtaget eller underrettet Tilsynsmyndigheden om de foranstaltninger, som er nødvendige for at gennemføre den retsakt, der er omhandlet i punkt 7h i bilag XIX til aftalen om Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde (Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2008/48/EF af 23. april 2008 om forbrugerkreditaftaler og om ophævelse af Rådets direktiv 87/102/EØF), som tilpasset til aftalen ved protokol 1 hertil, har tilsidesat sine forpligtelser i henhold til artikel 7 i EØS-aftalen, og
- 2) Island tilpligtes at betale sagens omkostninger.

*Retlige og faktiske omstændigheder samt anbringender:*

- EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at Island i henhold til artikel 27 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2008/48/EF af 23. april 2008 (direktivet) og artikel 7 i EØS-aftalen er forpligtet til at træffe de nødvendige foranstaltninger til at gennemføre direktivet og underrette EFTA-Tilsynsmyndigheden om de trufne foranstaltninger.
  - EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at den ikke har modtaget sådanne oplysninger fra den islandske regering eller råder over andre oplysninger, som ville gøre det muligt for den at konkludere, at de foranstaltninger, som er nødvendige for at gennemføre direktivet, er blevet truffet.
  - EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at Island har tilsidesat sine forpligtelser i henhold til artikel 27 i direktivet og artikel 7 i EØS-aftalen ved ikke inden for den fastsatte frist at vedtage eller underrette Tilsynsmyndigheden om de foranstaltninger, som er nødvendige for at gennemføre direktivet.
-

**Sag anlagt den 30. november 2012 af EFTA-Tilsynsmyndigheden mod Island****(Sag E-13/12)**

(2013/C 66/10)

EFTA-Tilsynsmyndigheden, Rue Belliard 35, 1040 Bruxelles, Belgium, ved Xavier Lewis og Maria Moustakali som befuldmægtigede, har den 30. november 2012 anlagt sag mod Island ved EFTA-Domstolen.

EFTA-Tilsynsmyndigheden har nedlagt følgende påstande:

- 1) Det fastslås, at Island ved ikke inden for den fastsatte frist at have vedtaget eller underrettet Tilsynsmyndigheden om de foranstaltninger, som er nødvendige for at gennemføre den retsakt, der er omhandlet i kapitel I, del 7.1, punkt 10, i bilag I til aftalen om Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde (Rådets direktiv 90/167/EØF af 26. marts 1990 om fastsættelse af betingelserne for tilberedning, markedsføring og anvendelse af foderlægemidler i Fællesskabet), som tilpasset til aftalen ved protokol 1 hertil, har tilsidesat sine forpligtelser i henhold til artikel 7 i EØS-aftalen, og
- 2) Island tilpligtes at betale sagens omkostninger.

*Retlige og faktiske omstændigheder samt anbringender:*

- EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at Island i henhold til artikel 15 i Rådets direktiv 90/167/EØF af 26. marts 1990 (direktivet) og artikel 7 i EØS-aftalen er forpligtet til at træffe de nødvendige foranstaltninger til at gennemføre direktivet og underrette EFTA-Tilsynsmyndigheden om de trufne foranstaltninger.
  - EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at den ikke har modtaget sådanne oplysninger fra den islandske regering eller råder over andre oplysninger, som ville gøre det muligt for den at konkludere, at de foranstaltninger, som er nødvendige for at gennemføre direktivet, er blevet truffet.
  - EFTA-Tilsynsmyndigheden gør gældende, at Island har tilsidesat sine forpligtelser i henhold til artikel 15 i direktivet og artikel 7 i EØS-aftalen ved ikke inden for den fastsatte frist at vedtage eller underrette Tilsynsmyndigheden om de foranstaltninger, som er nødvendige for at gennemføre direktivet.
-



PROCEDURER VEDRØRENDE GENNEMFØRELSEN AF  
KONKURRENCEPOLITIKKEN

EUROPA-KOMMISSIONEN

**Anmeldelse af en planlagt fusion**

**(Sag COMP/M.6869 — GM/Ispol)**

**Behandles eventuelt efter den forenklede procedure**

**(EØS-relevant tekst)**

(2013/C 66/11)

1. Den 1. marts 2013 modtog Kommissionen i overensstemmelse med artikel 4 i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 <sup>(1)</sup> anmeldelse af en planlagt fusion, hvorved virksomheden General Motors Europe Holdings S.L. (»GMEH«, Spanien), der tilhører koncernen General Motors Company (»GM«, USA), gennem opkøb af aktier erhverver kontrol over hele virksomheden Ispol Holding BV G (»Ispol«, Nederlandene), jf. Fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b).

2. De deltagende virksomheder er aktive på følgende områder:

— for GM: fremstilling og salg af personbiler og lette erhvervskøretøjer verden over

— for Ispol: fremstilling og salg af dieselmotorer til køretøjer.

3. Efter en foreløbig gennemgang af sagen finder Kommissionen, at den anmeldte fusion muligvis falder ind under EF-fusionsforordningen. Den har dog endnu ikke taget endelig stilling hertil. Det bemærkes, at denne sag eventuelt vil blive behandlet efter den forenklede procedure i overensstemmelse med Kommissionens meddelelse om en forenklet procedure til behandling af visse fusioner efter EF-fusionsforordningen <sup>(2)</sup>.

4. Kommissionen opfordrer hermed alle interesserede til at fremsætte deres eventuelle bemærkninger til den planlagte fusion.

Bemærkningerne skal være Kommissionen i hænde senest ti dage efter offentliggørelsen af denne meddelelse og kan med angivelse af sagsnummer COMP/M.6869 — GM/Ispol sendes til Kommissionen pr. fax (+32 22964301), pr. e-mail til COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu eller pr. brev til følgende adresse:

Europa-Kommissionen  
Generaldirektoratet for Konkurrence  
Registreringskontoret for Fusioner  
J-70  
1049 Bruxelles/Brussel  
BELGIQUE/BELGIË

---

<sup>(1)</sup> EUT L 24 af 29.1.2004, s. 1 (»EF-Fusionsforordningen«).

<sup>(2)</sup> EUT C 56 af 5.3.2005, s. 32 (»Meddelelsen om en forenklet procedure«).





## ABONNEMENTSPRISER 2013 (ekskl. moms, inkl. normale forsendelsesomkostninger)

EU-Tidende, L- + C-udgaven, kun papirudgave	22 officielle EU-sprog	1 300 EUR pr. år
EU-Tidende, L- + C-udgaven, papirudgave + årlig dvd	22 officielle EU-sprog	1 420 EUR pr. år
EU-Tidende, L-udgaven, kun papirudgave	22 officielle EU-sprog	910 EUR pr. år
EU-Tidende, L- + C-udgaven, månedlig kumulativ dvd	22 officielle EU-sprog	100 EUR pr. år
Supplement til EUT (S-udgaven), udbud og offentlige kontrakter, dvd, 1 udgave pr. uge	Flersproget: 23 officielle EU-sprog	200 EUR pr. år
EU-Tidende, C-udgaven — udvælgelsesprøver	Sprog iht. udvælgelsesprøve(r)	50 EUR pr. år

*Den Europæiske Unions Tidende*, der udkommer på EU's officielle sprog, fås i abonnement i 22 sprogudgaver. EU-Tidende omfatter L-udgaven (retsforskrifter) og C-udgaven (meddelelser og oplysninger).

Der abonneres særskilt på hver sprogudgave.

I henhold til Rådets forordning (EF) nr. 920/2005, offentliggjort i EU-Tidende L 156 af 18. juni 2005, er Den Europæiske Unions institutioner midlertidigt fritaget for forpligtelsen til at udarbejde og offentliggøre alle retsakter på irsk. Irske udgaver af EU-Tidende vil derfor blive markedsført særskilt.

Abonnementet på supplementet til EU-Tidende (S-udgaven (udbud og offentlige kontrakter)) omfatter alle udgaver på de 23 officielle sprog på én dvd.

Abonnenter på *Den Europæiske Unions Tidende* kan uden ekstra omkostninger rekvirere eksemplarer af diverse bilag til EU-Tidende (C ... A-udgaver). Abonnenterne gøres opmærksom på udgivelsen af bilagene ved hjælp af »meddelelser til læserne« i *Den Europæiske Unions Tidende*.

## Salg og abonnementer

Betalingsabonnementer på diverse tidsskrifter, som f.eks. *Den Europæiske Unions Tidende*, kan købes gennem vore salgsganter. Listen over salgsganterne findes på internettet:

[http://publications.europa.eu/others/agents/index\\_da.htm](http://publications.europa.eu/others/agents/index_da.htm)

**EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu>) giver direkte og gratis adgang til EU-retten. Via dette netsted kan man konsultere *Den Europæiske Unions Tidende*, og netstedet indeholder endvidere traktaterne, retsforskrifter, retspraksis og forberedende retsakter.**

**Yderligere oplysninger om Den Europæiske Union findes på: <http://europa.eu>**



Den Europæiske Unions Publikationskontor  
2985 Luxembourg  
LUXEMBOURG

DA